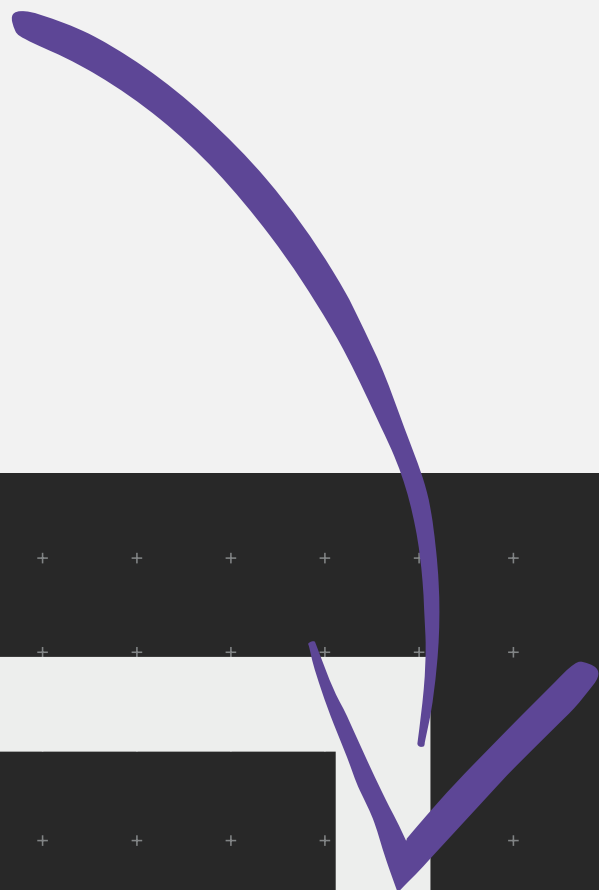
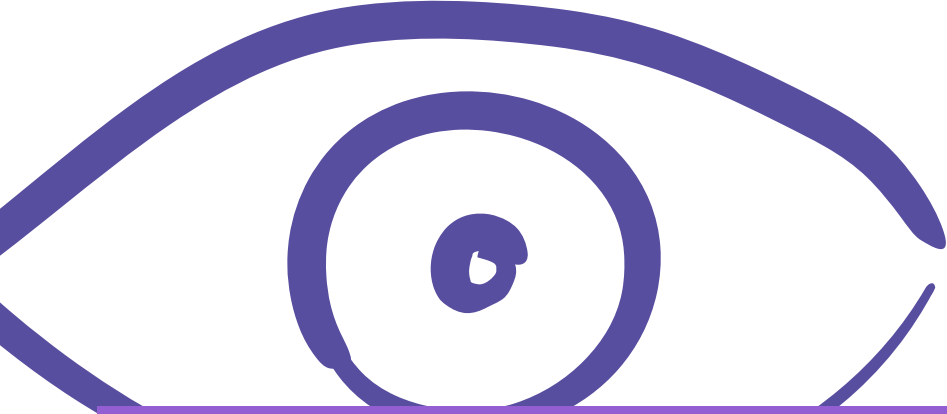


Press Clipping

Trimestre Julio - Septiembre 2026





Medio

Channel Partner

Título

Guía Quién es Quién



KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS ESPAÑA

ESTEBAN PACIOS,

Printing Sales Director

JOSÉ LUIS ALONSO,

CEO

PEDRO REDONDO,

ICT Business Director


Dirección: Avda. de Manacor 2,
Las Rozas 28290, Madrid

Telf.: 91 6318392

Web: www.kyoceradocumentsolutions.es

Mail: info@des.kyocera.com

+ INFO 43

INFORMACIÓN CORPORATIVA

Kyocera Document Solutions España es una compañía del grupo Kyocera Document Solutions Inc., proveedor mundial líder de soluciones documentales con sede en Osaka (Japón). A su vez, Kyocera Document Solutions Inc. es parte de Kyocera Corporation, proveedor líder de semiconductores, componentes industriales y de automoción, dispositivos electrónicos, sistemas de generación de energía solar y teléfonos móviles. Kyocera ha sido reconocida por The Wall Street Journal como una de las "100 Empresas Gestionadas de forma más Sostenible" y figura como una de las 500 empresas más sostenibles del mundo (2024) según TIME y Statista.

Nuestro portfolio incluye soluciones de impresión en entornos de oficina, impresión comercial e industrial, así como soluciones de ICT, ECM y servicios de consultoría y desarrollo que permiten a nuestros clientes optimizar y gestionar su infraestructura, puesto de trabajo y workflow documental para alcanzar nuevas cotas de eficiencia.

