

# GUIA DEL RECICLADOR



# ImagingWorld

EN ESPAÑOL

El nombre más confiable en impresión en 5 idiomas



DE UN CARTUCHO DE TONER AL DÍA A LÍDER  
DEL AFTERMARKET  
EN MÉXICO

Página 18

Watch inTouch TV News Daily Online



Proudly Supporting  
INTERNATIONAL





# RemaxWorld Expo 2021 14 al 16 de Octubre

## ¿NO PUEDES LLEGAR A CHINA ESTE AÑO?

¿Buscas nuevos productos y soluciones para hacer crecer tu negocio de proveedores?



**¡Tenemos la solución!**

Es una oportunidad en línea, **cara a cara** que puedes tener con los proveedores que elijas, para los productos y servicios que necesitas

Si tienes preguntas sobre Find-a-Supplier, pónete en contacto con: Gustavo Molinatti



Clickea en "Find-a-Supplier" en [www.RTMworld.com](http://www.RTMworld.com)

+54-9-11-4187-5872

gmolinatti@guiadelreciclador.com

# INNOVACIÓN ILIMITADA: KILIDER NUEVA PATENTE EMITIDA

**KILIDER**  
凯利德

Cartucho de tóner libre de patente KLD-TK8365/8367 Tambor  
Cartucho de tóner libre de patente KLD-TK8375/8377 Tambor

**Nueva  
Llegada**



**Para uso en KLD-TK8365/8367 Tambor**  
Compatible con: TASKalfa 2554ci  
**Para uso en KLD-TK8375/8377 Tambor**  
Compatible con: TASKalfa 3554ci

 <b>KLD-MX310</b> Patente de invención CN N°: 201910495312.7 Patente de invención US CN N°: US16451011 Patente de invención EU CN N°: EP19182322.8	 <b>KLD-TN-328/626</b> Patente de invención CN N°: 201911341906.9	 <b>KLD-W1108A-W1103A-W1143A</b> Patente de invención CN N°: 201910813795.0 Patente de invención US CN N°: US16575369	 <b>KLD-IMC3500/MPC3503</b> Patente de invención CN N°: 201911189749.4
 <b>KLD-SP C352/C360/361</b> Patente de invención CN N°: 201910204654.9	 <b>KLD-NPG-73/GPR-57/C-EXV53</b> <b>KLD-NPG-71/GPR-55/C-EXV51</b> Patente de invención CN N°: 2019104118810.1 Patente de invención US CN N°: US16/442587 Patente de invención EU CN N°: EP19180456.6	 <b>KLD-TK1200/1150/1160/1170</b> Patente de invención CN N°: 201811374841.3	 <b>KLD-OKI 310</b> Patente de invención CN N°: 201910895742.8 Patente de invención US CN N°: US16595517
 <b>KLD-TNP79/80/81</b> Patente de invención CN N°: 202010518746.7	 <b>KLD-DP3208</b> Patente de invención CN N°: 201911197232.X	 <b>KLD-IM350/430</b> Patente de invención CN N°: 201910875611.3	 <b>KLD-R707, KLD-CF257A Drum</b> Patente de invención CN N°: 201910519641.0

Si deseas saber más sobre nosotros, eres bienvenido a visitar nuestro sitio web:  
[www.kilider.com](http://www.kilider.com)



☎ +86-769-81154355 / 81154366

FAX: +86-769-83116077

Email: info@kilider.com (Nate) sales3@kilider.com (Catherine) sales7@kilider.com (Kelvin)  
sales8@kilider.com (Lynn) sales9@kilider.com (Summer) sales11@kilider.com (Vincent)

DIRECCION: Huangyuan Area, Shangrao Economic and Technological  
Development Zone, Shangrao City, Jiangxi Province, China



# EN ESPAÑOL IMAGING WORLD

No.103 | 2021

05 | NOTA DEL EDITOR



22 | NUEVA NORMAL

Oportunidades en la Nueva Normalidad



22 | EN MI OPINIÓN

¿Qué importancia tiene la integración vertical y la automatización en tu elección de proveedor?

33 | INTERNET DE IMPRESIÓN

Integración Vertical hacia Atrás o Hacia Adelante: Asegúrate de Tener un Remo



18 | HISTORIA DE PORTADA

Desde un cartucho de toner al día a ser líder del Aftermarket en México

Entrevista Eloy Ríos – Cad Toner (México)



*Después de años de planificación y negociación con las autoridades gubernamentales y la industria de suministro de imágenes, RT inauguró oficialmente su nuevo edificio RT el 18 de enero de 2021 y el personal se mudó a la última planta de la torre de 20 pisos de altura en Zhuhai, China.*

CARACTERÍSTICAS

06 Más que Suerte: la Estrategia de Integración de Clover la Colocó en la Cima

— Tricia Judge

Los planes de integración de Clover debían incluir fuentes de vacíos.

10 Automatización: ¿Ser o no ser?

— David Gibbons

Cheng afirma que el valor real de la automatización se implementa mejor cuando se consideran todos los procesos de la cadena de suministro y no solo el proceso individual.

24 Cadenas de Suministro e Integración de Mercado—¿Qué son y cómo funcionan?

— Graham Galliford

En la gran mayoría de los casos, las cadenas de suministro son en realidad "redes" que tienen una compleja red de relaciones de suministro desde las materias primas hasta el producto terminado y más allá.

35 | CARTAS LATINAS

Integración Vertical en el Aftermarket Latino: ¿el Próximo Paso?



36 | CARTELERA

La última risa de Berto sobre el "eslabón perdido" en la cadena de la industria

14 | CHIPS

Chips, Códigos, Cartuchos e Impresoras

David Gibbons





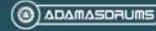
**GIHONCLICK**  
KING OF KINGS - LORD OF LORDS

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

**TONER QUÍMICO DE ALTA DENSIDAD**



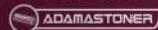
**DRUMS OPC**



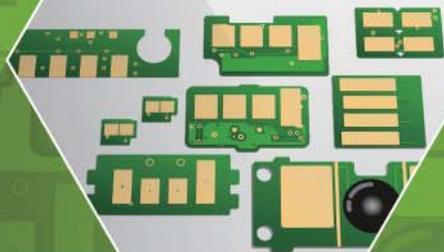
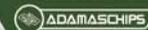
**DOCTOR Y WIPER BLADES**



**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 03330 Col. Xoco,  
Delegación Benito Juárez  
Ciudad de México • México  
Tel. (52) 558 600 9499



dypson international  
@dypson1

www.  
dypson.com  
www.  
gihonclick.com

Todos 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.

# Gustavo Molinatti



El mundo está atravesando una era de transformaciones, traccionadas por una pandemia que hace poco más de un año viene siendo un dolor de cabeza para el planeta. El negocio de todos ha

sido afectado, y aunque haya sectores que sacaron gran beneficio de este período, ninguno queda indemne de lo que ocurre alrededor. Por primera vez siento al mundo embarcado en un mismo viaje y no dudo que la energía de todos nos sacará poco a poco de esta crisis. Y mientras aguardamos llegue esa tan ansiada nueva normalidad, todos tenemos una nutrida agenda para encarar el 2021, ajustando nuestras propuestas y adaptándonos a los cambios.

Conscientes de la dificultad de viajar durante esta primera parte del año, desde Guía del Reciclador y junto a nuestro partner RT Media, estamos programando una serie de conferencias y encuentros remotos dirigidos a toda la región de América Latina, que tratarán temas de candente actualidad para la industria de impresión e insumos de imágenes. Creemos que ciertos cambios han llegado para quedarse y ya es hora que nos pongamos a trabajar sobre ellos.

Nuestra revista sigue adelante, por décimo noveno año consecutivo, hoy acompañada por las plataformas electrónicas y su nutrido tráfico a través del Blogdelreciclador.com, los newsletters semanales y redes sociales. Toda esta familia de medios nos ayuda a estar conectados y es muy importante para nosotros que participen de ellas y que las visiten.

Para cada una de las cuatro ediciones de Guía del Reciclador de este año, vamos a elegir como nota de tapa a un

empresario del Aftermarket latino que sea representativo de su país. En esta edición tenemos como protagonista a Eloy Ríos, un reconocido referente del mercado mexicano con más de tres décadas en el negocio. Es muy estimulante conocer su historia y su visión de la industria.

Además, en esta edición el tópico central es la integración vertical de nuestro mercado y su importancia en la elección del proveedor. Aunque para algunos pueda resultar un tema alejado de la actualidad de su negocio, tiene absoluta relación con su estrategia de compras.

Arranca un nuevo año y me da mucha felicidad volver a compartirlo con Uds. Se avecinan momentos dinámicos y hoy más que nunca tenemos que estar al día, informados y preparados para enfrentar lo que venga. Quiero que lo hagamos juntos y ojalá pronto, poder hacerlo también en persona. ■



## 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

## Diseñadores Gráficos

Miuling Peng

## 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](mailto:editorial@RTMWorld.com)

Website: [www.RTMworld.com](http://www.RTMworld.com)

# Más que Suerte: la Estrat de Clover la Colocó en l

Eric Martín, Presidente de  
Clover Imaging Group

Jim Cerkeski, Presidente Ejecutivo  
de Clover Imaging Group



Jim Cerkeski fue honrado con el Diamond Pioneer Award, que lleva el nombre del pionero en imágenes Art Diamond, durante los premios anuales RT Imaging Awards de 2020. El premio destacó el crecimiento de Clover Imaging desde sus pequeños y humildes comienzos en los campos de Ottawa, Illinois, al proveedor más grande del mundo de cartuchos de tinta y láser remanufacturados de calidad OEM, piezas de impresora y el mayor broker global de cartuchos vacíos. Clover ofrece a los consumidores una alternativa al tiempo que mantiene el mercado abierto y los OEM bajo control como proveedor líder de servicios de impresión gestionados para más de 250.000 dispositivos.

# egia de Integración a Cima Tricia Judge

Su nombre y símbolo pueden ser el del afortunado trébol de cuatro hojas, pero Clover Imaging Group nunca ha confiado en la fortuna para guiarla. Ha mezclado estratégicamente el crecimiento orgánico con decisiones de integración inteligentes y críticas que han dejado a la competencia muy atrás.

Clover Imaging Group se ha convertido en el mayor recolector y remanufacturador de cartuchos de impresora del mundo. Con un modelo de negocio centrado en la innovación sostenible, los cartuchos remanufacturados de alta calidad y respetuosos con el medio ambiente de Clover permiten a las organizaciones reducir sus costos de impresión al tiempo que reducen su impacto medioambiental.

El mundo de los cartuchos de impresora se maravilló cuando Clover, un recién llegado a la industria, apareció en los suburbios de Chicago y pareció crecer casi de la noche a la

mañana hasta convertirse en uno de los principales actores de la industria.

