



PÁGINA 28
¿QUÉ PIENSA DE LA
EXPO EN EL CAIRO?



PÁGINA 14
¿LOS ARANCELES
PROPUESTOS IMPACTARÁN
EL ENVÍO DE CARTUCHOS?

PÁGINA 28
MIGRANDO DE E-COMMERCE
1.0 A E-COMMERCE 2.0

E-COMMERCE



PÁGINA 27
RELACIONES
CLIENTE-PROVEEDOR
ESTÁN CAMBIAND



ImagingWorld

EN ESPAÑOL

El nombre más confiable en impresión en 5 idiomas



PÁGINA 20

CONSTRUYENDO un MEJOR MODELO de NEGOCIOS de SUMINISTRO de IMPRESION

— Harry Stoubos de Cartridge World reinventa la
marca mundial en todos los continentes

Watch inTouch TV News Daily Online





POLYTONER®

Zhuhai Polytoner Image Company Limited

El *Arte* de la Calidad



3ER PROVEEDOR DE MARCA MÁS GRANDE EN CHINA

Dirección: Edificio Polytoner, NO.11, Calle Fuyong, Distrito Xiangzhou, Zhuhai, China
Teléfono: +86-756-6311755 ext.8833 fax: +86-756-6311752
Página web: www.polytoner.cn, www.zhpolyjet.com
Correo: ventas@polytoner.cn

EL PROVEEDOR *NO.1* "TODO EN UNO" EN EUROPA, LATINOAMÉRICA Y OCEANÍA

- Cartuchos de tóner remanufacturados
- Cartuchos de tinta remanufacturados
- Cartuchos de copiadora remanufacturados
- Polvo de tóner y repuestos

Tu especialista en **laser**





The 12th RemaxWorld Expo

—LA SOLUCION TOTAL DE CONSUMIBLES DE OFICINA

Conectando a la Industria...Creando Negocios

2018 Octubre 18-20

Centro de Exposiciones y Convenciones Internacionales de Zhuhai

- **450+** Expositores
- La primera opción para más de **15,000** compradores mundiales profesionales



¡ELIJA EL STAND IDEAL PRONTO!

Para Exponer: Lucy Lu

Tel: +86-756-3828231 Email: Lucy.Lu@RTMworld.com

Organizador:

Recycling Times Media Corporation

EN ESPAÑOL
**IMAGING
 WORLD**
 No. 56 | 2018

- 05 | **NOTA DEL EDITOR** 
- 05 | **NOTA DEL EDITOR** 
- 07 | **NOTICIAS PRINCIPALES**
 —No Más Impresoras Marca Dell
 —Los Aranceles Propuestos por Trump Impactarán Consumibles de Impresión Chinos.
- 08 | **NOTICIAS DEL MUNDO**
- 11 | **TENDENCIAS**
 —Aumento en Envíos de Tanque de Tinta e Impresoras Laser
 —Crecimiento Reportado en Europa Central
- 13 | **NEW PRODUCTS**
 —Nuevo Tóner Compatible para Copiadoras Canon
 —Nuevo Cartucho de Tóner para HP



David Gibbons (derecha), director de RT Media, fue entrevistado por medios egipcios locales durante la ceremonia de apertura de la RT Imaging Summit & Expo-EMEA 2018 con asistencia récord que se realizó en El Cairo, Egipto. Gibbons dice, “Es el mayor evento que hemos realizado fuera de China hasta la fecha.”

- 34 | **DIGITALMENTE HABLANDO** 
 Nueve Estrategias de Mercado Diferentes que Puede usar Ahora
- 35 | **EL FALLO DE JUDGE** 
 Guerras Comerciales Impactando la Industria de la Impresión
- 37 | **SEGUIMIENTO** 
 ¿Haciéndolo Fuerte como el Niño de Hielo?
- 39 | **COMO LO VEO** 
 Acuerdos, Fusiones y Nuevas Tecnologías abundan
- 40 | **LAS NOTAS**
 La última carcajada de Berto de impresoras láser fallidas

20 | **PORTADA**



CARACTERÍSTICAS

14 Las Tarifas Propuestas Por U.S.A. a las Importaciones Chinas Amenazan la Industria de Cartuchos Aftermarket

Las tarifas 301 caerán desproporcionadamente sobre los cartuchos “nuevos” de terceros, erosionando significativamente su ventaja de costos dentro del aftermarket

28 Migrando de E-Commerce 1.0 a E-Commerce 2.0

El objetivo del e-commerce 2.0 es utilizar la capacidad de Internet para ganar cuota de mercado a través de la lealtad y el valor agregado, no de precios.

27 | 5 PREGUNTAS

Relaciones y Cambios en Economía-de tiro
 —Los clientes que una vez capturó, están buscando su reemplazo. Esta es mi explicación de la economía de empuje transformándose en economía de tiro.



Recycling Times informa, instruye y educa a la industria global de consumibles de impresión de forma innovadora a través de una estrategia integral de medios de comunicación impresa, digital y en redes sociales. Como tal, honramos y respetamos la propiedad intelectual de todos los negocios e individuos. Consecuentemente, mantenemos una posición de cero tolerancia ante la fabricación, distribución y venta de cartuchos de impresión y componentes que infringen patentes sean clones o falsificaciones. Continuamos esforzándonos para evitar la promoción de tales productos en nuestra publicidad, artículos y contenido editorial. Todos los derechos reservados. ©Junio de 2018 por Recycling Times Media Corporation. El contenido no deberá ser copiado o republicado sin la autorización oficial y por escrito. El contenido editorial no necesariamente representa la posición oficial o el punto de vista de Recycling Times Corporation. Los lectores deberán actuar con la debida diligencia al hacer negocios con cualquier anunciante o empresa que figure en esta publicación.



GIHONCLICK
KING OF KINGS · LORD OF LORDS

En tintas somos insuperables



**TINTA PARA
SUBLIMACIÓN**



**SOLUCIÓN
LIMPIADORA**
A BASE DE AGUA



TINTAS

MADE IN KOREA



**TINTA
ECOSOLVENTE
PARA PLOTTER**



**TINTA
DURABRITE**
Compatible para Epson



**TINTAS
PIGMENTADAS**
Compatible para HP - Lexmark - Canon



**15 AÑOS
DE
EXPERIENCIA**

TINTA DYE
COMPATIBLE PARA EPSON



Centro Empresarial Portos Sabana 80
Km. 2.5 Autopista Medellín · Bodega 47
Cota - Cundinamarca · Colombia
PBX: 057(1) 898 5121



Avenida Circuito Interior 517 B018
Col. Atlapa Delegación Cuauhtémoc
Ciudad de México · México
Tel. (52) 553 863 41 96



dypson international
@dypson1

www.
dypson
.com
www.
gihonclick
.com

Todas las marcas comerciales y marcas registradas que se mencionan en este aviso son propiedad de sus respectivos dueños y se mencionan aquí únicamente para fines descriptivos.



Tony Lee

Seguramente ha escuchado acerca de la reciente guerra comercial de palabras entre EUA y China. El comité de la sección 301 se estableció para realizar una audiencia pública en la Comisión de Comercio Internacional de EUA. Y ¿Las relaciones de México y EUA? Estos son temas críticos que se tratarán en nuestra Summit en Cancun México. Para este fin, hemos invitado a Merrit Blakeslee para

compartir su experiencia acerca de la guerra comercial de EUA-China en esta edición. Blakeslee es un abogado especializado en litigios de patentes en la Comisión De Comercio Internacional en EUA. El predice “si una guerra comercial es lanzada, parece que los importadores de EUA y revendedores de cartuchos de tinta y tóner aftermarket, y los proveedores chinos, estarán entre los primeros afectados.” (lea más en la página 14).

Junto con Tricia Judge, directora ejecutiva de I-ITC con gran experiencia en defensoría y cuestiones legales, Blakeslee revelará el impacto de la última demanda del engranaje Dongle de Canon tendrá en EUA, China, Canadá, México y el resto de la región en LATAM. No se pierda esta importante reunión—patrocinada por I-ITC asista gratuitamente.

Si, estamos siendo confrontados por desafíos en cada frente. Siempre lo estamos, y no habrá descanso en el futuro. En este tenor, Steve Weedon ha usado la historia del “niño de hielo” para ilustrar que a pesar de cualquier crisis por la que pasemos, también puede traernos coraje y esperanza. “No importa que tan mal piense que esta su situación, siempre hay alguien en una situación peor, peleando como loco intentando sacar algo bueno de eso.” (lea más en la página 37)

La vida esta llena de impredecibles. Es su opción y la mía elegir la manera en la que la manejamos, peleamos y ganamos al final.

EDITORIAL

IVAN ROSALES



El plan de juego de todo negocio que desee ser exitoso, inevitablemente debe tener como meta vender, vender y después de vender, vender más. Pero los empresarios que crean que se puede vender mucho sin hacer esfuerzos económicos, intelectuales y profesionales, pronto caerán en cuenta de que es el peor error que se puede cometer en el mundo de los negocios.

Para ser uno de los mejores, siempre debemos estar dispuestos a reinvertir tiempo, recursos, mente... a trabajar duro. ¿Por qué? La respuesta está en la competencia. Siempre habrá alguien deseando el nicho de mercado de su negocio, sus clientes, incluso sus empleados y su base de datos.

Si durante 8 o 10 años, Usted no se ha preocupado por mejorarla imagen de su empresa y de sus productos, actualizar los medios de comunicación que tiene con sus clientes, integrar servicios que le den valor a sus propuestas comerciales, etc., entonces no puede quejarse de que alguien nuevo en el mercado que sí ha invertido en todo lo anterior, le coma un alto porcentaje de su cuota de mercado y lo lleve al extremo de la extinción.

En RT Imaging World nos preocupamos por orientarle, mediante artículos de calidad que puedan darle la información que requiere para crecer en su mercado con los mejores proveedores. Por esta razón, traemos a México la Expo RT Summit & Expo Americas 2018, que se llevará a cabo los días 24 y 25 de Mayo del 2018 en el maravilloso Cancún.

Ahí encontrará todo lo que su negocio necesita para crecer fuerte y cerrar más clientes con diversos productos y servicios. No deje pasar esta gran oportunidad de visitar la Expo internacional más importante del continente Americano para la industria de consumibles de impresión.

¡Los espero!



Publicista y Director Editorial

Tony Lee Tony.Lee@RTMWorld.com

Director Editorial

Iván Rosales Iván.Rosales@RTMWorld.com

Directores

David Gibbons Sabrina Lo

Equipo Editorial

Maggie Wang Tequila Yan Amber Guan Ben Luo

Diseñadores Gráficos

Janey Huang KK Deng Sophie Xu Jim Zhong Mavis Wang

Equipo de Marketing

Iván Rosales Cecile Zheng

Oficinas Regionales

USA

1948 Tiara Drive, Ojai CA 93023

+1(805)340.0480

Mexico

Ave. Jalisco #141, El Mante, CP 45235, Zapopan, Jalisco

Australia

9 Manderlay Close, Kellyville NSW 2155, Australia

Korea

165,Opoan-ro, Gwangju-si, Gyeonggi-do, Korea, 464-894

India

26, Mahalaxmi Market # 1, Maninagar. Ahmedabad: 380008,

Gujarat, India

Russia

117216, Russia, Moscow, Kulikovskaya str., 20, bldg.1, office 42

Spain

Calle Valverde 26 Bajo B Madrid 28004

Japan

301, ROGOS21 Building, Chuo 1-29-16, Nishi-ku, Yokohama-

city, Kanagawa-prev, JAPAN

China

Level 4, Building 1, Kimka Creative Valley,

2021 Mingzhu Road South, Zhuhai 519000

Tel: +86 (0)756 3836790

Fax

USA: +1 702 974 0660

India: +91 (0)806 688 5115

Germany: +49 (0)7221 1869 500

UK: +44 (0)20 7900 1990

China: +86 0756 3959 299

Korea: +82 (0)31 768 6474

Russia: +7 495 988 6146

Email: editorial@RTMWorld.com

Website: www.RTMworld.com

Publisher

Iván Rosales

GRAN VERANO



La serie de Canon/Kyocera/Dell/Fuji-Xerox/OKI series

Oferta Especial

Lograr 20% o más descuento

Válido: 10 de mayo - 31 de agosto de 2018

Todas las marcas comerciales son las propiedades de sus respectivos propietarios y se mencionan aquí solo con fines descriptivos. No estamos asociados con ningún fabricante de impresoras y suministros de impresión originales.



Union Technology International (MCO) Co.,Ltd

14H Nam Kwong Building, 223-225 Avenida Dr Rodrigo Rodrigues, Macao SAR

(853) 2871 5020 sales8@utec.com.mo

Utec Print-Rite

Utec Print-Rite

www.union-tec.com

Solo Para
copiadora

No Más Impresoras Marca Dell



Dell saldrá del negocio de impresoras. Culpando al declive de la industria de la impresión y consolidación de los principales actores, la compañía dice que migrará a sus clientes de las impresoras láser y accesorios Dell a otra marca. La transición comenzará en mayo y finalizará

en julio de 2018. La compañía brindará soporte a las impresoras láser de la marca Dell bajo garantía. Dell solía centrarse solo en las ventas de hardware, pero ingresó al mercado de servicios de TI en 2009. Dell es actualmente el principal vendedor de monitores de PC en el mundo y es la sexta compañía más grande de Texas en términos de ingresos totales, según la revista Fortuna. ■

Lea más



Los Aranceles Propuestos por Trump Impactarán Consumibles de Impresión Chinos.