Año de creación: 1985

Número de empleados: 153

Canales de venta: Venta indirecta (43 partners directos y más de 1.000 indirectos) y venta directa

UNIDADES DE NEGOCIO

PRINTING SALES

Con más de 80 años de experiencia en soluciones de impresión para entornos de oficina, contamos con una propuesta basada en equipos eficientes, sostenibles y plenamente integrados en entornos digitales.

Nuestro enfoque va más allá del hardware, incorporando soluciones que permiten optimizar la gestión de la impresión, mejorar la seguridad y facilitar la digitalización de los procesos documentales.

La integración de capacidades cloud y software directamente en los equipos permite automatizar flujos de trabajo, conectar con repositorios digitales y mejorar el control y la trazabilidad de la información.

Además, ampliamos nuestra presencia en el ámbito de la impresión profesional con soluciones orientadas a entornos comerciales, industriales y textiles, donde la innovación tecnológica y la sostenibilidad juegan un papel clave.

De este modo, ayudamos a las organizaciones a evolucionar sus entornos de impresión hacia modelos más eficientes, conectados y alineados con sus necesidades operativas.

ICT BUSINESS

En esta unidad integramos las capacidades ICT junto con el ámbito de Software Printing, con el objetivo de dar respuesta a las nuevas necesidades de las organizaciones desde un enfoque más amplio.

Nuestra propuesta se articula en torno a distintos ámbitos clave: la gestión del puesto de trabajo, la optimización de

procesos, el desarrollo de aplicaciones, la seguridad y continuidad de negocio, y las soluciones de software asociadas a la impresión.

Sobre estas bases, ayudamos a las organizaciones a mejorar la productividad, controlar la información y adaptar sus entornos tecnológicos a un modelo más digital.

Este enfoque nos permite abordar los proyectos de forma transversal, conectando usuarios, procesos y datos, y facilitando la automatización y gestión de la información en el día a día. Además, incorporamos capacidades cloud, analítica e inteligencia artificial, reforzando el papel del dato como elemento clave en la toma de decisiones.

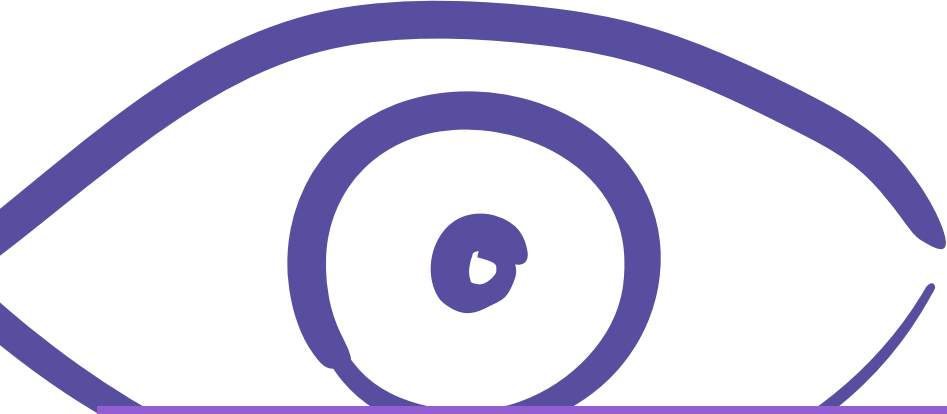
De este modo, impulsamos modelos más eficientes y escalables y generamos nuevas oportunidades de evolución para clientes y partners.

PROGRAMA DE CANAL

El **Business Corporate Programme** de Kyocera es un modelo de colaboración estratégica diseñado para acompañar a nuestros partners en su evolución hacia un enfoque de mayor valor. A través de planes de negocio conjuntos, optimización de procesos y desarrollo de capacidades en áreas clave como servicios, soluciones y gestión del dato, el programa impulsa la transformación del canal para pasar de un modelo transaccional a uno basado en valor recurrente.

Este enfoque fortalece la integración con Kyocera, mejora la eficiencia operativa y permite a nuestros partners posicionarse como socios tecnológicos de referencia en el mercado corporativo.

KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS ESPAÑA 44



Medio

Reproprés

Título

Especial tóneres y consumibles

Portavoz

Javier Pérez Yela

JAVIER PÉREZ YELA,

Director de Operaciones y Servicios Kyocera Document Solutions España

"EN KYOCERA, LA IA Y LA MONITORIZACIÓN REMOTA ESTÁN TRANSFORMANDO LA GESTIÓN DE LOS CONSUMIBLES CON SOLUCIONES COMO KFS"

¿Cuáles cree que son actualmente las principales preocupaciones de sus clientes en relación con los consumibles?

Las principales preocupaciones giran en torno a tres aspectos: el control de costes, la sostenibilidad y la continuidad del negocio. Ya no buscan únicamente un consumible con un precio competitivo, sino una solución que les permita optimizar el coste total de propiedad del equipo, reducir las interrupciones por mantenimiento y garantizar una calidad de impresión constante.