Hoy Clover recolecta y recicla mensualmente más de 3.5 millones de cartuchos y fabrica más de 1.4 millones de cartuchos.

Lo que es aún más sorprendente es que dominó gran parte de su crecimiento a través de la obtención de clientes críticos en el campo de los suministros de oficina, como Office Depot,

Office Max y Staples. Y aunque originalmente creció gracias al aumento de las ventas a estos clientes de gran éxito, superó a su competencia mediante una integración horizontal estratégica. En otras palabras, compró inteligentemente a competidores clave.

Si bien la recesión de 2006-2009 presentó a la mayoría de los remanufacturadores de cartuchos con tiempos difíciles, muchos buscaban salir ... o liquidarse. Clover aprovechó esto. La industria ya se estaba aburguesando y, por lo tanto, la consolidación ya estaba en marcha. Dataproducts, con sede en California, fue la primera compra de Clover, y la incorporación de su grupo de ingenieros le daría a Clover una verdadera profundidad científica. Los productos de datos habían sido objeto de otras

## Los planes de integración de Clover debían incluir fuentes de vacíos.

adquisiciones y, en ese momento, formaban parte del grupo de empresas de Ricoh.

En una clara adquisición horizontal, Clover anunció planes para comprar su rival GRC a fines de 2006. Anteriormente conocida como General Ribbon Corporation, GRC era un remanufacturador venerado con sede en Chatsworth, California. Anteriormente en Rochester, Nueva York, GRC había estado en suministros de imágenes durante más de 60 años y tres generaciones de la familia Daggs habían estado al mando. GRC era el remanufacturador de cartuchos de tóner más grande de los Estados Unidos en ese momento.

En 2007, Clover también adquirió el remanufacturador de cartuchos de tinta Cartridges Are Us con sede en Ithaca, Michigan. En el momento de la adquisición, Cartridges Are Us informó que producía más de 100.000 cartuchos de tinta cada mes (Clover ahora ha multiplicado por cinco esa producción).

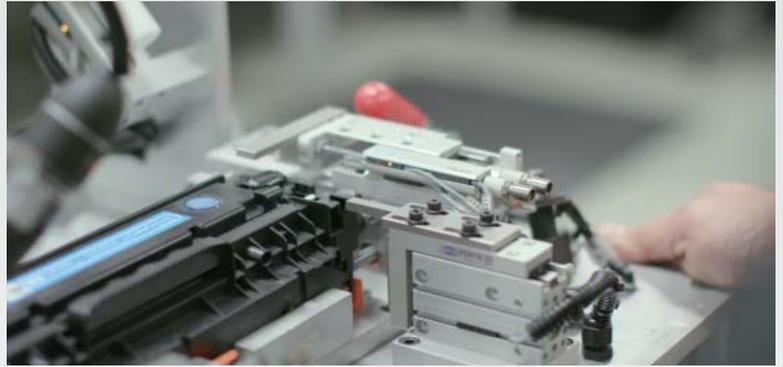
Durante este período de tiempo, otras adquisiciones eventuales de Clover también se expandieron a través de sus propios negocios por medio de compras. Micro Solutions Enterprises (MSE), que finalmente sería adquirida por Clover, compró Laser Imaging International, con sede en California, junto con su subsidiaria de inyección de tinta, Perfect Ink. Ambas compañías estaban produciendo una cantidad sustancial de cartuchos e hicieron de MSE una fuerza importante en la industria. Otra adquisición fundamental de Clover sería West Point Products de Valley Grove, West Virginia. Con la compra de Multi-Laser, Inc. de Gananoque, Ontario, con sede en Canadá, West Point entró en Canadá e hizo un movimiento estratégico hacia los servicios de impresión administrados (MPS).

Clover no se dormía en los laureles durante este período de tiempo. Por ejemplo, Clover adquirió la división de suministros de imágenes de NER Data

Products. En 2010, Clover se expandió a la región de Asia-Pacífico con adquisiciones estratégicas en Australia. También abrió una fábrica en Ho Chi Minh, Vietnam, que continúa proporcionando cartuchos para la región hasta el día de hoy.

La mejor estaba aún por llegar. En un acuerdo que sacudió a la industria de imágenes, la firma de inversiones Golden Gate Capital adquirió Clover Technologies Group y West Point Products. La brillantez de este acuerdo fue que integró limpiamente el remanufacturador líder que vende a las grandes tiendas con uno de los remanufacturadores más fuertes que vende cartuchos premium en todos los demás lugares, incluido el canal de distribuidores. También combinó algunos de los mejores talentos de la industria en una sola operación.

No había otra empresa como esta, ni antes ni después, y fue una potencia mundial. Eclipsaba a todos sus competidores de todos los rincones del mundo.



### Un poco de acción vertical: vacíos y MPS

En esta coyuntura, el MPS se estaba volviendo fuerte. Multi-Laser fue una de las primeras empresas en invertir fuertemente en MPS con la empresa resultante, Printfleet. La recesión avivó las llamas del incendio del MPS. Muchos compradores corporativos se interesaron en MPS debido a que sus presupuestos se vieron profundamente afectados. MPS se promovió como una forma de reducir los costos de impresión, y los cartuchos remanufacturados encajaron perfectamente en la ecuación MPS.

Multi-Laser se dividió de PrintFleet como una compañía separada en 2005 y la organización no fue parte de la adquisición de West Point Products. Sin embargo, en 2008, West Point había accedido a los recursos de Multi-Laser para crear y lanzar su propio programa MPS: Axess. Clover ha adoptado el programa y continúa mejorando regularmente, y tiene cientos de miles de máquinas bajo contrato con su programa MPS.

Para satisfacer las demandas de ventas de Clover, que aumentaban a un ritmo geométrico, era necesario obtener los vacíos y en volúmenes significativos. Los planes de integración de Clover debían incluir fuentes de vacíos. Los programas MPS ayudaron a recuperar los vacíos, pero nunca en cantidades adecuadas. El aumento de las

ventas en línea de cartuchos de fabricación extranjera agravó el problema. La mayoría de los envases vacíos de nueva construcción de China no pudieron ser remanufacturados por una variedad de razones, como cuestiones de calidad y propiedad intelectual.

Afortunadamente, Clover volvió a estar por delante del juego. Para asegurar un suministro constante de carcasas, Clover adquirió varias empresas de recolección de cartuchos vacíos y corredores como parte de su plan de adquisición e integración. Primero adquirió la empresa de envases vacíos más grande de

## Los servicios de impresión gestionados aumentan aún más el valor de las impresoras reacondicionadas bien hechas.

Norteamérica (y posiblemente del mundo), Environmental Reclamation Services (ERS), en 2010. Poco después, compró Office Products Recycling Association (OPRA), con sede en Missouri, el segundo mayor corredor. Al hacerlo, Clover se convirtió en uno de los corredores de vacíos más grandes de América del Norte, así como en el mayor remanufacturador. Clover también contrató a socios críticos, como el Servicio Postal de los Estados Unidos para recolectar los vacíos.

### Clover se traslada a las impresoras

Los cartuchos remanufacturados han sido objeto de legislación multi estatal, investigaciones comerciales e incluso un

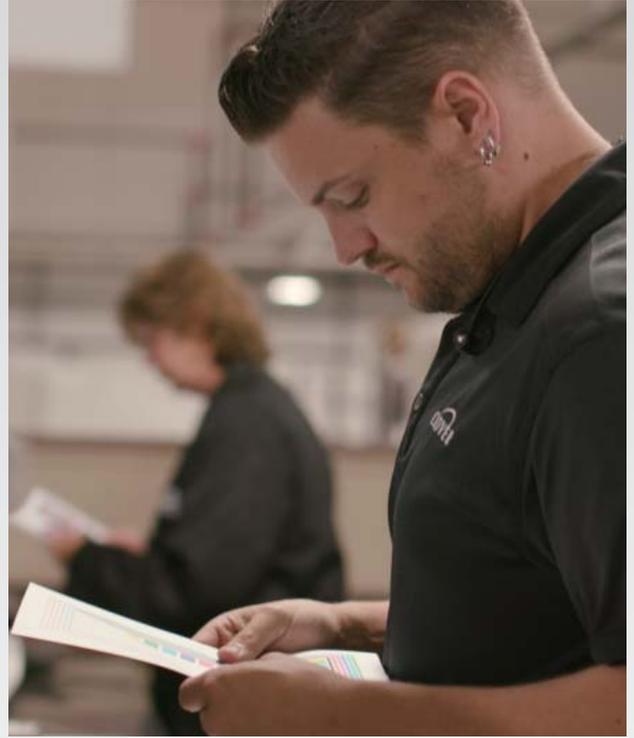
caso de patente en la Corte Suprema de los Estados Unidos. Sus beneficios han sido anunciados y celebrados.

Las impresoras remanufacturadas, por otro lado, se han ganado silenciosamente una fortaleza en el mercado. Todos los OEM tienen sus programas de impresora reutilizados certificados, entre los que se encuentran las impresoras certificadas de Hewlett Packard.

Las impresoras que disfrutaban de una segunda vida son tan populares que puede encontrarlas en las principales plataformas de ventas por Internet. Amazon los vende en el programa "renovado". Walmart vende impresoras reacondicionadas, al igual que Best Buy.

Los servicios de impresión gestionados aumentan aún más el valor de las impresoras reacondicionadas bien hechas. Se puede agregar una impresora de alta calidad y bajo costo a una flota de impresoras para reducir el costo por página y luego seguir manteniendo ese precio bajo mientras más tiempo esté en servicio.

Las empresas del aftermarket estaban obligadas a hacer lo mismo. A lo largo de dos décadas, una empresa regional de suministros de imágenes más pequeña aumentó sus ofertas con la reparación y el reemplazo de impresoras. Las grandes empresas internacionales también entraron en el mercado. Katun, líder en el aftermarket del canal de copadoras, ofrece impresoras y



dispositivos multifunción reacondicionados certificados.

Clover Technologies (Clover), líder de la industria del aftermarket de cartuchos, también ingresó al mercado de impresoras, con una adquisición estratégica. En febrero de 2011, Clover compró uno de los remanufacturadores de piezas de impresora más grandes y mejor establecidos del país, Depot International en Farmingdale, Nueva Jersey.

Depot International es un distribuidor de piezas autorizado de HP, Lexmark Elite, Dell y Samsung. Dispone de una amplia selección de piezas de marcas líderes como HP, Lexmark, Xerox, Dell, Brother y más, junto con la venta de impresoras OEM recertificadas y remanufacturadas. Depot International ha sido el distribuidor de piezas autorizado más grande y de mayor rendimiento para HP desde 2010 y es un distribuidor de piezas autorizado de élite para Lexmark. La empresa produce 30.000 subconjuntos por mes y tiene 2.000 impresoras en stock en todo momento. Tener impresoras remanufacturadas en la mezcla de productos asegura que los distribuidores de Clover puedan entregar todo lo que sus clientes puedan necesitar para crear y mantener una flota de impresoras rentables.

