

GUÍA DEL RECICLADOR



ImagingWorld

EN ESPAÑOL

nombre más confiable en impresión en 5 idiomas

PÁGINA 20

CON FOCO EN LATINOAMÉRICA

— Gustavo Molinatti de Guía del Recicladador examina las posibilidades

Watch inTouch TV News Daily Online



Proudly Supporting
INTERNATIONAL



Imaging Technology Council



Imaging Gala Event
AMERICAS
MEXICO CITY · MEXICO
June 11, 2019



Imaging Expo
AMERICAS
BOGOTA · COLOMBIA
June 13-14, 2019



Se busca distribuidor de Unismart

Asóciense con nosotros, usted puede obtener

- ✓ Múltiples soluciones de reinicio de chips, que incluyen más de 4000 modelos en impresoras de inyección de tinta, impresoras láser y copiadoras
- ✓ OEM Soporte en soluciones de reconfiguración de la primera salida al mercado
- ✓ Chips de reinicio calificados con un rendimiento estable
- ✓ Flexible gestión de inventario de chips
- ✓ Servicio de soporte técnico de primera calidad.

Más información sobre Unismart, por favor avance a: www.apexmic.com/en/unismart/about

Contáctenos para explorar prometedoras oportunidades de negocio
sales@apexmic.com

Argentina | Brasil | Colombia | Ecuador | Venezuela
México | Perú | Chile | Bolivia | Guyana | Surinam



APEX MICROELECTRONICS CO.,LTD.

T:+86 756 3333768 F:+86 756 3333029 E:info@apexmic.com

Copyright © 2019 Apex Microelectronics Co., Ltd.

Disclaimer: The information contained herein is subject to change without notice. Apex shall not be liable for technical or editorial errors or omissions contained herein. Photographed products may not always match the description. All brand names & trademarks are the properties of their respective holders and used for descriptive purposes only.



www.apexmic.com



@APEXMIC

SE BUSCAN DISTRIBUIDORES DE G&G RESPECTIVAMENTE EN ARGENTINA, MÉXICO, BRASIL Y CHILE



Ninestar Image Tech Limited

¿Qué puede ofrecer G&G a usted?

Un proveedor profesional de soluciones de impresión con servicios integrales y una marca destacada.

Los primeros productos en el mercado le mantienen primero para obtener ganancias

Soporte integral de marketing.



Marca Premium, soportada por



RT 2019 Eventos



1

RT Imaging Expo—EMEA 2019
Abril 16–18 Accra · Ghana
Abril 21 Cairo · Egipto



2

RT Imaging Expo—Americas 2019
Junio 11 Ciudad de México · México
Junio 13-14 Bogotá · Colombia



GUIA DEL RECIKLADOR

SdI
Soluciones de Impresión

3

Business-Info
Mayo 15–17
Moscú · Rusia



Para exhibición, contacte a Victoria Zhao:

✉ Victoria.Zhao@RTMworld.com ☎ +86-756-3919263

Para cooperación de:

✉ Cecile.Zheng@RTM

s Globales de RT



orm 2019

a

4

RemaxWorld Summit 2019

Octubre 16

RemaxWorld Expo 2019

Octubre 17-19

iPrint 3D Expo 2019

Octubre 17-19

Zhuhai · China



5

Indian Recharger Xpo 2019

Marzo 7-9

Bombay · India

Imaging Solutions India Expo 2019

Noviembre Nueva Delhi · India



media, contacte a Cecile Zheng:

world.com ☎ +86-756-3959284



www.RTMworld.com/2d



FABRICANTES EXPERTOS EN:

COPIER/Копиров/COPIEUR/
COPIADORAS/KOPIERER/الآلات التصوير



HKHAOYINBAO GROUP CO., LTD

Dirección de Fábrica:NO. 6, Ping Xi10th Rd, Nanping, Zhuhai City,PR of China

Dirección de la oficina - 16th Floor of Dunhuang Building, Renmin West Road, Xiangzhou District, Zhuhai City, PR of China

Tel:+86-756-8920990 Sales: +86 133 606 18518

Email: kim@haoyinbao.com

Website: www.hyb-toner.com



La primera opción para más de 600 Importadores en 77 regiones

EN ESPAÑOL IMAGING WORLD

No. 61 | 2019

07 | NOTA DEL EDITOR



28 | EN MI OPINIÓN

¿Cuáles son las preocupaciones que enfrentan sus clientes de impresión de oficina?

33 | INTERNET DE IMPRESIÓN



¿Cartuchos de Impresora de Nueva Construcción o Remanufacturados?



Cientos de jugadores de la industria asistieron a una cena de gala en Nueva Delhi, para escuchar el anuncio de una nueva asociación comercial en la India. La Asociación de Soluciones de Imágenes de la India (ISAI, abreviatura de The Imaging Solutions Association of India) tendrá su sede en Nueva Delhi para influir sencilla y eficientemente a las políticas gubernamentales, abordar los problemas y dificultades de la industria y construir un entorno saludable para la prosperidad del gremio.

35 | SEGUIMIENTO



¿Dónde está el maní?

36 | LAS NOTAS

La última risa de Berto en Office Printing

20 | LA HISTORIA EN LA PORTADA



Con Foco en Latinoamérica
- Gustavo Molinatti de Guía del Reciclador examina las posibilidades
Autor de la foto: David Gibbons

CARACTERÍSTICAS

11 Nuevo Liderazgo Para una Leyenda de la Industria

—Tricia Juez y Tequila Yan

La innovación está en el corazón de este negocio, y estamos dedicados a desarrollar las soluciones que nuestros clientes necesitan para continuar en conseguir éxito

14 Opciones de Suministros de Imágenes: Cartuchos Nuevos Fabricados Amenazan Tomar Participación de los Remanufacturados

—Tricia Judge

El consumidor tiene derecho a reparar su automóvil, computadora y cartucho

28 Mantenerse Relevantes en la era de la Digitalización: una Historia de Impresoras

— Pamela Sumanga, Gerente de Investigación en IDC Asia/Pacífico para Investigación de Imágenes, Impresión y Soluciones de Documentos

se estima que el tamaño del mercado de impresoras de APeJ será casi igual al de los Estados Unidos y Europa occidental combinados

26 | 5 PREGUNTAS

¿Por qué Debemos Elegir los Cartuchos Remanufacturados?

Volker O.Kappius



27 | 5 PREGUNTAS

Los Cartuchos Nuevos Deben Convertirse en el Modelo de Negocio Preferido del Aftermarket

Christian Pepper



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. ©Marzo de 2019 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.



Un universo de productos



Insumos de Impresión

100% Compatibles

EPSON - HP - LEXMARK - CANON

Toner

Cintas

Inkjet

Papeles Especiales

Las marcas y modelos citados son propiedad registrada de sus fabricantes, su mención es únicamente en caracter descriptivo.

Nueva Línea de Periféricos

Mouse
Keyboard
Headphone
Microphone
Hub
Web Cam



Av. Colonia 457 (C1437JNI), Capital Federal
+5411-4308-5759 - www.evertec.com.ar

EDITORIAL

GUSTAVO MOLINATTI



“Esta industria dejó de ser lo que era, en uno o dos años desaparece”. Así me definía el mercado un referente latino del aftermarket, el mismo día del lanzamiento de mi primera edición de



Publicista y Director Editorial

Tony Lee Tony.Lee@RTMWorld.com

Director Editorial

Gustavo Molinatti gmolinatti@guiadelreciclador.com

Directores

David Gibbons Sabrina Lo

Equipo Editorial

Maggie Wang Tequila Yan Amber Guan Christine Zhang

Diseñadores Gráficos

KK Deng Miuling Peng Mavis Wang

Equipo de Marketing

Gustavo Molinatti 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

Guía del Reciclador hace 17 años. Como imaginarán, no fue el mejor momento para que me dispares semejante profecía apocalíptica, aunque hoy admito que al menos una parte de ella se cumplió. El mercado no original dejó de ser lo que era, incluso el mercado OEM, donde tal vez no todo, pero una gran parte cambió. Dejó de ser una industria de garaje, marginal, de oportunistas que vieron una industria tipo Uber, produciendo o vendiendo productos de dudosa calidad, para convertirse en una viable alternativa para las empresas y los consumidores. Pero además todo el universo de impresión cambió. Hoy solo cinco OEMs se disputan el 85% del mercado global y abandonan de a poco su histórico modelo razor-and-blade que tanta satisfacción (y dinero) les ha dado, para centrar su foco en la oferta de soluciones y servicios. Las impresoras dejaron de ser artefactos autónomos, de única función, para convertirse en complejos dispositivos de múltiples funcionalidades, totalmente integrados a la vida del hombre actual. Sin dudas que todo este proceso fue impulsado por el radical cambio en la forma de vida de las personas y su mundo inteligente de absoluta conectividad. En definitiva, el consumidor fue el principal ganador, disponiendo de dispositivos de más capacidades, con menor costo por página y de propiedad, más amigables y atractivos.

En cuanto a la otra parte de la profecía, afortunadamente no se cumplió. La industria aftermarket ha logrado sobrevivir, porque siempre tuvo la habilidad de adaptarse, con fabricantes de componentes y cartuchos de nueva construcción mejorando año a año la calidad de sus productos y con distribuidores invirtiendo para fidelizar clientes a través de sus canales. ¿Qué nos

espera por delante? Mucho. Todavía los empresarios del aftermarket tienen una tendencia a la comodidad de la venta de cajas, sin un agregado de valor para el consumidor. Existe un fuerte arraigo al modelo transaccional, dejando sus negocios en el fango de la pelea de precios con competidores que no tienen un real compromiso con la industria.

Me siento feliz por esta alianza que hemos hecho para el 2019 entre Recycling Times y Guía del Reciclador. Después de muchos años de intenso trabajo como editor para la industria de remanufactura latina, es un interesante desafío el que tengo por delante. Unir esfuerzos para consolidar y aumentar la distribución de ambas revistas en toda la región, formar e informar al empresario del sector latino, ayudarlo en el crecimiento de su negocio y estimular alianzas con proveedores y colegas que deseen ser parte de su futuro. Queremos seguir impulsando los eventos en distintos países de América Latina, este año en México y Colombia, para no perder ese punto de encuentro que permita vernos cara a cara, debatir ideas y difundir entrenamiento técnico y comercial. En lo personal pienso que nuestra preocupación como aftermarket no debería estar enfocada en debatir si es mejor vender un producto remanufacturado o un cartucho de nueva construcción. Debemos asegurarnos que el cartucho que vendamos imprima con calidad y concentrar el esfuerzo en fortalecernos como una verdadera alternativa al original, migrando nuestro negocio a un modelo basado en servicios o contractual y buscando las herramientas que nos permitan crecer en segmentos de mayor rentabilidad del mercado. ■



Nuevo Para un

de

El nuevo CEO de Statia

Liderazgo a Leyenda la Industria

Control, Ken Lalley, habla sobre cómo seguir adelante

Por Tricia Juez y Tequila Yan

Ken Lalley se convirtió en agosto en el director ejecutivo del principal proveedor y defensor de la industria, Static Control Components (SCC). Es la primera vez que SCC no es liderada por un miembro de la familia Swartz.