Al mismo tiempo, la sostenibilidad y la fiabilidad se han convertido en factores decisivos. Las organizaciones demandan consumibles que generen menos residuos y contribuyan a reducir su impacto medioambiental, pero sin renunciar al máximo rendimiento de sus equipos. Por ello, valoran especialmente los consumibles originales, diseñados para ofrecer una calidad de impresión constante, minimizar las incidencias y garantizar la disponibilidad de los dispositivos, contribuyendo así a una mayor productividad y a un menor coste de explotación.

¿Está cambiando el equilibrio entre consumibles originales, compatibles y remanufacturados?

El mercado sigue siendo muy diverso, pero observamos una mayor polarización. Mientras

una parte de los usuarios continúa priorizando el precio y opta por consumibles compatibles, las empresas que dependen de la impresión para su actividad están reforzando su apuesta por los consumibles originales, buscando garantizar el rendimiento de los equipos, la calidad de impresión y la continuidad operativa. Según el informe Datalntelo, Toner Cartridge Printer Cartridge Market Report 2025-2033, los consumibles originales continúan represen-

tando más del 50% de los ingresos del mercado mundial, impulsados principalmente por la demanda del entorno empresarial.

¿Qué innovaciones ha incorporado recientemente su compañía en la producción de tóneres y consumibles?

En Kyocera, la innovación en consumibles está estrechamente ligada a nuestra filosofía de larga duración. Además de desarrollar tóneres





con un mayor rendimiento, apostamos por sistemas de impresión en los que los componentes de larga vida útil reducen la necesidad de sustituir piezas y minimizan la generación de residuos.

Seguimos mejorando la formulación de nuestros tóneres para optimizar la calidad de impresión, reducir el consumo energético durante el proceso de impresión y garantizar un rendimiento estable durante toda la vida útil del consumible.

¿Cómo están influyendo la inteligencia artificial y la monitorización remota en la gestión de consumibles?

En Kyocera, la inteligencia artificial y la monitorización remota están transformando la gestión de los consumibles a través de soluciones como Kyocera Fleet Services (KFS). Esta plataforma permite supervisar de forma continua el estado de los equipos, los niveles de consumibles, los volúmenes de impresión y otros parámetros operativos, proporcionando una visión completa del parque de impresión.

A partir de esta información, KFS facilita una gestión predictiva basada en datos, permitiendo anticipar las necesidades de reposición, optimizar la planificación del mantenimiento y reducir incidencias antes de que afecten a la actividad del cliente. El resultado es una mayor disponibilidad de los equipos, una gestión

más eficiente de los consumibles y una mejora de la productividad de las organizaciones.

¿Qué avances permiten hoy mejorar la calidad de impresión manteniendo o reduciendo el consumo de tóner?

La mejora de la calidad de impresión ya no depende únicamente del consumible, sino de la optimización conjunta del tóner, el motor de impresión y el software de control del equipo. Los avances en el diseño de las partículas de tóner, junto con algoritmos que regulan con precisión su transferencia y fijación sobre el papel, permiten obtener imágenes más nítidas y uniformes utilizando únicamente la cantidad necesaria de tóner.

En el caso de Kyocera, esta optimización se complementa con una ingeniería de precisión que garantiza la interacción entre el consumible y el equipo durante todo su ciclo de vida. El resultado es una calidad de impresión constante, un mayor aprovechamiento del tóner y una reducción de las reimpresiones, lo que contribuye tanto a la eficiencia operativa como a un menor consumo de recursos.

¿Qué papel juegan los sistemas de reposición automática?

Los sistemas de reposición automática evolucionan hacia modelos de gestión cada vez más inteligentes e integrados. Ya no se limitan

a generar un pedido cuando el nivel de tóner es bajo, sino que tienen en cuenta variables como el volumen de impresión, los patrones de uso o los tiempos de suministro para optimizar la reposición.