**¿Qué hay en el tablero de dibujo para la futura integración?**

Las adquisiciones de Clover, tanto verticales como horizontales, se han visto frenadas por la pandemia. La industria cambiará para siempre y Clover sin duda estará listo para analizar y capitalizar el nuevo panorama de la industria.

“Si bien esperábamos y planificamos una disminución constante en los volúmenes de impresión y en los dispositivos A3 durante los próximos años, la pandemia de COVID ciertamente ha acelerado la transición a los dispositivos A4 de menor costo”, dijo el presidente Eric Martin. “También estamos

### Los cartuchos remanufacturados de Clover encajan perfectamente en esa estrategia y, al mismo tiempo, ofrecen numerosos beneficios medioambientales.

viendo un cambio en la demanda hacia las pequeñas y medianas empresas (SMB) y los dispositivos y consumibles SOHO. Al mismo tiempo, a medida que las empresas vuelven a estar en línea, su objetivo número uno es la reducción de costos. Los cartuchos remanufacturados de Clover encajan perfectamente en esa estrategia y, al mismo tiempo, ofrecen numerosos beneficios medioambientales”.

El mercado de inyección de tinta fue el único nicho que se salvó de la agonía comercial de la pandemia, junto, naturalmente, con los elementos de protección personal (EPP). Clover logró

posicionarse en ambos mercados en rápida reacción a la pandemia y sus cierres relacionados. “Obviamente, estamos viendo una demanda mucho mayor de productos de inyección de tinta. La fabricación funciona a plena capacidad para apoyar a nuestros socios”, dijo Martin. “Creemos que eso ralentizará un poco y el láser volverá, pero habrá un cambio a largo plazo a medida que más empresas adopten un modelo de negocio híbrido o de trabajo desde casa”.

Como han descubierto Google, Walmart, Facebook, Dell y una serie de otras grandes empresas, los trabajadores confinados en casa pueden ser tan productivos como los trabajadores de oficina. Todos han dado instrucciones para que algunos o todos los miembros de su fuerza laboral continúen trabajando desde casa. Clover se está posicionando para estar ahí y atender las necesidades de impresión de esos trabajadores.

Clover y su equipo de administración siempre están atentos al próximo gran cambio en el mercado y han demostrado ser rápidos en responder. Clover mantiene esa posición incluso después de todo lo que ha ocurrido recientemente. “Tenemos la suerte de que incluso en estos tiempos de incertidumbre, hemos mantenido la flexibilidad financiera”, dijo Martin. “Habiendo dicho eso, no tenemos planes inminentes para adquisiciones, pero siempre estamos buscando formas de mejorar y / o aumentar nuestras capacidades”. ■

# Aut iSe



# Automatización: ¿o no ser?

—Henry Cheng de Innogetic afirma que la automatización debe dar un paso atrás para maximizar la eficiencia en la cadena de suministros

 David Gibbons

El hecho de que un fabricante se jacte de tener una línea de producción automatizada no significa que la empresa esté recibiendo y transmitiendo todos los beneficios que podría haber esperado de la inversión.

Cuando me mudé por primera vez a Zhuhai (China) en 2010 para vivir y trabajar en el corazón de la industria mundial de suministros para imágenes, los propietarios emprendedores de las empresas se enorgullecían del tamaño de su fuerza laboral. Después de todo, China se había convertido en la fábrica del mundo y estaba en exhibición con las decenas de miles que estaban trabajando solo en las fábricas de Zhuhai con cartuchos de impresora compatibles, remanufacturados y luego totalmente fabricados. En ese momento, los salarios eran bajos y era un orgullo mostrar el tamaño de la fábrica en términos de espacio, así como el número de empleados.

Sin embargo, China ha cambiado. En menos de 20 años, 400 millones de personas han salido de la pobreza y otros 400 millones ahora forman una clase media propietaria de apartamentos y vehículos motorizados, un número

mucho mayor que la población total de los Estados Unidos. Es un logro notable. Sin embargo, los salarios han aumentado y no es tan barato como lo era fabricar bienes en China.

Hoy en día, las mismas fábricas se han quedado en silencio sobre la cantidad de empleados que tienen y prefieren compartir cómo han adoptado la industrialización moderna y las líneas de producción automatizadas.

Henry Cheng (en la foto) es el presidente fundador de InnoGetic Technology Co Ltd (Innogetic), una empresa fundada en 2011 para ofrecer soluciones de automatización eficaces y eficientes a una amplia variedad de industrias, incluidos los suministros de imágenes.

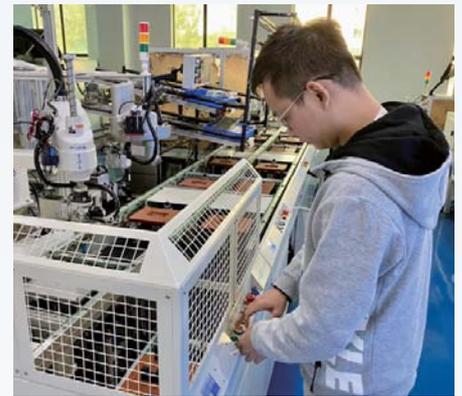
“La automatización no es nueva en el mundo de la fabricación. Se ha utilizado ampliamente y se ha establecido en los Estados Unidos, Alemania y Japón desde la década de 1980”, dijo. “De alguna manera, China apenas se está poniendo al día. Porque tiene que hacerlo”. Cheng explicó que a medida que los costos laborales han aumentado, los costos de fabricación se han vuelto poco competitivos e insostenibles. “Solo hay dos formas de resolver esto”, dijo.

“Mueve tu producción a una región de bajos salarios y bajos costos. O pasa a la automatización. La automatización es la única posibilidad de supervivencia”.

La primera revolución industrial estuvo marcada por una transición de los métodos de producción manual a las máquinas mediante el uso de vapor y energía hidráulica entre 1760 y 1840, lo que tuvo un impacto en la fabricación textil.

La segunda revolución industrial, conocida como revolución tecnológica, se produjo en el período comprendido entre 1871 y 1914 gracias a los avances en el transporte y las comunicaciones. “La industria 2.0 vio al mundo adoptar la producción en masa gracias a una metodología mejorada”, dijo Cheng. “Esto ayudó a aumentar los niveles de producción”.

La Industria 3.0, que fue la revolución digital, se produjo a finales del siglo XX. El advenimiento de las computadoras ayudó al proceso de producción y la maquinaria comenzó a anular la necesidad de energía humana. Aquí es donde la automatización pasó a un primer plano.



### Paso rápido a la automatización

Las empresas chinas se subieron al tren de la automatización más tarde que los países occidentales. El gobierno chino ahora ha establecido objetivos y está proporcionando incentivos financieros para impulsar el cambio. Cheng está convencido, sin embargo, que la necesidad de reducir el costo de la mano de obra es la verdadera motivación para el cambio.

"Por supuesto, hay muchos más beneficios", agregó Cheng. "La automatización puede brindar consistencia en la calidad del producto fabricado. Se elimina la dependencia del trabajo humano y el error humano. La producción de alta gama junto con resultados de alta calidad son impulsores adicionales para la automatización".

Le pregunté a Cheng de qué manera la Industria 4.0 había realizado un cambio tan sísmico en la fabricación y la producción. "La industria 4.0 se trata de la fábrica inteligente", dijo Cheng.

"También podría llamarlo 'fabricación inteligente' y diferentes países tienen diferentes nombres para ello. 4.0 solo ha sido posible gracias al legado que heredó de 3.0 y 2.0".

Según Cheng, la industria 4.0, la automatización 2.0 o fabricación inteligente ha tenido un gran impacto en la cadena de la industria. Tiene todo que ver con los datos que se capturan durante la producción que se pueden retroalimentar a la gerencia. Esto se relaciona con la optimización de la máquina, el cumplimiento de los objetivos, las materias primas y los productos terminados.

Bajo un modelo de Industria 3.0, una fábrica tenía que ordenar todos sus recursos y almacenarlos listos para usar. Con el acceso y el análisis rápido de datos, la administración ahora puede reducir el stock almacenado y también reducir la cantidad de almacenamiento necesario. "Puede vincular sus datos con los proveedores de recursos en bruto en su cadena industrial para

proporcionar una 'entrega justo a tiempo' para satisfacer sus necesidades de producción", explicó Cheng. "Al mismo tiempo, sus compradores y clientes intermedios también pueden poner sus necesidades en su sistema y esto impulsará las líneas de producción para fabricar los productos que más necesita, cuando realmente los necesita". Esto también reduce la necesidad de almacenamiento.

Cheng afirma que el valor real de la automatización se implementa mejor cuando se consideran todos los procesos de la cadena de suministro y no solo el proceso individual.

### Advertencia

Por alguna razón, muchos gerentes senior se han apresurado a instalar líneas de producción automatizadas sin realmente considerar lo que realmente necesitan. "Puede gastar fácilmente \$ 100.000 dólares en un solo paso del proceso de producción", explicó Cheng. "Sin embargo, existe la posibilidad real

de que nunca obtenga un retorno de su inversión". Cheng ha visto a las fábricas gastar el rescate de un rey para pasar a la automatización sin comprender realmente lo que están haciendo, solo ver la línea o partes de una línea desechadas poco tiempo después porque el proceso del producto cambió.

Se necesita mucho "tiempo de inactividad" cuando una línea automatizada necesita mantenimiento. "A menudo he visto una línea completa cerrarse durante días, porque solo una parte de la línea se rompió y estaba esperando que se instalaran piezas nuevas", dijo Cheng. "Toda la línea, por valor de millones de dólares, se cerró".

Las líneas de producción también deben cerrarse y reiniciarse cuando simplemente desea hacer una versión diferente del mismo producto. "Supongamos que el tóner del cartucho suele contener 200 gramos, pero luego quieres hacer un lote con 300 gramos

en el cartucho. El tiempo de inactividad podría ser de muchas horas mientras se implementan los cambios".

En su opinión, Cheng cree que la mejor manera de avanzar en la automatización es retroceder hacia el modelo Industry 3.0. "Necesitamos integrar las máquinas con las personas porque es ahí donde obtenemos las mejores eficiencias, niveles de producción estables y más altos y un sólido retorno de la inversión.

"La solución más inteligente para la automatización es tener flexibilidad donde los humanos trabajen con las máquinas. Los ingenieros de nivel medio todavía están analizando los datos, los recursos todavía llegan justo a tiempo, pero cuando una parte particular de la línea necesita servicio, o cuando es simplemente más rentable que los humanos completen una tarea específica, el proceso de fabricación no es retenido".

Cheng afirma que este modelo también

proporciona un atajo para los fabricantes que desean ingresar al juego con menos inversión en tiempo y dinero.