Mientras sigue siendo el director gerente de las operaciones europeas de Static Control, Lalley ahora está dividiendo su tiempo entre los dos continentes. "Sin dudarlo, acepté la oferta", dijo Lalley. "He estado con SCC más de una década. Ser capaz de llevar mis habilidades al puesto de CEO es emocionante para mí y veo un camino claro hacia adelante sobre cómo llevar el negocio a la siguiente etapa".

SCC es una empresa reconocida y prestigiosa. Ha desarrollado y fabricado los componentes, microchips y provisto el tóner para cartuchos de impresoras durante 30 años. "Basada sobre su reputación como líder en tecnología y calidad de los sistemas de imágenes para el aftermarket, Static Control ofrece nuevos niveles de estabilidad a la industria a través de sus ofertas de cartuchos terminados", dijo Lalley. "La reputación de Static Control es legendaria porque fue la primera compañía en ofrecer chips de reemplazo para cartuchos de impresora, junto con otros productos clave que ayudaron a continuar al aftermarket".

"Su compromiso con la innovación me permitió saber que éste era el lugar donde debía estar", comentó Lalley. "Considero que mi experiencia en puestos de ventas



Preparado para el Futuro

El centro de tecnología de punta está en condiciones de servicio; La fabricación de tóner en CET Japón ha comenzado y los centros de distribución global están listos. CET está previendo y proporcionando posibilidades futuras para usted.

CET Group

CETGroupco.com



El catálogo de productos de Static Control se expande continuamente para ofrecer a los profesionales de aftermarket una solución integral para todos sus suministros de imágenes. Además de proporcionar los componentes más confiables de la industria para remanufacturadores, la compañía se ha expandido para incluir soluciones de cartuchos de la primera clase y de alta calidad.

y gerenciales fueron muy adecuados para incorporarme a la empresa y colaborar a aumentar sus crecientes ganancias".

Como continuará encabezando las operaciones europeas mientras lidera toda la compañía, Lalley está dividiendo su tiempo entre Europa y América del Norte. Aunque definitivamente volará mucho más, será importante para él estar presente en ambas oficinas para ser una fuente de respuestas, dirección y liderazgo. "Hemos simplificado algunas de las operaciones en los Estados Unidos, que incluyeron una reestructuración del personal, afirmó Lalley. "Es un paso crucial para nosotros seguir siendo competitivos en el mercado, pero nuestros productos seguirán cumpliendo con los mismos requisitos que siempre tuvieron. Seguimos controlando la investigación y el desarrollo, la construcción de materiales y el control de calidad".

Los productos principales de la compañía siguen siendo sus componentes. Pero a medida que la industria de imágenes continúa cambiando, Lalley explica que SCC necesita cambiar continuamente para crecer y ganar. SCC ahora proporciona componentes para ambos clientes de la remanufactura y de cartuchos nuevos fabricados, proporcionando productos integrados. "Cambiamos junto con la industria, para que podamos ayudar mejor a nuestros clientes con un creciente portafolio de productos de calidad", aseguró.

Lalley tiene una estrategia a corto y a largo plazo. "A corto plazo, planeamos actualizar parte de nuestra infraestructura para cumplir

con las prácticas actuales, de modo que podamos ofrecer una mejor experiencia al cliente", dijo Lalley, "y algunos de estos cambios ya están en proceso hace algunos años, como nuestro renovado sitio web, el cual fue lanzado a principios del año pasado y que luego lo traducimos a múltiples idiomas el pasado mes de septiembre".

"A largo plazo, estamos ampliando nuestra base de clientes para incluir canales de distribuidores y proveedores de oficina", dijo. "Estas compañías han confiado en la tecnología de SCC durante años, pero no están tan familiarizados con nuestra compañía".

A pesar de estar situados en la pequeña ciudad de Sanford, N.C, SCC ha tenido una presencia global durante décadas. "Static Control tiene oficinas en todo el mundo y ofrece servicios en más de 150 países y en más de dos docenas de idiomas", dijo Lalley. "Sabemos la

importancia de ser una empresa global con raíces locales. Es una de las razones por las que nuestro sitio web se tradujo a varios idiomas. Nuestro compromiso de proporcionar a los clientes el mejor servicio en un idioma que puedan entender no ha cambiado".

Lalley invocó repetidamente la innovación como clave para el futuro de SCC. "El grupo de desarrollo de chips de la compañía sigue trabajando en proyectos y puede cambiarlos a un ritmo récord", dijo Lalley. "La innovación está en el corazón de este negocio, y estamos dedicados a desarrollar las soluciones que nuestros clientes necesitan para continuar con nuestro éxito".

En los próximos cinco a diez años, el plan de SCC es proporcionar amplias opciones a los clientes. "Ofrecemos componentes, que es una parte fundamental de nuestro negocio, junto con cartuchos", dijo Lalley. "Y nuestros clientes pueden





盛威
SOMEWAY

ALTA CAPACIDAD EXPERTO EN CARTUCHOS DE TÓNER



Proveedor Profesional De Cartuchos De Tóner Para Impresión



ZHUHAI SOMEWAY
ELECTRONICS TECHNOLOGY CO LTD

Contact: Lisa Meng
Email: sales@zhsomeway.com
Tel: +86 756 2298636
Fax: +86 756 8529909

Add: The 3rd Building, No.9 Jin Heng 1st Road, Jin Ding Technology Industrial Park, Zhuhai City, China





proveer a sus clientes tanto un cartucho remanufacturado como uno compatible".

Lalley no ve ningún fin a la necesidad de cartuchos remanufacturados y sus componentes. Por el contrario, observa la necesidad de productos remanufacturados para áreas donde pueden haber más riesgos de propiedad intelectual, o no han podido calificar un producto adecuado a través de la oferta de compatibles de la compañía.

Sin embargo, Lalley cree que los compatibles son una importante oportunidad de crecimiento en el mercado, y SCC ofrece el potencial de lanzar productos inéditos y el espacio para una amplia mejora del producto. "La oportunidad única para SCC radica en llevar una solución al mercado para aquellos que buscan un producto de alta calidad, a un costo competitivo y utilizando sus componentes líderes en la industria", dijo Lalley.

Ser parte del Grupo Ninestar también le da a la compañía una ventaja única porque es parte del mayor fabricante global de productos inkjet y tóner. "La colaboración entre todas las organizaciones dentro del Grupo Ninestar ha ayudado a aumentar nuestra velocidad de comercialización de componentes, chips y cartuchos", dijo. "Y también tenemos una marca reconocida a gran escala y multimillonaria en Lexmark. "La combinación de tal

grupo de compañías y las capacidades que pueden proporcionar en conjunto en la propiedad intelectual y producción cambiarán el mercado de la impresión para siempre".

"Trabajando en equipo, podemos llegar a una solución más rápido que trabajar individualmente. Nuestro catálogo de productos es diferente. Podemos proveer los componentes, junto con soluciones remanufacturadas o compatibles para adaptarse mejor a las necesidades comerciales de nuestros clientes", dijo Lalley. "Nuestros productos están sujetos a un estándar diferente y desarrollados para proporcionar un servicio óptimo".

En cuanto a llenar los zapatos bastante grandes que dejó la familia Swartz, Lalley reconoce que va a dirigir una compañía con un legado impresionante. "Static Control siempre agradecerá a la familia Swartz, especialmente a Ed, quien hizo una marca en la industria porque la cambió para siempre, permitiendo que continuara y prosperara", dijo Lalley. "Ed fue un pensador avanzado que creía que la empresa necesitaba cambiar constantemente para crecer y tener éxito, y eso es exactamente lo que estamos haciendo. A medida que la industria continúa cambiando, cambiamos con ella para poder ayudar a nuestros clientes con un creciente portafolio de productos de calidad".

Lalley también tiene una impresionante historia en la industria. Está en la industria de imágenes hace más de 25 años. Su primer empleo en la industria fue trabajar en ventas para un pequeño

remanufacturador independiente y progresó a través de diferentes puestos, desde la gestión de cuentas claves y el desarrollo de nuevos negocios, y culminando como su "especialista" en suministros de oficina electrónicos, desarrollando nuevos negocios. Los ayudó a hacer la transición de una empresa que dependía de las ventas del sector público a una que dependía a las ventas del sector privado. Luego regresó a la industria de la manufactura como director de ventas de un gran remanufacturador con sede en el Reino Unido. Con su ayuda, aumentaron sus ventas siete veces en un período de cinco años.

Luego se incorporó a SCC. Lalley comenzó como vicepresidente de ventas en Europa en 2001, y luego se convirtió en director gerente en 2014. Mantiene su papel de liderazgo en las operaciones europeas, mientras aborda su nuevo papel en los Estados Unidos. "Actualmente estoy dividiendo mi tiempo entre las dos oficinas. Es importante para mí estar presente en ambas. Como pueden imaginar, mi cuaderno de viaje se llenará, pero estoy emocionado por la oportunidad de conducir a Static Control hacia el próximo capítulo". Una curiosa industria espera con interés el próximo capítulo de SCC. ■



Opciones de Suministros de Imágenes:
**Cartuchos Nuevos Fabricados
Amenazan Tomar Participación
de los Remanufacturados**

Tricia Judge





dos ción

En el apogeo de los cartuchos remanufacturados en los años 1990-2000, era muy fácil promocionar los cartuchos remanufacturados. Eran la única alternativa a los nuevos, por lo tanto, mantenían los costos bajos. Dado que los cartuchos se reutilizaron al menos una vez, los remanufacturadores desviaron una gran cantidad de plástico de los vertederos. Y los remanufacturadores eran pequeños, con negocios locales y con programas de devolución de cartuchos que a menudo estaban vinculados a organizaciones benéficas.