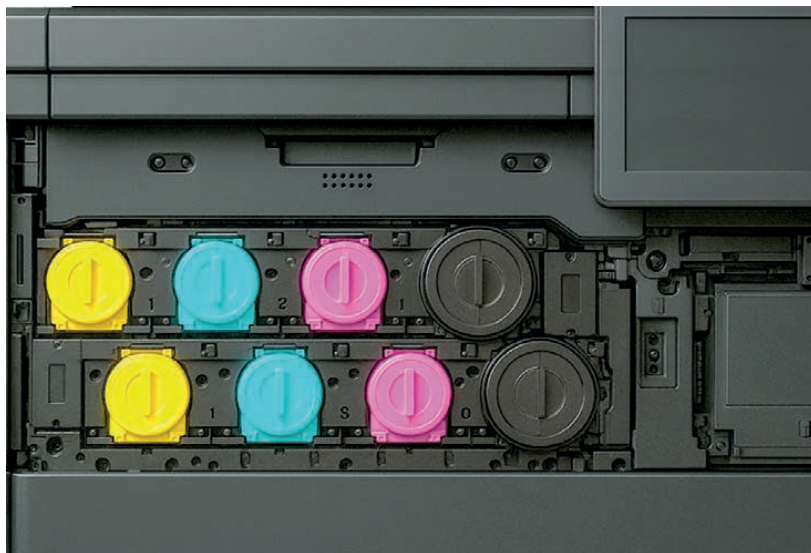
En soluciones como Kyocera Fleet Services (KFS), esta evolución permite anticipar las necesidades de los clientes con mayor precisión, optimizar la cadena de suministro y reducir tanto las interrupciones del servicio como el stock innecesario. El objetivo es que la gestión de los consumibles sea completamente transparente para el usuario, garantizando la máxima disponibilidad de los equipos con la mínima intervención.

¿Cuáles son los indicadores que mejor permiten medir la eficiencia de un consumible?

La eficiencia de un consumible no debe medirse únicamente por el número de páginas que es capaz de imprimir. También es importante evaluar la calidad constante durante todo su ciclo de vida, el porcentaje de aprovechamiento del tóner, la incidencia de fallos o reimpresiones y su impacto en el mantenimiento del equipo.

En un entorno profesional, el indicador más relevante es el coste total de impresión, ya que integra el rendimiento del consumible, la fiabilidad del equipo y la productividad de los usuarios. Un consumible realmente eficiente

e especial consumibles



es aquel que ofrece un rendimiento predecible, minimiza las interrupciones y contribuye a optimizar la operación en su conjunto.

¿Qué diferencias reales existen entre un consumible original y uno compatible de última generación?

Aunque los consumibles compatibles han evolucionado en los últimos años, la principal diferencia sigue estando en el nivel de integración con el equipo de impresión. Un consumible original se desarrolla y prueba conjuntamente con el dispositivo para garantizar un rendimiento óptimo, una calidad de impresión constante y un funcionamiento fiable durante todo su ciclo de vida.

Los consumibles compatibles pueden ofrecer un menor coste de adquisición, pero no siempre aseguran el mismo nivel de consistencia ni de protección para los componentes del equipo. De hecho, distintos estudios indican que el 48% de los consumibles no originales presentan algún tipo de defecto de fabricación y que más del 45% muestran deficiencias en la calidad de impresión, como manchas, líneas o irregularidades. En nuestra propia experiencia, hemos comprobado que el uso continuado de tóner compatible puede incrementar significativamente las incidencias técnicas. En un proyecto con un cliente que utilizaba consumibles genéricos de forma sistemática, observamos que el ratio de averías llegó a multipli-

carse por cuatro respecto al periodo en el que utilizó consumibles originales, demostrando que el aparente ahorro inicial no compensaba el incremento de las paradas técnicas y los costes asociados.

¿Qué riesgos puede asumir una empresa al utilizar consumibles de baja calidad?

El principal riesgo es centrarse únicamente en el precio de compra y no en el coste real que ese consumible puede generar a lo largo de su vida útil. Un consumible de baja calidad puede ofrecer un menor rendimiento, provocar una calidad de impresión irregular, incrementar las reimpresiones y requerir un mayor número de intervenciones de mantenimiento, con el consiguiente impacto en la productividad. Además, cuando el consumible no ha sido diseñado específicamente para el equipo, aumenta la probabilidad de un desgaste prematuro de determinados componentes y de interrupciones del servicio. En un entorno empresarial, donde la disponibilidad y la fiabilidad son esenciales, estos costes indirectos suelen superar con creces el ahorro inicial.

¿Qué certificaciones o estándares debería exigir un comprador profesional?

Un comprador profesional debería asegurarse de que los consumibles cumplen con estándares internacionales de calidad, seguridad y sostenibilidad. Certificaciones como ISO 9001

(gestión de la calidad) e ISO 14001 (gestión ambiental) son una buena referencia, al igual que el cumplimiento de normativas como RoHS o REACH en materia de sustancias y protección medioambiental.

Además de las certificaciones, es importante valorar que el fabricante garantice la trazabilidad del producto y que el consumible haya sido desarrollado y validado específicamente para los equipos con los que va a utilizarse. Esto aporta un mayor nivel de fiabilidad, rendimiento y seguridad en el uso diario.

¿Qué importancia tendrá la remanufactura en el futuro del sector?

