

# El mercado de impresión: más allá del papel

**Impresión Digital**

CENTRO DE RECURSOS



# El mercado de impresión se adapta al declive del papel

A medida que las empresas se adentran en la era digital, el papel está perdiendo importancia en sus operaciones diarias y el volumen de impresiones está descendiendo. Por ello, los fabricantes de impresoras están mejorando sus productos para adaptarlos a la nueva realidad digital, y las empresas de servicios de impresión han ido pasando de un modelo centrado en el producto a una orientación más clara hacia los servicios de nueva generación.



La anunciada muerte del papel no está a la vuelta de la esquina, ya que las organizaciones de determinados sectores todavía necesitan trabajar con documentación en papel, lo que implica escanear e imprimir. Además, dentro del mercado de impresión profesional se encuentran sectores como el packaging, las artes gráficas, la cartelería o el propio sector editorial, que todavía emplean papel e impresoras. Pero la realidad es que el volumen de impresión está descendiendo, por lo que el sector lleva un tiempo en proceso de transformación para ofrecer más flexibilidad a sus clientes, a la vez que persigue reducir los costes de impresión y aumentar la calidad y la diversidad de servicios. Todos estos factores están reconfigurando el mercado global de impresión profesional, en el

que también está irrumpiendo la impresión 3D, una tecnología que no tiene mucho que ver, en apariencia, pero que comparte clientes y modelos de negocio con la impresión convencional. Y, por ello, algunas de las empresas más importantes de este sector están invirtiendo con el fin de proporcionar servicios relacionados con esta tecnología.

#### EL MERCADO DE IMPRESIÓN EN PAPEL SE TRANSFORMA

El volumen de impresión está descendiendo, pero aún queda tiempo para que el papel deje de ser una herramienta fundamental para las empresas. Especialmente las que trabajan con grandes cantidades de documentación, como la administración pública, los seguros, las fi-

nanzas y otras industrias muy vinculadas a los trámites burocráticos. Pero las necesidades de estas organizaciones están cambiando con la progresiva transformación digital, y cada vez son más importantes los datos, y no el soporte en el que se encuentran. Este cambio, a su vez, está generando una transformación en los proveedores de servicios de impresión, que deben adaptarse a las necesidades digitales de sus clientes.

Según IDC, el gasto en el mercado de impresión en los próximos años estará dominado por los servicios de impresión administrados (MDS). Pero a medida que el mercado va madurando, las grandes organizaciones, públicas y privadas, están encontrando mejores soluciones para sus necesidades en los servicios



de impresión y documentos administrados (MPDS), que ofrecen soluciones de espectro más amplio para sus necesidades. La gestión de documentos añade nuevas capacidades a la mera impresión, ayudando a las empresas a trabajar con la documentación de forma más fácil. Y esto tiene mucho que ver con la capacidad de digitalización y análisis de la información, que es la vía para integrar el contenido de los documentos en papel dentro de la estructura de gestión de datos de las organizaciones.

### ANALÍTICA E INTEGRACIÓN DIGITAL

Un factor clave para las organizaciones a la hora de escoger un proveedor de servicios de impresión administrada es su integración con la nueva realidad digital. Y lo que más demandan las empresas movidas por lo digital son capacidades de impresión y gestión documental administrada que se integren en sus entornos de movilidad y en la nube. Y, además, necesitan disponer de capacidades de analítica para extraer la información necesaria de los documentos digitalizados, integrando estos datos en su infraestructura de almacenamiento y gestión de datos, y en sus aplicaciones digitales. Los proveedores de servicios de impresión ya están embarcados en su propia transformación para satisfacer estas necesidades fundamentales para sus clientes, tanto para disponer de toda la información proveniente

de documentos en soporte digital como para protegerla según marca la ley.

En este sentido, IDC señala que para 2022 el 60% de los contratos de servicios de impresión y documentos administrados (MPDS) empleará técnicas de machine learning y análisis conductual para impulsar políticas específicas de gobierno corporativo e iniciativas sin papel. Pero, aunque los proveedores de impresión llevan tiempo recopilando datos del uso que hacen sus clientes de sus servicios, los ex-

pertos señalan que aún no han sabido sacar partido a esta información. El uso de machine learning y otras técnicas de analítica para extraer información valiosa de la operativa de los clientes se emplea hasta ahora en poco más que en la gestión de consumibles, en la detección de dispositivos y en unas pocas capacidades predictivas. Pero los expertos prevén que en los próximos años los proveedores de servicios de impresión administrados serán capaces de extraer mucho más valor de los datos



### LA TRANSFORMACIÓN DEL MERCADO DE IMPRESIÓN

que generan sus clientes, lo que les permitirá optimizar estos servicios y desarrollar otros nuevos, mejor adaptados a la realidad digital de sus clientes.

### NUEVAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS DE IMPRESIÓN

Mientras la mera impresión deja de tener atractivo para las empresas, los fabricantes están trabajando en la incorporación de nuevas funciones que se adapten mejor a las exigencias de los clientes finales y a las necesidades de los proveedores de servicios de impresión. Se-

gún indican los analistas de IDC, en 2020 más de la mitad de los contratos de adquisición de equipos multifunción inteligentes (Smart MFP) priorizará la oferta de software y servicios por delante de las características de hardware.

Y categoriza los denominados Smart MFP como dispositivos preparados para conectarse a la red local y a Internet directamente, con capacidad de impresión y, al menos, una de las siguientes características: copia, fax o escaneo. Pero estos equipos, además, deben incorporar una interfaz gráfica de usuario personalizable; por ejemplo, a través de una pantalla táctil. Y

también deben disponer de una plataforma abierta que permita programar el dispositivo para realizar tareas personalizadas.

Todas estas capacidades dependen principalmente del software integrado en el dispositivo o basado en servidor (a través del firewall o de la nube), que debe contemplar todas estas posibilidades. IDC señala que estas nuevas capacidades tienen como objetivo hacer que el cliente se sienta satisfecho con los dispositivos y, sobre todo, con las funciones integradas y con una facilidad de uso de las mismas. En caso contrario se logra una experiencia de usuario negativa que lleva a los clientes a buscar otro proveedor, más allá de quién sea el fabricante de los dispositivos de impresión.

### MÁS SEGURIDAD PARA LA IMPRESIÓN CONECTADA

Poder imprimir o realizar gestiones documentales en movilidad desde cualquier dispositivo se ha convertido fundamental para las empresas que operan con los nuevos modelos de es-

Los proveedores de servicios de impresión deben adaptarse a las necesidades digitales de sus clientes



pacio de trabajo digital, y los fabricantes y proveedores de servicios de impresión lo tienen muy presente. Las marcas de impresoras ya están incorporando en sus dispositivos tecnologías de conectividad avanzada y capacidades de integración con los entornos y las aplicaciones de la nube. Por su parte, los proveedores de servicios administrados (MPS y MPDS) están integrando estas capacidades en su oferta

de servicios para proporcionar la máxima agilidad a sus clientes.

Pero hay un factor clave en estos entornos, y es la seguridad. Los principales fabricantes de dispositivos de impresión son conscientes de que la seguridad es el punto flaco de la mayoría de estrategias de transformación digital, a la vez que es una de las claves fundamentales para asegurar una transición exitosa hacia

modelos de trabajo y de negocio digitales. Los ciberdelincuentes aprovechan cualquier hueco en la seguridad, por lo que la mayor parte de industria está trabajando en la seguridad desde el diseño, implementando chips y mecanismos de protección frente a intrusiones en los propios dispositivos y en sus sistemas de conexión a las redes de datos. Estos engloban tanto la identificación segura de los usuarios como la integración con las nuevas tecnologías y los más estrictos protocolos de seguridad.

## Un factor clave para las organizaciones a la hora de escoger un proveedor de servicios de impresión administrada es su integración con la nueva realidad digital



### LA IMPRESIÓN DIGITAL DE GRAN FORMATO CRECE TÍMIDAMENTE

Según IDC, España es el líder del mercado de impresión de gran formato, con una previsión de crecimiento del 3,7% de cara al período 2019-2021, lo que generará un mercado de 53 millones de euros. En esto tiene influencia el cambio a las tecnologías de impresión digital, que poco a poco se va sucediendo, a medida que las empresas del sector van abandonando las viejas técnicas de impresión para adoptar las tecnologías digitales.

Esto está permitiendo adaptar mejor la oferta a las necesidades de clientes, que hacen pedidos más reducidos y con más variedad de formatos, algo inviable con los sistemas de impresión tradicionales, en los que poner en marcha las máquinas tiene unos costes elevados que condicionan los volúmenes mínimos

de impresión. Con las impresoras digitales esto no es un problema, ya que permiten cambiar de producto sin necesidad de parar las máquinas.