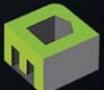


El presidente Trump subía el tono de su guerra comercial con China, y algunos cartuchos aftermarket Chinos estarían sujetos a aranceles, si se imponen. Según I-ITC, el Representante Comercial de EUA Publicó los números de productos del Arancel Armonizado Armonizado ("HTS") propuestos para arancel del 25 por

ciento. La queja de Canon ante la Comisión de Comercio Internacional menciona los números de HTS: 8443.969.20, 8443.99.25, 8443.99.30, 8443.99.40 y 8443.99.50. Una queja presentada por Lexmark hace referencia al HTS 8443.969.20. Si se implementan los aranceles, tanto los cartuchos chinos compatibles nuevos como los remanufacturados podrían volverse bastante caros. Algunos fabricantes de impresoras, que tienen plantas en China, también se verán afectados. ■

Lea más



La 6ta Expo iPrint 3D
Octubre 18-20
Zhuhai · China

Creando NUEVOS FLUJOS DE INGRESOS mediante **IMPRESIÓN 3D!**

Grandes expositores:

- La solución completa de impresión de oficina inteligente 3D
- Equipo de impresión 3D
- Software y escaneo tridimensional
- Materiales y Tecnología de Impresión 3D



← Escanee el código QR o visite <http://j.mp/2l4ozqj> para una boleto GRATIS!!

Organizador:
Recycling Times Media Corporation

Para visitar: Joy He
Tel: +86-756-3959281
Email: Joy.He@RTMworld.com

Para exponer: Lucy Lu
Tel: +86-756-3828231
Email: Lucy.Lu@RTMworld.com



01

Los Ingresos por Impresión en 3D Continúan Creciendo



HP, GE Additive, SLM Solutions y EOS han informado al menos un crecimiento interanual de dos dígitos en los ingresos de los envíos de impresoras 3D en los mercados industriales y profesionales durante el cuarto trimestre de 2017. Se observó un crecimiento del 40 por ciento en los ingresos en el sector en general. ■



02

Lexmark Obtiene un Préstamo de China CITIC Bank

Moody's Investors

Service ("Moody's") ha rebajado la calificación de Lexmark International Inc. ("Lexmark") a B3 desde Ba3. Como parte de la acción de calificación, Moody's bajó la calificación de probabilidad de incumplimiento de Lexmark a B3-PD de Ba3-PD y la calificación de deuda senior a B3 de Ba3. La perspectiva sigue siendo negativa, dice. ■



03

La Categoría de Consumibles de Oficina de Amazon Aumenta ... otra vez

Con ventas cercanas a los US \$ 3 billones en el segmento de consumibles de oficina, Amazon continúa creciendo a más del 30 por ciento interanual. Se estima que las ventas estimadas de impresoras por sí solas fueron más de US\$ 300 millones el año pasado. Estas ventas también impulsaron un alto crecimiento en tinta, tóner y papel (74 por ciento, 51 por ciento y 56 por ciento, respectivamente) ■



04

OKI Nombra a SYNnex como Distribuidor Principal



OKI Data Americas nombró a la conocida empresa de servicios de procesos comerciales, SYNnex Corporation, como su distribuidor principal para toda su línea de hardware y consumibles de impresión de oficinas en EUA. Esta colaboración simplificará el proceso de compra para los revendedores actuales de productos OKI consolidando todas las transacciones de hardware y consumibles a través de SYNnex. ■



05

Visual Edge Technology Hace Nueva Adquisición

Visual Edge Technology adquirió la empresa familiar A-COPI Imaging Systems, un importante distribuidor de tecnología empresarial en Maine, manteniendo a todos alerta y preparados para el crecimiento. A-COPI es uno de los mayores proveedores de productos de oficina de Toshiba, HP, KIP y Lexmark en el norte de Nueva Inglaterra, con tres ubicaciones en Maine, en Bangor, Gardiner y Portland. ■



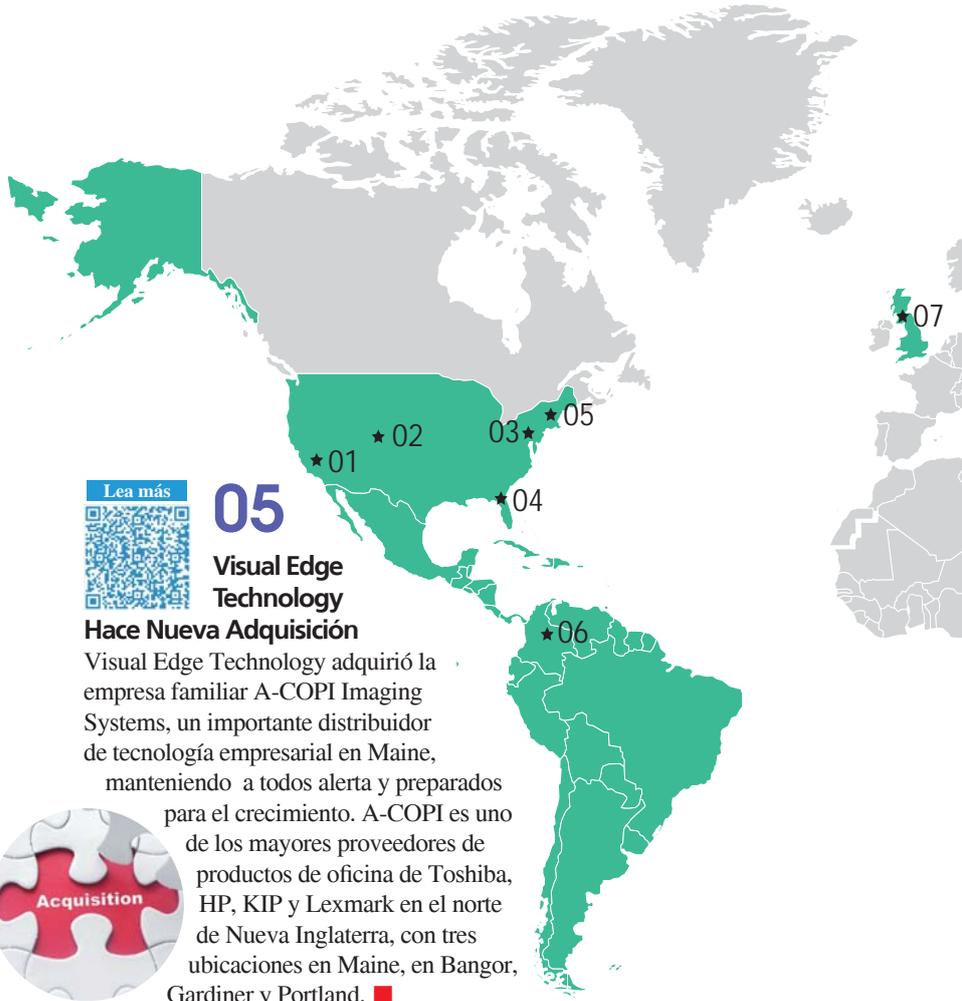
06

Nuevo Gerente de Ventas de LATAM para HYB

Omar Moreno Quintero (en la foto) se unió a HYB con sede en China como Gerente de Ventas del Mercado



LATAM, con más de ocho años de experiencia en los canales del mercado de consumibles aftermarket. En su nuevo cargo, dirigirá las ventas de canales de LATAM para los toners HYB y Zeus. ■



07

Manera Innovadora de Usar Tóner de Desperdicio

Mooch Environmental Solutions Ltd (MES) con sede en Cumbernauld

Glasgow, Escocia, ha encontrado una forma de reutilizar el tóner de desperdicio, que muchos consideran desechos peligrosos. La compañía ha logrado fabricar pigmentos que ahora se utilizan en una amplia gama de industrias, incluidas las artesanías, el hormigón y la agricultura. ■



Lea más



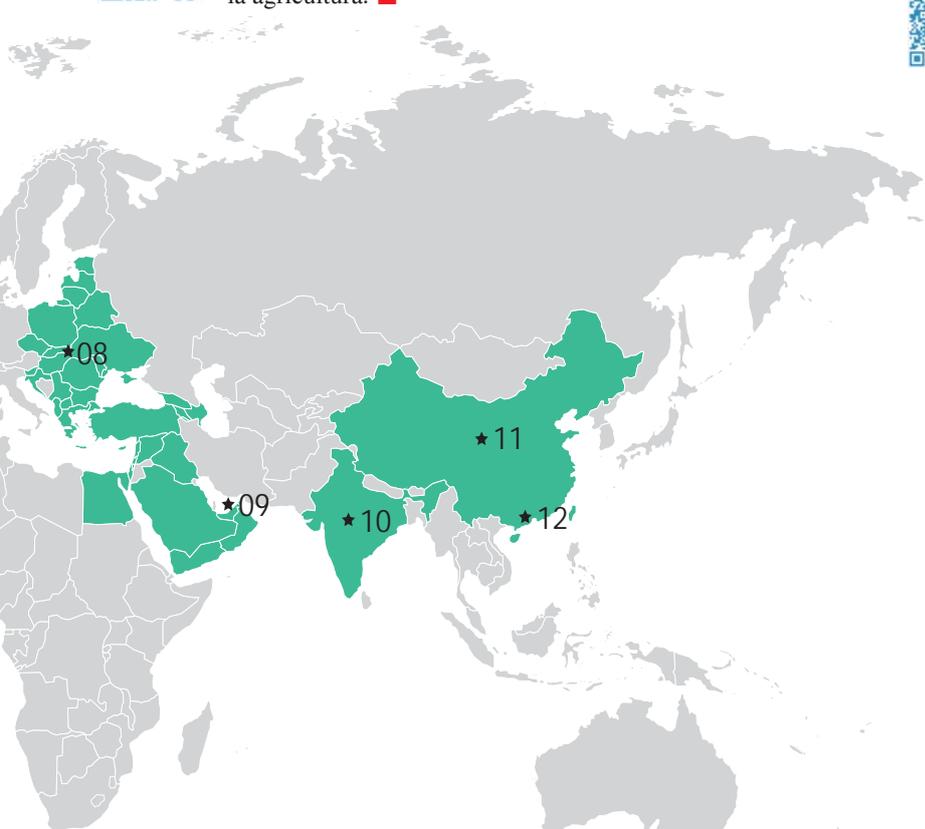
08

HP Presenta Nuevos Modelos de Tanque de Tinta

HP Inc. está ampliando su serie Smart Tank de impresoras multifuncionales rellenables de inyección de tinta a color en Europa Central y Medio Oriente (CEMA). HP anuncia dos nuevos modelos, la HP Smart Tank 315 y la HP Smart Tank Wireless 415, proporcionarán impresiones de alta calidad a bajo costo por página para las pequeñas empresas. ■



Lea más



09

Nueva Plataforma de e-commerce en Medio Oriente

Canon ha lanzado su nueva plataforma de comercio electrónico en Oriente Medio, acercando sus productos y mercancías a los consumidores. La tienda en línea (www.uaestore.canon-me.com) tendrá más de 450 productos que van desde cámaras, impresoras, equipos de oficina y lentes, así como ropa oficial de la marca Canon, equipos para el hogar y accesorios de viaje. ■

Lea más



10

Primer Presidente Indio de Epson India



El gigante de la electrónica Epson India nombró a Samba Moorthy (en la foto) como su nuevo presidente, el primer indio en ocupar el puesto de la compañía japonesa en el país. Moorthy reemplaza a Toshiyuki Kasai que se retira como presidente de la India después de seis años al frente. Fue vicepresidente de ventas y marketing en la empresa e inicio en Epson India en 1996. ■

Lea más



Lea más



11

China Baja Impuestos para Fabricantes de Chips Enmedio de Tensiones Comerciales

El Ministerio de Finanzas de China presento una serie de desgravaciones fiscales y exenciones para empresas que fabrican chips, buscando limitar la dependencia de los chips foráneos en medio de las tensiones comerciales con los Estados Unidos por las transferencias de tecnología. La decisión se produce cuando Estados Unidos está considerando imponer aranceles a las exportaciones chinas por un valor de 50 mil millones de dólares, citando prácticas comerciales discriminatorias en sectores de alta tecnología, incluidos los semiconductores. ■



12

Print-Rite Reconocida

Print-Rite continúa recibiendo premios por sus innovaciones, Recientemente de la Asociación China de Ciencia y Tecnología (CAST) para National Academy Workstation. Según Print-Rite, no solo se establece la primera estación de trabajo académica para la industria de consumibles de impresión en Zhuhai, sino también en el país. ■

Lea más



Seguro encuentras TODO lo que necesitas.



Contamos con un catálogo de más de 14,000 productos.

Oficinas:

MÉXICO

Calle Pino #2436
Guadalajara, JAL.
CP 44900
Tel: +52 (33) 3810 1015

USA

1426 NW 82nd Ave.
Miami, FL
33126
Tel: +1 (305) 560 5380

COLOMBIA

Aut. KM 1.5 Vía Siberia Parque
Agroindustrial de Occidente
Bodega 99
Tel: +57 (071) 875 9209

CHILE

Poeta Vicente Huidobro 3481
Macul
Región Metropolitana
Tel: +56 (123) 0020 1149

ARGENTINA

Namuncura 2369
C. Federal, CD. Autónoma.
Buenos Aires. CP 01417
Tel: +54 (011) 4567 3284



Aumento en Envíos de Tanque de Tinta e Impresoras Laser

El mercado de Hardcopy Peripherals (HCP) en Indonesia envíos totales de casi 2 millones de unidades en 2017, un crecimiento interanual (AaA) del 0.6%, según International Data Corporation (IDC).