Nadie discutió que el beneficio clave era el ahorro de costos con respecto a los nuevos cartuchos de los fabricantes de equipos originales (OEM). La industria compitió abiertamente y de manera justa con los OEM, con peleas por chips letales, programas de devolución y otros impedimentos tecnológicos y de marketing que los OEM implementaron.

Al margen del mercado estaban los cartuchos falsificados ilegales. Los OEM, a través de la Imaging Supplies Coalition, persiguieron a los criminales que traficaron con estos suministros. Asia, particularmente China, fue una fuente clave de estos productos ilícitos.

El panorama cambió dramáticamente con un nuevo jugador: el cartucho de nueva fabricación. Estos cartuchos dieron origen a una gran industria en China. Considerablemente más baratos que los remanufacturados, los nuevos fabricados han proliferado y han robado cuota de mercado de OEMs y remanufacturadores. El alguna vez robusto mercado de remanufactura de finales de los años 90 representó tanto como 8 billones de dólares en ventas en América del Norte.

En la actualidad, un nuevo estudio realizado por Actionable Intelligence y el International Imaging Technology Council cree que los cartuchos remanufacturados representan solo \$ 2 billones de dólares en ventas. En algunos modelos, los nuevos fabricados han quitado un 50% de

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 programar 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.



participación a los remanufacturadores.

Internet ha exacerbado el problema. Estos cartuchos, muchos de ellos de dudosa calidad y legalidad, han proliferado en sitios en línea como Amazon y eBay. También están apareciendo en los canales de revendedores, con la garantía de ser de excelente calidad y de no infringir propiedad intelectual de los OEM.

Con sus portafolios de patentes masivas, se esperaba que los OEM enfrentaran estos cartuchos con demandas por infracción de patentes. Epson, HP, Lexmark y otros hicieron demandas y algunas importaciones fueron bloqueadas. Sin embargo, muchos más cartuchos de nueva fabricación se abrieron paso en el país, sin la oposición de Canon, el titular clave de la tecnología de patentes de cartuchos láser.

Preocupaciones legales

La doctrina del derecho a reparar, ha protegido durante mucho tiempo a los cartuchos remanufacturados contra reclamos por infracción de patentes. El consumidor tiene derecho a reparar su automóvil, computadora y cartucho. El problema quedó bien resuelto a mediados de la década del 90 en una variedad de demandas en los Estados Unidos.

Los OEMs probaron una variedad de esquemas inteligentes de mercadeo, para disuadir a los consumidores de comprar productos no originales, particularmente a través de restricciones de posventa utilizando su propiedad intelectual. Esto también dio lugar a una variedad de demandas.

En 2017, la industria de remanufactura de cartuchos presentó a la Suprema Corte de los Estados Unidos el caso que cambiaría drásticamente la ley de patentes. El 30 de mayo de 2017, la Corte Suprema de los

Estados Unidos decidió que los derechos de patente de los productos se agotaban después de la primera venta, sea ella a nivel nacional o en el extranjero. La decisión en *Impression Products, Inc. vs. Lexmark International, Inc.*, escrita por el Juez Presidente Roberts, involucró específicamente la venta de cartuchos de impresora.

Como resultado, los núcleos y los cartuchos se pueden remanufacturar y mover libremente por las fronteras, al menos en los Estados Unidos. Mientras que a los cartuchos

El consumidor tiene derecho a reparar su automóvil, computadora y cartucho.

remanufacturados se les han levantado las nubes legales, algunos siniestros se ciernen en el horizonte para los cartuchos de nueva construcción.

Canon, el mayor titular de patentes de todos los OEM y el titular principal de las patentes de tecnología de cartucho láser, ahora ha tomado medidas para proteger aún más su propiedad intelectual. El 28 de febrero de 2018, demandó a fabricantes y distribuidores de cartuchos de nueva

Los moldes nuevos usan plásticos de grado inferior que no se acercan a la durabilidad o integridad de los plásticos OEM

fabricación.

Canon había demandado a los fabricantes y distribuidores de cartuchos de nueva fabricación sobre un engranaje relacionado al tambor. Los ambiciosos fabricantes del mercado no original desarrollaron soluciones de patente del engranaje, que los fabricantes de cartuchos nuevos fabricados promovieron abiertamente.

Esta vez, Canon ha utilizado una aplicación de continuación para recuperar y borrar las soluciones de patentes introducidas por estos fabricantes. Al usar esta técnica, Canon puede cuestionar todos los intentos de eludir las patentes de Canon en el engranaje dongle, ahora y en el futuro. Entonces, ¿están seguros los cartuchos? Sí: algunos remanufacturados.

Así como sucedió antes de la llegada de los cartuchos de nueva fabricación, parece que los cartuchos remanufacturados, con engranajes OEM reutilizados, pueden volver a ser la única competitividad legítima para los nuevos OEM. Y a medida que sigan apareciendo soluciones, se espera que Canon siga demandando para cuestionarlas.

Calidad

El cartucho remanufacturado se basa en la reutilización del núcleo OEM o la carcasa del cartucho. Los cartuchos de nueva fabricación tienen núcleos que son plásticos recién moldeados. "Los moldes nuevos usan plásticos de grado inferior que no se acercan a la durabilidad o integridad de los plásticos OEM", dijo Luke Goldberg, vicepresidente ejecutivo de ventas globales y marketing de Clover Imaging Group. "Hay gran variación en la calidad de los cartuchos de nueva fabricación a partir de un molde nuevo y de los cartuchos producidos una vez que el molde está envejecido. Los moldes se pueden usar correctamente más de allá de su ciclo de vida y los residuos del molde se reintroducen en el proceso.

"Debido a este problema en la tolerancia del molde, es casi imposible mantener la integridad de las separaciones críticas de los cartuchos. Las separaciones más críticas son aquellas que están el rodillo magnético/revelador y la doctor blade y del PCR con el OPC. Incluso la variación de un .00010 (diez milésimas de pulgada) puede causar problemas de calidad de impresión.



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

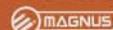
TONER QUÍMICO DE ALTA DENSIDAD



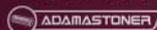
DRUMS OPC



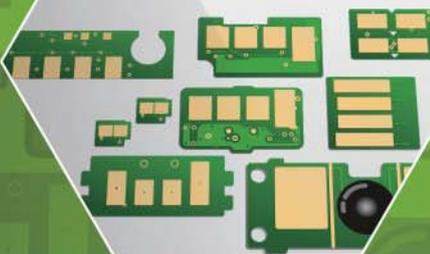
DOCTOR Y WIPER BLADES



TONER LASER



CHIPS LASER



Especialistas en impresión

17 AÑOS DE EXPERIENCIA



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



Calle Mayorazgo de Solís # 46
A005 CP 03330Col. Xoco,
Delegación Benito Juárez
Ciudad de México • México
Tel. (52) 558 600 9499



dypsiion international
@dypsiion1

www.dypsiion.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.

Cualquiera de los siguientes problemas pueden ser vistos como un subproducto de plásticos inferiores: impresión desigual de izquierda a derecha, bandas en escalas de grises, gráficos inconsistentes y backgrounding".

Más allá de la carcasa del cartucho, existen importantes tecnologías dentro de los componentes que el mercado doméstico tardó décadas en controlar. Y luego están los chips y otros componentes altamente técnicos. Un cartucho de 3 dólares no puede abordar todos estos problemas con la calidad requerida, ni tampoco puede tener toda la investigación necesaria de evitar problemas de patentes y ser "libre de IP".

"¿Cómo es posible evitar las patentes OEM

y proporcionar productos de calidad y al mismo tiempo seguir bajando los precios?", se pregunta Goldberg. "¿Puede Ud. ofrecer un producto de calidad "libre de patentes" por 2.95 dólares? Me atrevería a decir que es muy poco probable".

Al investigar sobre cartuchos de nueva construcción que han sido examinados por un OEM, encontré una crítica negativa del producto en Amazon, en el que el comprador dijo: "el cartucho ni siquiera encajaba en mi impresora, ¡y mucho menos funcionó!". Los consumidores con el tiempo comprenden que

solo obtienen por lo que pagan.

Beneficios ambientales

Los beneficios ambientales de un cartucho remanufacturado son los mismos ahora que hace 20 años. Los clientes, especialmente los corporativos grandes, prefieren productos ecológicos. Clover Imaging Group, el remanufacturador de cartuchos más grande del mundo, promociona abiertamente los beneficios ambientales de sus productos.

"Los cartuchos remanufacturados de Clover Imaging Group consumen menos materiales y recursos naturales, demandan

menos energía y, finalmente, tienen un impacto ambiental total menor que los cartuchos de nueva fabricación", dijo Goldberg. "Además, rara vez vemos

productores de cartuchos de nueva fabricación ofrecer logística reversa para recolección de núcleos, mucho menos remanufactura o reciclaje, lo que significa que los NBC generalmente encuentran su camino hacia un flujo de desechos o son recogidos por otra persona que debe tratar de reciclarlos de forma responsable o deshacerse de ellos".

Conclusión

La alguna vez robusta industria de cartuchos remanufacturados, todavía se mantiene firme. Y numerosos desafíos, como

la sobreproducción, han frenado la marea de los cartuchos de nueva fabricación que llegaron a los Estados Unidos. La nueva administración también ha puesto en la mira a China y a sus prácticas comerciales cuestionables. Puede que los cartuchos remanufacturados están en declive pero no fuera del mercado.

¿Cómo saber que está comprando cartuchos remanufacturados? Compre en Office Depot, Quill u otras etiquetas de marcas privadas. O contácteme. ■

Los beneficios ambientales de un cartucho remanufacturado son los mismos ahora que hace 20 años.

Judge se ha desempeñado como director ejecutivo del International Imaging Technology Council, una asociación comercial sin fines de lucro para remanufacturadores y distribuidores consumibles de impresión, desde hace 17 años. Judge fue editora ejecutiva de la revista Recharger. Abogada desde hace 30 años, el juez también tiene experiencia en litigios. El trabajo de Judge ha sido publicado en Recharger, y en varias otras revistas de la industria, y ha ganado elogios de la crítica por su labor de redacción y defensa de la industria. Ella ha colaborado en la preparación de seis informes amicus curiae. Judge ha presentado la posición de la industria ante la Comisión de Comercio Internacional. Ella puede ser contactada al email <tricia@i-ipc.org>



2019 año de oportunidades

Kennen®



AGFAPHOTO

**Tintas Alemanas OCP - Papeles, rollos inkjet y películas para serigrafía, flexo y fotograbados Agfaphoto
Chips y Cartuchos recargables para impresoras y plotters de todas las marcas y tecnologías**

Hagamos Negocios Juntos...