Además del propio Cheng, InnoGetic cuenta con personal con experiencia de clase mundial en las 500 principales empresas globales de Europa y Estados Unidos, experiencia industrial y de ingeniería con cadenas de suministro y gestión, y el conocimiento para maximizar la producción para obtener una verdadera competitividad.

"InnoGetic realmente puede ayudar aquí", dijo Cheng. "Trabajamos codo con codo con la dirección y los desafiamos a que consideren lo que realmente necesitan, diseñamos un sistema en el que los humanos y las máquinas trabajen uno al lado del otro, y luego trabajamos con ellos para monitorear y analizar los datos, ajustar los procesos y luego entregar resultados de buena calidad y rentables". ■

**Kennen**

Chips y Cartuchos recargables para impresoras y plotters de todas las marcas y tecnologías  
Papeles Kennen

Tintas USA Dupont DTG Artistri plotters de sublimación

Tintas Alemanas OCP para todo tipo de impresoras inkjet y plotters

WhiteRip, RIP profesional

Tintas Francesas Armor para todo tipo de impresoras inkjet

Agfaphoto Papeles, rollos inkjet y películas para serigrafía, flexo y fotograbado

**DUPONT**

**OCP**  
INKS MADE IN GERMANY

**W RIP**  
PROFESSIONAL PRINT SOFTWARE

**ARMOR**  
industrial inks

**AGFA PHOTO**

Envianos tu mail a: [consultas@kennen.com.ar](mailto:consultas@kennen.com.ar)

# Chips, Códigos, e Impresoras

 David Gibbons



# Cartuchos

*"Era el código simple, una clave para la comunicación entre cartuchos e impresoras".*

Antes de conocer los números de serie, nunca hubiera imaginado que un código simple pudiera dominar el desarrollo futuro del aftermarket.

Desde la llegada del aftermarket de impresión de escritorio, ha habido quejas sobre el uso de cartuchos de reemplazo o, en la mayoría de los casos, que no pueden usarse en impresoras. Los consumidores culparon a los distribuidores, quienes culparon a los remanufacturadores, quienes culparon a los proveedores de componentes por la mala calidad del producto.

## Evolución del número de serie del cartucho

La introducción de chips inteligentes en los cartuchos desarrollados por los fabricantes de equipos originales de impresoras a fines de la década de 1990 se convirtió en otro obstáculo para el aftermarket, que buscaba lograr una participación de mercado sostenible. A menudo se los llamaba "chips asesinos" porque impedían el uso de cartuchos del aftermarket que no contenían chip o dependían de la reutilización del chip existente.

Como remanufacturador de cartuchos de impresora en Sydney (Australia) en la década de 1990, y como oficina ejecutiva de la Asociación de Remanufacturadores de Cartuchos de Australia, recuerdo bien que los chips eran una amenaza para las empresas del aftermarket. Los remanufacturadores argumentaron que los chips asesinos eran

una amenaza para la "elección" de los consumidores que se verían obligados a utilizar únicamente cartuchos OEM. Pero desde la perspectiva de los OEM, los argumentos cayeron en oídos sordos.

Los OEM argumentaron en ese momento, y continúan afirmando, que los chips debían brindar a los consumidores una mejor "experiencia del cliente". A cada cartucho de impresora se le asigna un número de serie de cartucho único, como es el caso de cualquier producto electrónico. La singularidad del número de serie se utiliza, por ejemplo, como medida contra la falsificación. El número de serie de un cartucho también funciona en conjunto con la impresora para identificar y comunicar su fecha de fabricación, lugar de origen y otra información necesaria, incluido el nivel restante de tóner. Los cartuchos se pueden rastrear y administrar de acuerdo con dicha identificación única.

La necesidad es la madre de la invención y el aftermarket se movió rápidamente para encontrar una solución con chips de reemplazo que funcionaran en cartuchos remanufacturados.

La mayoría de las veces, la inversión en el desarrollo de chips de reemplazo funcionó. A veces no funcionaron. Los OEM se volvieron más diligentes y la ciencia mejoró, lo que hizo posible el desarrollo de chips más sofisticados.

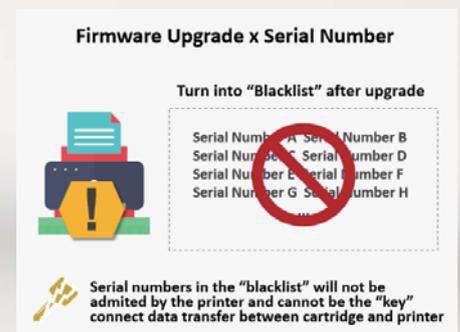
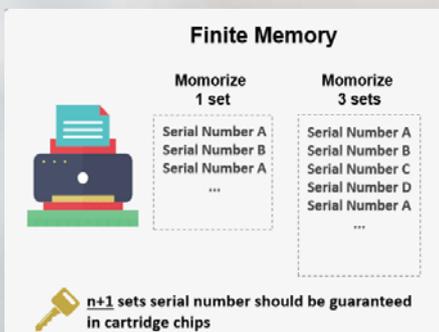
En un escenario del "huevo y gallina", los remanufacturadores culparon a los proveedores de componentes y chips, y los proveedores culparon a los

remanufacturadores por el dilema sobre la confiabilidad y falta de confiabilidad de los chips disponibles.

Los fabricantes de chips se vieron obligados a analizar la causa del creciente índice de fallas de los cartuchos y descubrieron que algunas impresoras tenían la capacidad de recordar los números de serie de los chips. Cuando se instaló un cartucho en la impresora, la impresora memorizó los datos del número de serie en el chip. Esto significaba que no se podían reutilizar ni los chips OEM ni los del aftermarket. Una impresora reconocería el número de serie del cartucho como el mismo número de serie que se ha utilizado antes. Informaría de un error y no funcionaría.

El fabricante de chips descubrió al principio que las impresoras podían recordar una cierta cantidad de números de serie de cartuchos instalados recientemente. Con los avances en la tecnología de chips, los números de serie de los cartuchos se desarrollaron desde números simples hasta un código especialmente cifrado. Esto significaba que las impresoras ya no necesitaban recordar una cierta cantidad de números de serie, sino que eran capaces de recordar todos los números de serie de forma permanente.

Luego, los OEM desarrollaron una estrategia en la que las impresoras podían tener información adicional transmitida a cada una de sus memorias. Esto es a través de actualizaciones y actualizaciones del firmware de la impresora.





**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  
@dypsion1

www.  
dypsion  
.com  
www.  
gihonclick  
.com

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



David Gibbons, autor de este artículo, dirigió su propio negocio de remanufactura en la década de 1990 en Sydney, Australia. Gibbons afirma que el uso de chips por parte de los fabricantes de equipos originales representaba una gran amenaza para el aftermarket en ese momento.

Como es bien sabido, las actualizaciones de firmware pueden optimizar el rendimiento, corregir errores y también cambiar las instrucciones de datos, elevando el umbral de comunicación entre el chip del cartucho y la impresora. Una vez que se actualiza una impresora, se habilita para bloquear números de serie específicos, lo que hace que los cartuchos de reemplazo con un número de serie "bloqueado" sean rechazados por la impresora.

### El costo y el riesgo de la decodificación de chips

El diseño del chip debe ajustarse al mecanismo de memoria de la impresora para que los números de serie sean reconocidos y aceptados. Obtener un suministro abundante de números de serie es la clave.

Entonces, ¿cómo se obtiene un suministro abundante de números de serie? Recuerde, el número de serie de un cartucho hoy en día ya no es solo un número de identificación, sino que debe tener la capacidad de ser un código especialmente encriptado cuando sea necesario.

Los desarrolladores de chips de hoy tienen la capacidad de generar números de serie infinitos si el algoritmo de cifrado ha sido decodificado.

Sin embargo, es increíblemente difícil decodificar y volver a desarrollar un

algoritmo de cifrado. En general, los fabricantes de chips recomiendan que los tiempos de decodificación se midan en varios años. El trabajo requerido exige una gran inversión de tiempo y recursos. Es un trabajo arduo y no hay garantías de que proporcione un retorno de la inversión.

Piense en la cantidad de trabajo y los riesgos financieros que se están tomando para desarrollar una vacuna para el COVID-19. Decodificar un chip y desarrollar una solución es un proceso similar, aunque en una escala diferente. Pero, el riesgo de

**el número de serie de un cartucho hoy en día ya no es solo un número de identificación, sino que debe tener la capacidad de ser un código especialmente encriptado cuando sea necesario.**

recompensa es grande, especialmente si el tiempo de decodificación y desarrollo es de varios años.

Sin embargo, ¿existe otra solución si los fabricantes de chips no invierten en la decodificación del algoritmo de cifrado?

Sí, los fabricantes de chips pueden desarrollar una gran cantidad de números de serie que reducirán el riesgo de instalar cartuchos de reemplazo con los mismos números de serie de chips. Sin embargo, esto significa que para generar suficientes

números de serie basados en cartuchos OEM, un fabricante de chips debe ser lo suficientemente fuerte financieramente para comprar un suministro abundante de cartuchos OEM y establecer y mantener un laboratorio profesional que contenga equipos de recopilación de datos para la decodificación y desarrollo de números de serie.

Incluso cuando se desarrolla un chip, el riesgo es muy alto de que, si no se han generado suficientes números de serie, algunos clientes encontrarán que sus impresoras rechazarán los cartuchos. Por lo tanto, el fabricante de chips necesita invertir constantemente para mantener un rendimiento continuo y constante del chip. Esto requiere que una empresa tenga suficientes recursos invertidos para proporcionar soluciones estables para el mercado.

"El código es como una mariposa en la selva amazónica que, con cada aleteo de un ala, provoca una serie de efectos que influyen en los fabricantes de chips, cartuchos, usuarios finales y todo el aftermarket".

Los desafíos y las oportunidades seguirán coexistiendo en el futuro. El poder de la sabiduría, respaldado por un espíritu emprendedor y una inversión, brindará más "claves" y "sangre fresca" para el desarrollo sostenible del aftermarket. ■



Eloy Ríos

# Desde un car... ser líder del A... — Entrevista Eloy Ríos — Co

Hace poco más de treinta años y cuando muchos de nosotros (sin dudas la mayoría) aún desconocíamos nuestro futuro en esta Industria, Eloy comenzó su sueño en el Aftermarket. Al principio el objetivo era recargar solo un cartucho al día para cubrir los gastos de su pequeña empresa junto a su esposa. Hoy, luego de más de tres décadas, Cad Toner es la empresa líder en consumibles del mercado mexicano. Visión de futuro, trabajo en equipo, dedicación y capacidad de adaptación son seguramente algunas de las muchas virtudes que permitieron esta exitosa continuidad. Esta destacada trayectoria hace que Eloy merezca ser portada de nuestra revista, la primera del 2021 y que todos conozcamos un poco más de su historia.