En general, las demandas de los consumidores y las empresas se mantuvieron estables y el mercado inkjet tuvo un crecimiento interanual de 0.3% con envíos que alcanzaron 1.8 millones de unidades en total. Este crecimiento fue impulsado principalmente por las impresoras de tanque de tinta,

que registraron un crecimiento interanual del 17.5%. Mientras tanto, el mercado de impresoras láser y copiadoras registró envíos totales de aproximadamente 180,000 unidades con un crecimiento interanual de 8.1%. ■



Crecimiento Reportado en Europa Central



El mercado Hardcopy Peripherals (HCP) en Europa Central y Oriental (PECO) creció un 1.4% interanual en el cuarto trimestre de 2017, con envíos que superan los 1.7 millones de unidades. International Data

Corporation (IDC) también informa que el valor del envío en el mismo período aumentó un 3.9% interanual hasta más de US\$ 493 millones.

Los envíos de inkjets registraron un crecimiento interanual del 12.6% en unidades y del 14.3% en valor. El mercado inkjet se caracterizó por un cambio significativo hacia los modelos de tanques de tinta, que registraron un crecimiento del 26.5% en términos de unidades. ■



FUERA DE AFRICA



PATRICK NAUDE

¿Oportunidades de Mercado?

Patrick Naude, Owner, CMYK Industries, South Africa
<pat@cmymyindustries.co.za>

Me he percatado que con los cambios que ocurrieron en la industria de la impresión mundial sus últimos 12 a 18 meses, el único crecimiento en márgenes debe ser cazado de los "nichos" de mercado.

Un nicho de mercado usualmente está respaldado en un producto único requerido por un consumidor único. Si encuentra a uno, generalmente tiene buen potencial u alta rentabilidad sin competencia o con muy poca. Deseamos pueda encontrar mercado exitoso y pueda mantenerlo durante un largo período de tiempo antes de que el consumidor busque otros proveedores.

Es por esto que es esencial siempre estar al pendiente de su cliente. Si piensan que tendrán una mejor experiencia al cliente en otro lugar, empezarán a buscar.

En África, seguimos por detrás de Europa o EUA y otros mercados establecidos. Esto significa que nuestras tendencias nunca serán las mismas. Por ejemplo, si sus ventas en EUA son buenas en un producto, no significa que en África tendrá el mismo potencial. Quizá después, pero no al mismo tiempo.

Es importante encontrar proveedores o canales donde pueda lidiar con personas confiables. Al comunicarse con

socios potenciales y clientes en varios países puede aumentar su cuota de mercado.

Las tendencias siguen mostrando que las generaciones anteriores de impresoras láser que usan tóner monocromático siguen siendo líderes, siendo HP y Samsung los líderes del mercado. Hay un crecimiento mínimo del tóner a color. Sin embargo, ha habido crecimiento masivo en inkjet y gran formato. El mercado más rentable ha sido este último de inkjet y gran formato.

Si no estaba pensando en estos mercados, le sugiero que considere seriamente diversificarse ahora.



Control.



Control de Calidad, Manufactura precisa



CET Group, uno de los fabricantes líderes de consumibles compatibles para copiadoras e impresoras, inauguró una nueva fábrica altamente automatizada en la provincia de Hebei, China. Estas instalaciones adoptan el sistema de gestión total de calidad (TQM), que asegura un proceso en general estricto, desde control de calidad, a ingeniería, a inspección, todo el proceso hasta la administración de proveedores, esto resultará en un producto con calidad y desempeño estable para los clientes. Aprenda más en CETGroupco.com.

CET Group
Investing in your Future



Nuevo Tóner Compatible para Copiadoras Canon

HYB ha lanzado un nuevo tóner compatible, denominado HYB-F-CA045, para su uso en la serie de fotocopias de color Canon IR C Advance C3325 / C3325i / C3330 / C3330i y C3020i de tamaño A3. HYP afirma que el tóner (con número de referencia: G-47 / GPR-32 / C-EXV30) ha sido sometido a pruebas internas exhaustivas con respecto a sus características de partículas, el rendimiento y el impacto en la copiadora. Todos los tóners se prueban por lotes en máquinas para las que están destinados. ■



Nuevo Cartucho de Tóner para HP

Nature Toner lanzó un nuevo cartucho de tóner compatible con HP CF237A (37A). Nature Toner afirma que su última versión tiene un rendimiento de 11,000 páginas y viene con chip de reemplazo no infractor el cual funciona en impresoras HP LaserJet Enterprise incluyendo M607n / M607dn / M608n / M608dn / M608x / M609dn / M609x / MFPs, y las MFP M631h / M631z / M632h / M632fht y M633fh. ■



Lanzan Nuevos Chips

En respuesta a las últimas actualizaciones de chips de Samsung, Apex ha lanzado nuevos chips de reemplazo que funcionarán en la serie MLT-D115 / 111.

Apex afirma que los nuevos chips, disponibles solo para cartuchos monocromáticos (negros), pueden resolver el problema del bloque de verificación de datos relacionado con esta serie de impresoras. Según Apex, los nuevos chips "usan el último desarrollo en encriptación que cumplir los requerimientos del algoritmo de encriptación para el último firmware". ■



Cartuchos Remanufacturados para Brother TN820

Clover Imaging Group (CIG) la liberado el cartucho remanufacturado Brother TN820 el cual es usado en Brother DCP-L5500DN, DCP-L5600DN, DCP-L5650DN, HL-L5000D, HL-L5000DN, HL-L5000DW, HL-L5000DWT, HL-L6200DW, HL-L6200DWT, HL-L6250DW, HL-L6300DW, HL-L6400DW, HL-L6400DWT, MFC-L5700DW, MFC-L5800DW, MFC-L5850DW, MFC-L5900DW, MFC-L6700DW, MFC-L6750DW, MFC-L6800DW y MFC-L6900DW. ■



Nuevos Chips Liberados

Apex con sede en China ha liberado nuevos para las series de cartuchos Kyocera TK-6115/8115. Según Apex, las nuevas liberaciones son usadas por la serie de impresoras Kyocera ECOSYS M4132idn/M4125idn y Kyocera ECOSYS M8130cidn/M8124cidn. Apex menciona que los chips nuevos han "Pasado una serie de rigurosas pruebas profesionales" cuentan con estabilidad en su desempeño en cada lote. Los nuevos lanzamientos son sencillos de instalar en cartuchos reciclados. ■



LAS TARIFAS PROPUESTAS POR U.S.A. a las IMPORTACIONES CHINAS AMENAZAN

LA INDUSTRIA DE CARTUCHOS AFTERMARKET

Merritt Blakeslee



Blakeslee es un profesional en leyes de comercio internacional y propiedad intelectual, especializado en litigios de patentes ante la U.S. International Trade Commission.



El aftermarket de consumibles de impresión en los Estados Unidos está en peligro de fuego cruzado debido a la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Por el momento, esta guerra es sólo verbal; pero si se vuelve activa, los Estados Unidos podrían imponer tarifas del 25% a los cartuchos de tinta y toner importados de China. Estas tarifas podrían impactar significativamente la economía de la industria reduciendo la ventaja en costo de los revendedores en el aftermarket de consumibles Estadounidense, encogiendo su cuota de mercado.

Investigación del USTR Sobre las Políticas y Prácticas Comerciales de China

Como candidato presidencial, Donald Trump prometió que una vez electo, tomaría acciones contra lo que pensaba eran las prácticas injustas de comercio de China. En Agosto pasado, el Presidente ordenó al United States Trade Representative (USTR), el responsable de la política comercial del Gabinete, investigar las prácticas comerciales Chinas bajo la Sección 301 del Acta 1974 (Sección 301) del Tratado que autoriza al USTR a tomar acciones para “obtener la eliminación de [cualquier] acto, política o práctica” que sea “irracional o discriminatoria” o que “[lastime] o [restringa] el comercio Estadounidense.”

En su investigación, el USTR identificó las siguientes conductas Chinas como acción de garantía bajo la Sección 301:

obtuvo la certificación?



¿Por qué Certificarse?

El símbolo de certificación "STMC" es el más reconocido en la industria de consumibles de impresión. Es un programa de aseguramiento de calidad que es sencillo y costeable.

La certificación por el Comité de Métodos de Prueba Estandarizadas (STMC) indica que los productos de la compañía – y la compañía que los produce – son superiores. su búsqueda de rendimiento es constante y es realizada con seriedad. También genera ingresos, porque los productos premium generan precios premium. Indica que para el fabricante la calidad es primero. Los productos baratos no compiten.

En la actualidad 120 compañías han obtenido la certificación "STMC" en diversos países. "la certificación STMC demuestra que nuestros productos compiten con los "OEM".

La IITC administra este importante programa de certificación STMC.

Pruebe que sus cartuchos son los mejores. ¡certifíquese hoy!

¿Como Certificarse?

Capacitación: La compañía contacta un entrenador certificado para programas la capacitación. (La lista de entrenadores, equipo y metodología de las pruebas están disponibles en www.i-itc.org) Los entrenadores son voluntarios y no cobran por la capacitación. Sin embargo, algunos pueden solicitar reembolso de gastos o viáticos.

Equípese: Antes de que el entrenador llegue, la compañía deberá adquirir la metodología de las pruebas, y deberá leerla para asegurarse que tiene el equipo necesario para la capacitación.

Certificación. Después de que el entrenador enseñó como se utiliza el equipo adecuadamente y cuales son las metodologías de pruebas, enviara un reporte al presidente del STMC verificaran que la compañía recibió la capacitación y cuenta con el equipo de pruebas correcto.

También se solicitará a la compañía realizar una prueba y enviar os resultados al STMC. Los resultados serán evaluados para verificar que los procedimientos de la prueba sean correctos. Una vez aprobados los puntos anteriores, el IITC le proporcionara las instrucciones para recibir el certificado y el logo.

Recepción de certificación STMC y logo. La Certificación STMC es válida durante cuatro años. El certificado del STMC indica la fecha de capacitación y la fecha del vencimiento. El logo STMC indicara la fecha del vencimiento y el número de registro asignado por el IITC. El costo de la certificación STMC es de \$1,000.00 USD. El IITC mantendrá una lista actualizada en su página web de las compañías certificadas STMC e incluirá ambas fechas.

Pruebe que sus cartuchos son los mejores. ¡certifíquese hoy! Pónganse en contacto con Katie hoy en katie@i-itc.org.



- políticas que fuerzan a las compañías Estadounidenses operando en China a transferir propiedad intelectual y tecnologías sensibles a sus socios Chinos como condición de obtener licencia comercial y aprobación de inversión;
- leyes que ponen en riesgo propiedad intelectual Estadounidense al requerir que las empresas guarden datos en servidores Chinos;
- reglas que exigen a las empresas Estadounidenses a entregar tecnologías de información y comunicación al gobierno Chino para inspección y aprobación;
- esfuerzos por robar propiedad intelectual Estadounidense y secretos comerciales por cyber-hackeo; y
- reglas que exigen a empresas Estadounidenses licenciar tecnologías a entidades Chinas en términos no basados en el mercado.

El 3 de abril de 2018, el USTR publicó una lista propuesta que cubre

\$45-50 mil millones en productos importados de China que podrían estar sujetos a una tarifa adicional del 25% como represalia por “la injusta política industrial China.”

toda categoría HTSUS, cubriendo cartuchos de tinta y tóner para impresoras y copiadoras (pero no faxes). Estas son las categorías HTSUS cubiertas en las tarifas 301 propuestas.

(Note que la tabla abajo ha sido editada y no se toma textualmente del HTSUS)

En este momento, los productos importados dentro de las categorías citadas por HTSUS entran a USA libres de impuestos (excepto provenientes de Corea o Cuba). Con las tarifas propuestas en 301, los productos provenientes de China en las categorías HTSUS estarían sujetos a tarifas del 25% ad valorem. (Ad valorem significa el valor de los bienes al entrar a los Estados Unidos, generalmente el valor en la factura comercial que acompaña al embarque).

Partes y Accesorios de Impresoras		
8443.99.20		Partes de impresoras, incluyendo (a) Ensamblajes de láser, incorporando más de uno de lo siguiente: cilindro fotoreceptor, recipiente de toner, unidad reveladora de toner y (b) ensamblajes de Ink jet, incorporando más de uno de lo siguiente: cabezal térmico, unidad dispensadora de tinta, boquilla y unidad almacenadora.
	10	Cartuchos de tinta
	50	Otros
8443.99.25		Otras partes y accesorios de impresoras
	10	Cartuchos de tinta
	50	Otros
Partes y Accesorios de Máquinas de Copiado		
8443.99.45		Partes de aparatos de fotocopiado incluyendo unidades de imagen que incorporen más de uno de lo siguiente: cilindro fotoreceptor, recipiente de toner y unidad distribuidora de toner.
Otros		
8443.99.50		Otras partes y accesorios de otras máquinas impresoras, copiadoras o faxes (para los bienes subrayados en 8443.31)
	11	Cartuchos de tinta
	15	Otros
	50	Otros

¿Qué productos aftermarket cubriría?

Las tarifas 301 tienen como objetivo

¿Qué significarían las nuevas tarifas para el aftermarket de consumibles en USA?