### EL VALOR AÑADIDO DE LA IMPRESIÓN 3D

El mercado global de sistemas y servicios de impresión ha tratado de apadrinar desde sus inicios a las tecnologías de impresión 3D, con marcas como HP invirtiendo en este campo desde hace años. Tras un tiempo de abandono por falta de interés en su ámbito de negocio, la nueva popularización de la impresión 3D en diversos sectores profesionales ha llevado a los proveedores de servicios de impresión a incluirla entre su porfolio de productos. Y es un movimiento acertado ya que, según el último análisis de IDC, el gasto global en impresión 3D en Europa Occidental será de unos 2.780 millones de euros en 2019, una cifra que podría ascender hasta 5.000 millones en 2021. Esto supondría una tasa de crecimiento interanual a cinco años del 15,6% (CAGR), un buen indicador de que el segmento de impresión 3D tiene futuro. Además, como sucede en el mercado tradicional de impresión, este negocio abarca tanto el hardware como el software, los consumibles y los servicios, lo que permite diversificar las vías de obtener beneficios.

Para los proveedores de servicios de impresión administrados puede suponer una buena

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



forma de diversificar su mercado. A medida que decrece el volumen de impresiones se hace preciso aportar servicios de valor añadido que refuercen la vinculación con el cliente y que, además, puedan abrir las nuevas puertas a nuevos negocios de cara al futuro. ■



¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



### MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de HP para el mercado de impresión](#)



[La transformación del mercado de impresión](#)



[La impresión como herramienta para mejorar la productividad](#)



[El mercado de impresión ¿preparado para la disrupción digital?](#)

# Veloces y versátiles igual que tú

Impresoras multifunción láser color L3000



MÁS  
VELOCIDAD



PACK AHORRO  
TÓNER



WIFI



CONEXIÓN  
MÓVIL



IMPRESIÓN  
SILENCIOSA

3

AÑOS DE  
GARANTÍA\*

brother.es



**SOBRESALIENTE**  
EN COLOR





# “LA IMPRESIÓN VA A SEGUIR SIENDO PARTE DE LAS EMPRESAS”

**JOSÉ RAMÓN SANZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE PRODUCTO DE BROTHER**

**E**l mercado de la impresión está en constante evolución. ¿Cuáles son las tendencias que están marcando la forma en que los usuarios imprimen?

Nos encontramos en un momento en el que son los más jóvenes los que están dando más relevancia a la impresión. Según el último informe de Quocirca, a pesar de que muchos pensaron que se vería una disminución en la impresión, debido a los hábitos digitales de la generación Millennial, puede suceder lo opuesto.

El 74% de las personas de entre 18 y 34 años piensa que la impresión es importante hoy en día y el 77% de las personas que toman de-

cisiones de TI de entre 18 y 34 años esperan que la impresión sea importante para su negocio en 2025. Esto contrasta marcadamente con una caída del 82% en 2025, hoy al 54%, en la importancia que tiene la impresión para los encuestados de 45-54 años. Este es un punto muy importante, ya que los milenials representarán más del 75% de la fuerza laboral para el año 2025.

Esta tendencia emergente no es exclusiva de Europa, sino que también prevalece en los Estados Unidos, y contrarresta la idea de que la impresión tendrá un papel cada vez menor en los ecosistemas de trabajo inteligentes, virtuales y conectados del futuro.



**A tenor de estos datos, ¿cuál va a ser el papel de la impresión en las empresas?**

La impresión va a seguir siendo parte de las empresas. Según el informe de Quocirca, sólo el 6% de las organizaciones existentes cree que la impresión no será importante en 2025, mientras que el porcentaje de empresas que la consideran muy importante para 2025 crece del 29% al 38%.

El papel ha sobrevivido a la aparición de las comunicaciones digitales y podría sobrevivir a la era del trabajo virtual. Los fabricantes de impresión hemos sido una parte importante en este cambio, con la conectividad de los equipos multifuncionales, la integración con las aplicaciones y el cambio a la impresión móvil. Esto, como bien es señalado en el estudio de Quocirca, supone una gran oportunidad. Aunque el uso del papel en

las oficinas disminuirá, no se espera que deje de utilizarse. En 2025 estaremos en un momento en que las oficinas utilizarán menos papel que en la actualidad, pero se seguirá utilizando.