Gustavo

¿Cuánto tiempo has estado involucrado en la industria de suministros de impresión? Cuéntanos algo de tu historia y experiencia

Desde que me recibí de la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas en 1985 con tan solo 20 años de edad, mi primer trabajo fue en una empresa mexicana que integraba impresoras de matriz de puntos. Allí trabajé por dos años, por lo tanto te podría responder que ya llevo 36 años en esta industria.

En 1988 ya como Cad Toner adquirimos una pequeña franquicia de una empresa en Austin (Texas, Estados Unidos) llamada Laser Charge, la cual nos permitió conocer el proceso de remanufactura de cartuchos de toner, convirtiéndonos en aquel entonces en el primer recargador de cartuchos en México.

Recuerdo con cariño que en aquella época el objetivo era recargar un cartucho de toner al día para obtener el punto de equilibrio que nos permitiera afrontar los gastos de ese pequeño negocio familiar en el cual trabajaban mi esposa (que siempre me ha apoyado muchísimo), un chofer y un recargador. Con el tiempo se convirtió en una sólida empresa en la industria del consumible en México.



Eloy Ríos



Gustavo

¿Cuáles consideras han sido tus mayores logros?

Cad Toner siempre ha sido muy conservador y tradicionalista en la manera de manejar sus finanzas. Esto en otros tiempos era muy criticado, pero en un país como México en donde ha habido crisis tanto nacionales como internacionales ha sido un gran beneficio. Las diferentes crisis que hemos enfrentado (1994, 2001, 2008, 2020) en donde ha habido una alta mortalidad de empresas, hemos salido adelante gracias a esta disciplina.

La alianza con Static Control Components en 2008 fue muy productiva para ambas partes. Se logró hacer un gran equipo y se alcanzaron metas increíbles, llegando a tener el 65% de participación del mercado mexicano gracias a la calidad de sus productos y a las estrategias de comercialización de Cad Toner.

Y, por último, el poder identificar el cambio de rumbo. Obviamente en 31 años el mercado cambia y Cad Toner ha sabido cambiar tanto su propuesta de valor, como sus productos que ofrece al mercado para poder seguir satisfaciendo las necesidades de sus clientes.



Eloy Ríos



Gustavo

¿Cuáles que son los mayores desafíos que enfrenta la industria en México y en LATAM?

# Un toque de toner al día a Aftermarket en México

Ad Toner (México)  Gustavo Molinatti



Eloy Ríos

Quizás el desafío más importante es el cambio de la venta física a la venta digital, que ha sido acelerado por el fenómeno de la pandemia. Es demasiada la comisión que cobran las plataformas digitales, donde en muchos casos ese porcentaje es mayor al margen de utilidad de los vendedores. Y ahí están los vendedores alimentando al gigante que terminará por destruirlos, siendo más agresivos y bajando sus márgenes, hasta el punto en que deja de ser negocio para todos, incluyendo a los que no venden en línea.

Este hecho no ha sido ajeno a los ojos de los OEMs, quienes están enfocando sus esfuerzos legales en frenar la venta en línea en dichas plataformas. Lo que suceda los siguientes años y que siga la rentabilidad de la industria, estará en función de lo que hagamos o dejemos de hacer hoy.



Gustavo

¿Qué oportunidades o nuevos negocios estás viendo para el Aftermarket?



Eloy Ríos

Hace unos años veíamos al consumible de las impresoras 3D como una nueva oportunidad de negocio. Sin embargo, esta tecnología no ha despegado (al menos en México) de la manera en que esperábamos. La tinta a granel sigue teniendo un buen mercado y las refacciones por la mentalidad de “útese y tírese” ha disminuido. La oportunidad sigue siendo otorgar mayor valor agregado al producto, lo cual es más apreciado debido a las barreras tecnológicas implementadas por los OEMs.



Gustavo

¿Cómo describirías el Aftermarket en México? Desde la perspectiva de los distribuidores y consumidores



Gustavo

¿Cómo pronosticas será el 2021 para nuestra Industria?



Eloy Ríos

El Aftermarket en México ha ido creciendo su participación. En un principio hubo mucha desconfianza sobre la calidad y sobre la invalidación de la garantía de las impresoras, sin embargo, hoy en día es cada vez mayor el porcentaje de usuarios que han tenido una experiencia positiva con un producto del Aftermarket. La reciente escasez de productos originales ocasionados por la pandemia, permitió que un mayor porcentaje de consumidores se vieran obligados a probar los productos de nuestra Industria, con una positiva experiencia de compra.



Eloy Ríos

Básicamente creemos será un año de recuperación de los niveles previos a la pandemia, no se puede pronosticar un crecimiento. Sin embargo, el Aftermarket siempre ha salido airoso en las situaciones de crisis económica en América Latina. No se dejen abrumar por comentarios pesimistas y ejemplos de otras empresas en otras industrias, el mercado de consumibles es noble, es un producto necesario, no de moda ni de lujo y el Aftermarket es una excelente opción al buscar ahorros.

# RtmMundo

RT Fuera de este Mundo

El Nombre Más Confiable  
en Impresión

[www.RTMworld.com](http://www.RTMworld.com)

Plataforma Global de Búsqueda  
de Proveedores

[Find-a-Supplier.RTMworld.com](http://Find-a-Supplier.RTMworld.com)



Facebook: recyclingtimes  
+20.000 seguidores



Twitter: Recycling\_Times  
+18.000 seguidores



LinkedIn: RT Media  
+1.100 seguidores



Vimeo: Intouchnews  
+67.000 visualizaciones de videos



YouTube: Recycling Times Media  
+22.000 visualizaciones de videos



WeChat (Chino): irecyclingtimes  
+22.000 seguidores

RT

Para anunciar por favor contacta a: Gustavo Molinatti

+54-9-11-4187-5872

[gmlinatti@guidelreciclador.com](mailto:gmlinatti@guidelreciclador.com)

Comexposium Recycling Times Exhibition Services Ltd

[www.RTMworld.com](http://www.RTMworld.com)

RT



Gustavo

¿Cómo crees será la nueva normalidad en la oficina?

En México existe una sobre oferta de oficinas en renta y este fue un cambio que llegó para quedarse. Al menos en la experiencia de mi empresa, he notado un aumento en la productividad de mis empleados que se han trasladado a trabajar a su casa. No veo muy probable que las cosas vuelvan a ser como antes de la pandemia.



Eloy Ríos

- Ventas en 193 países y regiones
- 100,000 m<sup>2</sup>+ zona de producción de imágenes CET
- Certificado CNAS y pruebas de base OEM
- Sucursales en todo el mundo

Quando cada dólar de ganancia cuenta, ¡Cuenta con **CET** para que te dé más!



Gustavo

¿Hay acciones que las OEM están ejerciendo sobre el Aftermarket mexicano?

Lo que hemos visto en los últimos meses en México es una mayor presión de los OEMs en las ventas a través de las plataformas digitales. La penetración de mercado que tienen estas plataformas hace que el producto llegue a un gran mercado, el cual sería imposible llegar de manera off-line.



Eloy Ríos



Gustavo

¿Cuáles OEM consideras son hoy las 5 principales del mercado en México?

Según nuestra experiencia, hay una mayoritaria participación de HP, seguido por Brother, Samsung, Xerox y Lexmark. ■



Eloy Ríos



Contacta a CET Group  
Para saber cómo o podemos ayudarte

8610-81515555

sales@cetgroupco.com

www.cetgroupco.com

*Eloy Ríos es egresado de la Carrera de Licenciado en Administración de Empresas del ITESM en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México. Entre algunos de sus estudios se destacan:  
Practicante de Programación Neuro Lingüística (PNL) en el año 2000.  
Coach certificado de PNL en el año 2002.  
Egresado del programa D-1 del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas. (IPADE) en el año 2004.  
Master en PNL en el año 2006.  
Egresado del programa de Innovación y Tecnología del IPADE en el año 2009.  
Egresado del programa Continuidad de las Empresas Familiares del IPADE en el año 2013 en Houston (Texas).  
Egresado del programa Liderazgo ante la Reactivación del IPADE en agosto del 2020.  
Actualmente cursa el programa de Continuidad y Actualización del IPADE.  
Así como innumerables cursos sobre ventas, dirección y compras.  
Hoy es Director de la empresa Cad Toner.*

# EN MI OPINIÓN

¿Qué importancia tiene la integración vertical y la automatización en tu elección de proveedor?



**Japón**

**Lemori Kanetoyo**  
Sunwise Information Corporation

Estar integrado verticalmente y/o tener líneas de producción automatizadas siempre está incluido en nuestra elección de proveedor, ya que nos ayuda a sentirnos cómodos cuando se trata de garantizar la estabilidad y la calidad. Hasta cierto punto, el proveedor debe tener el control de la fábrica subsidiaria para la producción de tóner o tinta, así como el ensamble del cartucho. Los proveedores que desarrollan sistemas de producción automatizados pueden resolver problemas relacionados con el error humano y la escasez de mano de obra.



**Argentina**

**Alejandro Campos**  
Servicint

En mi opinión, la integración vertical en un proveedor, especialmente hacia atrás, es muy importante ya que asegura la consistencia de la calidad en los componentes y / o materias primas. Saber que el proveedor tiene más control y responsabilidad en el control de la calidad, reduce el tiempo para la solución o cualquier modificación necesaria ante posibles fallas. En general, las experiencias con proveedores que tienen integración vertical han sido más beneficiosas que con aquellos que no la tienen.



**Reino Unido**

**Darren Turner**  
My Total Office Solutions

Al elegir un proveedor de productos terminados, es importante comprender que los productos están libres de propiedad intelectual, se han verificado la calidad y, si es posible, conocer al fabricante. No somos una gran empresa y no tenemos los números para comprar directamente a los fabricantes en todas nuestras líneas de productos requeridas. En estas ocasiones utilizamos distribuidores con sede en el Reino Unido, pero seguimos insistiendo en un producto comprobado de calidad y sin problemas de IP.

# Oportunidades en Nueva Normalidad

Louella Fernandes

Este es un extracto de una presentación dada de forma remota por Louella Fernandes de Quocirca a la audiencia de la Cumbre RemaxWorld en Zhuhai, China, en noviembre de 2020. Para aquellos que deseen ver la presentación completa, pueden hacerlo en <https://bitly/3q152Tx>

Este es el extracto de una presentación de Louella Fernandes de Quocirca en la Cumbre RemaxWorld en Zhuhai, China, que pronostica tendencias para el 2021, el impacto de COVID-19 y las oportunidades que existen en la industria de impresión de oficina.

## El sitio de trabajo híbrido Post Covid-19

En el espacio de trabajo híbrido, habrá oportunidades para ofrecer soluciones integradas de servicios de impresión para el hogar y la oficina:

1. Tecnología sin contacto: servicios que pueden autenticarlo en un MFP sin necesidad de tocar el dispositivo. Obviamente, veremos que surgen muchas más tecnologías sin contacto en el lugar de trabajo de la oficina debido a la necesidad de minimizar el contacto con los dispositivos. La impresión pull es ideal para eso. En Quocirca, creemos que eso generará un impulso para las organizaciones que no la han implementado hasta ahora.

