

PÁGINA 20 El Futuro de la Industria: lo que se



La Industria de la Remanufactura de Cartuchos de Tóner:Retos y Obstáculos que Obstaculos que Hemos Enfrentado

RT Imaging Well nombre más





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



INTEGRAL



Nuevo producto

INTEGRAL Tóner para uso en

TASKalfa 4002i, 5002i 6002i

rendimiento: 35.000* páginas *copy yields at 5% black solids/DIN A4

Ya disponible: INTEGRAL Tóner alta calidad para uso como:

TK6327 US version







TÓNERS DE ALTA CALIDAD

Fabricado en Alemania









Contacto

INTEGRAL GmbH | Am Hasselsweg 1 | 47647 Kerken T. +49(0)2833 606 0 | F. +49(0)2833 606 160 | E. info@integral-international.de



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:

Joy He

Tel: +86-756-395-9281

Email: Joy.He@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





CONSUMIBLES DE IMPRESIÓN

VISITANTES DE 104 PAÍSES Y REGIONES



Organizador:

Recycling Times Media Corporation

www.RTMworld.com/2D



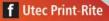
Obtenga GRATIS sus boletos para la expo y guía de expositores Escanee el Código QR O visite bit.ly/remax18



Con chip, con más conveniencia.

Brother TN730/2410/760/2420 series Fujixerox P235/P275 series

















07 | NOTA DEL EDITOR



NOTA DEL EDITOR



11 | REGIONES



Jin-Hyeok Hong (Segundo de la derecha), director administrativo de la coreana NDM Co., fue uno de los cuatro ganadores en la Cena de Gala de RT Imaging en Cancun, México. El recibió su boleto de hospedaje gratuito para la RemaxWorld 2018 en Zhuhai China en Octubre del Director de RT David Gibbons (izq.), Editora Consultora senior, Tricia Judge y el Director de RT IMAGING WORLD ESPAÑOL, Ivan Rosales (derecha).

12 | NOTICIAS 3D

-Moldes Impresos en 3D para Reconstrucciónde Edificios Antiguos

35 | DIGITALMENTE HABLANDO

El plan es tener un plan



40 | LAS NOTAS

La Última Carcajada De Berto del Futuro de la Industria

19 | 5 PREGUNTAS



CARACTERÍSTICAS

13 Vida de un Vendedor

Aprendí que desarrollar ciertos principios básicos y mantenerme fiel a ellos puede ser una receta para el éxito.

20 El Futuro de la Industria: lo que sé

El mercado avanza: encuentre sinergia con los OEM y socios nuevos.

26 La Industria de la Remanufactura de Cartuchos de Tóner: Retos y Obstáculos que Hemos Enfrentado

El aspecto más frustrante de estos cartuchos era que a veces, incluso si se hacía todo bien, todavía tenían problemas.

19 | 5 PREGUNTAS

Informando, Educando y Nutriendo a la Industria Mundial -Sabrina Lao, directora de RT



Recycling Times informa, instruye y educa a la industria global de consumibles de impresion de forma innovadora a traves 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, distribucion y venta de cartuchos de impresión y componentes que infringen patentes sean clones o falsificaciones. Continuamos esforzándonos para evitar la promotión de tales productos en nuestra publicidad, artículos y contenido editorial.

Todos los derechos reservados. ©Julio 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.



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









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



dypsion international @dypsion1

EXPERIENCIA





Tony Lee

Cuando lanzamos la edición china hace 12 años, y luego la edición en inglés 3 años después, éramos lo que podríamos llamar "los nuevos niños del barrio".

Esta es ahora nuestra 100ª edición de la revista inglesa RT Imaging World. en 2009, la popular Recharger Magazine, con sede en los Estados Unidos, estaba muy arraigada con más de 20 años en su haber en ese momento.



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

Jefe de Traducción

Karina Romera

Diseñadores Gráficos

Janey Huang KK Deng Sophie Xu Jim Zhong Mavis Wang

Equipo de Marketing

Iván Rosales Cecile Zhena

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

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, Yokohamacity, 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

Recuerdo, como remanufacturador en Sídney, Australia en 1995, leía todas las ediciones de Recharger de principio a fin. Tenía hambre de información que podría ayudar a prosperar a mi negocio de Laser Advantage. Y así fue. Leía los editoriales y artículos de la Editora Tricia Judge con gran interés. Asistía a Recharger World Expo en Las Vegas. Poco sabía entonces, hace 23 años, que Tricia y yo estaríamos trabajando juntos en esta revista. RT Media adquirió Recharger Magazine hace cinco años, RemaxWorld Expo ahora se hace en China y es aún más grande en tamaño y asistencia. También me mudé a China, que se ha convertido en el epicentro de la industria de consumibles de impresión.

Trabajar en esta publicación me ha dado la oportunidad de conocer y trabajar con pioneros y gigantes de la industria, muchos de los cuales ya no están con nosotros, como Ed Swartz, Art Diamond, Lester Cornelius y el Dr. John Wyhof. Nos tomamos un momento para rendirles homenaje en esta edición

A pesar de madurar y consolidarse, esta industria está lejos de ser aburrida. De hecho, es más emocionante que nunca. Solo mire las irrupciones e innovaciones que están teniendo lugar por parte de los capitanes de la industria, tanto OEM como aftermarket.

En los siete años que llevo viviendo y trabajando en China, tuve la suerte de encontrarme y trabajar junto a grandes, incluyendo a Jackson Wang de Ninestar, Arnald Ho de Print-Rite y Richard Yu de SGT. Mi mayor alegría es trabajar junto a Tony Lee y su esposa Sabrina Lao (quien está en la portada este mes) juntos fundamos esta revista. Continuamos llenos de optimismo, parcialmente capturados en la caricatura de Berto en la página 40. En el pensamiento de los chinos, hay nuevos horizontes con nuevas oportunidades.

No debemos temer al futuro, a menos que olvidemos el viaje que hemos realizado en los últimos años.





¡Cumplimos 100 ediciones en Ingles! Así es, RT Media cumple 100 ediciones en su revista en Ingles, informando a la industria de consumibles de impresión Aftermarket, capacitando con sus series de conferencias internacionales v generando negocios entre la comunidad global con sus exposiciones en Zhuhai, China, Las Vegas, Barcelona, El Cairo, Cancun, etc.

Muchos negocios han ido y venido en ese periodo, muchos cambios en la industria, adquisiciones, fusiones, demandas en las cortes, predicciones aterradoras v logros inmensos. Nuestra industria está viva, más viva que nunca, por muchos años.

Los mercados han cambiado v se han movido en dos direcciones principalmente: un grupo de consumidores se ha decantado hacia los precios bajos y busca cada vez pagar menos por sus cartuchos de impresión. El otro grupo, ha preferido el servicio y aunque buscan ahorrar, su toma de decisiones no está basada solo en el precio, tanto como en la experiencia de

En esta edición, Luke Goldberg nos cuenta su historia de 28 años como vendedor Senior en la industria, un relato sumamente interesante y lleno de buenos consejos. Tricia Judge nos da su vision sobre la nueva demanda del OEM Canon y las posibilidades de que gane dicha demanda, para prevenirnos sobre los cambios necesarios a los que podríamos enfrentarnos. Mike Josiah reflexiona sobre sus 30 años en la industria como ingeniero especializado en remanufactura de cartuchos de impresión y nos presenta buenas noticias para el futuro. Mark Dawson nos da todos los tips para llevar nuestros negocios al futuro proponiendo que la industria es más que cartuchos. Steve Weedon asegura que en el futuro el mundo seguirá imprimiendo por lo que la industria Aftermarket de consumibles de impresión, debe seguir fortaleciéndose.

Los pasos que debemos dar mirando al futuro son siempre grandes retos y esto hace de esta decisión una tarea compleja. Mientras más preparados estemos y contemos con un grupo de expertos en nuestro staff, mayores posibilidades de

¡Disfruten la lectura!



Toners v **Reveladores** a Color



Katun Corporation, de Minneapolis, presento consumibles para máquinas Canon y Ricoh. Los reveladores a color Katun Performance TM son para MFP Canon iR Advance C5030 y C5045, y los tóner Katun® Business Color son para MFP Ricoh MP C306 / C406 / C307 / C407. Los encuentran en el Catálogo en línea de Katun, o en servicio de atención al cliente en



gran formato de Canon.

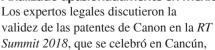
www.katun.com/eu.

Alianza Estratégica Carolina Wholesale Group ('CWG') se

asoció con Canon U.S.A., Inc. como distribuidor autorizado Canon imagePROGRAF. Esta alianza estratégica reúne a las tres principales marcas de Arlington Industries, Carolina Wholesale y Digitek como distribuidores autorizados de imagePROGRAF y les permite a sus clientes acceder a las galardonadas impresoras y soluciones de



Caso de Engrane Dongle de Canon Analizado apasionadamente en México



México. "Lucharemos contra Canon", dijo un abogado de patentes estadounidense que representa a uno de los acusados en el caso de Canon. "Las patentes de Canon deben ser invalidadas. No se les puede permitir que sigan ampliando sus reclamos de patentes indefinidamente ".