### ¿Cuál va a ser la función del papel en el futuro?

La función del papel en la oficina se va a transformar ya que los procesos de trabajo no son dependientes del papel. En general, de aquí a 2025 vamos a asistir a una reducción del uso del papel en algunas áreas como puede ser la impresión de facturas, pero esto no significa que en otras áreas no se vaya a seguir necesitando el papel, que seguirá siendo importante en el análisis y en la toma de decisiones. El informe de Quocirca revela que muchos de los procesos basados en papel siguen necesitando firmas físicas y también hay que tener en cuenta las preferencias de los clientes.

¿Cuáles son las áreas que van a transformar la forma en que imprimen las empresas?



Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT

En general, serán cinco las tendencias que van a marcar el futuro de la impresión. Éstas son la movilidad y el cloud, la seguridad, el paso del papel a lo digital, los servicios de impresión

gestionados (MPS) y la inteligencia artificial y el análisis predictivo.

### ¿De qué manera van a influir estas tendencias en el mercado de impresión?

El estudio de Quocirca destaca que casi el 60% de los empleados serán trabajadores móviles en 2025, frente al 38% de 2017. Además, un 54% de las empresas consultadas por la consultora asegura que espera que

se incremente su volumen de impresión móvil y que ésta llegará a todos los sectores. Esto representa una gran oportunidad para agilizar los procesos mediante la conectividad.

En el caso de la seguridad, ésta es una prioridad para el 84% de las empresas que buscarán soluciones que les eviten problemas de fugas de datos. Tecnológicamente hablando, el informe prevé que para dentro de seis años las empresas dispongan de dispositivos que verificarán la identidad del usuario basándose en una serie de factores como la biometría, la localización y la voz. Esto abrirá nuevas posibilidades y desempeñará un papel central en la configuración del nuevo ecosistema de trabajo.

Internet de las Cosas, el cloud, el análisis de datos y la inteligencia artificial abrirán nuevas posibilidades de conectividad. Los equipos multifunción se integrarán aún más en este espacio más amplio de IoT. La analítica digital, a su vez, impulsará el desarrollo y podría ayudar a aumentar la vida útil de la máquina, mejorar el mantenimiento y la experiencia del cliente.



**“LA IMPRESIÓN ESTÁ ADOPTANDO UN ROL DE TOMA DE DECISIONES”**

¿Cuál va a ser la evolución de los servicios de impresión gestionados (MPS)?

Uno de los puntos que más está influyendo en la transformación del mercado de impresión es que los servicios se están consolidando, y se seguirán consolidando, en detrimento de la mera adquisición de equipos. Estamos viendo cómo las soluciones MPS están teniendo un gran éxito en el mundo empresarial y, según el estudio de Quocirca, el 57% de las pequeñas y medianas empresas adoptarán el modelo como servicio de aquí a 2025.

El auge de los servicios de impresión gestionada se debe a que estos combinan la última tecnología de impresión, con la externalización del soporte técnico, el control del gasto y el aumento de la productividad, con lo que permite que los entornos laborales se virtualicen.

¿De qué manera va a repercutir la transformación digital en el mundo de la impresión?

La evolución tecnológica pasará del equipo conectado al ecosis-

tema conectado, con la colaboración como referente en el modo de trabajar.

Con esta realidad, la industria de impresión se encuentra en medio de un cambio de identidad y tiene que centrar su estrategia en ofrecer nuevos e innovadores productos y servicios. En Brother nos adelantamos a los desafíos de la transformación digital y ofrecemos soluciones ágiles, innovadoras, colaborativas y adaptables.

En este sentido, ¿de qué manera ayuda Brother a satisfacer las necesidades de las empresas?

En Brother disponemos de una amplia gama de impresoras, equipos multifunción, escáneres y equipos de movilidad para atender al mercado. Nuestra estrategia se basa en facilitar la funcionalidad y mejorar la experiencia de usuario y, para ello, realizamos un gran esfuerzo en actividades de I+D y aprovechamos nuestros más de 110 años de experiencia para crear productos de cara al futuro, que satisfagan las necesidades emergentes de las empresas. ■

## MÁS INFORMACIÓN

[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)

[Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



## CLAVES DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL PARA CUMPLIR CON GDPR

La entrada en vigor del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) ha supuesto un punto de inflexión en cómo las empresas tienen que gestionar la información de sus clientes. Éstas han tenido que modificar los procesos para manejar los datos de carácter personal y así tener un control riguroso de su documentación, tal y como exigen la nueva normativa. De hecho, aquellas compa-

ñías que no hayan hecho sus deberes podrían enfrentarse a sanciones que, incluso, podrían llegar a poner en peligro su supervivencia.