Los cartuchos de terceros compiten

RT MEDIA GLOBAL INDUSTRY AWARDS CEREMONY 2018

VOTE POR AQUELLOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA

Compañías, individuos y organizaciones continúan trabajando fuerte para cambiar la industria de la impresión

NOMINE AHORA
La nominación cierra en julio 31

NOMINE A SUS FAVORITOS Y MOTÍVELO A SEGUIR ADELANTE.

Si tiene sugerencias o preguntas, por favor contacte a:
Hester Han Hester.Han@RTMworld.com

Escanee el código QR o Visite
<https://bit.ly/2KwQujK>



ORGANIZADOR: RECYCLING TIMES MEDIA CORPORATION

RT MEDIA



con los OEMs con base en el precio; es su ventaja en costo (junto con su calidad generalmente equivalente) lo que les ha permitido capturar aproximadamente el 20% del mercado. Normalmente estos cartuchos se producen en China aunque los cartuchos remanufacturados de terceros con destino en USA casi nunca vienen de China. Piense en Print-Rite, Ninestar, Aster, Hubei Dinglong, etc. como “nuevos” y en Clover Imaging Group y LMI como cartuchos remanufacturados. Y generalmente, los cartuchos OEM se producen en diversos lugares fuera de China como Japón, México, Francia y Estados Unidos. En otras palabras, las tarifas 301 caerán desproporcionadamente sobre los cartuchos “nuevos” de terceros, erosionando significativamente su ventaja de costos dentro del aftermarket.

Los Sigüientes Pasos

El USTR ha dado el siguiente programa para recibir comentarios públicos sobre las tarifas 301 propuestas:

- Abril 23, 2018: Fecha de vencimiento para presentar solicitudes para comparecer y un resumen del testimonio esperado en la audiencia pública y presentar actos de audiencia.
- Mayo 11, 2018: Fecha de vencimiento para presentar comentarios por escrito.
- Mayo 15, 2018: El Comité de la

Sección 301 llevará a cabo una audiencia pública en el salón de audiencias principal de la U.S. International Trade Commission, Washington DC.

- Mayo 22, 2018: Fecha de vencimiento para presentar comentarios refutables a la audiencia.
- En otras palabras, las tarifas 301 propuestas no tendrán efecto hasta después de Mayo 22.

La Guerra de Palabras

Desde el 22 de Marzo, cuando la Casa Blanca anunció los resultados de la investigación USTR 310, China y los Estados Unidos se han enganchado en una odiosa guerra de palabras. Después del anuncio de la lista de categorías propuestas para la tarifa 301, China declaró rápidamente que tomaría represalias vigorosamente imponiendo sus propias tarifas del 25% a igual número de productos Estadounidenses, especialmente a productos políticamente sensibles como aeronaves, agro productos y automóviles. El 3 de abril, el Presidente Trump respondió proponiendo duplicar el valor en dólares de los productos sujetos a las tarifas 301. También propuso que los Estados Unidos reiniciaran negociaciones en el Acuerdo Trans-Pacífico, el acuerdo multilateral que muchos ven como contra parte a la influencia China en el tratado Asiático. (Luego de tomar posesión, el Presidente Trump ordenó

la salida de los Estados Unidos de las negociaciones en el TPP).

En los últimos días, el tono de la retórica Estadounidense y China ha disminuido. Es, sin embargo, difícil determinar si la guerra comercial USA-China puede evitarse. Y si se lanza la guerra comercial, parece posible que los importadores y revendedores norteamericanos de tintas y toners aftermarket de terceros y sus proveedores Chinos, se encuentren en las listas de las primeras bajas. ■



Merritt R. Blakeslee ejerce en las áreas de derecho internacional y regulaciones de comercio internacional desde 1991. Su práctica se concentra en derecho internacional y leyes de propiedad intelectual. Sus áreas principales de acciones incluyen Sección 337 en la International Trade Commission; Asesoría Aduanal, ejecuciones, y litigios; protección de marcas registradas y anti piratería; investigaciones antidumping y de derechos compensatorios; y controles de exportación.



Construyendo un MEJOR de Suministro de Impresión MODELO DE NEGOCIOS

—Harry Stoubos de Cartridge World reinventa
la marca mundial en todos los continentes

David Gibbons

Según *Franchise Direct* la franquicia Cartridge World está en el rango de las 100 más grandes franquicias en la posición 92. La organización tiene más de 20 años de éxito de franquicias con cerca de 800 tiendas en 40 países suministrando consumibles de impresión y un conjunto de servicios para negocios y oficinas.

“A pesar de haber pasado la prueba del tiempo con un periodo record sin paralelo en nuestra industria,” comenta Harry Stoubos, Director Global de Desarrollo de Negocios, “debemos asegurarnos de mantenernos en forma en esta industria de rápidos cambios que es demandante.” Esta galardonada franquicia continúa siendo la franquiciante global líder dentro de la industria de impresoras y suministro de cartuchos de impresión.

Inicios

Bryan Stokes vio un anuncio en el *South Australian Advertiser* que decía “Obtenga \$75 cada 15 minutos recargando cartuchos de impresión

¿Por qué está tan convencido del modelo de negocios Cartridge World?



AUSTRALIA

Phil Mustoe

Gerente de operaciones nacionales de ANZ

Cartridge World ha construido su reputación mundial gracias a la fortaleza de su marca. El modelo de negocios no solo ofrece consumibles; ofrece hardware de impresión, servicio y soporte, soluciones rentables de impresión comercial y consejos confiables. En contraste, otros proveedores minoristas se enfocan en el precio más bajo.

Las tiendas Cartridge World atienden a una amplia gama de clientes que reciben valor agregado mediante experiencia y orientación que ayudan encontrar el producto que se adapte a sus necesidades, al mejor precio.



USA

Gregory J. Carafello

Franquicia Master: Mid Atlantic Region

Nuestras herramientas B2B de primer nivel brindan a los propietarios de tiendas una tasa de éxito muy alta en la obtención de contratos B2B a largo plazo que suelen durar entre tres y cinco años. Nuestra Training University es muy minuciosa y ofrece a los propietarios las habilidades necesarias para alcanzar un alto nivel de éxito con las impresoras, el servicio de impresión y los suministros para todos los productos.



GRECIA

Chris Kaloyeros

Franquicia Master: Grecia

He sido Master en Cartridge World por más de 14 años y he visto muchos cambios en el sistema de la empresa, ya que se ha adaptado a los cambios en el mundo de los negocios. La principal ventaja del modelo de Cartridge World es su enfoque en la experiencia local. Este elemento de "gente local" junto con el conocimiento técnico, la capacitación, la calidad superior de los productos y la cantidad de programas comerciales hacen que el modelo sea insuperable. El nombre del juego es propiedad de la impresora y el modelo de Cartridge World ofrece una mejor relación calidad-precio que cualquier otro en el mercado, incluido lo que ofrecen los OEM.



láser.” Así que decidió hacer la prueba. Fundó una empresa en Adelaida, Australia del Sur, llamada Australian Cartridge Company, en 1988. En 1996, Stokes unió fuerzas con Paul Wheeler y juntos planificaron la estructura del negocio de franquicias con la primera franquicia vendida en Australia del Sur en 1997. La segunda, tercera y cuarta, siguieron rápidamente.

En 1999 la cambiaron el nombre a Cartridge World. La futura decisión de introducir Masters que desarrollasen territorios específicos fue crítica para el crecimiento de la empresa. Esto permitió una significativa explosión de tiendas en todo el mundo. La primera Franquicia Master internacional se estableció en Nueva Zelanda en el 2000, seguida de USA y Europa.

“El éxito vino de nombrar Masters de sus propios países o regiones,” explica Stoubos. “El conocimiento local del potencial del mercado fue crítico para el éxito al implementar el modelo de negocio Cartridge World

y guiar diligentemente el rumbo para obtener cuota de mercado.”

El operar dentro de una industria global de US\$80 mil millones proporcionó una enorme oportunidad a jóvenes empresarios. Fue antes del teléfono inteligente y las tabletas, cuando cada persona y empresa dependían de la impresora. Luego llegaron los servicios incluidos: Impresión Administrada (MPS), leasing sin costo de impresora, impresión inkjet y laser, toners de copiado, partes y servicios a impresoras.

Hoy

Cartridge World ofrece a su red de tiendas y profesionales de ventas alrededor del mundo todo el soporte necesario: marketing, innovación, herramientas de ventas, entrenamiento y experiencia en cadena de suministros.

Se ha establecido un Centro de Aseguramiento Global en Zhuhai,



China para analizar detenidamente todos los componentes y asegurar que la calidad de los productos suministrados sea consistente y confiable. Esto permite a Masters y franquiciatarios enfocarse en vender y proveer soluciones de impresión a sus clientes.

Veinte años después, la organización se ha ajustado para proveer un modelo de negocios robusto que funcione en 2018. Hoy, Cartridge World emplea cerca de 2,000 personas y contribuye a la economía de más de 40 países. Es capaz de ajustar sus ganancias para crear y mantener relaciones de negocios a largo plazo con sus clientes. Tradicionalmente fuerte en mercados B2C, ahora su fuerza de ventas comienza a ganar contratos B2B, gubernamentales y cuentas nacionales. Según Stoubos, Cartridge World ha ajustado su modelo de negocios para ajustarse a los cambios del mercado. “Nuestra gente tiene las habilidades, conocimientos y

la tecnología para ofrecer un toque diferenciador con los muchos productos y servicios que proveemos,” declara.

¿Quién y Cuándo?

Cartridge World se movió rápida y exitosamente al establecerse en mercados de primer mundo como USA, Australia, Nueva Zelanda, India, Francia y UK. “También tenemos gran éxito en mercados emergentes,” explica Stoubos. La organización ha visto grandes éxitos en países como Guatemala, Paraguay, Afganistán, Filipinas, Chile, Malasia y más recientemente, el Este de África y Arabia Saudita.

Stoubos comenta que han otorgado franquicias master en Tanzania, Kenia, Uganda y Arabia Saudita. “Estos líderes están construyendo la marca Cartridge World desde cero en un corto periodo,” comenta. “Consecuentemente, grandes clientes B2B como DHL, Mercedes, PWC,



INGLATERRA

Paul Callow

Franquicia Master: UK, Irlanda, España y Portugal

Yo, y mis socios comerciales, invertimos en la marca Cartridge World en 2016 porque pudimos ver una oportunidad real de utilizar el poder de una marca global para generar un negocio grande y rentable en un segmento de mercado masivo y estable. Con el apoyo del Equipo Ejecutivo, hemos trabajado juntos en nuestras regiones para crear una estrategia óptima de ventas y mercadotecnia de canales que está conduciendo a un rápido crecimiento en ventas en línea, comerciales y directas B2B, mientras apoyamos la red tradicional de franquiciados. El mercado es difícil y competitivo, pero, al trabajar en conjunto con el apoyo de los propietarios de la marca, estamos logrando un gran progreso. Todos están ganando.



USA

John Applegate

Propietario de Tienda Cartridge World : Princeton

El modelo de negocio de Cartridge World satisface la necesidad cada vez mayor de ventas, servicio y soporte "a nivel básico" para el sector de la pequeña y mediana empresa. Es esta base de clientes que, por lo general, no cuenta con personal de TI y, por lo tanto, no cuenta con soporte en sitio para su flota de impresoras. Aquí es donde brilla nuestro negocio, ya que somos la solución local que puede proporcionar un servicio experto y un medio rentable de administrar su presupuesto de impresión. ¡No lo encontrará en una gran tienda o en un minorista en línea!



USA

Francisco Garrido

Franquicia Master: Florida

El modelo de Cartridge World es sólido y fácil de operar, lo que ayuda a los masters y franquiciatarios a desarrollar rápidamente sus negocios. Al proporcionar una solución de impresión integral para empresas locales, incluidas impresoras, cartuchos, mantenimiento y Servicio de impresión administrada (MPS), ofrecemos el soporte que cada uno necesita a un precio muy competitivo prestando atención a los detalles. La inversión inicial en el negocio de Cartridge World es relativamente baja e incluye toda la capacitación esencial, así como el soporte continuo.



USA

WH (Bill) Burch

Co-Proprietario de Cartridge World Traverse City Store

Mi interés en la franquicia de Cartridge World fue inmediato. Mientras escuchaba el cambio de marca que atravesaba la empresa, también representaban cómo estaban transformando las ubicaciones de las franquicias de un modelo basado en transacciones a un modelo de ingresos recurrentes. Esto fue importante para mí porque sentí que mi desempeño aseguraría un mayor valor para mi franquicia. Después de obtener la franquicia, me entregaron todo lo que se presentó y surgió una relación bidireccional que me permitió trabajar en la construcción de mi tienda.



PARAGUAY

Monica Cattoni

Franquiciataria Master para Paraguay

En mi opinión, la razón del éxito de Cartridge World es su dedicación al servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.

Esto está respaldado con productos de alta calidad, excelente presentación y precios muy competitivos. Todo esto diferencia a Cartridge World de su competencia. Además, los clientes reconocen y aprecian que es una marca verdaderamente multinacional



USA

Michael Mancuso

Franquicia Master: Rhode Island

Déjame decirlo claramente:

- Cartridge World no tiene una competencia de franquicia global, ¡ninguno!
- es familiar-amigable.
- su enfoque es B2B y minorista con un modelo de ventas por contrato que "asegura" la lealtad de los clientes con ventas de hardware, software y suministros.
- tiene horario comercial "normal" con márgenes brutos muy altos.
- tiene ventas continuas: no estacional, ni cíclica, no una sola y ¡listo!
- Es el negocio "complementario" perfecto para los propietarios de empresas existentes: técnicos en reparación de computadoras o impresoras, TI independiente, reparación de teléfonos celulares, impresión local o tiendas de letreros, empresas locales de copadoras, etc.