**Buscamos
Distribuidores comerciales
Distribuidores técnicos/instaladores
Empresas del rubro con capital propio**

Envianos tu mail a: consultas@kennen.com.ar

Con
Latin





Foco en oamérica

— Guía del Reciclador's Gustavo Molinatti examines the possibilities

David Gibbons

Los tres mercados más importantes en América Latina para el suministro de imágenes aún son Brasil, México y Argentina, este último atravesando algunas dificultades económicas que pueden estar distorsionando temporalmente algunos de sus valores de consumo. Así lo dice Gustavo Molinatti que vive en Buenos Aires, Argentina. "Colombia y Perú completan los cinco principales mercados de la región", agrega.

Molinatti debe saberlo. Ha estado publicando la revista de la industria Guía del Reciclador desde noviembre de 2002 y organizó 25 eventos en ocho ciudades en diferentes países de América Latina durante ese tiempo, para reforzar la industria en proceso de maduración. "Comencé a investigar el crecimiento de la industria del aftermarket en América Latina a mediados de 2002, y esta revista fue la primera en español con distribución gratuita en toda América Latina", explica. Dos años más tarde, en 2004, lanzó una edición exclusiva en portugués para Brasil.

Molinatti reflexiona sobre la cantidad de tiempo, viajes y dinero que se necesita invertir para que todo funcione. "Han sido 17 años increíbles", dice Molinatti. Obviamente, eso lo llena a él de orgullo considerando el legado que ha establecido en América Latina. "Si tengo que elegir un solo logro, creo que fue el de reunir a la industria aftermarket de LATAM a través de medios de información y capacitación independientes y confiables". Según Molinatti, la revista fue el canal de comunicación, pero las 25 ferias y conferencias que llevó a cabo en toda la región le permitieron establecer contactos e interacciones cara a cara con todo tipo de empresas latinas, desde las más pequeñas hasta las más grandes. "En ese momento, fuimos los primeros y únicos en crear un punto de encuentro y alentar a una industria fragmentada que todavía no tenía un punto de referencia". Estos eventos no solo brindaron un lugar para realizar negocios, sino que también facilitaron la capacitación técnica y comercial.

Molinatti nació en San Isidro, una ciudad al norte de Buenos Aires, en Argentina. Cree que tuvo la suerte de haber crecido y completado sus estudios escolares y universitarios en "un lugar tan privilegiado". Recuerda. "Tengo una curiosa mezcla de sangre, con raíces paternas del norte de Italia y raíces maternas de Rusia y Rumania". Es



REMAXWORLD EXPO



¡NOS VEMOS EN 2019!



OCTUBRE 17-19, 2019 | ZHUHAI • CHINA

Para exhibición, contacte a Victoria Zhao

+86-756-3919263

Victoria.Zhao@RTMworld.com

- Los padres y el hermano de Molinatti también son arquitectos. En la foto con su madre, Molinatti está trabajando en un proyecto de escuela secundaria y terciaria 2019 en Buenos Aires.



- ▲ MPS Conference & Training en Porto Alegre, Brasil: Guía del Reciclador fue la primera revista de aftermarket en LATAM en ofrecer capacitación en MPS.

- Conference & Trade Show en Bogotá, Colombia: 25 ferias comerciales y conferencias en LATAM durante 17 años han brindado redes e interacción cara a cara a toda la industria latinoamericana.



graduado en Arquitectura en la Universidad de Buenos Aires, profesión que continúa disfrutando y practicando. “Como arquitecto, además de obras, realicé investigaciones históricas para la Universidad de Buenos Aires y para las Naciones Unidas”.

Afrontando desafíos

Desde su punto de vista, el mayor desafío que enfrenta la industria es cómo aumentar el negocio en segmentos más altos y más rentables del mercado (pequeñas y medianas empresas o PYMES y más). Molinatti observa que el aftermarket generalmente hace negocios en segmentos de mercado regidos por el factor precio, sin un compromiso con la calidad. "Para que el crecimiento sea posible", sugiere, "la industria debe madurar, elevando sus estándares de servicio y calidad de producto". Asegura que de esa manera, las empresas del sector podrán competir en igualdad de condiciones con aquellas que poseen una mayor infraestructura y experiencia en estas áreas del mercado. “Este es posiblemente el mayor desafío a nivel global, junto con otras amenazas como las barreras tecnológicas y las demandas de propiedad intelectual. Pero como todos sabemos, el aftermarket siempre demostró su capacidad de adaptarse y superarlos”.

dirección equivocada". Afirma que para que la industria de suministros de imágenes crezca y prospere, sus participantes deben adaptarse rápidamente a los cambios y a las condiciones del mercado, mediante la incorporación de estrategias que les permitan conseguir prosperidad de manera saludable.

Cuando le pregunto cómo, él dice que las compañías latinoamericanas necesitan crear alianzas para cambiar y mejorar su modelo de negocios, migrando desde el modelo transaccional tradicional hacia uno contractual, que agregue beneficios y ofrezca servicios. "Necesitamos proporcionar información y capacitación, promoviendo a su vez alianzas comerciales con proveedores que quieran ser parte de ese futuro".

Por esta razón, ha dado la bienvenida a una alianza entre Guía del Reciclador y RT Media.

Estado del mercado

América Latina se considera a menudo como una gran y única región. Algunos creen que es como una nación gigante, formada por provincias o estados (en lugar de países). “La verdad es que LATAM es un gran continente con muchos países. Todos ellos tienen diferencias en sus mercados”, reitera Molinatti. "Sería un error pensar que conoces todo cuando solo sabes algo de uno de ellos". Simplemente no es así ”.



▲ La primera edición de Guía del Reciclador se lanza en el stand de la revista en noviembre de 2002.

Molinatti me sorprende con la declaración: “Los clientes no están interesados en comprar cartuchos. ¡Sólo quieren imprimir!” Le pido que explique un poco más ese concepto. Afirma que el usuario final simplemente está buscando una solución eficiente a un precio razonable. "Si como industria, solo nos centramos en cómo vender más cartuchos, definitivamente iremos en la



Exigí calidad, Elegí GTC

gtcribbon.com



¡Hacé volar tu imaginación imprimí sin límites!



CARTUCHOS COMPATIBLES PARA IMPRESORAS LASER E INKJET
Las imágenes son meramente ilustrativas y no necesariamente son la representación exacta del producto

- ▶ Si tuviera que elegir un solo logro, Molinatti cree que era reunir la industria de aftermarket de LATAM a través de un medio independiente y confiable de información y capacitación.



- ▲ Conference & Show Room en Lima, Perú: estos eventos proporcionaron un lugar para realizar negocios y también facilitaron la capacitación técnica y comercial.

- ▶ La discusión abierta les permite a los miembros de la industria discutir temas que forma parte del futuro de aftermarket.



Comenta que la percepción errónea proviene de tener el idioma español en común (que no es completamente cierto en el caso de Brasil y algunos países pequeños en el Caribe). La cuota de mercado OEM varía de un país a otro.

Me recuerda que Brasil, México y Argentina son los tres mercados más importantes, junto con Colombia y Perú que son los cinco mercados principales.

Considerando todo el continente, HP continúa liderando, incluso aún más a partir de la compra del negocio de impresión de Samsung, superando el 50 por ciento de cuota de mercado. Según Molinatti, junto con Canon, Epson, Xerox y Brother, representan cerca del 85 por ciento del mercado OEM. En cuanto a la participación del aftermarket, Molinatti dice que no hay cifras regionales oficiales, pero muchos consultores afirman que tiene el 30 por ciento del mercado monocromático y menos del cinco por ciento del color.

Igual que en otras regiones, la expansión del inkjet en la oficina ha sido impulsada por la nueva tecnología page-wide y la llegada de los súper tanques. Esto ha cambiado la impresión en la oficina y Molinatti cree que está ofreciendo nuevas oportunidades a las empresas del aftermarket, con un renacimiento de la tinta.

En mercados adyacentes, la adopción constante del modelo MPS refleja el camino de transición hacia un modelo de

negocio contractual. También hay algunas oportunidades de crecimiento interesantes en segmentos de mercado más altos. Para tener éxito, Molinatti dice que la industria debe identificar las herramientas, los servicios, los productos y las alianzas estratégicas que pueden permitirles aumentar su participación en el mercado de PYMES.

Static Control Components, Future Graphics y UniNet Imaging son los tres distribuidores que han conseguido una relación sólida con todo el mercado de LATAM durante los últimos 15 años. Molinatti destaca que cada uno de ellos ha organizado su propia red de distribución local y regional y ha creado clientes leales mediante la distribución de suministros de calidad, atención al cliente, capacitación y soporte a los medios. "Hay muchos otros distribuidores que tienen un historial exitoso, pero sin duda esas tres compañías son las que tuvieron la mayor relevancia en este período".

Alianza con RT Media

El trabajo realizado por Guía del Reciclador en América Latina siempre ha sido aislado de otras revistas y se desarrolló a escala local o regional, para satisfacer necesidades específicas y solo recibió apoyos comerciales de distribuidores relacionados con la región. Según Molinatti, asociarse con RT Media podría ofrecer resultados sin precedentes para la industria aftermarket

de LATAM, acortando las distancias, integrando las diferentes partes del mercado global, expandiendo la cartera de productos y servicios y ayudando a la comunicación. "Es una oportunidad para que cada parte, proveedor y distribuidor, identifiquen y trabajen conjuntamente en intereses comunes presentes y futuros." El enfoque de ambos medios fue siempre el de promover, educar, informar y alimentar la industria, particularmente a medida que avanza en sus niveles de madurez, de cambio y de nuevos modelos de negocios. "Esta unión logrará objetivos con mayor eficiencia y efectividad que lo que RT Media y Guía del Reciclador podrían lograr individualmente".

Después de muchos años de trabajo independiente, Molinatti dice que está entusiasmado de esta alianza con RT Media. "Me permitirá centrarme aún más en las empresas del sector y continuar promoviendo ese "punto de encuentro" para la industria. "Unificar los trabajos que cada uno ha realizado con éxito durante muchos años y aprovechar nuestro conocimiento del mercado, nos permitirá conseguir resultados más rápidos y sólidos".