La remanufactura tendrá un papel relevante dentro de la economía circular, especialmente en aquellos mercados donde la reducción de residuos y el aprovechamiento de recursos sean una prioridad. No obstante, su desarrollo deberá ir acompañado de procesos rigurosos que garanticen la calidad, la trazabilidad y el cumplimiento de los estándares técnicos y medioambientales. En cualquier caso, el objetivo del sector debe ser ofrecer soluciones cada vez más sostenibles sin comprometer la fiabilidad, el rendimiento ni la calidad de impresión que demandan las empresas.

¿Qué indicadores medioambientales deberían valorar los compradores profesionales al seleccionar un proveedor?

Los compradores profesionales deberían valorar indicadores que reflejen el compromiso medioambiental del proveedor a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Aspectos como la huella de carbono, la eficiencia en el uso de los recursos, la existencia de programas de recogida y reciclaje de consumibles o la disponibilidad de certificaciones ambientales son criterios cada vez más relevantes en los procesos de compra.

En Kyocera entendemos la sostenibilidad como un compromiso integral. Por ello, somos miembro fundador de Ecofimática, fundación integrada en la plataforma Recyclia, lo que nos permite ofrecer soluciones para la recogida y el tratamiento responsable de consumibles y equipos al final de su vida útil. Este tipo de iniciativas ayuda a las organizaciones a avanzar en sus objetivos de sostenibilidad y economía cir-

cular de la mano de un proveedor comprometido con la gestión responsable de los residuos.

¿Qué mito sobre los tóneres y consumibles sigue siendo falso, pero continúa muy extendido entre los usuarios?

Uno de los mitos más extendidos es pensar que todos los tóneres ofrecen el mismo rendimiento y que la única diferencia entre ellos es el precio. En realidad, la formulación del tóner, el proceso de fabricación y su integración con el equipo de impresión influyen directamente en la calidad, el rendimiento y la fiabilidad del sistema.

Por ello, el coste de adquisición no siempre refleja el coste real de uso. Un consumible de mayor calidad puede ofrecer un mejor aprovechamiento del tóner, una calidad de impresión más constante y una menor incidencia de mantenimiento, lo que se traduce en un menor coste operativo a largo plazo.

¿Cuál cree que será antes una realidad: la reposición completamente autónoma mediante IA o los consumibles totalmente circulares y reutilizables?

La reposición completamente autónoma mediante inteligencia artificial será, y de hecho ya empieza a ser, una realidad antes. Muchas organizaciones ya utilizan soluciones de monitorización que permiten anticipar las necesidades de consumibles y automatizar su reposición, mejorando la eficiencia y evitando interrupciones del servicio.

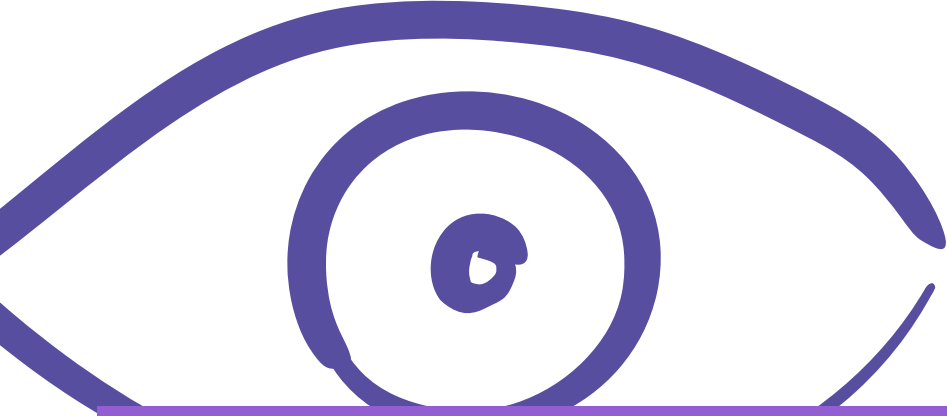
En cuanto a los consumibles totalmente circulares y reutilizables, representan un objetivo muy relevante para el sector, pero su implantación dependerá de seguir avanzando en materiales, procesos de remanufacturación y modelos de economía circular que garanticen los mismos niveles de calidad, fiabilidad y rendimiento que demandan los clientes.

¿Qué innovación en consumibles veremos antes de 2030 que hoy todavía parece lejana?

Antes de 2030 veremos consumibles cada vez más inteligentes, plenamente integrados en plataformas de gestión capaces de comunicar su estado en tiempo real, predecir su vida útil y optimizar automáticamente su reposición. Esta evolución permitirá que la gestión de la impresión sea prácticamente invisible para el usuario y mucho más eficiente para las organizaciones.

Al mismo tiempo, seguiremos avanzando en el desarrollo de consumibles con un menor impacto ambiental, gracias a nuevos materiales, procesos de fabricación más sostenibles y un mayor aprovechamiento de los recursos. La innovación no se centrará únicamente en imprimir mejor, sino en hacerlo de una forma cada vez más eficiente y responsable.