Hoteles Hyatt así como bancos nacionales líderes están volviéndose clientes leales y constantes.” Stoubos quiere continuar con este éxito, expandiendo la huella de Cartridge World en África y en la región más amplia del Medio Oriente.

Para lograrlo, Stoubos dice que está buscando a empresarios o negocios altamente exitosos que tengan la pasión de construir una marca global en su país. Comenta que hay 10 características esenciales necesarias:

1. Excelencia en habilidades de comunicación;
2. Capacidad para invertir en una tienda corporativa;
3. Habilidad para entrenar y dirigir a un equipo;
4. Habilidad para cumplir con los requisitos del modelo de negocios;
5. Contar con un equipo de ventas sólido y experimentado;
6. Capacidad para acceder a las cadenas de suministro necesarias;
7. Invertir en marketing para hacer crecer la marca y para abrir tiendas;
8. Innovación;
9. Capacidad para alcanzar y adoptar los estándares de cumplimiento;
10. Confianza e integridad comprobables.

“No puedo desestimar la necesidad de trabajar duro junto con una actitud positiva y gran ética laboral,” agrega Stoubos. “Sin embargo, las recompensas se dan a quienes

califican. Tenemos muchas tiendas en nuestra red que generan más de US\$50,000 al mes y están creciendo. Estas tiendas normalmente tienen de o tres vendedores ofreciendo cartuchos e impresoras de nivel premium en contratos de largo término por 3 años soportados con una solución completa de servicios de impresión.” Stoubos está confiado en que la organización tiene la experiencia, los productos, la tecnología, la capacitación y la visión para dirigir la red global de franquicias hacia el futuro.

“No podemos mirar atrás o quedarnos estáticos. Necesitamos ser innovadores para ser relevantes. Confiamos en ofrecer una alternativa probada a los cartuchos OEM.” En 2018, Cartridge World lanzará su Programa de Renovación de Tiendas en Australia y Nueva Zelanda. El recientemente establecido Campus Training Centre en las oficinas de Norte América en Chicago, proporciona a los masters, franquiciatarios y staff de un programa intensivo de dos semanas que cubre todos los aspectos del modelo de negocios, la visión de la industria y la capacitación en las últimas innovaciones y nuevos productos.

Cartridge World está invirtiendo en su gente y en la innovación para poder disfrutar de los beneficios que traerán los siguientes veinte años. ■



Harry Stoubos: Por qué creo en el modelo de negocios Cartridge World



El hombre de negocios australiano Harry Stoubos ha trabajado en roles gerenciales clave de grandes corporaciones. Primero en Cadbury Schweppes perfeccionó sus cualidades de vendedor en pequeños

y grandes negocios. A pesar de su pasión por el deporte y habiendo dejado su carrera profesional en fútbol, rápidamente comprendió que el mundo de los negocios era lo suyo. Continuó su carrera en Sara Lee y Pepsico, donde alcanzó la gerencia senior. “Unirme a Cartridge World en Noviembre del 2009 fue una progresión natural en mis aspiraciones” comenta. “Me ha permitido operar globalmente con una marca global exitosa.”

Se convirtió en Gerente General de Cartridge World Asia Pacífico después de su rol inicial como ventas y mercadeo. En 2015, fue nombrado Director Global de Desarrollo de Negocios. “Esta posición me permite ser un embajador de una marca global en todos los rincones del planeta. Hablarle a la audiencia en la RT Imaging Expo Cairo es la más reciente oportunidad.”

Stoubos trabaja de manera cercana con quienes describe como un equipo de ejecutivos comprometidos y talentosos de talentos formado de líderes regionales y franquiciatarios master para definir e implementar estrategias en la red global. Sabe que su enfoque principal es expandir la marca Cartridge World a través de nombrar nuevos franquiciatarios master en los territorios asignados. Los mercados emergentes como África, Medio Oriente y Latinoamérica son fundamentales para el crecimiento del negocio.

Su pasión por Cartridge World es obvia. “Es un modelo de negocio global en el que el éxito está comprobado y que está en armonía con los franquiciatarios master, las franquicias y los clientes—todos los interesados obtienen gran valor.” Comenta que la base de clientes leales, disfrutan de la experiencia Cartridge World gracias a sus productos, servicios y ahorros. “Somos la mejor alternativa a los OEMs porque podemos proporcionar una solución completa y experiencia en la industria,” comenta.

Stoubos dice que el modelo de negocios es único y se ha implementado en más de 40 países. Stoubos ofrece la oportunidad de compartir el modelo de negocios CW más a detalle. Puede ser contactado en <harry.stoubos@cartridgeworld.com.au>.



TANZANIA

Ashish Nagewadia
Gerente de Desarrollo de Negocios – Este de África

África ha sido durante mucho tiempo un mercado cautivo y tuvo que pagar precios mucho más altos que el resto del mundo debido a la falta de alternativas. Los consumidores se están volviendo más conscientes de los consumibles alternativos ya que buscan una alternativa confiable a los costosos consumibles OEM. Las grandes empresas buscan proveedores de soluciones en lugar de los de la vieja escuela. El modelo comercial de Cartridge World proporciona a los empresarios una plataforma mediante una gama de productos de calidad, una marca global, una experiencia a largo plazo y una visión y estrategia para dominar el mercado de la impresión en cualquier país. Cartridge World ofrece un excelente soporte a los empleados con planes de marketing y capacitación de ventas personalizada que hace que los negocios tengan éxito más rápidamente en sus respectivos mercados.



USA

Chuck Sawyer
Propietario de tienda Cartridge World: Tucson, AZ

Cartridge World Stores se encuentra en una posición única en un mercado cambiante para tener éxito en el servicio al mercado Business-to-Business (B2B). Primero, somos de propiedad local y conocemos nuestro mercado. Esto significa que podemos enfocarnos en la capacidad de respuesta y la calidad. También nos beneficiamos del impulso que que tenemos al ser parte de una franquicia internacional que brinda tecnología y soporte operativo a las tiendas. En segundo lugar, a medida que cambian las necesidades de los clientes (pueden estar imprimiendo menos o de manera diferente), estamos calificados de manera única para brindar asesoramiento experto sobre qué impresoras y cartuchos son los más rentables para satisfacer el cambio en las necesidades. Ser agnóstico de marca / fabricante nos permite recomendar y brindar la mejor solución de impresión para nuestros clientes. Finalmente, nuestro sistema de franquicias ha desarrollado programas innovadores para adaptar una solución específica a las necesidades de los negocios y clientes locales. Nuestros programas "Por qué comprar una impresora", "Servicios de impresión administrados" y "Costo por página" demuestran que somos conocedores, receptivos, adaptables y nos guían los clientes.

GENUINE OR INFRINGING?



Want to Know?

Use our WIDCIO (When In Doubt Check It Out) program.

The ISC is dedicated to combating infringing & fraud in the imaging supplies industry. Please help us by reporting products which you suspect are infringing. Learn about our WIDCIO (When in Doubt Check It Out) program at www.isc-inc.org



PARTICIPATING PARTNERS



5 PREGUNTAS

Relaciones y Cambios en Economía-de tiro

Los clientes que una vez capturó, están buscando su reemplazo. Esta es mi explicación de la economía de empuje transformándose en economía de tiro.

¿Cómo está cambiando la relación cliente-proveedor?

Aquí lo que pienso. En el ambiente de empuje de ventas de producto del pasado, el cliente era buscado, cortejado y el vendedor del producto basaba la aceptación del cliente en la relación que creaba con el comprador. En una economía de tiro el comprador se convierte en el cazador, el comprador forma la relación basada en su experiencia de adquirir lo que desea. Una economía de tiro remueve el poder del vendedor y se lo da al comprador. La economía de tiro redirecciona la búsqueda de vendedores buscando prospectos a vendedores convirtiéndose en prospectos y compradores.

¿Esto impactará las estrategias de venta tradicionales?

Las acciones actuales son fácilmente identificadas, investigadas y adquiridas, de manera que la necesidad de empujar productos a través de estrategias de venta y mercadotecnia del pasado se está desvaneciendo. El desafío será para los revendedores para determinar cómo responden a la intersección cuando sus productos no sean más un commodity, ni tan valiosos al mercado como lo eran. En el mundo actual muchas organizaciones e industrias se encontrarán en esta intersección.

¿Qué buscan los clientes para 2018?

Relevancia. Tienen herramientas y medios para buscar alternativas sin prácticamente intervención humana. Los clientes están construyendo relaciones digitales basadas en experiencias de usuarios, y desde ahí, determinan el valor del componente humano.

¿Cómo sobrevivirán los proveedores a estos cambios?

Aquellas organizaciones que pueden integrarse con sus clientes, en lugar de interrumpirlos, prevalecerán. Actualmente, no solo son organizaciones de ventas y servicio que tengan la capacidad de guiar el proceso de decisión. Cada vez más usuarios finales están antecediendo a sus proveedores en sus propias fuentes de datos. Están abocados a las soluciones sin involucrar a sus proveedores actuales y formar nuevas relaciones de sus descubrimientos.

¿Qué están haciendo mal la mayoría de los proveedores?

Cuando organizaciones o industrias están pasando por disrupción, muchos se enfocan en lo que llamo "Convencimiento de Relevancia"—convenciéndose a si mismo y sus pares industriales de que lo que manufacturan o entregan sigue teniendo la relevancia que tuvo. En lugar de invertir en diversificación o reinventar el "cómo" lo hacen, reinvierten en lo que hacían en el pasado. El pionero o innovador reinventa el pasado o trae al futuro al presente. Los revendedores SMB deben dejar el equipaje emocional del pasado atrás, son estrategias expiradas, los clientes han decidido que es irrelevante.

Organizaciones que han vivido y se han beneficiado de la economía de empuje deberán reinventar sus métodos de cortejar a los clientes en la nueva economía de tiro. Algo que nunca cambiara sin importar el tipo de economía, es que su "mercadotecnia" debe seguir después de la "Notoriedad" y siempre recuerde que su "Notoriedad" está a merced del receptor. ■



Ray Stasieczko, Consultor de Imaging Channel
<raystasieczko@gmail.com>

PERSONAS

En movimiento, obituarios, logros especiales.



Nueva Frontera

El presidente y director de operaciones de Canon USA, Yuichi Ishizuka, ha sido enviado a una nueva frontera para liderar los negocios de Canon en Europa, Medio Oriente y África (EMEA). Esto marca la culminación del mandato de Ishizuka de treinta y tres años con Canon Américas. También ocupa el puesto de director ejecutivo de Canon Inc. en Japón.



Siguiente Parada... Canon USA

El ex vicepresidente ejecutivo de Canon China, Kazuto Ogawa, fue nombrado presidente y director de operaciones de Canon U.S.A., sucediendo a Yuichi Ishizuka. Ogawa comenzó su carrera con Canon Inc. en 1981, y anteriormente ocupó cargos con Canon en todo el mundo. En 2014, fue nombrado director ejecutivo de Canon China y dos años después se convirtió en director ejecutivo de Canon Inc.



Cambio Laboral después de Adquisición

Antes de la contratación de Dan Stone como presidente de CompuCom tras su adquisición por parte de Office Depot en noviembre de 2017, fue CEO de CompuCom. Antes, Stone fue vicepresidente ejecutivo y presidente de End User Enablement (EUE). fue presidente y gerente general de Lenovo Latinoamérica y director de estrategia de Lenovo Group.



Nombran Nuevo Presidente

Joji Tokunaga ha sido nombrado presidente y CEO de Ricoh América. Tiene 33 años de experiencia en ventas, marketing y administración en puestos ejecutivos. En este puesto, Tokunaga dirigirá los esfuerzos del equipo de América del Norte para llevar la estrategia global de crecimiento de Ricoh Ignite a sus valiosos clientes y socios distribuidores.



Office Depot Tiene Nuevo COO

Scott Kriss ha sido ascendido a vicepresidente senior y director de contabilidad en Office Depot, Inc. En su nueva función, Kriss está a cargo de las actividades de contabilidad general, servicios financieros, sistemas financieros, informes externos y Sox Compliance para la empresa, le reportará a Joseph Lower, vicepresidente ejecutivo y director financiero.

EN MI OPINIÓN

¿Qué piensa de la Expo en El Cairo?



África & Medio Oriente

Robin Mowatt

Gerente de Ventas Regionales/
Gerente General
CET AME Branch

Para ser honesto, estaba mucho más concurrido de lo que pensé. Por lo tanto, ha sido muy exitoso gracias a la buena organización y mercadotecnia que hizo que la gente viniera. Estoy muy feliz, espero que esto siga en la Expo de Zhuhai, donde traeremos a nuestro equipo completo tal como lo hicimos aquí.



Middle East & Africa

Sandeep Sethi

Regional Head
Clover Imaging Group

Es la primera vez que participo en cualquier RT Imaging Expo. Creo que es una gran plataforma para conectarnos con los mercados de Oriente Medio y África Oriental. Egipto es un gran mercado de enorme potencial. RT Imaging proporciona una buena plataforma para reunirse con los clientes, interactuar con ellos y comprender sus necesidades en términos de marca. He tenido una gran respuesta de ellos aquí en El Cairo.