RT Media y Guía del Reciclador trabajarán conjuntamente en newsletters electrónicos semanales, en una revista trimestral en español y en eventos comerciales en varias ciudades de América Latina a partir de 2019. ■

5 PREGUNTAS

¿Por qué Debemos Elegir los Cartuchos Remanufacturados?

La industria de remanufacturados ha establecido un sistema viable de recolección de residuos plásticos para su reutilización o reciclaje de materias primas si el cartucho ha llegado al final de su vida útil.

1. ¿Por qué aceptó participarse en el debate televisado de Zhuhai?

Uno podría pensar que hablar a favor de la remanufactura en China es una batalla perdida desde el principio, pero ninguna frontera detiene al problema de los desperdicios. Es un problema global que la remanufactura, incluida la remanufactura de cartuchos de plástico descartables, ayuda a reducirlo.

2. ¿Cuáles son los puntos clave que hizo a favor del argumento de remanufactura?

En la mayoría de los casos, los plásticos de un solo uso terminan en vertederos o se incineran, y solo una fracción muy pequeña regresa al reciclaje de materias primas.

El concepto de remanufactura para reutilización es la opción preferida para el medio ambiente y es la razón por la cual está respaldada por las regulaciones de las Naciones Unidas y la Unión Europea.

La impresión se ha convertido en un objetivo menos crítico. En la mayoría de los casos, todas las impresoras y cartuchos ofrecen una impresión legible y presentable. Pero la impresión también puede ser una victoria fácil para un modelo de negocio sostenible. La oficina verde no daña, ahorra dinero y ayuda a cada empresa a tener y presentar una huella más ecológica.

¿Por qué colocar plástico usado en un vertedero, quemarlo o usar mucha energía para triturarlo, clasificarlo y reprocesarlo cuando puede ser reutilizado?

Además, la industria de remanufactura ha establecido un sistema viable de recolección

de residuos plásticos para su reutilización o reciclaje de materias primas si el cartucho ha alcanzado el fin de su vida útil (EOL). Este es un proceso y una estrategia que la industria de cartuchos nuevos fabricados (NBC) no tiene implementada.

Lo que más me preocupó durante el debate en Zhuhai fue la opinión muy clara del equipo de los NBC acerca que no es necesario preocuparse por los flujos de residuos de plástico, ya que les brindan una ventaja en costos y un empujón de comercialización. Todo esto es a expensas de agregar más plásticos al flujo de residuos.

3. ¿Cuál es la debilidad del argumento de los NBC en su opinión?

Los NBC son solo un producto de plástico de uso único con "ingredientes" siempre cambiantes que hacen que la reutilización del NBC sea casi imposible. Además, la industria de NBC en China es lo que yo llamo altamente dopada por subsidios directos e indirectos, bajos costos laborales, etc., también con una mentalidad de ventas de "enviar y olvidar" cuando se trata de regulaciones en los países donde venden sus cartuchos (por ejemplo, REACH / CLP, VAT, ROHS, WEEE, etc. en la UE).

4. ¿Es este un problema que desaparecerá o se volverá más intenso?

El aumento de los costos laborales, las nuevas restricciones ambientales, el aumento de los costos de las materias primas, la restricción de las importaciones de papel, plástico y otros desperdicios, las mejoras en la protección de la propiedad intelectual, así como el aumento de los costos de transporte y las expectativas de ganancias de los accionistas de los

principales jugadores en China, harán la vida para NBC más difícil en el futuro.

5. ¿Hasta qué punto aún necesita la industria educar al mercado sobre las ventajas de la remanufactura?

La industria de remanufactura ha permitido que los NBC cambien el juego de la ecología al de venta solo por precio. Ya es hora que el aspecto de economía circular de la remanufactura de dispositivos de imagen y sus cartuchos se mueva nuevamente al enfoque de marketing. En la Unión Europea, el concepto de economía circular y de evitar plásticos de un solo uso, han encontrado su lugar en las mentes, corazones y decisiones de compra de los consumidores relevantes de productos, incluyendo los cartuchos. Pero se extenderá rápidamente a otras regiones. ■



VEA EL DEBATE

Volker Kappius, Chief Executive Officer, Delacamp, vkappius@delacamp.com

5 PREGUNTAS

Los Cartuchos Nuevos Deben Convertirse en el Modelo de Negocio Preferido del Aftermarket

La consecuencia inesperada del caso Canon es que ha focalizado la conversación de la industria en la importancia de respetar la propiedad intelectual OEM

1. ¿Por qué aceptó participar en el debate televisado de Zhuhai?

Por tres razones: en primer lugar, Remax es la mayor feria del aftermarket de consumibles en el mundo y una conferencia obligatoria para aquellos en la cadena de suministros de la industria que desean reunirse con socios proveedores, todos juntos en un mismo sitio.

En segundo lugar, Zhuhai es la capital de la industria aftermarket de consumibles para impresoras y es un centro de innovación, incluso de impresoras OEM, como Lexmark.

En tercer lugar, el aftermarket ha cambiado y creo que el volumen global de Cartuchos Nuevos Fabricados (NBC, por sus siglas en inglés) ya ha superado el de las unidades remanufacturadas.

2. ¿Cuáles fueron los 3 puntos clave que deseaba plantear a favor del argumento de los NBC?

- Si revisa la situación financiera de los remanufacturadores más grandes, puede ver que todos están en decadencia, algunos de manera crítica. Además, el número de esos fabricantes ha disminuido a menos del 10% del número que existía en esta industria hace 15 años;

- En ese mismo período de tiempo, la cantidad de compañías que innovaron y adoptaron el modelo de negocios de NBC ha crecido. Claramente, han tomado la mayor parte de la cuota de mercado remanufacturada;

- Los NBC solían competir con los remanufacturadores simplemente ofreciendo un producto de peor calidad y menor precio. Usando esta metodología, los NBC ganaron la mayor parte de la cuota de mercado del comercio electrónico. La participación de mercado que permanece en manos de los remanufacturadores es a través de los distribuidores del canal para grandes usuarios finales, que requieren consumibles de alta calidad y servicios de valor agregado como el MPS. Sin embargo en la actualidad varias empresas, como LD Products, han irrumpido en ese canal con NBC de alta calidad que pueden superar la calidad de los remanufacturados con un precio más bajo, porque el costo de abastecimiento y envío de los núcleos y los procesos de remanufactura relacionados con el núcleo (estimado entre el 30 y el 40 por ciento del costo de un producto remanufacturado) no pesan de la misma manera en el costo de fabricación.

3. ¿Cuál es la debilidad del argumento de la

remanufactura en su opinión?

Los remanufacturadores basan la mayoría de sus argumentos en los beneficios ambientales de su modelo de negocio. Respeto y apoyo esos argumentos y quiero encontrar formas para que todos nosotros reduzcamos la cantidad de desechos, especialmente los plásticos no biodegradables que van al flujo de residuos.

Sin embargo, la mayoría de los clientes no eligen consumibles de impresora debido a sus beneficios medioambientales. Los cuatro impulsores de compra principales para cualquier producto son Precio, Calidad, Servicio y Marca. Los remanufacturadores no lograron persuadir con los mensajes de medio ambiente a los clientes que están eligiendo comprar NBC que cumplen con los requisitos importantes de precio y calidad.

Fui un defensor de la remanufactura durante 20 años, ¡pero los clientes hablan con sus billeteras y los pioneros de NBC escucharon! Históricamente, muchas industrias fueron y vinieron, mientras que la tecnología cambiaba. La película fotográfica dio paso a las cámaras digitales, los coches de caballo fueron superados por los automóviles, los minoristas de tiendas fueron diezmados por Internet. Las empresas que se adaptan a las necesidades de compra de sus clientes ganan, y las que no lo hacen, declinan. Es el orden natural de las cosas.

4. ¿Es este un problema que desaparecerá o se volverá más intenso?

Creo que se volverá más intenso, probablemente no haya ninguna otra conclusión lógica. Algunos afirman que los OEM aumentarán los litigios contra los fabricantes y proveedores de productos de NBC. Sí, podrían, pero pensar que los OEMs emplearán estrategias legales para salvar a los remanufacturadores, es una tontería.

Además, los fabricantes de equipos originales solo pueden entablar juicios exitosos contra compañías que infringen su propiedad intelectual (IP). Los fabricantes de primer nivel de productos NBC están invirtiendo millones de dólares en la investigación de patentes para diseñar productos que no infrinjan la propiedad intelectual de los OEM. En pocas palabras, si el NBC no infringe, no se perderá ninguna demanda.

Canon ha llevado varios años intentando crear nuevas patentes de continuación para sus tecnologías de engranaje dongle. Quisieron hacer que los NBC infringieran donde no lo habían hecho antes. En mi opinión, ya que llevamos un año en este litigio, el impulso llegará cuando los demandados ganen con un veredicto favorable. Más frustrante