Medio

AP Digitales

Título

Anuario Quién es Quié

KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS ESPAÑA

Edificio Kyocera
Avda. de Manacor 2
28290 Las Rozas (Madrid)
Tel. 91 6318392
www.kyoceradocumentsolutions.es
info@des.kyocera.com



JOSÉ LUIS
ALONSO



ESTEBAN
PACIOS

EQUIPO DIRECTIVO

JOSÉ LUIS ALONSO | CEO & General Manager

ESTEBAN PACIOS | Printing Sales Director

PRINTING SALES

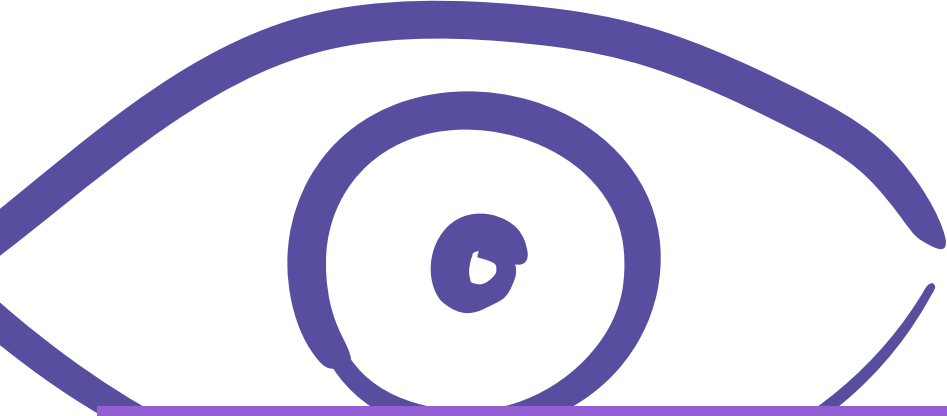
Kyocera continúa consolidando su posición como referente tecnológico en el ámbito de la impresión Inkjet. La compañía cuenta con 20 años de experiencia en el desarrollo y fabricación de cabezales Inkjet, respaldados por una sólida cartera de tecnologías propias patentadas.

En el entorno de impresión comercial, Kyocera sigue impulsando la adopción de la tecnología Inkjet de hoja cortada con soluciones como **TASKalfa Pro 15000c**, diseñada para ofrecer una combinación óptima de productividad, calidad de imagen y eficiencia operativa. Al mismo tiempo, la compañía continúa trabajando en el desarrollo de nuevas soluciones Inkjet que seguirán revolucionando el sector de la impresión comercial, ampliando su oferta con tecnologías de última generación y que verán la luz en los próximos meses.

La innovación también marca la evolución de su actividad en mercados especializados. Durante FESPA 2026, Kyocera mostró **FOREARTH**, su sistema de impresión textil sostenible que minimiza prácticamente por completo el consumo de agua asociado a los procesos tradicionales de estampación, contribuyendo a una producción más responsable y eficiente.

Asimismo, la compañía continúa desarrollando nuevas aplicaciones Inkjet de alto valor añadido para distintos sectores, entre ellos el de la fotografía, reforzando su apuesta por extender las ventajas de esta tecnología a nuevos mercados y necesidades de impresión.

Con una visión centrada en la innovación, la sostenibilidad y la transformación digital de los procesos de impresión, Kyocera continúa desarrollando tecnologías que ayudan a sus clientes a afrontar con éxito los retos actuales y futuros de la industria gráfica.



Medio

Byte

Título

Comparativa MFPs

Kyocera TASKalfa MZ9500ci

La gestión documental exige equipos capaces de combinar velocidad, calidad de impresión, seguridad y eficiencia operativa. Con este objetivo, Kyocera ha lanzado TASKalfa MZ9500ci, un multifunción A3 a color que responde a las necesidades de las organizaciones que manejan grandes cargas de trabajo y requieren resultados profesionales de forma constante.

Con funciones de impresión, copia, escaneo y fax opcional, aporta un elevado rendimiento tanto en departamentos corporativos como en centros de reprografía internos o entornos de producción documental. Alcanza, para ello, velocidades de hasta 95 ppm en blanco y negro y 90 ppm en color, lo que permite gestionar grandes volúmenes de impresión con total fluidez. Mientras, su sistema de doble tóner garantiza poder sustituir consumibles mientras el equipo continúa imprimiendo, una característica única en su categoría.