Revendedores Autorizados proporcionan Soporte

Static Control autorizó dos nuevos revendedores, DGX y Recycler Ware, para apoyar a los remanufacturadores y profesionales en Brasil. Además, Static Control designó a Waldir Leptich como representante de ventas para la región. Leptich llega a Static Control como un veterano de la industria con más de 12 años de experiencia en la industria.





CEO Contratado en Lexmark Suiza

Lexmark Suiza nombró a Hanspeter Heer nuevo Director General y Jefe de Canales. Él toma el mando de Hans-Michael Voss. Heer proviene de NRS Printing Solutions, donde trabajó en servicios de impresión administrados.



07

05

España Demandada por Fallas en Manejo de Residuos

La Comisión Europea lleva a España ante el Tribunal Europeo de Justicia (TJCE) después de solicitudes

diversas sin respuesta para establecer planes adecuados de gestión de residuos.

España tenía previsto establecer estos planes antes del 12 de diciembre de 2010, y posteriormente evaluar y revisar los planes cada seis años, pero no lo ha hecho.

El jurado felicitó a Print-Rite por su tecnología de impresión AMSS Metal 3D. ■





Seminario de Consumibles y Refacciones en Sudáfrica

HYB, de China, y su distribuidor MR TONER se presentarán en un seminario del 17 al 19 de julio en el Radisson Blu Hotel en Johannesburgo. HYB está planeando una promoción para los cartuchos de tóner Konica Minolta TN217 / 414 y TN216.

MR TONER es socio de HYB y distribuidor exclusivo en Johannesburgo. ■

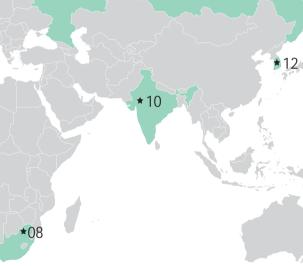




ENI CAI Cor Inte

ENFOQUE en CALIDAD en Conferencia Internacional en Rusia en Mayo

La conferencia fue organizada por la Agencia de Información de Rusia Business-Inform en el Centro de Exposiciones All Rusia en Moscú. Representantes de empresas líderes de la industria de impresión compartieron sus puntos de vista sobre los problemas actuales de fabricación y promoción en el mundo y los mercados rusos en particular.





Nuevas Impresoras HP Ink Tank Presentadas en India

HP Inc. India ha anunciado la nueva y mejorada serie HP Ink Tank Printer para usuarios domésticos y micro, pequeñas y medianas empresas (MSME). Los beneficios

clave de estas impresoras son el uso de tinta de alta calidad, conectividad de múltiples dispositivos y sistemas de recarga fáciles y sin derrames.



OKI Contrata a Bruce Koefoed Como Gerente de Nueva Zelanda

Bruce Koefoed se une a OKI con más de 20 años de experiencia en ventas, administración y comercialización de productos en el mercado de TI de Nueva Zelanda.

En OKI Nueva Zelanda en Auckland, Koefoed se encargará de presentar las soluciones OKI y de dirigir un equipo de revendedores para brindar un servicio de atención al cliente continuo.





12

Hanp Inc Emitirá Novena Serie de Bonos

Hanp Inc, fabricante de OPC de Corea del Sur, emitirá su novena serie de bonos públicos no registrados y no garantizados, para recaudar 20 mil millones de won (US \$ 186 mil) para las operaciones. La fecha de vencimiento de los bonos es el 12 de julio de 2021, con una



tasa del uno por ciento y un rendimiento al vencimiento del cuatro por ciento para los bonos.



HENGDA DIGITAL & TECHNOLOGY CO., LTD











KAIDA DIGITAL & TECHNOLOGY CO., LTD JIAHAO COPIER MATERIAL CO., LTD



HAOYINBAO COPYING MATERIAL CO., LTD
AEC MATERIAL CO, LTD



ZHUHAI DIOR INTERNATIONAL TRADING CO., LTD



ZHUHAI HAOYINBAO PRINTING CONSUMABLES CO., LTD ZHUHAI YIAJU METALS & INJECTION MOLDING FACTORY



2012

2N14

2004



creación de la marca ZEUS®



HENAN HAOYINBAO IMAGING MATERIAL CO., LTD



500 + clientes globales, 125 clientes en China 45 distribuidores para HYB®, Zeus®, <u>HaoYinBao®</u>

20 años de experiencia 20 años de excelencia

Add: NO.6,Ping Xishi Rd. Nanping Industrial Park. Zhuhai City, PR of china
Tel: +86 –756-8578633 Fax: +86-756-8578660 Whats App: +86 133 606 18518
E-mail: vincent@haoyinbao.com/kim@haoyinbao.com/TonerKit: http://www.hyb-toner.com





Visión Regional

Conozca las tendencias productos nuevos, e ideas de negocios en las regiones genera confianza en su propio mercado.



Rusia Dr. Stanislav Malinskiy

La Exposición internacional Business-Inform office equipment, supplies and parts tuvo lugar del 15 al 17 de mayo en el pabellón 75 en el Centro de Exposiciones de All-Rusia en Moscú. *RT Media* se complació en ser coorganizador de Business-Inform, la agencia de información para el gobierno ruso, empresas y sectores empresariales. Los 71 expositores proveían de Rusia, China, EUA, Japón, Alemania, Turquía y Lituania. 2.000 participantes visitaron los

26 expositores de Rusia y 38 de China, los dos países con más expositores. El 39 por ciento de los visitantes eran compañías vendedoras rusas, mientras que el 28 por ciento eran empresas compradoras rusas que provenían de 69 ciudades y pueblos de toda Rusia. Los visitantes provenían de 20 países.



South África Patrick Naude

Aquellos con algún conocimiento de los consumibles de impresión, incluidas las tintas y los tóneres, están ingresando a los mercados de bajos niveles de empleo de África central y al sur , están dirigidos a pequeñas empresas y corporaciones y ofrecen ahorros de más del 45 por ciento. Las marcas aftermarket que incluyen tintas digitales Steamlime, Jetbest y Nutec ya se han apoderado de la cuota de mercado, demostrando que aquí hay oportunidad para que los proveedores mundiales encuentren distribuidores allí. También existe una

demanda de copiadoras reacondicionadas para los distribuidores de productos pequeños de OA (automatización de oficinas). Los distribuidores afirman que sus clientes no pueden pagar nuevas máquinas y están buscando ahorrar costos de impresión alquilando equipos. Quieren poder ofrecer a sus clientes una solución de alquiler y costo por página más baja y solicitan asistencia para cumplir con esta oportunidad de mercado.



aftermarket para adaptarse y tener éxito!

Latinoamérica Ivan Rosales

Acabamos de concluir otro exitoso evento de consumibles de impresión para América: la tercera *RT Summit & Expo* que se realizó en la hermosa ciudad de Cancún, México. Personas de todo el continente se reunieron en el show de dos días, con el 80 por ciento de los asistentes provenientes de la región. Los días en que abrías una tienda y llegaban cientos de clientes para comprar cartuchos definitivamente se terminaron.

¡Esta exposición logró reunir a la industria para encontrar nuevas oportunidades de negocios y estrategias en el



India Dhruv Mahajan

Vivo y trabajo en India: un mercado en desarrollo que está en auge y donde todos los jugadores son más ricos que ayer. Sin embargo, hay dos cosas claras: en primer lugar: intentar obtener beneficios obscenos, como hacen los OEM, traerá la ruina al aftermarket; y, en segundo lugar: las alternativas de aftermarket siempre estarán disponibles para los principales jugadores de la industria, más pronto que tarde, y es imposible que los OEM lancen productos nuevos cada año para mantener la rentabilidad alta.

Todos los jugadores deben adoptar modelos de negocio nuevos sencillos, y proporcionar un valor real para sus clientes. Dadas todas las tecnologías, nuevas ideas de marketing y comunicación, estoy bastante convencido de que la impresión continuará durante los próximos veinticinco años y más. En los 11 años que llevo trabajando en esta industria, también he visto que las tecnologías pasan por sus propios ciclos comerciales. La mayoría inicio con inkjet, luego cambió a láser y el inkjet volverá a dominar a través de la impresión en formato amplio. La impresión a color ha estado restringida aquí en India, pero estará disponible para todos y el mercado no tolerará la avaricia de los OEM. India seguramente se está convirtiendo en el centro de todos los jugadores con su crecimiento en el negocio que pronto igualará su participación global en número de población, una sexta parte.