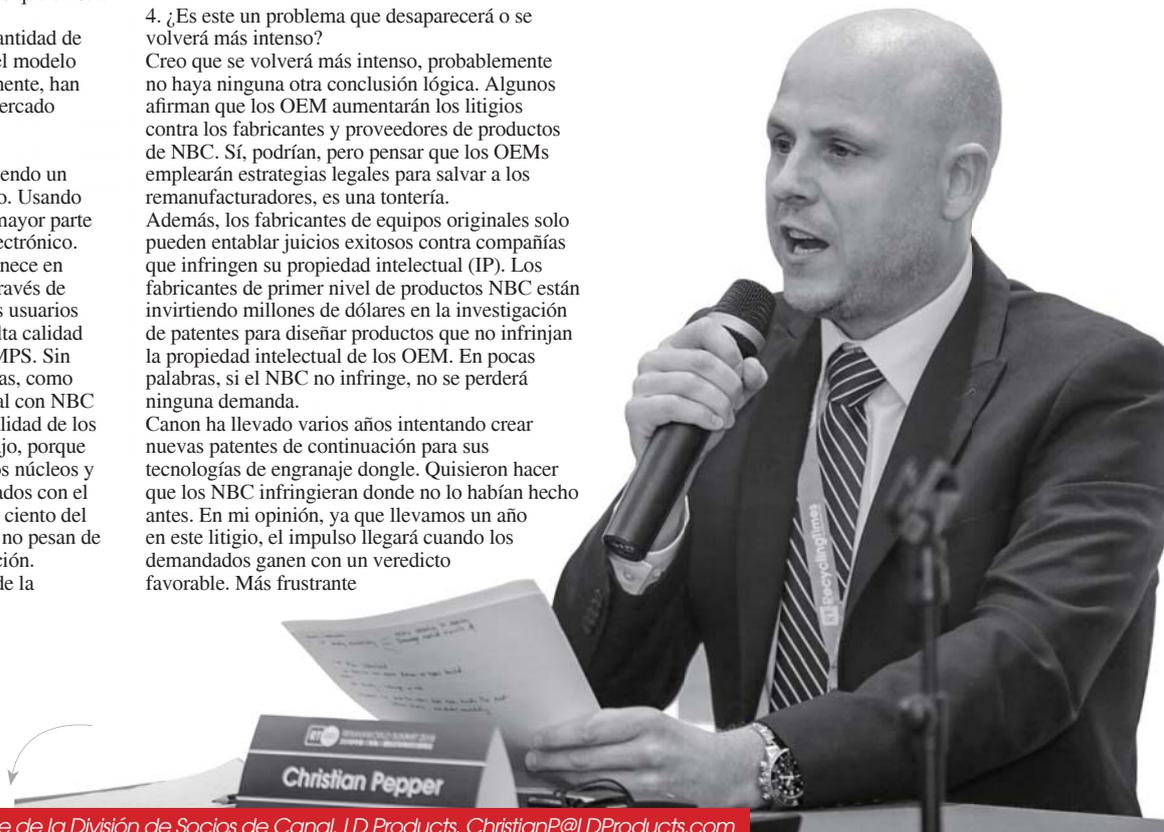
fue para los OEM y remanufacturadores, que a los fabricantes de NBC solo les haya llevado tres meses rediseñar sus productos y obtener la confirmación de Canon de que los nuevos diseños no infrinjan.

5. ¿Hasta qué punto aún necesita la industria educar al mercado sobre las ventajas de los NBC?

Tenemos mucho trabajo por hacer. Los usuarios finales no tienen conciencia de la importancia del cumplimiento de la IP. En el canal de distribuidores, cuanto más grande es la empresa, más importante es este tema. El litigio de Canon y el consecuente miedo a la incertidumbre y las dudas de los remanufacturadores, tuvieron el efecto de asustar a muchos compradores potenciales. Es fácil decir mentiras, pero es mucho más difícil explicar verdades complicadas y a los distribuidores les llevará un tiempo comprender el panorama legal y sentirse cómodos trabajando con proveedores legítimos como LD Products. La consecuencia inesperada del caso Canon es que ha focalizado la conversación de la industria en la importancia de respetar la propiedad intelectual OEM. Eso significa que los distribuidores harán su debida diligencia con cuidado y no trabajarán con los actores malos. Eso es bueno para todos los niveles de la industria: usuarios finales, distribuidores, nuevos fabricantes legítimos, remanufacturadores y OEMs.!



VEA EL
DEBATE



Christian Pepper, Presidente de la División de Socios de Canal, LD Products, ChristianP@LDProducts.com

¿Cuáles son las preocupaciones que enfrentan sus clientes de impresión de oficina?



Estados Unidos

Luke Goldberg

EVP Ventas Globales y Marketing
Clover Imaging Group

La mayor preocupación para cualquier empresa de tecnología de oficina debería ser cómo mantenerse relevante y vital, en un entorno donde el negocio principal de la impresión ya no crece orgánicamente.

Nuestra industria está inmersa en el mismo sistema de oferta de servicios de impresión de hace 35 años, mientras que todas las demás industrias de servicios han sufrido cambios tectónicos en cuanto a la forma en la cual entregan sus servicios a los consumidores. Si no nos adaptamos, lucharemos contra las tendencias principales y pronto seremos relegados a categoría de vendedor de commodities.

Nuestros clientes se enfrentan a la competencia de muchos segmentos: de proveedores de comercio electrónico de bajo costo y Amazon, de OEMs y de conglomerados más grandes que se están forjando por las múltiples consolidaciones y fusiones.

El camino hacia adelante es modernizar nuestra forma de prestación de los servicios que brindamos y estar más arraigados con el nivel de nuestros clientes, abordando más y más los problemas de su negocio. Necesitamos evolucionar más allá del hardware y de la impresión, para abarcar todos los aspectos del flujo de documentos y su ciclo de vida.



Estados Unidos

Annie Willert

Vicepresidente de Ventas y Marketing
LMI Solutions

Las principales preocupaciones que estamos viendo en nuestros clientes son la seguridad, la presión por sus márgenes y los litigios. La seguridad es una preocupación creciente para los usuarios finales, ya que los fabricantes OEM están presionando este problema con fuerza, por lo que los distribuidores están empezando a asociarse con nosotros para asegurarse disponer de herramientas de software que garanticen que los datos de sus clientes estén seguros y protegidos por todos los fabricantes.

Además, vemos distribuidores que compiten hasta por los centavos y la creciente presión por sus márgenes los está empujando a diferenciarse de los demás a través de soluciones de valor agregado que puedan sumar a su tradicional oferta de costo por página. Por supuesto durante los últimos meses se generó una gran incertidumbre acerca de los productos que infringen patentes, por lo que hemos recibido varias llamadas de distribuidores que quieren alejarse del tóner "compatible" y pasarse a un producto remanufacturado, por temor a un litigio.



Unión Europea

Mike Hemming

Gerente de Operaciones
Cartridge World Europe

La mayor preocupación de los clientes de impresión de oficina es no poder controlar sus costos en impresión. El 90 por ciento de las empresas actualmente no saben cuánto gastan en la impresión de oficina y el 60 por ciento tienen un entorno de impresión no administrado. Sin un entorno adecuado de impresión en su lugar, que se pueda gestionar localmente, las empresas no pueden tener control. Entonces la oficina va a sufrir de otros puntos débiles, tales como las compras sin control o la ausencia de un programa de reciclaje.

Mantenerse Relevante en la era digital: una Historia

Las impresoras, específicamente aquellas para uso hogareño o de oficina, no son las primeras cosas que se nos vienen a la mente cuando se nos pregunta sobre tecnologías con las que no podemos vivir o funcionar en la actualidad. Menos cuando hay temas candentes para conversar, como la digitalización, la nube, la inteligencia artificial y la realidad virtual. Un dispositivo que produce copias impresas no recibe tanta atención en el mundo tecnológico. Lo peor es que los dispositivos de impresión a veces son calificados como obsoletos.

A pesar de las nociones más comunes, y generalmente desfavorables, de las impresoras, los datos de envíos apuntan a una historia diferente, al menos en la región APeJ (Asia/Pacífico, excluyendo Japón). Según el pronóstico de noviembre pasado de IDC, el tamaño de mercado de APeJ para impresoras inkjet y láser, tanto de función simple como multifuncionales utilizadas en el ambiente hogareño y de oficina, alcanzará cerca de 29 millones de unidades o el 30 por ciento de todos los envíos globales hacia fines de 2018. Comparado con 10 años atrás, el mercado de APeJ habría aumentado en solo 6.4 millones de unidades. El resto del mundo (RoW) pronostica una contracción de 19 millones de

unidades entre 2009 y 2018.

Para 2022, IDC estima que el mercado de APeJ experimentará un crecimiento del dos por ciento del CAGR durante cinco años, versus un declive del tres por ciento en el resto del mundo. Para entonces, se estima que el tamaño del mercado de impresoras de APeJ será casi igual al de los Estados Unidos y Europa occidental combinados, los cuales se convertirán en la segunda y tercera región más grande, respectivamente, después de

Basándonos en estas estadísticas, podemos concluir que las impresoras siguen siendo

se estima que el tamaño del mercado de impresoras de APeJ será casi igual al de los Estados Unidos y Europa occidental combinados

relevantes e importantes en la región de APeJ, a pesar de que la creciente digitalización está cambiando

al mundo. ¿Pero por qué?

Nadando contra la corriente

El año 2010, justo después de la crisis financiera mundial (GFC) de 2008-2009, fue un año crucial en APeJ. La región demandó mayor atención e inversión, ya que las empresas globales buscaron nuevas áreas de crecimiento en lugar de una demanda más débil en los mercados maduros occidentales. Con un clima tan favorable, 2010 experimentó un gran crecimiento para las impresoras en APeJ, con un 22 por ciento

antes

e la

ria

de la Digitalización: de Impresoras

Por Pamela Sumanga, Gerente de Investigación en IDC Asia/Pacífico para Investigación de Imágenes, Impresión y Soluciones de Documentos

frente a un nueve por ciento para el resto del mundo. Además, el mercado de impresoras en APEJ generalmente ha crecido año tras año a partir de entonces, mientras que en el resto del mundo entró en disminución a partir de 2011.

En general, el crecimiento del mercado de impresoras de APEJ está impulsado por los mercados en desarrollo, como China, India y el sudeste asiático. En conjunto, estos mercados representan alrededor del 80% de los envíos de unidades de impresoras de APEJ. Pero mientras estos mercados se clasifican como "en desarrollo", cada uno tiene sus propias características distintivas, que pavimentan el camino para el crecimiento de las impresoras, especialmente en los últimos años.

China, que se convirtió en el mercado de impresoras láser más grande del mundo desde que superó a los Estados Unidos en el 2010, estuvo creciendo gracias al apoyo del gobierno a las PyMEs y al crecimiento exponencial de vendedores y canales en línea. Según informes, con el financiamiento del gobierno, alrededor de 10.000 nuevos negocios se registran en China diariamente, por lo que se crea un flujo de nuevos usuarios finales potenciales a los cuales cualquier nuevo proveedor de impresoras puede apuntar y vender. Pero no solo los negocios están comprando

impresoras en China. Debido a la extrema popularidad de los vendedores en línea y sus precios atractivos y promociones, junto con el creciente poder adquisitivo en China, los usuarios domésticos en las áreas rurales y en las ciudades también están comprando impresoras, algunos por primera vez. En los últimos tres años, el mercado hogareño de China volvió a ser positivo después de años de declive, atribuido popularmente a la llegada del uso de teléfonos inteligentes. Curiosamente, el crecimiento del mercado de consumo continúa a pesar del aumento de los precios de las impresoras que se venden en este segmento.

IDC estima que el mercado de tanques de tinta de la región ASEAN alcanzará los 2.3 millones de unidades (un millón de unidades más en comparación con tres años atrás), siendo el mercado de tanques de tinta más grande del mundo.