Egipto

Essam Hashem

SpearInk

Estoy feliz porque es el segundo año de esta exposición y veo muchos más visitantes y expositores que el año pasado. Esta exposición conecta personas de toda la región EMEA. Esto es bueno para la industria. También me alegra que nos conecte con más personas de Europa y China ... de todas partes

MIGRANDO DE E-Commerce 1.0 a E-Commerce 2.0



John Shane

Cada año, el grupo de analistas de Keypoint Intelligence se reúne para producir un mapa de los factores más importantes que impactarán el negocio de la impresión. Este artículo es un extracto del mapa del 2018, enfocado en la evolución del eCommerce durante el año.

Nuestra predicción 2018 para el e-commerce es:

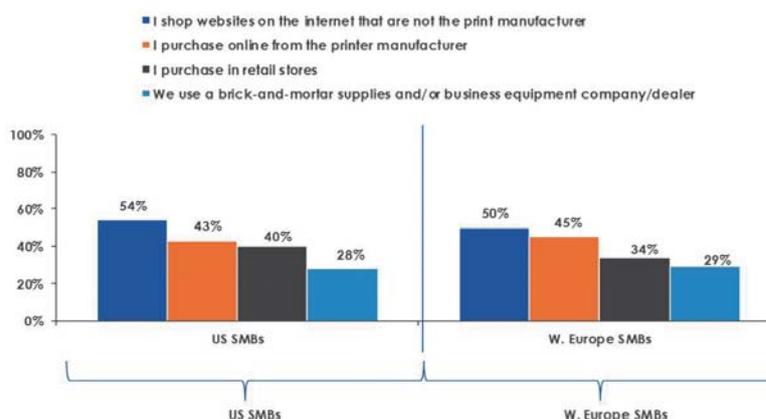
en 2018, veremos un cambio de e-commerce 1.0, que es la compra y venta de productos de oficina tecnológicos, a e-commerce 2.0— compra de servicios de valor agregados vía internet. Ciertamente, los servicios de la nube representan el primer paso hacia el e-commerce 2.0.

E-commerce 1.0 tiene un impacto enorme en EUA y Europa. Las tiendas

minoristas están luchando ya que los usuarios han cambiado sus compras a Internet. En todas las categorías de productos, las tiendas minoristas están sufriendo mientras crece el comercio electrónico. Las tendencias minoristas actuales muestran que el 51 por ciento de los estadounidenses prefieren las compras en línea, el comercio electrónico crece un 23 por ciento años tras año.

El mercado de productos de tecnología de oficina no está exento. Según una investigación de Keypoint Intelligence-InfoTrends el 32 por ciento de las pequeñas empresas (<50 empleados) en EUA y 20 por ciento en Europa occidental compran impresoras láser A4 en línea. Esa cifra fue mayor para el inkjet, con un 33 por ciento en EUA y 37 por ciento en Europa Occidental.

Canales utilizados para comprar entre PYMES (1-99 empleados)



Fuente: Sizing Ink & Toner e-Commerce U.S. Study, Keypoint Intelligence-InfoTrends, 2017

Además, cuando se trata de tóner, nuestro estudio encontró que casi el 50 por ciento de las pequeñas empresas compran en línea.

Específicamente respecto a consumibles, nuestro estudio sobre comercio electrónico y consumibles analizó la compra de estos por parte de consumidores y pequeñas empresas. Entre las PYMES con al menos 99 empleados, el cambio a comprar en línea es enorme. El siguiente cuadro muestra la proporción de compradores de consumibles de PYMES (de 1 a 99 empleados) que compran tóner a cuatro canales que se muestran. Los sitios más populares son revendedores independientes de Internet (por ejemplo, Amazon, eBay, Staples.com y 123inkjets).

Claramente, el e-commerce 1.0 se ha afianzado. También está causando estragos, especialmente con respecto a los consumibles donde la compra es tan fácil como una búsqueda en Google y la respuesta es una enorme variedad de productos compatibles, que a menudo se ofrecen al 20 por ciento del precio del OEM. El riesgo del e-commerce 1.0 es que no hay lealtad ni valor añadido en un mercado en declive.

Los riesgos se ven especialmente en PYMES. A partir de ahora, el MPS se ha apoderado de las grandes empresas donde los OEM y los proveedores de

MPS compiten por la cuota de mercado, no solo por el costo, sino también por el valor agregado. El cuadro a continuación muestra la distribución de consumibles MPS por tamaño de empresa para EUA y Europa Occidental. E-commerce 1.0 necesita transformarse en e-commerce 2.0 y agregar valor, lealtad y adherencia.

Esta industria debe migrar al e-commerce 2.0. El objetivo del e-commerce 2.0 es utilizar la capacidad de Internet para ganar cuota de mercado a través de la lealtad y el valor agregado, no de precios. No hay duda de que los OEM y los canales están tratando de avanzar en esta dirección, y que algunas ofertas fracasarán.

Tampoco hay duda de que la industria seguirá probando diferentes ofertas para actualizar al cliente e-commerce 1.0 a 2.0 porque, en este momento, el principal impacto del e-commerce 1.0 es sacar valor del mercado a través de precios. E-commerce 2.0 necesita agregar valor. Los vendedores intentarán proveer no solo productos, también servicios a través de Internet para ganar participación en el mercado. Esto ampliará los criterios de compra de solo factores de precio a consideraciones sobre valor, conveniencia, lealtad y servicio. Internet es el facilitador.

El resurtimiento automático de consumibles vía Internet fue el primer movimiento en esta dirección.



North Africa
Narjiss Mouslim
Gerente de Ventas Regionales Noráfrica Katun(E.D.C)B.V.

Esta es una mejor expo que el año pasado, muchas compañías me han visitado y hemos platicado con algunos. Hay muchos negocios realizándose aquí este año.



Australia
Harry Stoubos
Cartridge World

Esta es la primera vez que visito Egipto y estoy contento de estar aquí. Un sitio seguro, de clase mundial, las instalaciones y personal eran excelentes. Es un sitio genial. La exposición fue excelente y bien organizada también. Estoy muy feliz de haber venido aquí. El mercado africano tiene mucho potencial. Todavía no está desarrollado y es por eso por lo que lo he visitado. Creo que mi empresa puede ayudar a los empresarios africanos a hacer más negocios y negocios más inteligentes.



Egipto
Benjamin Tawfik
Gerente General AGB

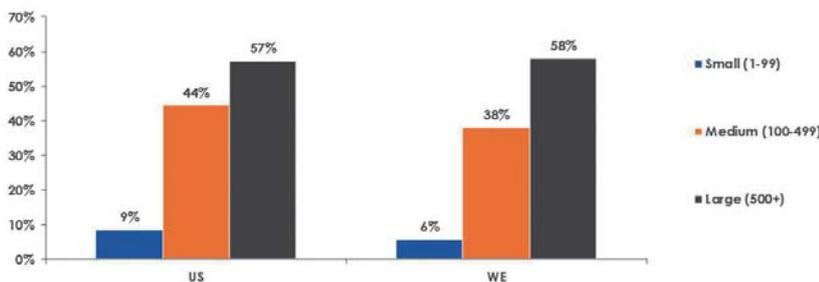
Estoy muy interesado en esta expo. Además de ser un lugar seguro y cómodo, me he encontrado con proveedores y clientes en el mismo lugar. Es muy conveniente y práctico, y la buena organización ofrece un buen ambiente de negocios. Estoy feliz de estar aquí, ya que nos mejorará a nosotros y a nuestros proyectos



Egipto
George Origanos
Gerente General A Omega Tec

Es una expo buena. Una buena oportunidad para conocer a todos los proveedores y fabricantes. También es una buena oportunidad para conocer a los importadores en Egipto. Nos encontramos con muchos distribuidores y fabricantes aquí. La expo está muy bien organizada. El lugar también es muy bueno. Eligieron un muy buen lugar. Espero que la próxima vez encuentre más participantes aquí.

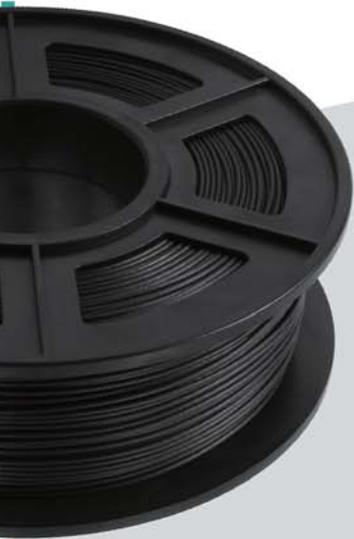
Penetración de consumibles via MPS por tamaño de compañía (empleados)



Fuente: Keypoint Intelligence-InfoTrends forecast



3D PRINTING PEN



◀ PLA CARBON
FIBER

WOOD ▶

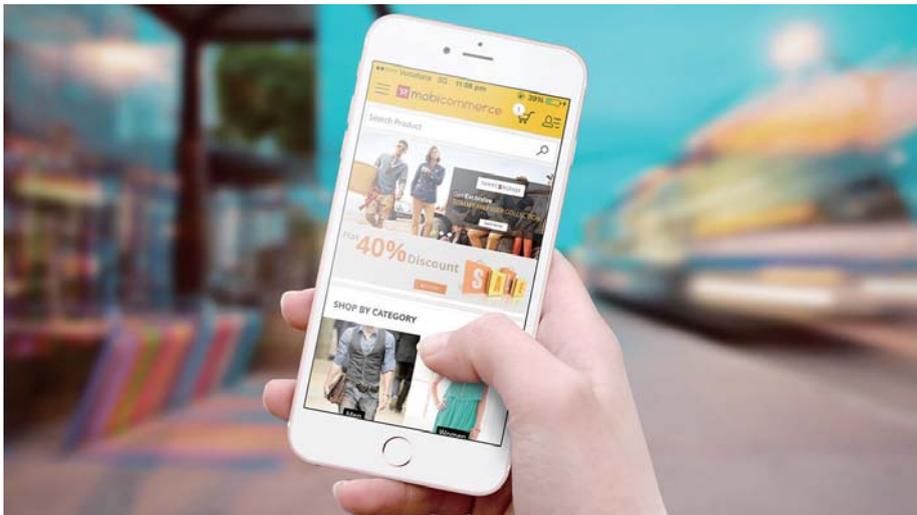


3D PRINTER FILAMENT

Tolerance $\pm 0.02\text{mm}$



PLA CARBON FIBER | PCL | WOOD | PA | PC
| PETG | PVA | FLEXIBLE | PLA COLOR CHANGE



El programa Instant Ink de HP es un ejemplo. Según HP, su programa Instant Ink tiene una tasa de renovación del 96 por ciento y la compañía menciona que, dado que el registro se lleva a cabo durante la instalación y configuración de la impresora, han visto un aumento en la inscripción. También han surgido otros programas de resurtimiento automático. Brother fue uno de los primeros participantes en Amazon Dash; HP / Samsung y Epson se han unido desde entonces al programa.

En 2017, Brother también comenzó a ofrecer su propio programa de resurtimiento de consumibles, "Refresh", para tóner y tinta. "Refresh" está diseñado para evitar la compra de consumibles mediante el uso de una tecnología inteligente predictiva. Mientras que otros programas tienen un costo específico asociado con el volumen de impresión, la estrategia de Brother es ligeramente diferente se paga por uso sin costos de suscripción inicial o tarifas de cancelación. Además, para proteger a los socios de canal tradicionales de Brother Business Association, ciertos modelos no están incluidos en el programa "Refresh", protegiendo estos flujos de ingresos de consumibles.

El lado e-commerce de algunos revendedores tradicionales también se está uniendo a la mezcla. En 2017, HP se asoció con Staples para proporcionar

un programa de auto-reabastecimiento de pedido inteligente para tintas y tóner HP. Staples indicó que otros fabricantes se agregarán al programa en el futuro.

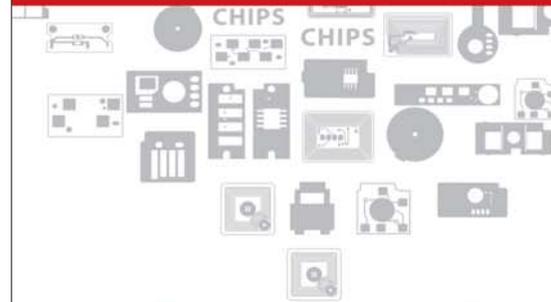
Los posibles componentes del e-commerce 2.0 podrían incluir:

- Reabastecimiento automático de tinta y tóner
- Diagnóstico remoto y solución de problemas
- Reemplazo/actualización planificados de hardware para adaptarse a las necesidades de uso
- Servicios de "nube" y automatización de procesos de negocio para PYMES
- Suministro/servicio basado en flota, informes de uso
- Pasos de actualización
- SEscalado de la capacidad de impresión y mezcla de equipos según las necesidades. ■

Para más información de Keypoint Intelligence's 2018 Road Map: Office Technology & Services, incluyendo las 12 predicciones del 2018 contenidas en este documento, contacte a O'Malley at donna.omalley@keypointintelligence.com.

ZHONO

YOU CAN TRUST



CHIPS



Progeasy Functions:

- Identify wide range of OEM and Zhono chips.
- Program Zhono Chips.
- Reset chips for Canon®, Fuji Xerox®, Kyocera®, Konica
- Minolta®, and more...