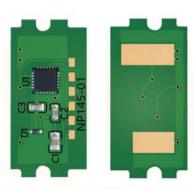
Imaginando un mundo mejor

Cubrimos todas las Versiones de Modelos Desempeño comparable al OEM









TK1150







12 NOTICIAS 3D

Moldes Impresos en 3D para Reconstrucción de Edificios Antiguos



La firma de arquitectura e ingeniería Neoyorkina EDG ideó una forma rentable de unir arquitectura y tecnología. Han desarrollado un software 3D láser llamado Modern Ornamental, que usa software de renderizado (como 3DSMax y Rhino) y programas de modelado algorítmico para permitir a la compañía recrear virtualmente cualquier cosa, incluyendo moldes de concreto para restaurar construcciones históricas y artísticas.

Chanel Presenta Cepillo para Rimmel 3D

Chanel cree que las microcavidades en nuestras pestañas pueden imprimirse directamente en un cepillo de rímel "impreso" podrían garantizar una aplicación uniforme. La forma especializada de las cerdas debería ayudar a aliviar los problemas de aglomeración y permitir al usuario crear máscaras sin tener que "redibujar"



constantemente el cepillo en el tubo de máscara.

Primer Equipo Oral con Medicamento Impreso en 3D



El Dr. Jean-Christophe Leroux,profesor de formulación y administración de

fármacos en ETH Zürich, dirigió el primer estudio en humanos de protectores bucales impresos en 3D.Realizado en colaboración con investigadores de Singapur y Canadá, el trabajo "demuestra el inmenso potencial de la impresión 3D como plataforma para el desarrollo y creación de equipos de administración de medicamentos de próxima generación para terapia personalizada".

Primeras Casas Habitables Impresas en 3D

La ciudad holandesa de Eindhoven será la primera en el mundo en tener viviendas habitables hechas por una impresora 3D. Las casas están diseñadas para parecer rocas y mezclarse con su entorno.

La impresora 3D que se utiliza es un enorme brazo robótico con una boquilla que emite un cemento especialmente formulado, que tiene la textura de la



crema batida.



Empecé esta odisea en 1991, justo aquí en el sur de California trabajando para una compañía llamada Future Graphics. Estaba vendiendo tóner y OPC a una base de remanufacturadores en ciernes y de rápido crecimiento en EUA. Que llegaría a más de 7000 para 1995. No sabía mucho, pero como un recién graduado que amaba aprender, me sumergí para aprender todo lo que podía para perfeccionar mi oficio y aportar valor a mis clientes.

Desde entonces, he tenido el privilegio de trabajar para las mejores compañías de esta industria a las que representé de la mejor manera posible y con total confianza en que a mis clientes les iría mejor asociarse con las empresas que representaba. Hoy, me enorgullece representar a Clover Imaging Group, que me ha facultado para aportar mi espíritu de servicio, valor y asociación consultiva para servir a la base global de clientes de Clover. He tenido el honor de visitar más de 60 países en estos años y conocer mejor los desafíos únicos, las oportunidades y los fundamentos culturales de cada uno.

Conocí a personas increíbles a lo largo de los años y he tenido experiencias increíbles. En resumen, he sido bendecido de ser parte de este negocio nuestro en constante cambio. He sido bendecido de ganarme la vida en un negocio que promueve la elección del consumidor, enriquece las vidas y medios de subsistencia de innumerables empresarios a la vez que proporciona una opción ambientalmente sostenible para los consumidores globales.

Me pidieron que escribiera sobre lo que aprendí en estos 28 años. No sé si se puede encapsular en unos pocos cientos de palabras, pero apuntaré hacia la brevedad, que nunca ha sido mi punto fuerte. Siempre he tenido ciertas máximas que han impulsado mi vida personal y profesional. Fundamentalmente, aprendí que desarrollar ciertos principios básicos y mantenerme fiel a ellos puede ser una receta para el éxito. Eso no quiere decir que no debemos





3D PRINTING PEN



PLA CARBON FIBER



3D PRINTER FILAMENT

Tolerance±0.02mm





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



Me veo como un ruso cruzado con Thanos, el villano de Avengers Infinity War," dice Goldberg

evolucionar, tenemos que adaptarnos continuamente a un mundo cambiante y cambiar la industria, PERO debemos ser fieles a nosotros mismos y vivir y trabajar con integridad.

En mi experiencia, aquí hay algunos absolutos que he tratado de seguir en mi vida y trabajo:

- 1. No puede fingir: apasiónese por lo que hace y lo que vende. Nadie quiere comprarle a alguien que no cree en lo que está vendiendo y la falta de compromiso se verá en todo momento. Una gran parte del modesto éxito que he logrado es que soy un verdadero creyente; Creo en el valor de la propuesta comercial de nuestro mercado, y siempre he creído firmemente en las empresas que represento. Lo hice entonces, y lo hago hoy, creo firmemente que si creara una nueva relación ambas partes se beneficiarían igualmente de esa asociación. Si dejo de creer, ya no podría representar a esa compañía y es hora de seguir adelante.
- 2. Estudie su juego: aprenda y absorba todo lo que pueda acerca de su producto, su industria y sus clientes. Conviértase en un oyente activo; antes de decir su siguiente frase escuche. Siempre aprenderá más escuchando que hablando.
- 3. Ventas 101: cumpla lo que dice y HONRE su palabra. Al principio, tuve éxito porque si decía que iba a hacer

- algo, la persona del otro lado SABÍA que iba a hacerlo. A veces, las circunstancias o las fuerzas externas pueden dificultar esto, pero debe hacer todo lo que esté a su alcance para ser confiable, consistente y lo más importante; ¡veraz!
- 4. Visitas en persona: AÚN son críticas y nunca serán reemplazadas por la tecnología. Para crear relaciones reales, sus clientes necesitan verlo y conocerlo. Lo he visto varias veces, especialmente en viajes internacionales, el valor de viajar 6.000 millas para ver a alguien no puede sobreestimarse. NO PUEDE entender un mercado, sus clientes y sus oportunidades a menos vaya.
- 5. Aprenda a manejar cada encuentro con su personal o clientes en un contexto de empoderamiento. No se preocupe por tener razón todo el tiempo, preocúpese por su efectividad. Al principio de mi carrera me apasionaba el punto de volatilidad; Fui respetado y temido. No ayudó que tuviera 6'2 "(188cm), 230 libras (104kgs), calvo y feo. Me veo como un sicario ruso cruzado con el villano de la Guerra Infinita de los Vengadores, Thanos (ver imagen cortesía de Marvel Cinematic Universe). omití teléfonos, computadoras, cualquier cosa que me distrajera. Antes no me dirigía a una persona, , solo a esos objetos inanimados. Pero, ¿Qué sucedió con los que vieron este comportamiento? fue





Lemori Kanetoyo

Gracias a que recibimos de Recycling Times (Sunwise Information Corporation) "RT Imaging World" en inglés, recibimos noticias en tiempo real, información importante sobre exposiciones y análisis japoneses, contamos con valiosa información comercial gracias a la amplia experiencia y editoriales que han aparecido en su revista. Utilizamos esta información diariamente en con nuestros numerosos clientes en Japón. Bien hecho.



Países Bajos **Mark Dawson** Director & Owner Internet of Printing BV

Internet of Printing, BV, es una establecimos alianzas estratégicas identificar posibles socios y presentarnos toma de decisiones. Usamos el sitio web de RT como nuestro recurso v el conocimiento que obtenemos credibilidad y autoridad al interactuar con el mercado. Gracias, RT Media.



Ray.J. Stasieczko

RT Imaging World es una publicación con pasión. Me gusta compartir y progresiva de la revista enciende <u>la</u> felicitaciones por su 100° edición y informada a nuestra industria. "Solo con la información se puede desafiar lo que ellos pensaban que ya sabían"



Strong



Equipo Fuerte Opción Inteligente



Una combinación de equipos fuertes asegura que CET entrega productos de clase mundial para nuestros clientes. La investigación y desarrollo el equipo define los estándares de producción de la más alta calidad. UN equipo de pruebas de laboratorio compuesto por técnicos motivados diligentemente trabaja para evaluar con precisión los productos en entornos de trabajo.

Y el eficiente equipo de planificación de producción de CET brinda la gestión del inventario. Por favor, únase a nuestro progreso y déjenos ayudarlo a tener exito. Obtenga más información en CETGroupco.com









EUA

ED O'Conner

Litigation Chairman

Avvno Law

RT ha sido un factor importante para transmitir el mensaje sobre la extrema importancia de las batallas legales en la defensa de la capacidad de esta industria para funcionar y triunfar frente a los intentos interminables de los OEM para sofocar la competencia de aquellos que se preocupan por el reciclaje de plásticos. Hemos logrado un enorme éxito en la Corte Suprema de EUA al revocar sentencias que permitieron a los titulares de patentes hacer un uso indebido de las leyes de patentes para crear monopolios ilegales. RT ha cubierto esos casos y nuestro éxito en gran detalle, y ha sido la fuerza más instrumental en la educación de esta industria sobre todos los asuntos legales importantes.