En la India, los cambios políticos en los últimos dos años allanaron el camino para un mercado próspero de impresoras. A partir de la desmonetización a fines de 2016, el mercado de impresoras experimentó un repunte relacionado con las compras realizadas por las pequeñas imprentas y sucursales bancarias, especialmente en las ciudades de nivel inferior, para cubrir el número de personas que abrieron cuentas bancarias por primera vez y que necesitaban presentar copias impresas de los requisitos

pertinentes. El año pasado, la implementación de GST (impuesto a los bienes y servicios) condujo a otra ola de crecimiento de impresoras, ya que ahora las empresas deben presentar una factura impresa y también deben escanear documentos para enviarlos en línea al gobierno.

A diferencia de China e India, el sudeste asiático (ASEAN) tiene una proporción extremadamente alta de impresoras inkjet frente al láser. Los factores que provocaron el crecimiento en esta región se relacionaron en gran medida con las mejoras en la tecnología inkjet, específicamente de las impresoras

de tanque de tinta a granel. Los proveedores, liderados por Epson, que introdujeron este concepto por primera vez a Indonesia en 2010, fueron exitosos al promover esta propuesta de valor con un bajo costo

de impresión, que las oficinas pequeñas (1-9 empleados) y las pequeñas empresas (10 a 99 empleados) consideraron convincente. Finalmente las impresoras de tanques de tinta capturaron participación de mercado lejos de las impresoras láser color y las impresoras láser monocromo de nivel de entrada. Para fines del 2018, IDC estima que el mercado de tanques de tinta de la región ASEAN alcanzará los 2.3 millones de unidades (un millón de unidades más en comparación con tres años atrás), siendo el mercado de tanques

Consumibles para Impresoras

BROTHER • SAMSUNG • HP • EPSON • XEROX • LEXMARK • CANON



La línea más integral de latinoamérica

max[®] COLOR

www.max-color.com

Contacta a nuestro distribuidor en tu país:

 ARGENTINA
argentina@max-color.com

 BOLIVIA
bolivia@max-color.com

 CHILE
chile@max-color.com

 COLOMBIA
colombia@max-color.com

 COSTA RICA
costarica@max-color.com

 ECUADOR
ecuador@max-color.com

 NICARAGUA
nicaragua@max-color.com

 PANAMA
panama@max-color.com

 PARAGUAY
paraguay@max-color.com

 URUGUAY
uruguay@max-color.com



Maxcolor Sudamericana S.A. - max-color@max-color.com

 /MaxColor.Sudamericana

 /MaxColorSud



de tinta más grande del mundo.

Las impresoras se mantienen actualizadas también

Por supuesto, todos los desarrollos del mercado no serían posibles si las impresoras no evolucionaran para satisfacer las crecientes demandas y las cambiantes expectativas de los usuarios finales. Anteriormente, se consideraba que las impresoras eran costosas de mantener, de aspecto sencillo y no muy amigables con el usuario. Este no es el caso actual, porque los proveedores están haciendo un buen trabajo para llevar las impresoras al futuro.

La asequibilidad tiene hoy una cara diferente. Alguna vez compramos una impresora barata pero de la cual esperábamos pagar "un ojo de la cara" por sus consumibles originales. Hoy en día, hay muchas opciones disponibles. Las impresoras inkjet comenzaron esta tendencia con los tanques de tinta a granel, los cuales ayudaron a Epson a convertirse en la marca de inkjet número uno en la región APEJ a partir de 2017. Los proveedores de impresoras láser han respondido con nuevos modelos que pueden reducir el costo del tóner, tales como la serie B de Brother, las HP LaserJet Ultra y los modelos de tóner recargables de Ricoh.

Al permitir que la unidad de tóner sea un componente separado de la unidad de tambor, Brother ha creado los modelos "bajo demanda", que suministran el polvo de tóner cuando es necesario. La unidad de tóner separada y fácil de instalar redujo el costo para los usuarios finales. HP también se esforzó en reducir el costo total de propiedad a través de su LaserJet Ultra lanzada en 2017, que incluyó tres tóners junto con el hardware. HP afirma que la serie LaserJet Ultra también

tiene un costo por página de hasta un 68 por ciento menor respecto de otros modelos de HP. El tóner recargable de Ricoh ha estado en el mercado durante algunos años, lo que permite una recarga más fácil en comparación con otros proveedores donde el cartucho de tóner tiene que ser removido, limpiado y profesionalmente rellenado.

Las impresoras también han avanzado mucho en cuanto a funcionalidades agregadas. Si bien una velocidad de impresión rápida aún se considera importante, los consumidores también esperan que sus impresoras tengan capacidad de impresión móvil. Para los usuarios comerciales, especialmente en mercados maduros como Australia, Hong Kong, Corea de Sur y Singapur, la conectividad a la nube también se está convirtiendo en una necesidad. En

IDC predice que para el 2020 a nivel global, el 20 por ciento de las pequeñas empresas habrá adoptado contratos personalizados de impresión de pago por uso.

Australia, donde el volumen de escaneo ha sobrepasado el volumen de impresión, la velocidad de escaneo también se destaca como un requisito clave.

Los nuevos modelos de impresoras se están volviendo más pequeños y más coloridos, a medida que los vendedores se esfuerzan en satisfacer los gustos más exigentes de los millennials. Recientemente, HP lanzó una impresora de edición limitada con altavoces para usuarios hogareños. Solo será una cuestión de tiempo antes que veamos también las impresoras activadas por la voz.

¿Qué sigue?

Ciertamente, los cambios estructurales en el mercado de impresoras harán interesantes

los próximos años para los usuarios finales, pero serán desafiantes para los vendedores que pierdan el barco de la reinención. Como mencioné, se espera un crecimiento hacia 2021 del mercado de impresoras en APEJ, aunque más lento respecto de los últimos 10 años.

En los mercados maduros, el hardware ya está comoditizando y la próxima oportunidad para los proveedores de impresión se centrará en soluciones y servicios de documentos. Mientras que en los mercados en desarrollo aún se ven oportunidades para la administración de impresión a través de los Servicios de Gestión de Impresión o MPS, los usuarios empresariales en mercados maduros ya han comenzado a buscar contratos de impresión más simples, en los que pagan solo por lo que imprimen y ni siquiera pagan por la impresora. Se espera que esta práctica se traslade a las PyMEs y tal vez incluso a los mercados en desarrollo que se adelanten a esta etapa. De hecho, IDC predice que para el 2020 a nivel global, el 20 por ciento de las pequeñas empresas habrá adoptado contratos personalizados de impresión de pago por uso.

En los mercados en desarrollo, IDC aún espera que la base instalada de impresoras continúe creciendo hacia 2022, pero el total de páginas comenzará a disminuir en 2021. Esto significa que los usuarios finales todavía podrían comprar impresoras, pero ya no imprimirán tanto por dispositivo como antes. China, por ejemplo, se convertirá en dos años en el mayor país con base digital de impuestos electrónicos. Como tal, es importante que los proveedores de impresión reconozcan el panorama cambiante de la impresión y se reinventen para adaptarse a los cambios del mercado. ■



Soluciones integrales de Impresión

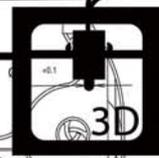
Especialistas en cintas matriciales y para controladores fiscales



Inkjet-Toner-Correctable



MAXIMUM WARPAGE OF THE CASSETTE AFTER ASSEMBLY BASED ON CASSETTE LENGTH. 1.5MM



Nueva línea de Impresoras 3D

Distribuidor exclusivo

Línea Completa de Filamentos



Servicint S.A. Gral. Hornos 1774 (C1272ADJ) Cap. Fed. Rep. Argentina

Te-Fax (5411) 4301-1468 / 1966 e-mail: ventas@servicint.com Web: www.servicint.com



Mark Dawson

¿Cartuchos de Impresora de Nueva Construcción o Remanufacturados?

—¿Quién se impondrá en la batalla de participación de mercado?

El aumento de la conciencia del impacto global de los plásticos desechables es una GRAN oportunidad.

Los cartuchos de nueva construcción (NBC) tienen una ventaja de costos significativa. La fabricación de un NBC no requiere de un vacío usado. Se eliminan todos los costos de producir y enviar una caja de recolección, recolectarla, clasificar su contenido y eliminar responsablemente cualquier material inutilizable.

Los principales jugadores de la remanufactura están luchando por un crecimiento rentable. La consolidación del mercado ofrece pocas oportunidades para un crecimiento orgánico del volumen. Las empresas deben dejar fuera de juego a sus competidores para tener un crecimiento de unidades. Si lo logran, esto mitigará la disminución de sus ingresos pero aumentará la presión de precios, que se ve agravada por la mala articulación de la propuesta de valor. Por lo tanto, existe una gran presión en la industria entre los jugadores de la remanufactura para reducir más costos.

Por el contrario, los principales jugadores de los NBC son cada vez más fuertes. La fortaleza financiera del aftermarket ahora se concentra en China entre un grupo de 5 jugadores. Están bien financiados y verticalmente integrados.

Tradicionalmente, los jugadores de la remanufactura podían diferenciarse con argumentos sobre la calidad, la ecología y la propiedad intelectual.

La calidad es discutible. Los desafíos anteriores relacionados con la falta de componentes confiables y las inconsistencias laborales ya no se aplican a los comerciantes de NBC de primer nivel, quienes han invertido en el desarrollo de componentes y en la construcción de sólidos sistemas de calidad. Al mismo tiempo, la fuerte reducción de costos ha llevado a los comerciantes de productos remanufacturados a cambiar las listas de materiales. Las políticas tales como el uso solo de vacíos OEM vírgenes se debilitan ante las iniciativas de recuperación máxima de desperdicios. Existe una cantidad infinita de listas de materiales para lograr la misma especificación de la remanufactura. Algunos usan vacíos OEM, algunos vacíos remanufacturados, otros combinaciones e incluso otros componentes



plásticos nuevos. Los kits de inicio están cargados con tóner adicional. Los componentes son eliminados, las unidades canibalizadas. Todo esto mejora la historia de la ecología, pero hace que sea más difícil lograr una calidad constante y la estética del cartucho también se ve comprometida.

El beneficio de la propiedad intelectual también es cuestionable. Durante el período reciente, los jugadores de la remanufactura han estado involucrados en disputas por PI con Canon, particularmente en torno a la historia del engranaje OPC retorcido. Las disputas que involucran a los NBC no desaparecerán, pero el hecho que varios jugadores de la remanufactura estén involucrados, reduce la credibilidad del argumento de IP.