2. Colaboración en la nube: la necesidad que los lugares de trabajo remotos híbridos sean compatibles con la nube es fundamental. Creemos que esta es una oportunidad real para que los fabricantes, proveedores de MPS y proveedores de software independientes (ISV) desarrollen sólidas herramientas de administración de impresión en la nube que se integren con los mejores del mercado: Microsoft, Google Cloud, etc. Ésta es una gran oportunidad y viene con un modelo de ingresos diferente al

de la infraestructura de impresión tradicional estándar. La industria de impresión realmente necesita abordar eso más temprano que tarde. Porque si no tiene una propuesta en torno a la nube, la mayoría de los tomadores de decisiones de TI ni siquiera considerarán lo que tiene para ofrecer.

3. Seguridad de confianza cero: debido al panorama de amenazas ampliado, con más puntos finales conectados en lugares de trabajo remotos, existe una necesidad cada vez mayor de proteger a una organización, dondequiera que estén sus empleados, de ataques cibernéticos y valores de confianza cero. Se trata principalmente de proteger la identidad de un dispositivo, independientemente de su ubicación o del dispositivo real. Vaya a Quocirca.com si desea leer nuestro informe al respecto.

4. Inteligencia artificial: hay oportunidades más allá de la impresión en torno a los procesos comerciales, el análisis de automatización e incluso la supervisión del espacio de trabajo. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático son absolutamente el futuro de la industria de las TI y de cómo se usa esta tecnología, ya sea para monitorear amenazas de seguridad, analizar lo que se imprime, comprender cómo sus clientes usan sus dispositivos o para desarrollar nuevos productos y soluciones de servicios. La IA es absolutamente el futuro de las empresas innovadoras.

## Algunas recomendaciones

Creemos que la industria debería

# en la nube



**Louella Fernandes** es directora de Quocirca. Es reconocida globalmente como una autoridad líder en tendencias del mercado en la industria de impresión, imágenes y servicios gestionados. Con 25 años de experiencia en el sector, ofrece una visión incomparable de la evolución de la impresión en la era digital y es una experta muy respetada en disrupción digital en la industria de impresión. <Louella.Fernandes@quocirca.com>



capitalizar la aceleración de los servicios en la nube en la transformación digital. Mirar:

- ampliar los servicios más allá de la página impresa;
- cómo puede desarrollar servicios para la colaboración en la nube, el flujo de trabajo digital para integrar estas fuerzas de trabajo distribuidas en el entorno híbrido de oficina y hogar;
- Desarrollar una propuesta de seguridad de impresión integrada para el hogar y la oficina. Algunos proveedores, algunos pre fabricantes, tienen una cartera de productos muy amplia y escalable, que abarca desde el hogar hasta la pequeña oficina, la oficina en el hogar y la producción. Y quizás esos fabricantes estén en mejor posición para tener éxito porque tienen una cartera que se adapta a las necesidades de cada tipo de trabajador. Se trata en gran medida de aprovechar esa oportunidad para que los socios de canal amplíen su cartera de dispositivos para poder abordar estos requisitos;
- reposicionar los servicios de TI, la experiencia y el estado de socio de confianza. Estamos viendo que los proveedores de servicios de TI se

**Realmente depende de los proveedores de MPS líderes y más innovadores y los socios de canal aprovechar esa oportunidad para desarrollar la experiencia en servicios de TI.**

están volviendo más influyentes, con capacidades en torno a la experiencia en software, la nube y la seguridad, ya sea desarrolladas internamente o asociadas con socios que ya tienen estas capacidades en lugar de reinventar la rueda.

Hay muchos ISV y socios de canal fuera de la industria de impresión tradicional que actualmente pueden agregar valor. Realmente depende de los proveedores de MPS líderes y más innovadores y los socios de canal aprovechar esa oportunidad para desarrollar la experiencia en servicios de TI.

La industria está muy dominada por algunas grandes empresas heredadas. Suelen ser los "petroleros". En esta metáfora, las "lanchas rápidas" son las

empresas más innovadoras como los ISV, tal vez los proveedores de servicios de TI que pueden reaccionar tal vez mucho más rápido a los cambios del mercado y también tienen la capacidad de desarrollar capacidades de software que son mucho más innovadoras, tal vez que los fabricantes de impresión.

Si desea obtener información sobre los informes de Quocirca, visite Quocirca.com o Print2025.com, donde hay una variedad de información, infografías y videos. O contácteme directamente. ■

## EN MI OPINIÓN

¿Qué importancia tiene la integración vertical y la automatización en tu elección de proveedor?



**Alemania**

**Volker Kappius**  
Delacamp

Como distribuidor exclusivo de Mitsubishi Chemicals (MCC) para EMEA, considero que ambos son pilares importantes para lograr una calidad alta y repetible. Quizás le interese saber que MCC es, con mucho, el fabricante de tóner químico y OPC más integrado y automatizado verticalmente. Pero estos no son los únicos factores importantes que contribuyen a una calidad repetible. Estar en la curva de aprendizaje durante mucho tiempo es aún más importante. Este es el mayor activo de MCC y Kuroki. Ninguna otra empresa ha estado produciendo OPC y tóner químico de alta calidad durante más tiempo que MCC y cuchillas de alta calidad durante más tiempo que Kuroki.



**Australia**

**Shane Foreman**  
Cartridge World

El factor más importante siempre ha sido la calidad del producto. Durante más de veinticinco años, mi enfoque ha sido la calidad del producto del aftermarket. Solo en los últimos años ha entrado la integración vertical y la automatización de la producción en la industria del aftermarket. Personalmente, creo que estos son pasos vitales para los fabricantes que desean garantizar la calidad, confiabilidad y consistencia del producto, que en última instancia es lo que la industria necesita para seguir avanzando.



**Reino Unido**

**Dennis Haines**  
Badger Office Supplies

Permítame decirle de manera muy sucinta lo que es importante para mí como cliente. En orden de importancia:

1. Calidad
2. Cumplimiento de la propiedad intelectual
3. Consistencia
4. Rentabilidad

Los proveedores deben seguir siendo rentables mediante la automatización y la integración vertical.

# Cadenas de Suministro e Integración de Mercado — ¿Qué son y cómo

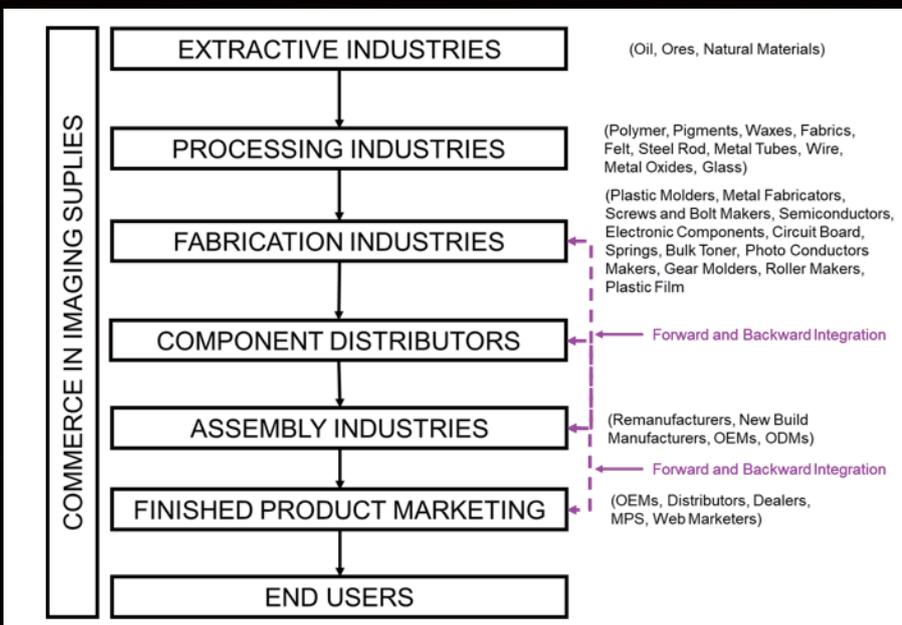
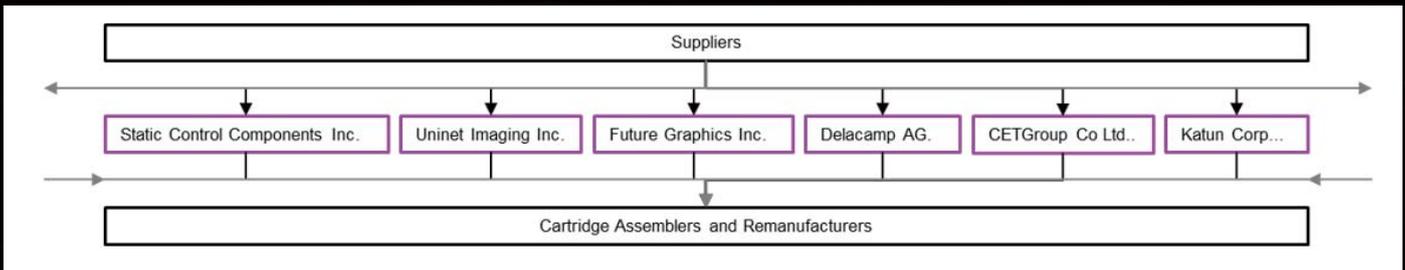
¿Qué es realmente la cadena de suministro y cuál es la razón fundamental para la integración en el mercado? En los últimos tiempos, el entorno empresarial se ha visto gravemente afectado por la pandemia mundial y la guerra comercial y la agitación arancelaria entre Estados Unidos y China, que ha tenido ramificaciones globales. En consecuencia, se ha hablado mucho sobre disrupciones en la cadena de suministro en la industria global. En el caso de los suministros de imágenes, la intensa competencia por la participación de mercado ha afectado negativamente a la economía de la industria. El efecto en la cadena de suministro ha dado lugar a una fuerte tendencia a la integración en el mercado.

En el comercio, la cadena de suministro es un sistema de organizaciones, personas, actividades, información y recursos involucrados en el suministro de un producto o servicio a un consumidor. Puede ser interno o externo a una empresa dependiendo de las políticas y los recursos disponibles en una industria. En el comercio de cualquier producto o servicio, una cadena de suministro siempre será parte de la estructura empresarial.

La integración es la estrategia adoptada por una empresa para mejorar las operaciones comerciales con el fin de mejorar la eficiencia, la rentabilidad, la seguridad del suministro y la participación de mercado. En marketing existen diferentes tipos de

integración: integración vertical y horizontal. Estas son estrategias utilizadas por empresas en la misma industria o proceso de producción.