Merritt Blakeslee The Blakeslee Law Firm

RT me ha permitido conectarme con clientes y posibles clientes en el Aftermarket de consumibles para ayudarlos a operar legalmente en ese mercado.

desmotivante. Desde entonces, intento, siempre que sea posible, asegurarme de que cualquier persona que salga de mi oficina no se sienta derrotado o desinflado, sino motivado y empoderado.

Quiero agradecer a las empresas para las que he trabajado y a los ejecutivos de quienes he aprendido y que me confiaron la comercialización y el posicionamiento de sus empresas. Todos ellos me han proporcionado vehículos para aprender y crecer personal y profesionalmente. Todavía

no termino y estoy tan optimista sobre nuestra industria como lo estaba cuando estaba vendiendo OPC por US \$ 32.00. Lo dejo en esto; nunca hay un momento en que debamos dejar de aprender, excepto cuando dejamos este mundo; ser un estudiante nunca termina, todos somos trabajos en progreso y he disfrutado los últimos 28 años con todos ustedes en esta industria en todo el mundo. Gracias por ayudar a dar forma al Luke de ayer, hoy y mañana.



Katie Bandle International Imaging Technology Council (I-ITC)

RT Media, y la revista Imaging World en particular, han ayudado a apoyar y difundir las noticias sobre STMC y la necesidad de pruebas estandarizadas. Ha sido un recurso para mantener unida a la comunidad técnica y en la misma página para las pruebas y los avances tecnológicos. Ayuda a nivelar el campo de juego al competir con los OEM. Especialmente quiero agradecer a Mike Josiah por el trabajo exhaustivo que ha realizado en sus piezas técnicas mensuales.



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 enseño 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.

Informando, Educando y Nutriendo a la **Industria Mundial**

—Sabrina Lao de RT Media revela lo que se requiere para ser la revista más leída del mundo en 5 idiomas

1. ¿Cuál era su visión y cuáles sus razones para iniciar una publicación hace 10 años?

Hace diez años, había diversas publicaciones regionales para la industria de consumibles de impresión incluyendo nuestra edición china. Sin embargo, al evolucionar la industria se volvió más internacional.

Los fabricantes surtían los componentes que se requerían para remanufacturar cartuchos de diversas partes del mundo y estos productos eran vendidos en diferentes países. Las publicaciones de la industria que solo se concentraban en información regional no cubrían las tendencias. Nuestra visión fue producir una publicación que pudiera servir a la industria como un todo sin importar la ubicación del lector.

2. ¿Cómo piensa que ha ayudado tener ediciones en distintos idiomas a la industria?

Como mencione, la internacionalización es la tendencia de la industria. Se ha vuelto obvio en nuestra RemaxWorld Expo, el evento más grande de la industria en el mundo. Tenemos proveedores de prácticamente todos los continentes del planeta (excepto Antártica) nuestras audiencias nos pedían la información no solo en inglés, también en sus idiomas. Por lo tanto, decidimos publicar nuestras revistas no solo en chino e inglés, también en español, ruso y recientemente árabe.

3. ¿Cuáles han sido algunos de los grandes momentos de la industria en las ultimas 100 ediciones?

Hay muchas, pero enlistare los más memorables:

- 1. La primer investigación "tipo 337" en EUA en 2010 trajo mucho atención a problemas
- 2. La adquisición de Ninestar de dos marcas icónicas por separado: Static Control, y Lexmark. La adquisición de Static Control vio la fusión de dos fieros competidores de aftermarket. La adquisición de Lexmark extinguió la gran división entre los OEM y aftermarket, convirtiendo a un jugador clave aftermarket en un poderoso OEM.
- 3. La Suprema Corte revocando la errónea ley de patentes en el caso Impression Products vs Lexmark

que agotaba todos derechos de patentes OEM de un producto después de la venta tanto en EUA como en el extranjero. Es una gran "triunfo" para la industria de remanufactura y el aftermarket.

4. ¿Cuáles fueron las razones de su éxito dada la reciente desaparición de la mayoría de las revistas con las que competía hace unos diez años? Me vienen a la mente cuatro razones:

En primer lugar, no es casualidad que tengamos la sede en Zhuhai, denominada "Capital de los consumibles de impresión". Zhuhai se ha convertido, y sigue constituyéndose, en el centro del negocio

mundial de consumibles para impresoras. Hay más fabricantes, centros de I&D y laboratorios de prueba en Zhuhai que en cualquier otro lugar del planeta.

En segundo lugar, estamos bien conectados y trabajando con socios de la industria en diferentes partes del mundo, incluidos EUA, Rusia, América del Sur, Europa, India, Australia, Medio Oriente y Sudáfrica. En tercer lugar, debido a que los fundadores de la compañía y la revista, David, Tony y yo tenemos una larga experiencia en la industria. "Por la industria y para la industria" fue nuestro lema cuando publicamos la revista por primera vez, tenemos a nuestra audiencia en

Finalmente, contamos con un grupo de más de 100 colaboradores comprensivos que están dispuestos a compartir sus puntos de vista y conocimientos de la industria a través de nuestras publicaciones. Les agradezco su confianza en nosotros y su generosidad al compartir ese conocimiento en estas últimas 100 ediciones.

5. Teniendo en cuenta que ha cambiado la forma en que las personas acceden a la información, Existe todavía lugar para una revista de la industria?

La forma en que accedemos a la información está cambiando. La industria también evoluciona. Por esta razón, buscamos nuevas formas de obtener información y conocimientos para nuestra audiencia global. En los últimos diez años, hemos actualizado nuestros sitios web y

desarrollado aplicaciones.

Siempre habrá necesidad de una "revista". pero el método de entrega tendrá que cambiar a medida que los hábitos de nuestros lectores migren a tecnologías más nuevas. Nuestra misión es proporcionar una mejor experiencia mediante el intercambio de información y conocimientos más valiosos por lo que nuestra audiencia puede mantenerse en contacto con la industria y desarrollar mejor sus propios negocios. La digitalización es algo en lo que estamos trabajando, y pronto esperamos anunciar una experiencia más fresca para nuestro público.



Sabrina Lao, directora de RT Media, <sabrina.lo@rtmworld.com>



EL Futuro Industria: lo que sé



Lo que sé con certeza es ... que la pregunta acerca del futuro para la industria es, con mucho, la pregunta más frecuente que me hacen los miembros de la asociación, inversionistas, analistas y asistentes a los eventos. Como todos los demás, tengo mis opiniones y escenarios. Como todos los demás, no tengo bola de cristal.

En este momento, estoy segura de que la industria se encuentra en una encrucijada real. La competencia entre compatibles nuevos y remanufacturados ha llegado a un punto crítico. La proliferación y precio enormemente reducido de los compatibles nuevos ha disminuido la cuota de mercado de los remanufacturados.

Hay dos posibilidades reales para esta "guerra", sin ser absolutos. El resultado dependerá si Canon gana su demanda reciente por infracción de patentes contra fabricantes de compatibles nuevos.

Primero, consideremos que Canon pierde. Ninestar ha contratado buenos abogados de buenas firmas. Atacarán las patentes de Canon e intentarán declararlas inválidas. También van a pelear en la Comisión de Comercio Internacional de EUA. E intentarán evitar que Canon obtenga una orden de exclusión general.

Canon no tiene un estuche hermético. Esta nueva acción intenta modernizar las patentes que alega están infraccionadas y de fecha anterior. Tampoco es una conclusión inevitable la emisión de una orden de exclusión. Ambas compañías tienen cofres de guerra, y la lucha será poderosa

Una victoria de Canon podría significar que se admitirán algunos compatibles nuevos en EUA. Sin preocuparse por cuestiones de propiedad intelectual. Con los precios tan bajos que ofrecen, la industria de



La pieza clave de tu negocio°

MAYORISTA INTERNACIONAL DE PARTES PARA EQUIPOS DE CÓMPUTO, IMPRESIÓN Y DISPOSITIVOS MÓVILES

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











la remanufactura ya atribulada podría reducirse aún más.

¿O tal vez no? La industria remanufacturada ofrece una característica que los compatibles nuevos no, son ecológicos. Algunos consumidores y compras institucionales quieren eso.

Un importante comprador de EUA recientemente me invitó a hablar con sus 600 agentes de compras. Actualmente compran solo 3% de cartuchos remanufacturados. Quieren que ese número aumente dramáticamente. Los remanufacturadores aún podrían disfrutar de un nicho de mercado saludable.

Ahora consideremos que Canon gana. Canon también tiene buenos abogados. No retomaron esta demanda para retroceder. La ley favorece sus posiciones en los tribunales civiles y en la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos.

A medida que el aftermarket desarrolló soluciones después del éxito de Canon en las primeras demandas, comenzó a presentar patentes de "continuación" dirigidas específicamente a los diseños de dongle sin inclinación. Aunque se presentaron a la oficina de patentes posterior a los diseños aftermarket, estas patentes de continuación se tratan como si estuvieran presentadas en 2006, cuando Canon solicito por primera vez protección del diseño del engrane dongle

No existía una técnica anterior para los dongles sin inclinación. Y es una regla bien establecida de la ley de patentes que el titular de una patente puede presentar una solicitud de continuación presentando su invención de una manera ligeramente diferente.