Otro de los aspectos más destacados es su avanzada capacidad de digitalización. Equipada con un escáner de última generación capaz de alcanzar las 300 ipm, incorpora funciones basadas en inteligencia artificial que detectan automáticamente posibles errores durante el proceso de captura. Además, su sistema de

escaneo de trayectoria recta facilita la digitalización de documentos de diferentes formatos y gramajes, incluyendo documentos de identidad y soportes delicados. Y en términos de calidad de impresión proporciona las siguientes características: resolución de hasta 2.400 x 2.400 dpi, perfiles de color ICC integrados y sistemas automáticos de calibración para una reproducción del color precisa y uniforme incluso en trabajos de larga duración. Esta estabilidad ayuda a minimizar reimpressiones, optimizar recursos y mantener una imagen profesional en cualquier documento.

Para organizaciones con necesidades avanzadas de producción gráfica, TASKalfa MZ9500ci puede complementarse con el sistema opcional Fiery, una plataforma que optimiza la gestión de trabajos complejos, mejora la precisión cromática y automatiza numerosos procesos de producción. Esta integración permite acelerar los tiempos de entrega y reducir costes operativos en trabajos de impresión de gran volumen.

La seguridad ocupa también un papel protagonista en la TASKalfa MZ9500ci, que protege la información durante todo su ciclo de vida, desde la captura y almacenamiento hasta la distribución y salida del documento. Para ello, posee cifrado avanzado, funciones de protección frente a



accesos no autorizados y cumplimiento con estándares internacionales de seguridad como FIPS 140-3, además de estar preparada para alinearse con los requisitos de ISO/IEC 15408.

Su eficiencia operativa se complementa con una apuesta decidida por la sostenibilidad. Así, integra herramientas que permiten monitorizar en tiempo real el consumo energético y las emisiones de CO₂, facilitando una gestión más responsable de los recursos. A ello se suma la utilización de componentes de larga duración y sistemas de calibración inteligentes que reducen el desperdicio de papel y consumibles al evitar defectos de impresión antes de que se produzcan.



Kyocera Document Solutions

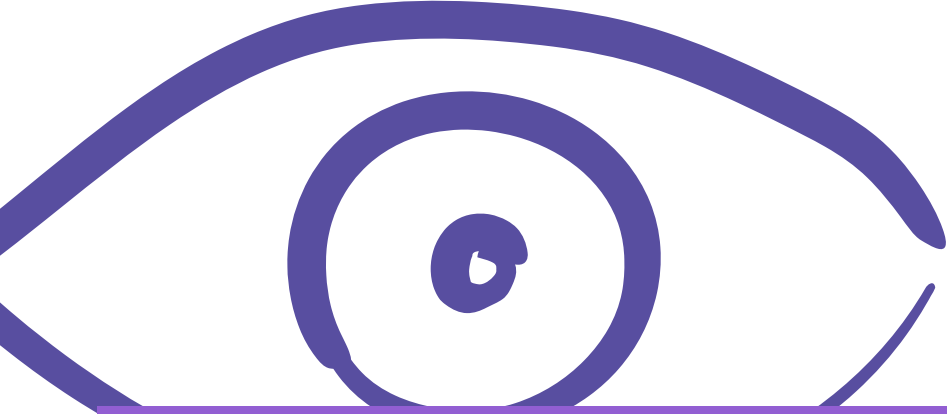
kyoceradocumentsolutions.es



91 631 83 92



A consultar



Medio

Expansión

Título

Quién es Quién 2026

Portavoz

José Luis Alonso

DEL PRODUCTO A LA EXPERIENCIA: EL NUEVO VALOR DE LA TECNOLOGÍA

Después de años de evolución del sector tecnológico, hay una idea que cobra cada vez más fuerza: la tecnología solo adquiere verdadero sentido cuando las personas y las organizaciones pueden experimentar el valor que genera.

Hace un año, con motivo del 40 Aniversario de Kyocera en España, se hablaba de la evolución de la compañía y de una convicción que sigue plenamente vigente: *Do what's right, Do what's new*. Hacer lo correcto y hacerlo innovador. Hoy estamos ante el siguiente paso: conseguir que la innovación se traduzca en valor corporativo real.

Durante mucho tiempo hemos asociado el progreso tecnológico con la capacidad de hacer más: más rápido, más conectado, más automatizado, más inteligente. Pero hoy debemos hacernos una pregunta diferente: no tanto qué puede hacer la tecnología, sino qué podemos conseguir gracias a ella.

La Inteligencia artificial, la automatización, la nube o la analítica avanzada están transformando las organizaciones a gran velocidad. Pero tener acceso a la tecnología no significa necesariamente aprovecharla. Según Deloitte, cerca del 60% de los trabajadores ya dispone de herramientas de IA aprobadas por su organización, aunque su uso diario sigue siendo limitado. Los datos de PwC apuntan en la misma dirección: el 20% de las organizaciones está capturando el 74% del valor económico generado por la IA.

El reto ya no es incorporar tecnología, sino lograr una adopción exitosa de la misma, generando resultados. Incorporar tecnología no es lo mismo que impulsar una evolución corporativa.