En una integración horizontal, una empresa se hace cargo de otra que opera en el mismo nivel de la cadena de valor en una industria. Las integraciones horizontales ayudan a las empresas a expandirse en tamaño, diversificar la oferta de productos, reducir la competencia y expandirse a nuevos mercados. Un elemento horizontal de la industria de suministros de imágenes es, por ejemplo, la distribución de componentes para el ensamblaje de cartuchos. El siguiente cuadro muestra una vista parcial de este gran elemento de la industria.



Una integración vertical, por otro lado, implica la adquisición de operaciones comerciales dentro de la misma vertical de producción. Las empresas pueden integrarse verticalmente de dos formas: hacia atrás o hacia adelante. La integración hacia atrás ocurre cuando una empresa decide comprar otra empresa que fabrica un producto de entrada para el producto de la empresa adquirente. La integración hacia adelante ocurre cuando una empresa decide tomar el control del proceso de postproducción y adquiere ventas posteriores. El mercado vertical en el comercio de suministros de imágenes se muestra en el siguiente cuadro que muestra integraciones típicas.

### Cadena de suministro

Operadores sucesivos en cualquier industria, desde el principio hasta el final, agregan materiales y trabajo al artículo

# Regración ¿funcionan?

 *Graham Galliford*



Graham J. Galliford es un consultor, investigador, escritor y orador de renombre mundial para la industria global de imágenes. Su trabajo ha abarcado tecnologías en una variedad de componentes y productos de impresión, pero ha trabajado principalmente en el campo de la tecnología de impresión basada en tóner desde 1974. Se le puede contactar en <[graham@gallifordconsulting.com](mailto:graham@gallifordconsulting.com)>

# EN MI OPINIÓN

¿Qué importancia tiene la integración vertical y la automatización en tu elección de proveedor?



Rumania

Víctor Matache  
Toko

Después de más de 25 años de experiencia en consumibles compatibles, hemos aprendido que, si la calidad y la confiabilidad son importantes, se reduce a los siguientes factores:

- calidad de los materiales: cajas, rodillos, cuchillas, tambores OPC, chips, tóner;
- control de calidad en las líneas de producción.

Siempre busco proveedores que controlen la producción de materiales de calidad en su grupo de fábricas. Creo que la producción de tambores y toners OPC, por ejemplo, requiere tecnologías altamente desarrolladas de equipos dedicados a I + D. El sentido común nos dice que la calidad estable se puede lograr mejor en una línea de fabricación completamente automatizada, que tiene el beneficio adicional de reducir los costos de producción.



Hong Kong

Edwin Lui  
Cartridge World

Como sistema de franquicia, esto es algo muy importante para nosotros. Con la integración vertical, un proveedor puede controlar la calidad de los productos desde las materias primas hasta el producto terminado. Esto es algo que reconocimos hace varios años cuando establecimos el Centro de Adquisiciones Globales Cartridge World en Zhuhai. Al hacer esto, podemos garantizar la calidad de los productos terminados a lo largo de la cadena de suministro y hasta el punto en que el producto está etiquetado y empaquetado en una caja con la marca Cartridge World, lo que mejora la experiencia general del producto para nuestros Masters franquiciados, franquiciados y nuestros clientes.

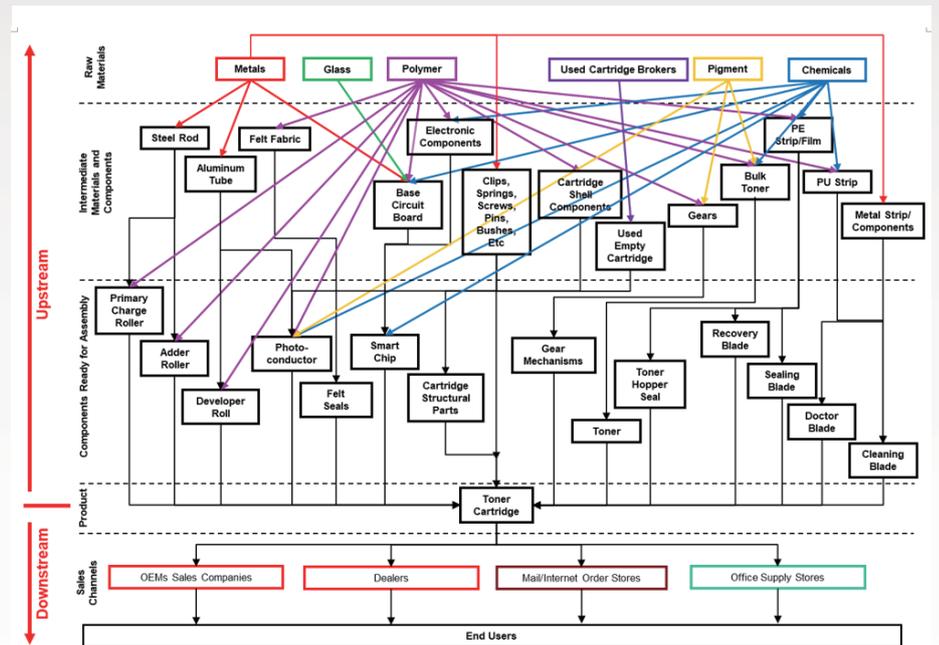
terminado y, en consecuencia, le agregan costo y valor. El descriptor "cadena" no es completamente exacto en la mayoría de los casos. La palabra "cadena" implica que hay una sola cadena de elementos en una cadena de suministro. En la gran mayoría de los casos, las cadenas de suministro son en realidad "redes" que tienen una compleja red de relaciones de suministro desde las materias primas hasta el producto terminado y más allá.

**En la gran mayoría de los casos, las cadenas de suministro son en realidad "redes" que tienen una compleja red de relaciones de suministro desde las materias primas hasta el producto terminado y más allá.**

Las cadenas / redes de suministro comprenden componentes tanto verticales como horizontales. La cadena de suministro para el mercado de suministros de imágenes tiene ambas características. El cuadro siguiente muestra la cadena / red de suministro en el comercio del producto

físico de cartuchos de tóner. El gráfico es un ejemplo y no necesariamente representa todas las variaciones posibles que existen en el mercado actual.

La mayoría de las cadenas / redes de suministro son en realidad la combinación de múltiples cadenas de suministro para subconjuntos y componentes que respaldan el producto final. Como puede verse en el diagrama, la parte ascendente de la cadena del producto está "centrada en el producto" y la parte descendente está centrada en el marketing. La parte ascendente de la cadena de suministro desde la perspectiva del producto de cartucho de tóner comprende múltiples mercados verticales.



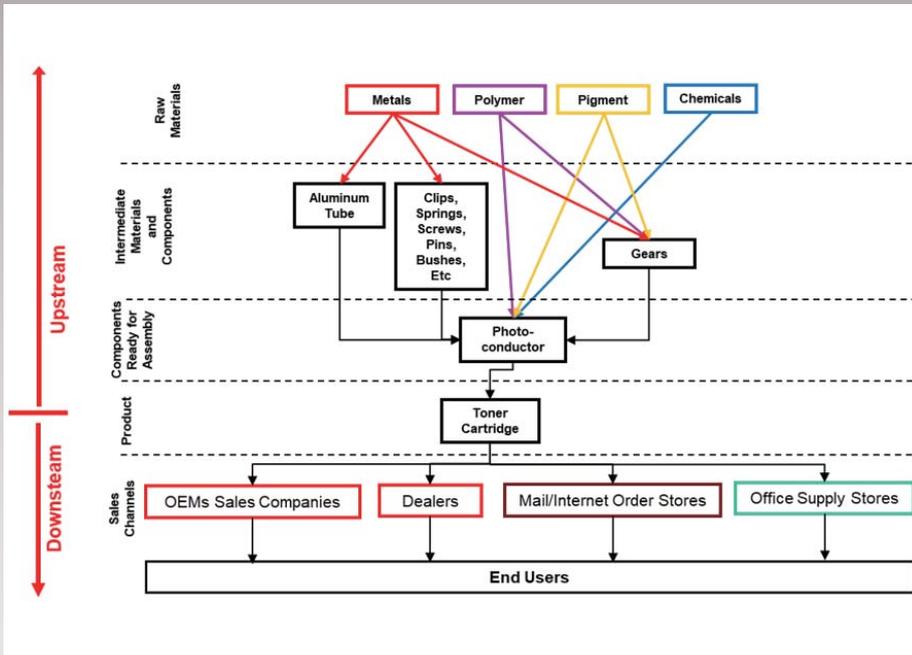
La parte descendente es en gran medida un mercado horizontal por encima del usuario final, aunque puede haber varias empresas en los canales que llevan el producto final al mercado para el usuario final.

En este ejemplo de la cadena de suministro del mercado de tóner se incluye la cadena de suministro del fotoconductor (OPC). La cadena de suministro OPC es un ejemplo de mercado vertical, un componente

que engloba a un grupo de empresas y clientes que están todos interconectados en torno al nicho específico de producción y suministro de fotoconductores. Como se muestra a continuación, los elementos de la parte ascendente de la cadena de suministro incluyen tubos de aluminio, polímeros, pigmentos, productos químicos especializados, engranajes y fabricantes y proveedores de piezas.

# EN MI OPINIÓN

¿Qué importancia tiene la integración vertical y la automatización en tu elección de proveedor?



**Australia**

**James Douglas**  
Advanced Consumables Technologies

Si se hace correctamente, una integración vertical bien gestionada es una estrategia ganadora. Sin embargo, lograr esto es muy difícil y no creo que nadie lo haya logrado con éxito en nuestra industria local, todavía no. Hemos visto varios intentos de hacerlo en nuestro mercado: ninguno de los cuales ha tenido éxito y terminó en un desastre. Siempre ha habido un conflicto de intereses, o alguien de la cadena nos ha defraudado, o alguien quedó insatisfecho.

Cada cadena que se ha intentado en Australia comenzó con muchas promesas, pero fracasó debido a la codicia, la incompetencia o la falta de comprensión de los clientes.

Las fábricas y los proveedores internacionales tienen dificultades para comprender el mercado local y también tienen problemas de comunicación, por lo que dependen del apoyo local para penetrar en el mercado. A su vez, no queremos tratar con proveedores que quieran vender directamente al mercado: un mercado que simplemente no comprenden.



**Estados Unidos**

**Ken Lalley**  
Static Control

Static Control está acostumbrado a la integración vertical y la automatización de la fabricación; son esenciales para ofrecer productos de primera calidad. Es por eso que lideramos el camino y fuimos los primeros en la industria en tener operaciones integradas verticalmente. Es una tradición que continuamos hasta el día de hoy. Sabíamos que era la mejor manera de garantizar una calidad constante para cada componente, chip y cartucho entregados a nuestros clientes. Nuestros proveedores están sujetos a los mismos altos estándares de calidad, y cada uno es examinado minuciosamente para garantizar que tengan operaciones integradas verticalmente y automatizadas cuando sea posible. Al participar en cada paso del proceso, Static Control puede proporcionar los mejores suministros de imágenes a sus valiosos clientes en todo el mundo. Es este enfoque tanto de los componentes como de los cartuchos lo que convierte a Static Control en un líder del mercado con una herencia orgullosa y envidiable.