Al obtener patentes que cubren el movimiento del dongle hacia o desde el OPC, Canon ha puesto a los fabricantes aftermarket en una posición muy difícil. ¿Cómo diseñará el aftermarket un dispositivo de protección que no dependa de dicho movimiento, a la vez que proporciona una instalación y extracción suaves del cartucho de la impresora? Además, incluso si los fabricantes de compatibles nuevos hacen otro diseño funcional que soluciona una o más de las patentes de Canon, no hay nada que impida que Canon presente aún más patentes de continuación que cubran esos nuevos diseños.

Una victoria de Canon significa una cosa segura. Como era antes de los compatibles nuevos , los cartuchos remanufacturados, con engranes OEM reutilizados, pueden volver a ser la única competencia legítima para los nuevos OEM.

Podríamos buscar en Japón una guía sobre esto. AJCR, la asociación japonesa, ha estado trabajando arduamente promoviendo la remanufactura. ¡Incluso recientemente recibieron un premio ambiental junto con Canon! La asociación ha hecho un gran trabajo manteniendo los productos infractores fuera e informando a los clientes de las trampas de los compatibles nuevos en esta era del litigio de Canon.

Los cartuchos remanufacturados volverían a ser la mejor alternativa a los nuevos. Significaría un renacimiento de la remanufactura. Aunque los compatibles nuevos se encontrarán por siempre en Internet, no

llegarán al mercado principal

El mercado avanza: encuentre sinergia con los OEM y socios nuevos

Gane, pierda o aproveche el frente de los consumibles, el éxito no estará en vender más cartuchos. Será la venta de soluciones.

Al igual que nuestros hermanos en la industria de copiadoras, los distribuidores han sido forzados a elegir, adaptar y reorganizar sus negocios. La revista de la BTA Office Technology publico artículos acerca del "relanzamiento" de la gran industria tanto los OEM como los distribuidores independientes de consumibles ya no ofrecen solo impresoras y cartuchos. Tienen que dar más a sus distribuidores y clientes, por lo que están completando sus ofertas de productos con servicios. Venden servicios de impresión administrada (MPS) o incluso soluciones de red administrada (MNS). Los distribuidores inteligentes están ascendiendo en la cadena alimentaria de TI dentro de sus clientes para proporcionar soluciones personalizadas. ¡Ningún cartucho de \$3 puede competir con eso!

"Lo que hemos visto emerger como una tendencia macroeconómica en los últimos años es la delineación de modelos comerciales entre revendedores transaccionales y proveedores de servicios que venden soluciones basadas en contratos", dijo Luke Goldberg, vicepresidente ejecutivo de ventas y mercadeo global.

para Clover Imaging Group.
"El modelo transaccional sigue
sufriendo de comoditización extrema
y 'Amazonización' de las cosas. Este
modelo buscará agregar valor mediante
servicios de estratificación, que pueden



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://bit.ly/iprint3d18 para una boleto GRATIS



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

Organizador: Recycling Times Media Corporation



incluir la entrega de impresión basada en suscripciones, programas como el reabastecimiento de consumibles automáticos y más ".

El CEO de LMI Solutions, Gary Willert, comparte esta opinión con respecto a vender cajas frente a soluciones de venta. "Independientemente del tipo de consumible que se venda (OEM, remanufacturado, etc.), desde el punto de vista del usuario final, los productos se convierten en productos básicos", dijo. "Internet ha proporcionado a estos clientes el" conocimiento perfecto "de los sustitutos y La venta de consumibles como parte de una oferta de servicios, ya sean servicios completos de impresión administrada o reabastecimiento automático para la eficiencia de la cadena de suministro, agrega verdadero valor, diferenciación y flujo de dinero para el distribuidor ".

En el ámbito de los servicios, Willert considera que los distribuidores de remanufacturados tienen una ventaja. "Al ofrecer este tipo de servicios, el distribuidor pronto descubrirá que los consumibles remanufacturados en realidad no son un producto. El rendimiento real y la calidad de los cartuchos son importantes, ya que el concesionario ahora está gestionando todos los riesgos asociados con esos factores, no el usuario final. Los distribuidores descubrirán que los

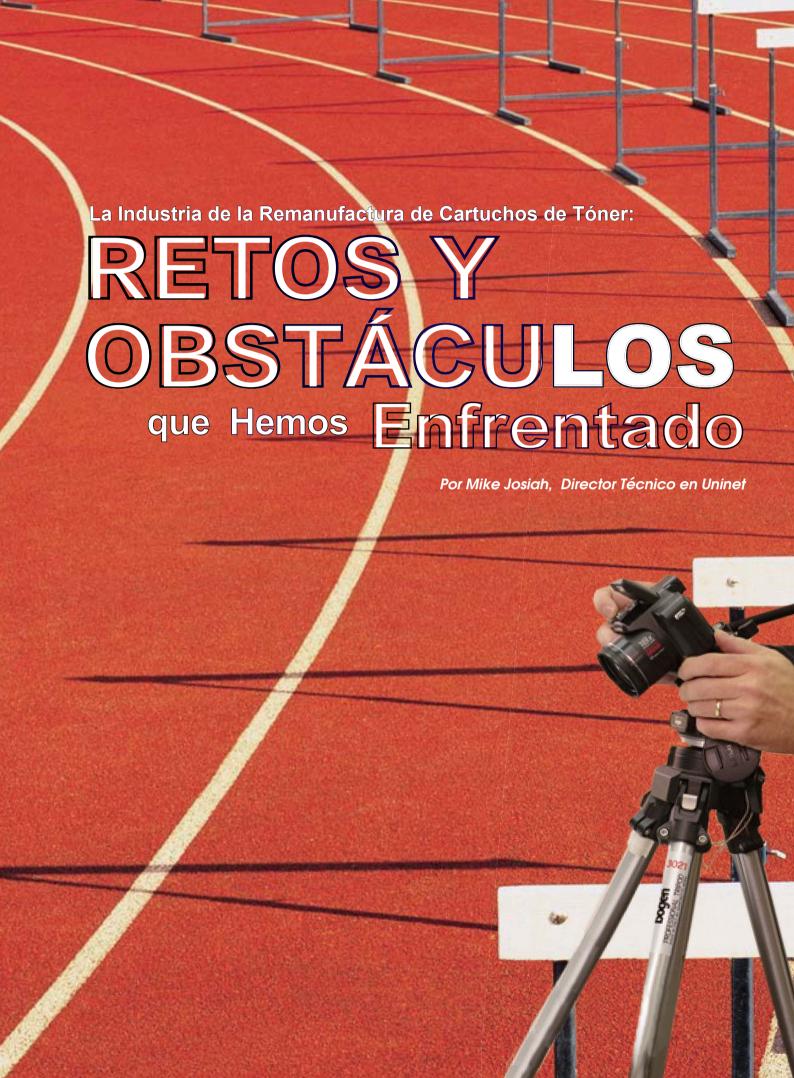
remanufacturados de alto rendimiento y calidad les proporcionan el menor costo por página y la más alta calidad para un modelo comercial basado en servicios ".

Como los OEM y los distribuidores de copiadoras ofrecen todo, desde la administración de impresoras hasta seguridad de datos, también lo debe hacer el aftermarket. "En el lado contractual del negocio, continuaremos viendo que todo lo que se ofrece como modelo de servicio", dijo Goldberg. "Cada vez más distribuidores tratarán de convertirse en algo más que proveedores de servicios de impresión, buscarán evolucionar más allá del dispositivo, el usuario y finalmente el documento. Más allá de la impresión, más distribuidores se convertirán en verdaderos MSPS (proveedores de servicios administrados) que tratarán de abordar los puntos problemáticos del documento y más allá de la seguridad, el flujo de trabajo, etc. En el mundo de hoy, los proveedores de servicios aún más evolucionados están muy centrados en lo que vendemos; consumibles, hardware, partes, incluso software. Los vendedores del futuro estarán menos preocupados con el "qué" que con el cómo y el porqué de la mecánica comercial ".

Si bien parece desalentador, hay una gran cantidad de oportunidades para reorganizarse y convertirse en proveedor de soluciones. Los miembros exitosos de BTA han liderado el camino y brindan buenos consejos para hacerlo realidad. Los consejos principales: ¡asóciese! Hay muchos proveedores de software u otras soluciones disponibles en este momento. Ya realizó lo difícil, tiene a los clientes.

"La buena noticia es que los socios de canal, incluido CIG, se asociarán con distribuidores para crear compañías asesoras y distribuidores de soluciones podrán utilizar etiquetas blancas para expandir sus ingresos por servicios con inversiones mínimas. En pocas palabras: los fundamentos de nuestro negocio no van a desaparecer; la impresión sigue siendo un gran negocio y continuará siendo viable mucho después de que me retire. Lo que está cambiando y evolucionará rápidamente es cómo entregamos la impresión y cómo agregamos valor más allá del diseño y la producción ".