La nueva normativa plantea una serie de retos que no pueden pasar desapercibidos, como el hecho de que éstas deben ordenar y gestionar las enormes cantidades de información y datos de sus clientes. Este desafío cobra especialmente importancia si se



JOSÉ RAMÓN SANZ,  
Responsable de Marketing de  
Producto de Brother Iberia

tratan de grandes corporaciones.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



# THE FIXER

DEFIENDA SU RED

Solo las impresoras más seguras del mundo pueden detectar amenazas y recuperarse automáticamente<sup>1</sup>.

Más información en [hp.es/seguridad](http://hp.es/seguridad)



keep reinventing

<sup>1</sup>Basado en el análisis de HP de la información publicada en 2018 sobre las funciones de seguridad de las impresoras de la competencia de la misma categoría. Solo HP ofrece una combinación de funciones de seguridad que incluye la supervisión para detectar y detener automáticamente un ataque y, posteriormente, validar automáticamente la integridad del software durante el reinicio del dispositivo. Para consultar una lista de las impresoras, visite: [hp.com/go/PrintersThatProtect](http://hp.com/go/PrintersThatProtect).

Para obtener más información: [hp.com/go/printersecurityclaims](http://hp.com/go/printersecurityclaims).



# “EL MENSAJE DE PROTEGER EL DATO EN LA IMPRESIÓN ESTÁ CALANDO EN LAS EMPRESAS”

MELCHOR SANZ, DIRECTOR DE TECNOLOGÍA Y PREVENTA DE HP IBERIA

La seguridad ha sido una de las grandes olvidadas por las empresas a la hora renovar sus equipos de impresión, las cuales han dado prioridad a otros factores como el ahorro de costes. En un mundo en el que las amenazas son cada vez más numerosas y más peligrosas, ¿se pueden permitir las empresas no prestar la suficiente atención a la seguridad en sus entornos de impresión?

Hasta hace unos tres o cuatro años, las empresas no daban importancia a las impresoras en lo que a seguridad se refiere. Pero es cierto que, a medida que avanza la tecnología, los equipos tienen cada vez más inteligencia, más capacidad de ejecutar aplicaciones y de ser más autónomos en su funcionamiento.



Esto ha permitido que los dispositivos de impresión puedan ser un objetivo claro para los ciberatacantes que ven en ellos una puerta para instalar malware o ejecutar rutinas maliciosas que permitan usos malintencionados de los equipos.

Es por este motivo que, desde hace tres años, HP está haciendo una labor muy concienzuda de divulgación para que las empresas sean conscientes del riesgo que tiene el contemplar la compra de dispositivos que no tengan características de seguridad en la impresión.

**¿De qué manera están evolucionando las amenazas relacionadas con el mundo de la impresión?**

Hasta hace unos años, los dispositivos de impresión eran tenidos en cuenta solamente para capturar la

información que por ellos pasaban. O bien escaneaban o bien imprimían. Eran unos dispositivos cuya inteligencia no permitía que hicieran muchas otras cosas y, aun así, tenemos algunos ejemplos de bancos, sobre todo estadounidenses y asiáticos, que tenían características de malware instalados en las impresoras que todo lo que imprimían o escaneaban se quedaba alojado en una parte de la memoria, o incluso lo enviaban fuera de la red, para que personas malintencionadas capturasen la información. Lo que ha ocurrido es que estos dispositivos ya tienen inteligencia o capacidad de ejecutar aplicaciones casi como si fuesen tablets, de tal forma que se ha abierto un mundo nuevo mucho más potente, ya que son capaces de ejecutar tareas en un segundo plano y esto ha abierto una oportunidad muy grande para los atacantes.

### ¿Qué es lo que está haciendo la industria de impresión para paliar los riesgos de seguridad?

Tanto HP, como otros fabricantes de dispositivos de impresión, estamos llevando a cabo labores muy claras

de securización de los entornos para que, no evitando la posibilidad de incorporar aplicaciones de terceros, sí que se garantice que los dispositivos no son focos de virus o malware.

### ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta, relacionados con seguridad, cuando hablamos de impresión?

A la hora de abordar una estrategia de impresión ésta se tiene que llevar a cabo a través de tres fases. La primera de ellas es la securización hardware, es decir, tienen que conocer el nivel de protección de sus equipos para que los atacantes se encuentren con muchos impedimentos para atacarlos. Es necesario revisar la protección de los puertos, el acceso al equipo, seguridad, bloqueos... Es lo que se conoce como proteger perimetralmente el dispositivo.

La segunda fase es la de detección y la última fase es la de remediación.



Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



## IMPRESORAS CON PIEL DE CORDERO

EQUIPO DE HP ESPAÑA

La batalla de la ciberseguridad se libra hoy no solo en los centros de datos, los servidores o las infraestructuras críticas. Dispositivos tan aparentemente inocentes como las impresoras pueden esconder una enorme amenaza a la seguridad.

De hecho, en todo el mundo existen ac-

tualmente millones de impresoras conectadas funcionando día y noche en todo tipo de empresas, desde pequeños negocios a enormes corporaciones.

Sin embargo, solo un 2 % de ellas son completamente seguras (muy pocas disponen, por ejemplo, de software que pueda

detectar y detener el malware). Con un 35 % de amenazas de seguridad interna ligadas a las impresoras, proteger estos equipos se ha convertido en la nueva obsesión para los responsables de TI.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



Si el equipo es atacado, que seguramente lo será en algún momento, tiene que ser el propio equipo el que lo detecte, lo notifique a un responsable de seguridad y sea capaz de poner remedio. Los equipos de HP disponen de diferentes características, tanto en la BIOS como en las aplicaciones que están corriendo, que no sólo protegen, sino que detectan al atacante, lo notifican y lo remedian casi de forma automática.

### ¿Está calando el mensaje en las empresas?

El mensaje de proteger el dato con sistemas de securización ha calado. Desde hace unos ocho años, todas las grandes empresas están implantando sistemas de control del gasto y de control de impresión, tecnologías que hacen que un trabajo de impresión no se imprima hasta que el usuario se identifique. De esta manera se evita que los documentos

estén accesibles a cualquiera. Esta fue la primera fase y se puede decir que en España y Portugal ha tenido éxito entre las empresas.

Ahora nos encontramos en una segunda fase, que es la de gestión del dispositivo a través de políticas de impresión, como bloqueos, cifrados, comunicaciones, limitación de puertos que no sean necesarios... definiendo una política de securización como parte de lo que el reglamento exige como una mitigación del riesgo, analizando qué datos se

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



imprimen, qué datos se gestionan, y que estos datos, cuando pasan por la impresora, también sea tenido en cuenta y se establezcan las medidas necesarias para que el nuevo reglamento de protección de datos no sea un riesgo o una amenaza en el marco sancionador.

¿Cuál es vuestra estrategia en este terreno?

La estrategia de HP en materia de impresión y seguridad en el entorno de empresa se divide en dos gamas: la gama Pro, o profesional, y la gama Enterprise. La gama profesional son dispositivos de entrada para pequeña y mediana empresa o departamentos pequeños de gran cuenta, que permite disponer de una securización habitual, es decir, bloqueo de puertos, contraseña, etc.

La gama Enterprise tiene un sistema operativo mucho más completo que permite securizar las aplicaciones, saber quién y cómo se accede a estos dispositivos, e incluso permite ser controlados remotamente,

a través del Big Data, que conoce prácticamente en tiempo real el uso que se está haciendo del equipo. De esta manera, incorporarlo en un sistema robusto de securización empresarial es muy fácil, porque estos dispositivos ya tienen los conectores para conectarse a los sistemas y determinar qué se está haciendo en cada momento. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de HP para el mercado de impresión](#)

## SOSTENIBILIDAD SE ESCRIBE CON S DE SERVICIOS

EQUIPO DE HP ESPAÑA

Gobiernos, empresas y ciudadanos estamos cada vez más de acuerdo en que urge implantar un modelo de economía circular en la que los productos tengan más de una vida, puedan

reciclarse, compartirse y regenerarse. El objetivo común es aprovechar mejor los escasos recursos naturales del planeta. Cuando hablamos de hardware, las prohibitivas inversiones

iniciales obligan además a muchas empresas a estirar el ciclo de vida de sus viejos equipos

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



Melchor Sanz  
Director de tecnología y preventa, HP Iberia



“LOS DISPOSITIVOS DE IMPRESIÓN SON UN OBJETIVO CLARO PARA LOS CIBERDELINCUENTES”

El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



# Impresión Digital

Con la colaboración de:

brother

