

NCS presente en Channel Partner

La gestión documental también se beneficia de la nube



Sage Eurowin



Fujitsu debate con sus socios de negocio sobre los beneficios de los servicios cloud en el ámbito del escaneo de documentos.



Cualquier tecnología hoy en día debe sacar todo el partido a Internet y a los cada vez más numerosos servicios en la nube. **Un ejemplo es el pequeño y manejable escáner Scan Snap S1100 de Fujitsu**, que acaba de salir al mercado español. Se trata de un dispositivo de tan sólo 350 gramos de peso que permite, con un solo clic, digitalizar cualquier documento en papel

y compartir y acceder a él desde cualquier sitio. Para aprovechar los servicios online existentes, está preparado para trabajar con Evernote y Google Docs, y soporta de manera nativa SharePoint, entre otras cosas. Precisamente, con el fin de darlo a conocer a su canal y hablar de las oportunidades que ofrecen a la red de ventas los servicios cloud asociados, **Fujitsu, con la colaboración de CHANNEL PARTNER y de su mayorista GTI, organizó una mesa de trabajo.**

Acompañaron a **Jesús Cabañas**, IP marketing manager de Fujitsu, y a **Álvaro Elorriaga**, director de marketing de GTI, **Germán Larraz**, gerente de Microshop, cadena de tiendas con sede en Valencia; **Eduardo Galbán**, director general de NCS, cadena de establecimientos con oficinas centrales en el norte de Madrid; y **Enrique Martín**, responsable de cloud services, alianzas y marketing de empresas de Vodafone.

Jesús Cabañas, de Fujitsu, comenzó diciendo que el papel es hoy “muy ineficiente” y que los trámites online que fomenta la administración electrónica evitan colas. Al mismo tiempo, una solución como ScanSnap S1100 se amolda a las necesidades de las empresas, toda vez que las compañías quieren recortar costes y los empleados buscan documentos que estén siempre disponibles, desde la oficina, desde casa o desde cualquier lugar cuando están de viaje. “Por eso hay llevar los procesos a la nube”, exhortó.

Para **Eduardo Galbán, de NCS**, la nube es una realidad incuestionable. “Todos, de una u otra manera, somos usuarios”, dijo, y alabó la solución de escaneo de Fujitsu porque se trata de una tecnología accesible y a buen precio (desde 169 euros). “Eso sí, en las tiendas debemos explicarlo bien”, advirtió.

Germán Larraz, de [Microshop](#), coincidió y se mostró convencido de que se trata de un producto que tiene que vender la tienda, y no el gran retail, “donde es difícil que le expliquen bien al cliente cómo funciona y qué ventajas tiene”. Larraz está convencido de que la tienda pequeña y más especializada morirá si sigue basando su negocio en el hardware. “La guerra con Media Markt está perdida”, terció. “Cuando entra un señor en mi establecimiento, yo me lo gano por los servicios. Hay que asesorarle, luego el hierro viene sólo”.

Por su parte, **Álvaro Elorriaga, de GTI**, se explayó en los beneficios del cloud, que supone un ahorro de costes, permite ser flexible y tener los datos a buen recaudo. **Enrique Martín, de [Vodafone](#)**, intentó justificar el encaje de los operadores en un negocio de servicios online. “Nuestra aproximación al teléfono fijo ya fue una propuesta cloud, puesto que hablamos de la centralita en la nube. Ahora, extendemos esa solución a la telefonía móvil. En este sentido, nuestro canal no vende hierro, sino servicios, asesora a los clientes, le dice cómo pueden ahorrar costes y tener unos procesos mejores”.