Lo que sé con certeza sobre el futuro es este: es lo que hacemos que sea. Los principios básicos de evolución todavía son ciertos. El fuerte se adaptará y sobrevivirá. Otros no lo harán. Pero la industria ya es lo suficientemente madura y está repleta de recursos disponibles en sus asociaciones, proveedores y promotores, nadie perecerá sin causa o solo.

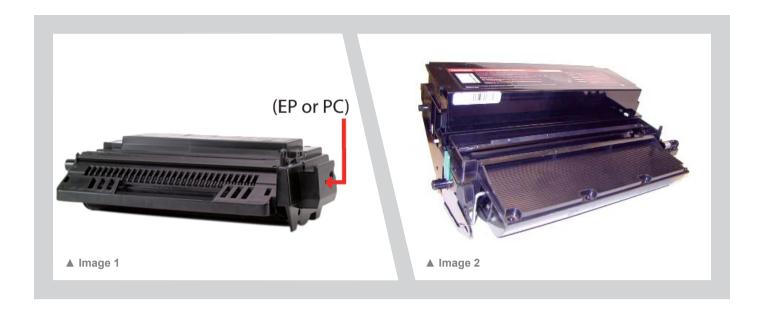




Cuando me pidieron que escribiera este artículo, comencé a reflexionar sobre los últimos 30 años y todo lo que nuestra industria ha logrado y superado en el camino. Mirando al pasado, ¡como industria hemos recorrido un largo camino! A medida que pasaron los años, crecimos, nos adaptamos a los cambios del mercado y reaccionamos ante los cambios sociales. Si bien nuestra

> industria está muy lejos del inicio, no creo que vaya a desaparecer en el corto plazo. ¡Estoy orgulloso de haber sido parte durante tanto tiempo y espero con ansias el futuro!

Cuando nuestra industria comenzó, no había internet ni aftermarket. Lainformaciónsobre cómo remanufacturar un cartucho era difícil de conseguir. Chenesko Products (la empresa con la que comencé en la industria) desarrolló un sistema de "Fax a pedido" en el que llamaba desde el teléfono en su máquina de fax, ingresaba el número de documento que deseaba y lo recibía por fax, todo en la



misma llamada. Puede parecer primitivo ahora, ¡Pero en ese momento era de alta tecnología! Casi al mismo tiempo, Chenesko produjo una serie de videos de "Cómo hacer". Todos fueron producidos usando un equipo de filmación local de NY en cinta y (¡dolorosamente!) Demoró un promedio de 4-8 horas filmar cada uno. Esos dos elementos ayudaron a comenzar a obtener información de remanufactura.

Los primeros cartuchos que se llenaron fueron Canon PC (A20) y HP LaserJet 92285A (CX) (ver Imagen 1). el PC utilizaba tóner positivo y el CX utilizaba negativo. Por prueba y error, se encontró que había algunos cartuchos (tubos) de Canon donde el tóner se podía sacar y usar en estos cartuchos para rellenarlos. Las impresiones no eran de color negro oscuro, sino más bien de un gris oscuro, pero funcionaban y ahorraban dinero a las personas. ¡el Aftermarket nació!

Poco después, la industria comenzó a fabricar y vender kits de "perforación y llenado". Al principio, los componentes en los cartuchos eran extremadamente duraderos y si los cartuchos se limpiaban razonablemente bien, en su mayoría funcionaban ... no muy bien, pero funcionaban. Entonces, de repente, los componentes del cartucho no duraron mucho y la calidad se convirtió en un gran problema. La industria casi murió antes de que comenzara.

Esos problemas de calidad y el nuevo cartucho SX cambiaron la industria y el método de remanufactura del cartucho. Los OPC SX fallaron después de algunos ciclos, y los cartuchos realmente necesitaban desarmarse y limpiarse adecuadamente. La industria aftermarket nació cuando se fabricaron OPC y Cuchillas Limpiadoras nuevas.

Alrededor del mismo período de tiempo, IBM lanzó la serie de impresoras 4019 (ver Imagen 2). Utilizaban un diseño completamente diferente a los cartuchos basados en Canon. No eran terribles, pero usaron una placa de plástico para mantener los engranajes en su lugar, todos unidos con remaches de plástico. Se tuvo mucho cuidado al retirar los remaches, taladrar orificios para tornillos y mantener las placas con sus respectivos cartuchos. Al mezclar

placas, los engranes se desalineaban al armar el cartucho. Algunas compañías tenían plantillas para perforar, pero seguía siendo más seguro mantener las placas con el cartucho correcto.

En mi opinión, el primer gran obstáculo tecnológico fueron las impresoras HP LaserJet 3Si (NX). Al principio estaban bien, pero luego Canon / HP cambiaron el PCR. Los nuevos PCR tenían un recubrimiento gris en lugar del revestimiento negro original (ver Imagen 3). Este nuevo recubrimiento apenas duraba el ciclo original y realmente nunca pasó por un ciclo remanufacturado. Una vez que fallaban, el cartucho presentaba defectos de "fondo de página" y fantasmas. El aftermarket respondió de varias maneras. Hubo sistemas para quitar el revestimiento gris y volver a recubrirlos, sistemas para colocar un recubrimiento más conductivo sin quitar el viejo, y finalmente la verdadera solución ... PCR de reemplazo. Fue un largo tiempo desde la aparición del primer PCR gris y los PCR de reemplazo que funcionaban. El aftermarket aprendió mucho de esto.



El gurú técnico Mike Josiah ha investigado, fotografiado y publicado más de 450 artículos técnicos en los últimos 30 años.

HP y Canon continuaron lanzando nuevas máquinas, pero lo bueno fue que la mayoría se basaban en el mismo cartucho. El HP 3Si se convirtió en el 4Si, el HP LaserJet 4 se convirtió en el 4+ y luego el 5. La vida del aftermarket era buena ...

Otros fabricantes también realizaron sus propios motores láser y el número de cartuchos que podíamos remanufacturar creció rápidamente. En 1995, Chenesko Products lanzó la primera Guía de referencia cruzada, donde se podía buscar un número de modelo de impresora e identificar el motor utilizado. Había tantos modelos de impresoras disponibles, que la Guía se convirtió en una herramienta necesaria. También comenzamos a incluir la teoría de cartuchos en las instrucciones (ver imagen 4). No era necesario saber la teoría para remanufacturar un cartucho, pero definitivamente era necesaria cuándo fallaba un cartucho después de la prueba y necesitabas solucionarlo. Otra herramienta útil fue una tabla integral de defectos repetitivos. Puede medir la distancia entre defectos repetitivos y consultar la tabla de ese cartucho. Esos gráficos rápidamente

verdaderamente diferente, como lo hacen todavía (vea la Imagen 5). Su tóner usó una carga positiva en comparación con la carga negativa utilizada en otras impresoras láser. Además, estas unidades utilizaron un proceso único para limpiar el cilindro, distinto al sistema convencional de cuchillas y cavidad de desperdicio. En lugar de colocarlo en una cavidad de desperdicio, el tóner "de desperdicio " mediante un cepillo de carga en la unidad de tambor y una fuente de electricidad (polaridad inversa en el rodillo revelador) provoca que el tóner se introduzca nuevamente en la cavidad de suministro para mezclar con el tóner sin usar. El tóner de reemplazo debía poder aceptar ambas cargas, y también tenía que mezclarse bien con el tóner usado. El tóner en sí tenía bastantes aditivos que

ayudaron al proceso de impresión, pero

también causaron problemas dentro del

eliminaba por completo de la cavidad de

aftermarket. Si el tóner antiguo no se

ayudaron a reducir los posibles problemas.

Cuando Brother saltó al cuadrilátero en

1999, hicieron las cosas de una manera

suministro, -el cartucho de tóner "vacío" tenía aproximadamente 80 g de tóner-, el cartucho de tóner ensuciaba el cepillo de carga en el cilindro, causando defectos en el fondo de la página y fantasmas. La única forma de solucionarlo era limpiar completamente la carga que se quedaba en el cilindro y colocar tóner nuevo. Hasta hoy, Brother todavía usa motores basados en este sistema inicial.