La tecnología sigue siendo imprescindible. Necesitamos soluciones robustas, seguras y fiables. Pero eso es solo el comienzo. El verdadero valor aparece cuando mejora un proceso, facilita el trabajo, permite tomar mejores decisiones, protege la continuidad del negocio o abre nuevas oportunidades.

Y, cada vez más, cuando aporta seguridad y confianza. La seguridad ya no puede ser una capa que se añade al final: debe formar parte de una estrategia de seguridad por diseño. No hablamos solo de proteger sistemas, sino de proteger la información, las identidades y los procesos sobre los que se construye la actividad de una organización.

Los datos reflejan hasta qué punto esta prioridad está creciendo. Según



José Luis Alonso, CEO de Kyocera Document Solutions España ICT Business Division General Manager & Member of the Board of Directors Kyocera Document Solutions Europe

IDC, el gasto mundial en seguridad alcanzará los 508.000 millones de dólares en 2026, un 11,8% más que el año anterior, y llegará a los 430.000 millones en 2029. La seguridad, por tanto, ya no es únicamente una cuestión de gestionar riesgos: es una inversión necesaria para proteger los activos de la organización, garantizar la continuidad y generar la confianza que permite avanzar en la transformación digital.

Cuando el beneficio deja de ser una promesa y se convierte en una experiencia, empieza el verdadero valor. Esta forma de entender la evolución corporativa también está

cambiando el papel de las compañías tecnológicas. Durante años hemos competido alrededor de prestaciones, funcionalidades e innovaciones. Todo ello seguirá siendo necesario, pero ya no es suficiente. Nuestra responsabilidad es entender primero el desafío y después determinar qué tecnología tiene sentido. No al revés.

Esta es también la evolución que se está viviendo en Kyocera. Sobre nuestra sólida base tecnológica y un profundo conocimiento de cómo trabajan las organizaciones, la compañía ha ampliado su ámbito de actuación hacia las tecnologías de la información: digital workplace, modernización

de aplicaciones, transformación de procesos, gestión de la información, continuidad de negocio e inteligencia artificial.

Y también hacia un ámbito cada vez más determinante: la seguridad. Desde la protección de los entornos de impresión y la información que circula por ellos hasta la gestión de identidades y accesos, Kyocera está ampliando sus capacidades para responder a una necesidad que ya no pertenece exclusivamente al departamento de IT. La seguridad forma parte de la experiencia de cada empleado y de cada proceso.

Pero el objetivo no es sumar ca-

pacidades. Es conectarlas alrededor de las necesidades reales de cada organización.

Las empresas no piensan en tecnologías aisladas. Piensan en productividad, eficiencia, seguridad, crecimiento, continuidad y en cómo mejorar la experiencia de sus empleados y clientes. Por eso, el conocimiento del contexto y del sector será cada vez más importante. Una industria no afronta los mismos retos que una entidad financiera, una administración pública o una compañía sanitaria.

La inteligencia artificial hace todavía más evidente esta necesidad. Su potencial es extraordinario, pero el reto no es decidir quién la incorpora antes, sino dónde tiene sentido utilizarla. Eso exige conocer el negocio, disponer de buenos datos, revisar procesos, preparar a las personas, gestionar los riesgos y experimentar: probar, medir, aprender y ajustar.

Desde mi nueva responsabilidad como General Manager de la División de ICT Business de Kyocera Europa, tengo la oportunidad de observar esta evolución desde una perspectiva global. Los mercados son diferentes, pero las prioridades se parecen cada vez más: productividad, competitividad, seguridad, talento y capacidad para convertir los datos y la tecnología en mejores decisiones.

Y hay una conclusión que se repite: implantar tecnología no es un fin en sí mismo, se requiere obtener más valor de la tecnología que aplican y de la que decidan incorporar.

También necesitan confianza. En un entorno en el que la innovación cambia a una velocidad extraordinaria, necesitamos compañías tecnológicas capaces de mirar más allá de la siguiente novedad: conocer el negocio y acompañar a sus clientes, experimentar con ellos, medir resultados y evolucionar.

Hace un año hablábamos de innovar con propósito. Hoy ese propósito se concreta en una pregunta mucho más exigente: ¿qué ha cambiado para mejor después de utilizar la tecnología?

Si un proceso es más sencillo, hemos creado valor. Si una persona puede dedicar su tiempo a tareas de mayor impacto, hemos creado valor. Si una empresa puede tomar una decisión mejor o más rápida, hemos creado valor. Si, además, puede hacerlo con mayor seguridad y confianza, también hemos creado valor.

Ese es el verdadero propósito de la tecnología.



Si quieres que te enviemos algún recorte en concreto, contacta con el buzón de marketingcanal@des.kyocera.com