Esto deja el argumento de la ecología. Es en este aspecto que los jugadores de la remanufactura deben enfocarse para diferenciarse. El aumento de la conciencia del impacto global de los plásticos desechables es una GRAN oportunidad. Todos hemos visto videos en YouTube de océanos o de los cambios significativos en las bolsas de plástico, vasos y sorbetes. Sin embargo, mientras el usuario medio de las PyMEs no comprenda la diferencia entre un NBC y un remanufacturado, la oportunidad no está siendo aprovechada. Sólo la educación y la formación del canal podrían cambiar esto. Pero, ¿hay tiempo?

Hasta ahora, la industria ha fallado en maximizar la fortaleza de la remanufactura como una "marca", por lo que su capacidad de

protección contra la compresión de precios de los NBC ha sido gravemente comprometida. ¿La legislación y las regulaciones aplicables vendrán lo suficientemente rápido como para salvarla?

¿Cómo saldrá todo esto?

Los empresarios globales de la remanufactura aún tienen posiciones importantes y arraigadas en el mercado. Estas posiciones son deseables para los empresarios de NBC, quienes están impacientes por obtener grandes avances en su participación de mercado. Sin embargo, pocos (tal vez ninguno) tienen una amplia capacidad en remanufactura, principalmente debido a la incapacidad de generar

e importar vacíos en volumen. A su vez, ningún remanufacturador tiene la capacidad NBC. Hoy en día, los remanufacturadores (de propietarios norteamericanos o europeos) y los empresarios de NBC (propietarios chinos) son tribus separadas. Una mayor consolidación fusionará estas tribus y los de NBC impulsarán esto, ya que ellos tienen el dinero. Proporcionará ganancias de volumen y la logística reversa necesaria como para cumplir con las regulaciones futuras que exigirán la provisión de programas de devolución.

También veremos un aumento en los rangos de etiquetas híbridas, en las que algunos SKU serán remanufacturados, algunos NBC y otros podrían ser cualquiera de los dos. Tanto a nivel macro como micro, las líneas de batalla se desdibujarán. No se sorprendan de ver a los líderes globales de la remanufactura y de NBC uniéndose en el futuro. ■

Mark inicio en la industria en 1987, es ingeniero mecánico, e inició su carrera en aseguramiento de calidad, después fue gerente de producción y cambió a ventas y mercadotecnia. Tuvo altos cargos en empresas estadounidenses y europeas, y recientemente estableció la marca MSE en Europa, Medio Oriente y África, y luego de la adquisición por parte de Clover, lideró la estrategia de integración para posicionar las diversas marcas CIG en EMEA. Tiene un MBA de International Business School y es conferencista en eventos de la industria. Lo puede contactar en mwdawson@zeelandnet.nl



GIHONCLICK
KING OF KINGS - LORD OF LORDS

En tintas somos insuperables



**TINTA PARA
SUBLIMACIÓN**



**SOLUCIÓN
LIMPIADORA**
A BASE DE AGUA



**MADE IN
KOREA**

**TINTA
ECOSOLVENTE
PARA PLOTTER**



17 AÑOS DE EXPERIENCIA

**TINTA
DURABRITE**
Compatible para Epson



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



TINTA DYE
COMPATIBLE PARA EPSON



Especialistas en impresión



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



Calle Mayorazgo de Solís # 46
A005 CP 03330 Col. Xoco,
Delegación Benito Juárez
Ciudad de México • México
Tel. (52) 558 600 9499



dypsion international
@dypsion

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.



Steve Weedon

¿Dónde Está el Maní?

El servicio al cliente es cómo retiene sus clientes.

Pensé que era una pregunta simple mientras hablaba con la azafata de American Airlines. "Hacemos pretzels ahora", fue la respuesta brusca, mientras arrojaba el pequeño paquete en la bandeja sobre mi regazo junto con una servilleta. Ella continuó a la fila detrás de mí. Pronto le siguió otra azafata ofreciendo bebidas. Esperé mi turno, ensayé lo que iba a decir cuando me preguntara "¿Qué bebida puedo ofrecerle?"

"Un vino tinto por favor", le respondí. "Eso serán 8 dólares. ¿Quiere cabernet o merlot?". No entendí la pregunta debido a que el volumen de su voz disminuyó después de pronunciar la palabra "quieres", ya que miró en otra dirección, hacia a los pasajeros del otro pasillo. "¿CABERNET O MERLOT?", preguntó de nuevo bruscamente al no escuchar mi respuesta. "Cabernet, Cabernet, por favor, balbuceé" y le ofrecí ocho dólares, un billete de 5 dólares y tres de 1 dólar. "¡Sin efectivo! ¡Sin efectivo! Sólo tarjeta", insistió ella, alzando la voz. Miró a su alrededor, a los pasajeros cercanos sentados al alcance del oído, con ojos más pequeños y entrecerrados. Era una advertencia para que nadie más metiera la pata. Le entregué mi tarjeta de crédito. Ella la deslizó por el dispositivo. No recibí ningún recibo ni un "gracias" antes de que ella se alejara por el pasillo. Sólo faltaban otras nueve horas y 40 minutos de vuelo. GENIAL.

Me quedé dormido: ese es uno de los buenos efectos secundarios de una copa de vino tinto cuando vuelas. Sentí un golpecito en mi hombro cuando me moví a una posición menos apretada. Al abrir los ojos completamente, veo a la azafata arrodillada para hacer contacto visual. Sostenía un portapapeles con una copia impresa de los nombres de los pasajeros. "Hola, señor



Weedon, ¿verdad? Soy Kathy, la sobrecarga de este vuelo. Veo que tiene tres millones de millas con American Airline Platinum y veo que está sentado en clase económica. Tengo un asiento vacío en primera clase y pensé que se sentiría más cómodo allí". La miré con incredulidad. Estaba soñando "¿En serio?", pregunté. "Absolutamente", fue la respuesta, "Déjeme ayudarlo con su equipaje". Sin protestar, me levanté y la seguí a la sección de primera clase.

Podía sentir las miradas como puñales clavándose en mi espalda mientras me alejaba, sabiendo que "ellos" estaban mirando y pensando, "él es el idiota que metió la pata".

"Aquí, pongamos su bolsa aquí y tome este asiento, deme un minuto y enviaré una azafata para ver qué podemos ofrecerle".

"Dios mío. Así es como debe ser", pensé. Me puse cómodo. "Hola, señor Weedon, ¿puedo ofrecerle algo de comer y una bebida?", Dijo una muy atractiva azafata, mientras me entregaba un menú. "Una copa de vino tinto por favor", le dije.

"Tenemos un galardonado Cabernet de Napa Valley o un Margaux francés".

"Oh, prefiero el Margaux, gracias". Me

trajo un vaso y vertió el vino de la botella, mostrándome la etiqueta primero. "Muy bien, prepararé su comida y volveré en unos 10 minutos", agregó. Me senté y disfruté de mi Margaux GRATIS, sonriendo como un gato de Cheshire lamiendo la crema. Unos minutos más tarde, mi comida llegó en una bandeja, todo dispuesto como un elegante restaurante. Una flor pequeña, cubiertos de metal, mantel de lino blanco y servilleta. Perfecto. Al ver mi vaso vacío, la azafata lo llenó obedientemente otra vez, sin siquiera preguntar. Las siguientes ocho horas y media pasaron rápidamente.

El servicio al cliente es cómo retiene sus clientes. Los programas de lealtad funcionan, aunque las recompensas por lealtad en la industria de las aerolíneas son cada vez menos. Los clientes pequeños necesitan ser cuidados tanto como los grandes. Tuve suerte en este vuelo. La mayoría de las veces sonrío y soporto el servicio de clase de ganado y mantengo el presupuesto de viaje bajo control. Pero sí disfruté el trato especial.

Cuando en uno de mis viajes frecuentes, la azafata quiso saber si estaba bien, le pregunté: "entonces, ¿por qué no sirven más cacahuetes?"

"Demasiadas personas tienen alergia a las nueces", dijo. "¿No le gustan los pretzels?"

"¡Odio los pretzels!" ■

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.

ENCUESTA DEL PROXIMO MES

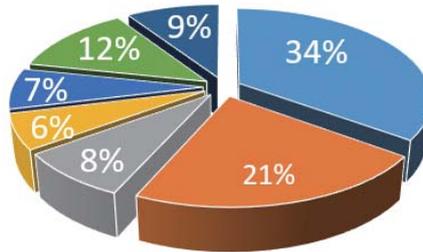
¿Cuál es el Valor de su Asociación Comercial?



Escanea el código QR para votar.

INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las Preocupaciones que Enfrentan sus Clientes de Impresión de Oficina?



- A Producto defectuoso 34%
- B Servicio malo 21%
- C Entrega lenta 8%
- D Mala respuesta a la solicitud de información 6%
- E Falta de comunicación 7%
- F Promesas no cumplidas 12%
- G Descortés personal del proveedor 9%

¿Sabía qué?



Más del 50% de un cartucho inkjet es producido por agua.

HACEMOS MARCAS PROPIAS Tinta & Toner



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

BERTO'S LAST LAUGH



WE CAN HELP YOU TO COMMUNICATE WITH THE WORLD!

f 18,700+ likes
facebook.com/recyclingtimes

ig 600+ followers
ID: recycling_times

we 15,000+ followers
ID: recyclingtimes

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

tw 20,000+ followers
twitter.com/recycling_times

in 550+ followers
linkedin.com/company/3122775

yt 150+ videos
ID: Recycling Times Media

g+ 570+ followers
ID: Recycling Times Media

RT

Imaging Gala Event
AMERICAS
MEXICO CITY · MEXICO
June 11, 2019

RT

Imaging Expo
AMERICAS
BOGOTA · COLOMBIA
June 13-14, 2019

RT IMAGING EXPO—AMERICAS 2019

UNA EXPO: DOS CIUDADES

La exposición más grande de consumibles de impresión en Américas



Ciudad de México · México
Junio 11

Bogotá · Colombia
Junio 13-14

Para exhibición, contacte a Victoria Zhao:

☎ +86-756-3919263

✉ Victoria.Zhao@RTMworld.com

Para visitar, contacte a Joy He:

☎ +86-756-3959281

✉ Joy.He@RTMworld.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)2263687
E-mail: sales@cmchinamate.com
<http://www.cmchinamate.com>
<http://www.newchinaman.en.alibaba.com>

ISO 9001:2008
ISO 14001:2004