El Comité STMC se formó en 1999, en RIT (Rochester Institute of Technology). Este comité continúa estando compuesto activamente por voluntarios y utiliza estándares de ASTM, ISO, ISTA y ANSI para capacitar a las empresas acerca de reglas muy estrictas para realizar pruebas objetivas de cartuchos terminados. En el momento en que se formó el comité, no había estándares reales para el aftermarket. En mi opinión, estos estándares ayudaron a establecer nuestra industria como competencia directa a los OEM. En los primeros días de RIT, les enviamos dos nuevos cartuchos OEM EX y dos cartuchos EX remanufacturados. Un conjunto (remanufacturado y OEM) se probó



RI Media Clobal Industry Wards (eremony)

OCTUBRE 18
Primer Día de RemaxWorld 2018

ZHUHAI INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER

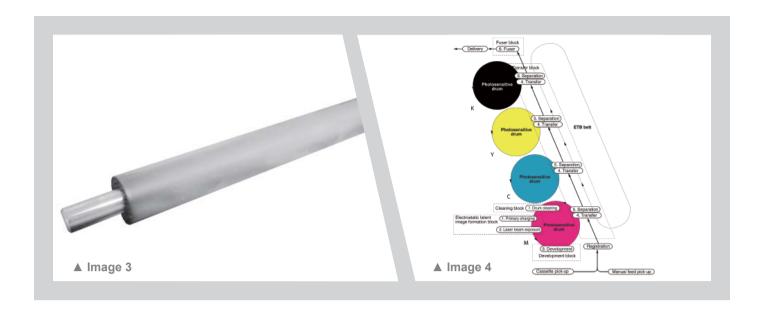
mismo lugar de RemaxWorld Expo

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





Organizador: Recycling Times Media Corporation www.RTMworld.com/2D



utilizando todos los nuevos estándares en enero (durante el invierno) y un conjunto en julio (durante el verano). Esto fue antes de que tuvieran acceso a una cámara de humedad. La diferencia en rendimiento y densidad con el cambio en la humedad fue dramática. Siempre supimos que la humedad desempeñaba un papel, pero nunca nos dimos cuenta de lo mucho que realmente afectaba.

El siguiente gran desafío fue en 2005 ... el HP Color LaserJet 2600. No fue el primer cartucho / motor de color HP, pero probablemente fue el más difícil de dominar. Fue el primer cartucho en el que tener un sistema completo de piezas realmente se volvió importante. El tóner se fabricó químicamente y la cavidad de desechos era pequeña, por lo que el tóner tenía que ser muy eficiente. La reproducción del color fue complicada, lo que significaba que el tóner, el cilindro, PCR, rodillo revelador y cuchilla dosificadora tenían que funcionar juntos como un sistema. Inicialmente, esas piezas fueron fabricadas en lugares distintos para igualar las piezas OEM.

Luego, la industria aprendió, se hicieron sistemas aftermarket dedicados. Hubo una serie de problemas técnicos con estos cartuchos que los hicieron difíciles de hacer bien. Las cubiertas laterales del cilindro no se podían quitar, por lo que se tuvo que cortar el cilindro para extraerlo. Había un perno de metal que se tenía que perforar para quitar un perno de bloqueo de plástico que requería una herramienta especial de extracción de tornillos. La barra dosificadora requería estar bien cerrada. También había una serie de contactos eléctricos internos que se dañaban fácilmente si no tenía cuidado. Eventualmente, nuevas cavidades de desperdicio con cubiertas laterales aftermarket estuvieron disponibles, así como sellos y cuchillas internas, lo que ayudó enormemente a la calidad de estos cartuchos.

El aspecto más frustrante de estos cartuchos era que a veces, incluso si se hacía todo bien, todavía tenían problemas.

Algún tipo de dispositivo de "reinicio" o "desbloqueo" se estaba convirtiendo en la norma para la mayoría de los cartuchos.

Algunas máquinas usaban chips o fusibles. Otros tenían comandos de menú de restablecimiento específicos que debían seguirse para que la impresora aceptara el nuevo cartucho remanufacturado. Para ayudar con esto, Summit Laser (nuevo nombre para Chenesko Products) presentó su primera versión de la Guía de reinicio en la edición de febrero de 2001 de Recharger Magazine. Esta guía enumeraba todos los comandos de menú conocidos que podrían ser necesarios, y si el cartucho tenía un fusible o un chip. Si tenía un chip, también indicaba si el chip podía reiniciarse o si debía ser reemplazado.

A medida que pasaba el tiempo, la mayoría de los cartuchos adoptaron tecnologías de chips, pero en su mayor parte el aftermarket podía fabricarlos fácilmente o, en algunos casos, no necesitaban ser reemplazados en absoluto.

Cuando IBM vendió su división de impresoras a una nueva compañía llamada Lexmark comenzó a cambiar. Cuando se lanzó el cartucho 4069, tenía un chip que era muy difícil, al principio, de emular. El aftermarket creó placas

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.lsc-lnc.org



PARTICIPATING PARTNERS



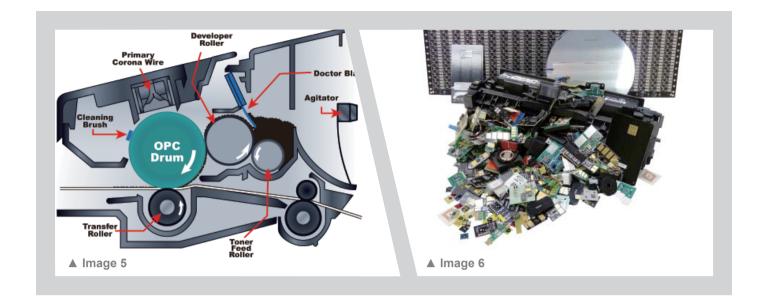












"piggy-back" que usaban el chip OEM original, pero omitieron partes del código. Eventualmente, estuvieron disponibles nuevos chips de reemplazo.

Los cartuchos "Prebate" (cartuchos de un solo uso que se vendieron con descuento con el acuerdo de que el cliente los devolvería al fabricante después de su uso) habían estado en circulación desde los primeros cartuchos 4059. Los cartuchos de prebate de repente se convirtieron en un problema porque no tenían el mismo chip que evitaba que se remanufacturaran en ese momento. A menudo parecía que cada vez que el aftermarket hacía un gran avance en la tecnología de chips, Lexmark lanzaba un nuevo firmware que impedía el funcionamiento de los chips. El aftermarket logró seguir actualizándose finalmente venció al sistema.

Cuando se lanzaron los cartuchos T520, el mundo del aftermarket cambió ... Le tomó mucho tiempo al aftermarket ponerse al

día con la tecnología de cifrado utilizada en estos chips. El difunto Lester Cornelius, un gurú y defensor de la industria aftermarket, llamó a estos chips "ARD's" (Dispositivos Anti-Reciclaje). Esos chips fueron el inicio de los problemas actuales (ver imagen 6).

Muchos fabricantes de impresoras ahora trabajan con el aftermarket en el desarrollo de chips con el fin de fabricar chips que no infraccionen o que el usuario piense que tienen un cartucho OEM.

Lamentablemente, algunos fabricantes de impresoras continúan combatiéndonos con nuevos chips tipo "ARD". Estos chips pueden ser más difíciles de hacer legalmente (no un clon) pero aun así los hacemos.

Hace unos años, la industria aftermarket volvió a aumentar y comenzó a crear nuevos chips de reemplazo que usan microprocesadores programados con el encriptado para hablar con la impresora. Estos chips típicamente tienen un

microprocesador dedicado en la tarjeta cubierta con epoxi negro para protección. Este tipo de chips se fabrican en grandes cantidades a partir de obleas de silicio y son muy confiables.

La buena noticia es que mientras la tecnología de cartuchos OEM ha avanzado, también lo ha hecho el aftermarket. Los OEM tienen nuevas formulaciones de tóner, métodos de fabricación de tóner, recubrimientos en rodillos magnéticos / revelador y cilindros que pueden imprimir extremadamente rápido con un alto DPI. También usan chips que ahora son increíblemente pequeños, rápidos y usan una tecnología de cifrado muy sofisticada. El aftermarket , ha encontrado soluciones alternativas en cuanto se lanzan nuevos cartuchos OEM. La sofisticación en ambos lados es bastante alta.



MARKETING DIGITAL











Ponte en contacto con nosotros



-Elementos clave de plan de marketing digital y como elegir un consultor que le ayude a tener éxito en el 2018 en línea

Zoltan Matyas

Como prometí en mi artículo anterior, revisaré los elementos clave de un plan de marketing digital bien estructurado. Esto ayudará a los que pagan por dicho plan a verificar que están obteniendo un buen valor.

También enumeraré diez preguntas que debe hacer antes de contratar a un consultor de redes sociales y marketing digital. El plan de marketing digital es el plan de su estrategia digital, y un consultor experto es alguien que puede hacer una gran diferencia entre una inversión digital buena o mala. Entonces ambos son igualmente importantes

Permítanme aprovechar la oportunidad para analizar el Summit RT en Cancún, donde hice una presentación sobre la importancia de aprovechar Internet en 2018 y el uso de un marco para que su plan funcione.

Lo que dije durante mi presentación resuena bien con mi artículo anterior y se puede resumir prácticamente con una

"Internet está cambiando el juego y si no está tratando de encontrar formas de hacer que este cambio funcione para su

beneficio, corre el riesgo de convertirse rápidamente en irrelevante."

La clave es entender dónde se enfoca la atención de sus clientes y desarrollar un plan para producir de manera eficiente contenido valioso que inspire o provoque el resultado deseado. ¡El plan es tener un plan!