ZOOM INTO ZHONO CHIPS



sales@zhono.com www.zhono.com

👁️ Visite las fábricas en Zhuhai—la **capital mundial de consumibles de impresión**

💬 Únase a la industria global en **RemaxWorld Summit** el 17 de octubre del 2018

👍 Conozca a **450+ proveedores** mostrando sus últimos productos de impresión y consumibles de copiadoras, automatización de oficinas, papelería y equipo soluciones de oficina inteligentes y de comercio electrónico

VISITE LA **MÁS GRANDE** EXPO DE REÚNASE CON **450+** PROVEEDORES Y **15,000+**



Para visitar, por favor contacte a:
Rachel Chen
Tel: +86-756-383-6790
Email: Rachel.Chen@RTMworld.com

Para exponer, por favor contacte a:
Lucy Lu
Tel: +86-756-382-8231
Email: Lucy.Lu@RTMworld.com

Para cooperación de medios contactar a:
Cecile Zheng
Tel: +86-756-391-9273
Email: Cecile.Zheng@RTMworld.com

RemaxWorld Expo 2018

LA SOLUCION TOTAL DE CONSUMIBLES DE OFICINA

OCTUBRE 18-20



CONSUMIBLES DE IMPRESIÓN

VISITANTES DE **104** PAÍSES Y REGIONES



¡Regístrese gratis!

Organizador:
Recycling Times Media Corporation

www.RTMworld.com/2D



Obtenga GRATIS sus boletos para la expo
y guía de expositores
Escanee el Código QR
O visite bit.ly/remax18

Ankita Gohain Dalmia



Nueve Estrategias de Mercado Diferentes que Puede usar Ahora

La Mercadotecnia Digital es la suma de actividades para equipos de escritorio, móviles y tabletas.

Todas las actividades de mercadotecnia que hace para atraer nuevos clientes y retenerlos usando equipos digitales se llama Mercadotecnia Digital para su marca.

La Mercadotecnia Digital es la suma de actividades para equipos de escritorio, móviles y tabletas. Lo que significa que hay múltiples tipos de estrategias de mercadotecnia digital que puede emplear para incrementar su visibilidad en línea, reconocimiento de marca, e interacciones con su audiencia clave.

Aquí nueve diferentes estrategias de mercadotecnia digital que puede usar para su marca:

1. Mercadotecnia de Contenido

La mercadotecnia digital está dirigida por contenido. Lo que significa que la mercadotecnia de contenido es parte de las estrategias mencionadas abajo.

Tenga en mente que mientras más distribuya y syndique su contenido, mejores sus posibilidades de volverse viral.

2. Blogging

Planee y publique su contenido considerando a su audiencia clave y estará camino al éxito.

Recuerde que bloguear no es suficiente—deberá emplear mercadotecnia en redes sociales como una estrategia de soporte a la mercadotecnia digital para ganar.

3. Mercadotecnia de Redes Sociales

Facebook sigue siendo su amigo. No importa qué esté sucediendo en las noticias, Facebook sigue siendo la plataforma social más usada por los mercadólogos para alcanzar sus metas de mercadotecnia.

Hay Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google+. Encuentre cual es la que su audiencia clave prefiere usar y planee su estrategia de redes sociales de acuerdo con esto.

La mercadotecnia de contenido es la base



también. Las menciones serán más cortas y mucho más complejas para atraer y retener a su audiencia meta.

4. Video Mercadotecnia

2018 es acerca de videos. Videos nativos, videos en vivo, videos de explicación, videos “normales” los videos son el furor ahora. ¡Así que únase!

Si está pensando acerca de contenido, piense en cómo funciona un blog. Planee sus menciones, en lugar de escribirlas, grabe un video.

5. Mercadotecnia por Email @

Los Emails son la manera más directa y privada de mantenerse en contacto con su audiencia. Puede hacer preguntas, compartir noticias y lo que quiera. Comience con boletines mensuales o trimestrales. Elija un programa de correos bueno como MailChimp o ConstantContact.

6. Mercadotecnia por Influenciador

Esto es acerca de impulsar el “poder” social de un “influenciador” para alcanzar sus metas de mercadotecnia. Un influenciador puede ser una celebridad, un cliente que tiene buena tasa de involucramiento o un fan que sigue la misma red social que usted eligió.

Algunos influenciadores funcionarán. Algunos otros no. Este listo para cambiar su plan al ganar más datos.

7. Mercadotecnia de Apps Móviles

¿Su negocio es elegible para una aplicación? Pregunte a un experto (¡como yo!) y si sí, inicie publicitando una aplicación móvil que le ayudará a expandir su presencia de marca.

Estamos hablando de inversión sustancial, así que asegúrese de contactar a un experto antes de iniciar.

8. Optimización de Motores de Búsqueda (SEO)

Tiene gran contenido en su sitio web, pero ¿Su visitante se va? La razón principal puede ser que la página es lenta debido a un SEO pobre.

Emplee tácticas de SEO buenas para asegurar que su contenido es visto por sus visitantes y su sitio web se desempeña lo suficientemente bien para permitir conversiones en línea.

9. Mercadotecnia en Motores de Búsqueda (SEM)

SEM es acerca de tráfico pagado. Ej. publicidad de pago por clic (PPC).

Donde el SEO termina el SEM inicia. Puede usar plataformas de búsqueda pagadas como Google AdWords, Bing Ads, etc. para llegar a su audiencia meta usando palabras o términos específicos.

Ahora, sobre usted ¿ha estado usando estrategias de mercadotecnia digital? ¿cuáles son sus experiencias hasta ahora? ¡cuéntemelas! ■

Más de 10 años de experiencia en mercadotecnia digital respaldan el trabajo de Ankita con marcas mundiales aumentando su visibilidad, tasa de compromiso del cliente, y acceso móvil, entregando experiencias en línea de calidad a sus audiencias objetivo. Su misión es hacer marcas más humanas en línea, para que los clientes y marcas se beneficien a largo plazo. Contáctela en <agd@ankimage.com>



GUERRAS COMERCIALES IMPACTANDO la INDUSTRIA de la IMPRESIÓN

Tricia Judge

En los últimos meses, me concentre en el desafío presentado por Canon. Ahora, hay un nuevo desafío internacional proveniente del Presidente Trump, cuyo partido apoya el comercio abierto, pero él no lo hace.

La campaña de Trump se basó en el asunto de comercio justo, y fue muy claro que haría la balanza comercial con china una prioridad. Después de imponer aranceles en el acero y aluminio, el aumento la batalla comercial con China el 9 de Abril. Algunos cartuchos aftermarket importados de China serán sujetos a los aranceles propuestos (si es que llegan a imponerse, ya que pueden ser negociados. Sin embargo, el periodo de negociación es de solo 30 días).

El Representante de Comercio de EUA libero productos con un arancel propuesto del 25 por ciento en el Harmonized Tariff Schedule ("HTS") la Comisión Internacional de Comercio de EUA recibió la queja de Canon por los siguientes números en el HTS: 8443.969.20, 8443.99.25, 8443.99.30, 8443.99.40, y 8443.99.50. Otra queja de Lexmark es por HTS 8443.969.20. estos números aparecen repetidamente en los sitios web OEM.

Si los aranceles son impuestos, tanto los compatibles nuevos chinos como los remanufacturados podrían volverse al menos 25 por ciento más caros. Un arancel de este tamaño implicaría que estas importaciones fueran menos competitivas. Y dada la mala recepción de algunos de estos cartuchos, podrían no encontrar mercado. Los remanufacturadores ciertamente celebrarían estos aranceles.

Sin embargo, los fabricantes de impresoras, muchos de los cuales tienen plantas en China, también se verán afectados. Así que, las impresoras pueden volverse más caras. Los fabricantes de impresoras pueden trasladar sus fábricas a otro lugar.

Trump desdeño las prácticas comerciales chinas en la campaña electoral, este movimiento estaba previsto. También tuiteó sus sentimientos: "No estamos en una guerra comercial con China, esa guerra se perdió hace muchos años por las personas tontas o incompetentes que representaban a EUA. Ahora tenemos un déficit comercial de \$ 500 mil millones al año, y robo de propiedad



intelectual de otros \$ 300 mil millones. ¡No podemos permitir que esto continúe!"

Para Trump, los aranceles cumplen esa promesa de campaña contra China, que es para el un "enemigo económico" que "se ha aprovechado de nosotros como nadie en la historia". Pero las acciones solo aumentarán las tensiones con el gobierno chino en un momento en que Trump necesita su apoyo para poner fin al programa nuclear de Corea del Norte. Trump lo tomó con calma durante su primer año en el frente comercial.

Sin embargo, Trump ordenó una investigación sobre cuatro tipos de prácticas comerciales chinas en agosto pasado, incluida la de exigir a las compañías estadounidenses compartir secretos comerciales para obtener acceso al mercado chino, forzarlos a licenciar su tecnología en China a tasas inferiores al mercado y las "intrusiones cibernéticas" para robar tecnología. China también usa fondos del estado para comprar compañías estadounidenses de alta tecnología, o construir nuevas instalaciones para competir con las compañías privadas de EUA. La última práctica ha ayudado a crear la super poderosa casa de cartuchos de impresión en la que se ha convertido Zhuhai.

El miércoles, según el New York Times, Un alto funcionario de la oficina del representante comercial de los Estados Unidos dijo que la investigación, ya concluida, encontró gran evidencia de abusos. Dijo que China no había cambiado su comportamiento, a pesar de años de negociaciones en la Organización Mundial de Comercio y diálogos económicos con las últimas tres administraciones.

"En todo caso, dijo el gobierno, el

incumplimiento de las obligaciones que asumió cuando se unió a la Organización Mundial del Comercio ha empeorado. Según los funcionarios, el robo de propiedad intelectual contribuyó a su superávit comercial de 375, 2 billones de dólares con Estados Unidos el año pasado".

El principal representante comercial de Estados Unidos, Robert Lighthizer, testificó ante el Comité de Medios y Arbitrios de la Cámara el mes pasado, indicó que la administración estaba preocupada por las políticas chinas que

obligan a las compañías estadounidenses a compartir propiedad intelectual y tecnología cuando buscan asociarse con compañías chinas. Y el régimen de Trump está comprometido en detener el robo y la posterior venta de esa tecnología por parte de compañías chinas. "Nadie gana en una guerra comercial", dijo. "Ciertamente no queremos una guerra comercial. Por otro lado, hay que preguntarse, ¿Podemos seguir con un déficit comercial de 800- aumentando- billones? ■

Judge fue Editora Ejecutiva de Recharger Magazine por cinco años. Abogada por 30 años, Judge también tiene experiencia litigando. El trabajo de Judge ha sido publicado en Recharger, Imaging Spectrum, Recycling Times, Recycler Magazine, ENX Magazine, Nevada Lawyer Magazine, ASTM Standardization News, y ha ganado la aclamación de la crítica por sus escritos y defensa de la industria. Ha asistido en la preparación de seis informes amigos de la corte presentados en la Suprema Corte de Justicia y el Circuito Federal, Judge ha representado la posición de la industria en el International Trade Commission y Federal Trade Commission. La puede contactar en <tricia@i-itc.org>

Mayoristas Informática

Medio número 1 del canal de distribución

**Tenemos la mayor base de datos
de distribución informática.**

**Si quiere aumentar su cartera de clientes
en España, Mayoristas Informática es su socio.**

info@mayoristasinformatica.es

+34 976 071 031

www.mayoristasinformatica.es

Steve Weedon



¿Haciéndolo Fuerte como el Niño de Hielo?

Las donaciones sobrepasaron los \$300K mientras que Wang es considerado un ejemplo del espíritu Chino

La mayoría están demasiado ocupados subiendo la escalera social para detenerse y mirar a los que son mucho menos afortunados. Después de todo, la vida es dura y es lo que haga de ella: se trata de salir adelante y hacerla mejor para sus hijos de lo que fue para usted.

Para aquellos que no nacieron con una cuchara de plata en la boca, las historias de crianzas desfavorecidas son cercanas en las reuniones familiares. Los viejos les dicen a los jóvenes cómo era en "mi época" y los jóvenes ponen los ojos en blanco por tener que escuchar atentamente durante una hora las divagaciones del abuelo. Esta escena familiar sirve para recordar a los viejos que la vida ha cambiado, sobre todo para mejorar, pero que los jóvenes no siempre la aprecian.

La escena en la mañana en cualquier pueblo estadounidense es: autobuses escolares amarillos que recogen a los niños del vecindario y los llevan a la escuela con seguridad. En invierno, sin embargo, los autobuses escolares llegan tarde. Las clases se cancelan por el frío y el hielo cubre los pasillos. No podemos tener al pequeño Johnny y Suzie resbalándose. Los días perdidos se agregan al calendario impactando las vacaciones familiares.

Un mundo lejano de la provincia de Yunnan en el suroeste de China. A fines de enero de este año, una historia de interés se volvió viral. Impulsó a muchos a cavar en sus bolsillos y donar lo que podían a aquellos que están mucho peor

Wang Fuman tiene 8 años. Vive en el área rural de China y es un "niño



abandonado". Mamá y papá han ido a la ciudad a buscar trabajo y la abuela y el abuelo deben cuidar de los niños lo mejor que puedan. Enero en Yunnan es frío, muy frío menos 10C (14F). Wang camina 4.5km (2.8 millas) a la escuela. Él no se queja o simula un dolor de estómago suplicando que se le permita quedarse en casa. No, él hace la caminata de una hora de ida y vuelta todos los días. En este día en particular, estaba muy frío a -19 ° C (-2 ° F). No tenía sombrero, guantes, bufanda o botas para protegerlo más que una chaqueta liviana.