Así como todos los grandes logros en la historia comenzaron con un buen plan, el marketing digital no es diferente. En realidad, es muy similar a un plan de marketing tradicional que utiliza aspectos y elementos similares, pero desde un punto de vista digital.

Los elementos básicos de cualquier plan, tanto en línea como fuera de línea, son los siguientes:

- 1. Metas y Objetivos
- 2. Análisis de la situación actual
- 3. Acciones
- 4. Recursos disponibles y presupuesto
- 5. Resultados de sincronización y medición

La diferencia entre un plan de marketing digital y cualquier otro plan de negocios, es el número de variables que necesita conocer y controlar. Cuando se

trata de tecnología digital en 2018, hay muchas variables nuevas que a menudo son muy difíciles de controlar si no es experto en redes sociales y plataformas digitales.

Hay aspectos tecnológicos, aspectos de automatización, reglas y funciones de redes sociales individuales, herramientas disponibles en línea y productos SaaS basados en redes sociales, cambios de atención de audiencia y cambios constantes en el algoritmo de plataforma que, si son desconocidos para usted y usted no es un profesional es prácticamente imposible de controlar.

Como dije durante mi presentación en Cancún: "La gran pregunta no es si esto llamado marketing digital funciona es: ¿sabe qué hacer con él?" A menudo les digo a nuestros clientes que sigan adelante con el plan de marketing digital que tiene las siguientes tres opciones:

- 1. Contrate a un experto de tiempo completo, que desarrolle su plan y realice la ejecución por usted mientras trabaja estrechamente con sus departamentos;
- 2. Subcontrate a un experto en marketing digital y lograr que esa persona

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



capacite a uno de sus empleados para que lo ejecute por usted (a menudo me parece que es la mejor manera);

3. Subcontrate el plan y la ejecución y solo mire los KPI y pague una tarifa mensual.

Según el tamaño y los objetivos de su organización, puede elegir cualquiera de las tres opciones y, si todo está bien, las cosas comenzarán a suceder.

Hay otras dos cuestiones:

- 1. cualquiera de las tres opciones que elija le costará dinero, así que prepárese para una inversión. La buena noticia es que en el mundo digital todo es matemática y el ROI es bastante medible.
- 2. El marketing digital no es mágico, y no verá los resultados al día siguiente. La mayoría de los planes que he visto muestran un progreso real dentro de 12 meses, no antes.

No importa cuál de las tres opciones elija, debe elegir a su experto sabiamente

- y su experiencia definirá qué tan exitoso será el proyecto. Para ayudarlo, compartiré diez preguntas clave ANTES de que elija una agencia o una persona, cortesía de mi amigo y un gran mentor de marketing digital, el Sr. Pedro Rojas (Twitter @ SeniorManager):
- 1. ¿Con quién trabajó antes? ¿Cuántos planes similares ha desarrollado o ejecutado antes? -experiencia es clave;
- 2. ¿Tiene experiencia en mi sector? Los planes son específicos del sector Si esta persona no comprende su negocio y sus valores, es difícil obtener los resultados que realmente desea;
- 3. ¿Puedo ver cuentas de redes sociales que administre? -¡El mejor indicador! "¡No escuche lo que digo! Mire lo que hago ".
- 4. ¿Qué hacía antes del boom digital? La comprensión y experiencia empresarial predigital es un buen indicador.
 - 5. ¿En qué áreas de las redes sociales

- se especializa? Nadie hace todo bien. No he visto a una persona que sea una gran experta en SEO y una gran experta en redes sociales al mismo tiempo. Estas son habilidades complementarias y hay especialistas para cada una.
- 6. ¿Qué redes sociales debo usar? -si le dice Facebook e Instagram sin analizar los objetivos y entender su negocio, puedes comenzar a cerrar el chat;
- 7. ¿Qué herramientas usará para medir la efectividad de la estrategia? -Se requiere una respuesta abierta y transparente que identifique las herramientas y los KPI. No hay secretos aquí:
- 8. Cuántas publicaciones me garantiza por día por semana por mes ... etc.-esto es complicado. Si él le proporciona un número, no tiene idea de qué se trata todo esto:
- 9. ¿Qué tan rápido veré los resultados? -Otro truco: sin una profunda analítica



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









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



dypsion international @dypsion1

EXPERIENCIA





de los objetivos y la situación real, no es posible responder. Si le responden, corra.

- 10. ¿Por cuánto tiempo deberá contratarle? -a menos que contrate por fuera todo, esto no debería ser más que desarrollar un plan (5-8 semanas) y capacitar a su personal (4-8 semanas) y continuar haciéndolo con la supervisión periódica de los KPI.
- ¿Quiere más? Aquí otra lista con los elementos clave de un buen plan de marketing digital:
- 1. Objetivos de marketing digital bien definidos e "INTELIGENTES": ¡los objetivos y metas no deben mezclarse!
- 2. Un análisis SWOT-estrictamente desde un punto de vista digital!
- 3. Análisis adicional de: usabilidad y funcionalidad de la Web / Blog: la clave es eliminar la fricción:
- 4. Identifique su audiencia, defina dónde está su atención, sus requisitos

de incorporación y qué canalizan el contenido al que responden mejor;

- 5. Elegir y aumentar la selección de las redes sociales de acuerdo con los recursos disponibles;
- 6. Recursos disponibles y presupuesto para ver el plan y la ejecución totalmente financiados;
- 7. Definición de la estrategia real y "mini" estrategias secundarias específicas. (Estrategia de palabras clave, estrategia y calendario de marketing de contenidos, estrategia de bases de datos, campañas de medios sociales, estrategia de SEO y SEM, estrategia de marketing por correo electrónico, estrategia de influencia ...
- 8. Momento de implementación, monitoreo y medición de KPI.

Espero que haya disfrutado la lectura y que le brinde un valor realmente práctico que le ayude a comenzar.

Si quiere saber más sobre marketing digital en el Aftermarket de impresión, contacte a Zoltan por email en zoltan@ ecow.es o en Linkedin en https://www.linkedin.com/in/zoltanmatyas/

Zoltan Matyas tiene una trayectoria de más de 15 años en el aftermarket de impresión y es un miembro



activo de la industria europea de remanufactura. También es un experto en el desarrollo de estrategias de marketing digital y redes sociales para ambas operaciones B2B y B2C dentro y fuera de la industria. tiene un título universitario en marketing digital y redes sociales, además de ser consultor activo en el desarrollo de proyectos de marketing digital para pymes de diversos sectores. Está familiarizado con conceptos tales como el involucramiento en línea, la administración de redes sociales, la generación digital de leads y el marketing de entrada y contenido. <Zoltan.Matyas@wta-suhl.de>

WE CAN HELP YOU **TO COMMUNICATE**WITH THE WORLD!

- 18,700+ likes facebook.com/recyclingtimes
- 600+ followers

 ID:recycling_times
- 15,000+ followers

 ID: recyclingtimes
 - 2,000 weekly news viewers vimeo.com/intouchnews
- 20,000+ followers twitter.com/recycling_times
- 550+ followers
 Inkedin.com/company/3122775
- You 150+ videos
 Tube ID: Recycling Times Media
- 570+ followers

 ID: Recycling Times Media

RT RecyclingTimes

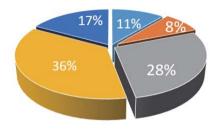
ENCUESTA DEL PROXIMO MES

¿Qué le emociona más acerca del futuro de la industria? Escanee el Código QR para votar



INVESTIGACIÓN

¿Cómo le ha ayudado RT?



- 1. Conocí clientes potenciales y realicé conexiones en eventos RT; 11%
- Me ayudó mucho a explorar nuevos mercados como EMEA o Latinoamérica, a través de sus expos que se realizaron en diferentes regiones; 8%
- 3. Leo la revista impresa, que disfruto, por sus noticias, información y tendencias; 28%
- 4. Leo el sitio web y sigo las noticias de la industria desde allí; 36%
- No me involucro demasiado con eventos o productos RT. Los exploraré más en el futuro. 17%

¿SABÍA QUÉ?



Si se colocaran un año de cartuchos de impresión desechados en una fila rodearían la tierra tres veces

Fuente: (https://blog.sepialine.com/10-unusual-printingfacts-thatyouve-never-heard-of/)





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





Global Brand • Local Experts









Únase a la familia de Cartridge World. Territorios Master y ubicaciones de tiendas disponibles. Visite CartridgeWorld.com o contacte a Ivan Rosales, Contacto en Latinoamérica en irosales@cartridgeworld.com 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 Fantásticode Color y Alta Densidad
3.100% Pruebas de Post-producción
4. Centro de Produccion Avanzada
5. Trabajadores Bien Capacitados y Personal de Calidad Experto

CE

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)2263687 E-mail:sales@cmchinamate.com http://www.cmchinamate.com http://www.newchinaman.en.alibaba.com