Su maestro tomó una foto de él al llegar, porque se veía simpático. La cabeza de Wang estaba cubierta con una corona de hielo. La helada temperatura había borrado su rostro ahora rojo y agrietado. Sus manos sucias salían al final de las mangas de su chaqueta.

Sus compañeros no pudieron controlar la risa. Todo está capturado en la foto tomada por su la maestra. Wang no sabía de qué se reían hasta que la maestra le enseñó la fotografía.

Al postearlo en las redes sociales la foto se volvió viral y el dinero comenzó a fluir. Wang, parece, es un estudiante de

excelencia que sabe que el conocimiento puede cambiar su destino. Tiene determinación que le ayudara a escapar su infancia desfavorecida y lo llevaran a una mejor estación en la vida. Tendrá sus propias historias que contar a sus nietos algún día.

La historia de Wang destaca la difícil situación de los niños "dejados atrás". No tienen casi nada, excepto una determinación de acero para tener éxito dada cualquier oportunidad.

Wang estuvo en cada canal de TV, aclamado como el vivo ejemplo del espíritu chino, y fue reconocido por el presidente de Xi Jinping. Las donaciones sobrepasaron los \$300K. algunas escuelas son ahora menos frías y algunos niños tienen abrigos y botas.

No importa que tan mal piense usted que esta su situación, siempre hay alguien en una situación peor peleando como loco intentando sacar algo Bueno de eso. Es real en la vida. Es real en los negocios.

Una reflexión que vale la pena hacer de tiempo en tiempo ¿No cree? ■

Steve es un CEO ganador de premios que se ha desempeñado en puestos directivos en diversos OEM, así como de Katun Corp y SCC. Fue fundador de la revista The Recycler Magazine y de varias expos comerciales en Europa. También estableció las subsidiarias en todo el mundo de Static Control y fue reubicado en EUA para convertirse en vicepresidente ejecutivo. Steve encabezó la red mundial de Cartridge World después de su adquisición en 2016. <steveweedon@utec.com.mo>

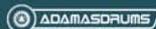


La combinación perfecta de suministros, repuestos, insumos y cartuchos compatibles.

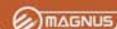
TONER QUÍMICO DE ALTA DENSIDAD



DRUMS OPC



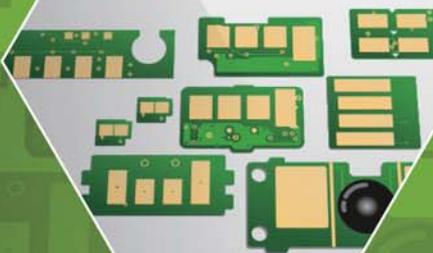
DOCTOR Y WIPER BLADES



TONER LASER



CHIPS LASER



Especialistas en impresión

15 AÑOS DE EXPERIENCIA



Centro Empresarial Portos Sabana 80
Km. 2.5 Autopista Medellín • Bodega 47
Cota - Cundinamarca • Colombia
PBX: 057(1) 898 5121



Avenida Circuito Interior 517 B018
Col. Atlapampa Delegación Cuauhtémoc
Ciudad de México • México
Tel. (52) 553 863 41 96



dypsion international
@dypsion1

www.dypsion.com
www.gihonclick.com

Todas las marcas comerciales y marcas registradas que se mencionan en este aviso son propiedad de sus respectivos dueños y se mencionan aquí únicamente para fines descriptivos.

John Cooper



Acuerdos, Fusiones y Nuevas Tecnologías Abundan

Canon y Memjet realizaron un acuerdo que permitirá el licenciamiento cruzado de las patentes de ambas compañías.

La Alianza Printing Industries realizará el tercer "Digital Printing Think Tank" el 25 de julio, en Nueva York. El programa incluirá presentaciones, paneles de discusión y displays. Si desea más información escriba a <ktuzzo@pialliance.org>.

Canon y Memjet realizaron un acuerdo que permitirá el licenciamiento cruzado de las patentes de ambas compañías. No se han revelado detalles del acuerdo. Las compañías relacionadas con pigmentos Dominion Colour Corp. y LANSCO Colors decidieron fusionarse. ambas compañías son líderes de mercado de pigmentos y dispersión de tintas y plástico. Dominion Colour tiene fábricas en Canadá, Países Bajos y Reino Unido.

Markem-Imaje abrirá un nuevo centro de innovación global de US\$5 millones en Watertown, Massachusetts, EUA. Se reporta la contratación de 40 ingenieros y personal de soporte para los 4,267 m2 enfocados en empaque inkjet y laser y otros productos.

En la reciente ISA Sign Expo, HP mostró Latex R, su primer impresora látex capaz de imprimir materiales rígidos y flexibles, el set de tinta de 6 colores incluye un sistema de tinta blanca único donde el sistema de recirculación previene el asentamiento y proporciona un color blanco brillante no amarillento. Las capacidades de impresión incluyen una amplia gama de sustratos como vidrio, madera, PVC, aluminio y cartón. Se espera la comercialización en Q3 2018.

La nueva línea de impresoras láser a color RFID de Lexmark- anunciada en diciembre- se mostró en Orlando en RFID journal LIVE! en abril. La solución de impresión RFID incluye etiquetas y tags personalizados.

Impresión 3D

tratasys completó la separación de su negocio Evolve Additive Solutions fundado en 2017. Evolve Additive Solutions fabrica aditivos 3D mediante tecnología de proceso selectivo termoplástico electrofotográfico (STEP). El



proceso EP involucra desarrollo, transferencia y fijación de capas de polvos. Tiene el potencial de ser un proceso de producción rápido, de alto volumen y rentable que podría competir con procesos tradicionales como el moldeo por inyección. Tiene ventajas sobre el proceso actual de inyección de tinta en los tipos de materiales que podrían utilizarse, así como en los procesos de calor / curado. Se afirma que proporciona una resistencia mejorada en la dirección Z. Evolve se centrará en la fabricación. Los lectores de esta publicación habrían visto numerosas patentes de Stratasys. Mas información: www.evolveadditive.com

También relacionado con la impresión en 3D encontramos el interesante artículo "Safety Standards Aim to Rein in 3-D Printer Emissions" en ACS Central Science Vol 4, 2018 p 134-136. Discute el problema de los VOC y las emisiones de partículas finas de impresoras de filamento de plástico tipo 3-D. Estas impresoras suelen utilizar filamentos de ABS, nylon o poliláctico

Estos filamentos se mantienen continuamente a temperaturas tan altas como 3200 C mientras que las gotas son expulsadas para formar cada capa. Se demostró que este calentamiento produce estireno, butadieno, formaldehído, caprolactama y metacrilato de metilo, así como partículas de tan sólo 100 nm. Estas emisiones son diferentes a las de las impresoras láser porque el proceso de fusión del tóner somete los polímeros calentados a temperaturas muy cortas y más bajas. El problema no es importante para los sistemas industriales que

pueden diseñarse para eliminar los COV, algo que no tan fácil de hacer para las impresoras 3D comerciales más pequeñas. Evidentemente, ANSI / UL emitirá estándares de impresión en los próximos seis meses, pero serán voluntarios. El enfoque Evolve Additive Solutions que utiliza la tecnología STEP debería proporcionar un nivel más bajo de emisiones de VOC, aunque las emisiones de partículas finas aún pueden ser un problema.

Forbes.com publicó un artículo llamado "Best Home Printers to Buy: Inkjet vs Laser." Según los autores las mejores son:

- Brother MFC-J6935DW inkjet heavy duty printer with possible resolution of 4800x1200 and 2-side possibilities at US\$329.
- HP OfficeJet Pro 6978 inkjet. Lighter duty printer. 2-side capability. US\$89.99
- Canon Pixma TS9120 inkjet. Good photo quality. US\$99.99

Consumerreports.com También publico "The Most Cost-Efficient Inkjet Printers." Los investigadores basaron su evaluación en encuestas sobre consumo, precios de tinta y frecuencia de impresión. El "All-Around-Champ" fue el Epson Workforce Pro WF-5690 proporcionó muy buenos textos, gráficos y fotos. El costo total de propiedad (TCO) de dos años se registró en US \$ 430. La "elección del fotógrafo" fue la Brother MFC-J5920DW que proporcionó fotos excelentes y un TCO de 2 años de US \$ 390. El mejor "Business Ready" fue el Epson Workforce Pro WF-4630 que proporcionaba el mejor texto y una velocidad excelente. El TCO a 2 años fue de US \$ 440. ■

Toner and Jet Ink Chemical News es un servicio de información mensual de TRS Consulting y John F. Cooper, Editor. Están disponibles las suscripciones electrónicas a un precio de \$495. la información contenida en este reporte se cree que es veráz pero no puede ser garantizada por sus editores. preguntas directas a: PO Box 1599, Hendersonville, NC 28793 USA. Teléfono 828 545 8125 e-mail <John@Tonerandinkinfo.com>.



WE CAN HELP YOU
TO COMMUNICATE
WITH THE WORLD!

f 18,700+ likes
facebook.com/recyclingtimes

Instagram 600+ followers
ID: recycling_times

WhatsApp 15,000+ followers
ID: recyclingtimes

v 2,000 weekly news viewers
vimeo.com/intouchnews

Twitter 20,000+ followers
twitter.com/recycling_times

in 550+ followers
linkedin.com/company/3122775

YouTube 150+ videos
ID: Recycling Times Media

g+ 570+ followers
ID: Recycling Times Media

RT RecyclingTimes
Your Global Media Partner

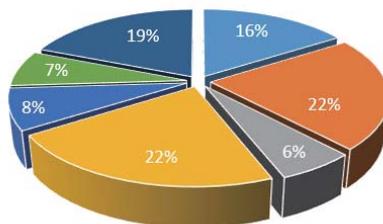
ENCUESTA DEL PROXIMO MES

¿Qué rol juegan las mujeres en su sitio de trabajo?
Escanee el Código QR para votar



INVESTIGACIÓN

¿La Expo de RT Media en el Cairo le ayudó a encontrar soluciones de negocio?



- A. Al tener más participantes lo hace un evento al que "asistir" en la región para aquellos que son serios acerca de sus negocios. 16%
- B. Este evento reunió a la industria como nunca y cambiara la fortuna de todos los participantes por un largo tiempo. 22%
- C. Vi acuerdos cerrándose hacia todos lados donde veía. 6%
- D. El lugar cómodo y seguro, la buena organización, el personal profesional y las reuniones en persona contribuyeron a un buen ambiente de negocios. 22%
- E. Conocí personas de mi propio país que no sabía que existían en esta industria. 8%
- G. Pienso que este expo debería tener más que ofrecer de industrias relacionadas como impresión 3D. 19%

¿SABÍA QUÉ?



La impresora más pequeña del mundo es de 2 x 2 x 11 pulgadas. Se conoce como PrintStik, y es fabricada por Planon. Pesa solo 1.5 libras, es muy portátil. ¡Es impresora Bluetooth y puede cargar hasta 20 hojas de papel a la vez!

(<http://printerstop.com/blog/10-crazy-facts-about-printers/>)

**HACEMOS
MARCAS
PROPIAS** **Tinta & Toner**



www.iberjet.com
93 324 83 55 - pedidos@iberjet.com

BERTO





Cartridge World®

Global Brand • Local Experts™

Americas

455 Stores
Chicago, USA franchise support
North American Regional Office

Europe

319 Stores
Harrogate, UK Regional Office
Technical Training Facility

Asia & Middle East

49 Stores
Global Procurement Center
Zhuhai, China Est. 2015

Australia & New Zealand

191 Stores
Adelaide, Regional Office
Where it all began in 1988



Breakthrough Profit Opportunities



- Mobile Printing
- Samsung Global Reseller
- Managed Print Service
- 3D Printing
- State-of-the-Art Manufacturing
- Remote Print Monitoring

SAMSUNG



Cartridge World

brother

RICOH

Canon

xerox

LEXMARK



Únase a la familia de Cartridge World. Territorios Master y ubicaciones de tiendas disponibles. Visite CartridgeWorld.com o contacte a Harry Stoubos, Gerente de Desarrollo Mundial, en Harry.Stoubos@CartridgeWorld.com.au para mayor información

www.cartridgeworld.com



ALTA CALIDAD PRECIO JUSTO

Cartuchos de Tóner Negro
Cartuchos de Tóner a Color
Cartuchos de Tóner Remanufacturados
Cartuchos Inkjet
Papel Fotográfico
Tinta para Rellenar
CISS

1. Cartuchos Vacíos
2. Desempeño Fantástico de Color y Alta Densidad
3. 100% Pruebas de Post-producción
4. Centro de Producción Avanzada
5. Trabajadores Bien Capacitados y Personal de Calidad Experto

Chinamate Technology Co.,Ltd

Factory:Block 2, No.7, Pingxi 3rd Road, Nanping
Science And Technology Industrial Park, Zhuhai,China.
Tel: (+86-756)2532235 Fax: (+86-756)2532681
E-mail: sales@cmchinamate.com
<http://www.cmchinamate.com>
<http://www.newchinaman.en.alibaba.com>

ISO 9001:2008
ISO 14001:2004