Las empresas de un mercado vertical suelen estar en sintonía con las necesidades especializadas de ese producto / mercado y, por lo general, no atienden a un mercado más amplio. En el caso de las OPC, muchos de estos elementos están especializados específicamente para OPC. La tubería es precisa en dimensiones, grado y calidad de superficie.

Los productos químicos especializados son de alta pureza y composición química especial al

igual que los polímeros y pigmentos. Los engranajes y las piezas están diseñados específicamente para su aplicación. Esta especialización de materiales y componentes aumenta la criticidad de la seguridad de las relaciones de suministro, así como potencialmente afecta negativamente los costos. Esto hace que cualquier interrupción potencial de esa cadena de suministro del mercado vertical sea crítica y crucial para el funcionamiento económico de los participantes del mercado. En una cadena de suministro de este tipo, la integración vertical del mercado por parte de un participante es la estrategia que se utiliza a menudo para mejorar su seguridad de suministro y mejorar la rentabilidad.

### Integración de mercado

Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los mercados comerciales tienen características de mercado verticales y horizontales. La integración del mercado es una estrategia empleada por las empresas para mejorar muchas facetas de la operación comercial. Estas facetas incluyen

rentabilidad, seguridad de suministro, participación de mercado y garantía de calidad. La integración

del mercado puede ser intensiva en capital, a menudo requiere grandes sumas de dinero para comprar parte de la cadena de suministro o desarrollar nuevas capacidades fuera del campo de productos original de la empresa.

### Integración vertical

La integración vertical es la combinación en una empresa de dos o más etapas de producción o suministro normalmente gestionadas por empresas independientes. Hay tres tipos de integración vertical, hacia adelante, hacia atrás e integración vertical equilibrada. La integración hacia adelante es una instancia en la que una empresa adquiere, desarrolla capacidad o se fusiona con la siguiente etapa de la cadena de suministro. La integración hacia atrás es donde la empresa

**Esta especialización de materiales y componentes aumenta la criticidad de la seguridad de las relaciones de suministro, así como potencialmente afecta negativamente los costos.**



EVE TONER



Pro C651



Pro C901



MP C6003



MP 6554



+86-188-2439-3154



zhangjin@evetoner.net



http://www.evetoner.cn/

Zuhai EVE Technology Co., LTD

For Ricoh Toner



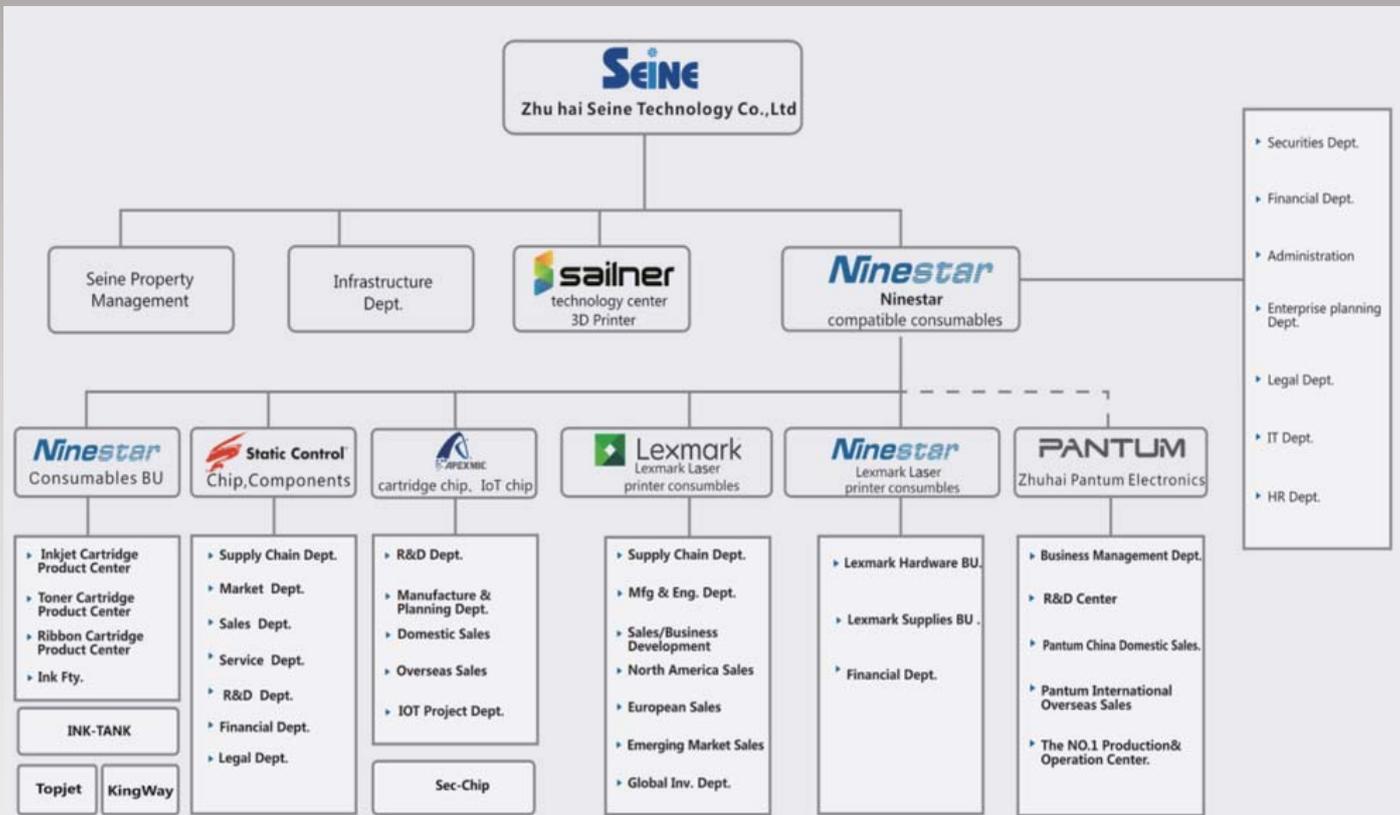
adquiere, desarrolla capacidad o se fusiona con la etapa de producción en la cadena de suministro. La integración equilibrada es simplemente una combinación de integración hacia atrás y hacia adelante.

**Integración de mercado hacia adelante**

Con la integración del mercado hacia adelante, integración vertical descendente, la empresa posee y controla las actividades comerciales que están por delante en la cadena de valor de su industria. Esto podría incluir, entre otras cosas, la distribución o el suministro directo de los productos de la empresa, creando una parte cautiva de su mercado. Este tipo de integración vertical lo lleva a cabo una empresa que avanza a lo largo de la cadena de suministro. Un ejemplo de esto es Color Imaging en Estados Unidos. Color Image (ahora llamada Color Imaging) se fundó como fabricante de tóner en polvo. La competencia en el suministro de tóner, especialmente de tóner monocromático, se ha intensificado a lo largo de muchos años. La rentabilidad en el negocio de producción y venta de tóner en polvo ha disminuido. Con el fin de mejorar la rentabilidad comercial, Color Imaging se ha integrado hacia adelante desarrollando su propia producción

y comercialización de cartuchos de tóner directamente en sentido descendente sin pasar por los compradores tradicionales de tóner a granel. Esta integración de mercado hacia adelante se realizó mediante la inversión en el desarrollo de la competencia interna en la producción de cartuchos de tóner. Cabe señalar la relación entre Color Imaging y General Plastics Industrial (GPI), un productor de componentes de cartuchos desde hace mucho tiempo. De hecho, GPI se ha integrado en el desarrollo de su subsidiaria Cartridge Web, que también se dedica a la producción y comercialización de cartuchos de tóner.

Otro ejemplo de integración de mercado hacia adelante es la actividad de Hubei Dinglong Co., Ltd. Desde su establecimiento como productor de pigmentos y productos químicos relacionados, esta empresa se ha integrado en los productos posteriores, incluidos el tóner preparado químico (CPT), colorantes de inyección de tinta, agentes de control de carga (CCA), soporte para tóner de dos componentes, rodillos de carga primaria (PCR), rodillos reveladores (DR) y cartuchos de tóner de color y de inyección de tinta. Estas integraciones



hacia adelante han sido el resultado del desarrollo de capacidades internas, así como de la adquisición de empresas y el grupo ahora incluye Speed Infotech (Beihai) Co.Ltd., Hubei Dinglong Chemical Co., Ltd, Hangzhou Chipjet Technology Co., Ltd, Shenzhen Retch Technology Co., Ltd, Hubei Dinghui Electronics Material Co., Ltd, Hubei Dinglong Love Visual Media Technology Co., Ltd, Hubei Sanbao New Material Co., Ltd, Nantong Longxiang Chemical Co., Ltd, Zhuhai Mito Color Imaging Co., Ltd, Zhuhai Kolion Tech Co., Ltd, Zhuhai Dinglong new Materials Co., Ltd, Shandong Kaiyuan Century Co., Ltd. (Hubei Dinglong también se ha integrado horizontalmente mediante la adquisición del fabricante de CPT Ningbo Flexitone New Materials Co., Ltd.)

**Integración de mercado hacia atrás**

La integración hacia atrás es cuando una empresa amplía su función para cumplir con las tareas que antes realizaban las empresas en la cadena de suministro. La integración hacia atrás a menudo implica la adquisición o fusión con otra empresa que suministra sus

productos. También puede ser mediante el desarrollo de la capacidad de producción en la siguiente etapa ascendente de la cadena de suministro. Las empresas buscan la integración hacia atrás cuando se espera que resulte en una mayor eficiencia y ahorros de costos. Por ejemplo, la integración hacia atrás podría reducir los costos de transporte, mejorar los márgenes de ganancia y hacer que la empresa sea más competitiva. Las

**La Integración Vertical hacia adelante y hacia atrás, así como la Integración Horizontal, ocurren en el crecimiento y comienzo de las fases de declive.**

empresas también pueden obtener más control sobre su cadena de valor, aumentando la eficiencia y obteniendo acceso directo a los materiales que necesitan. Además, pueden mantener a raya a los competidores al obtener acceso a ciertos mercados y recursos, incluida la tecnología o las patentes. En la industria de suministros para imágenes, un ejemplo de integración hacia atrás es el del grupo Print-Rite. Print-Rite es un fabricante de cartuchos de tóner desde hace mucho tiempo. A lo largo de los muchos

años de sus operaciones, la empresa ha desarrollado capacidad y adquirido empresas de fabricación que suministran los productos necesarios para la producción de cartuchos. Los ejemplos de productos de integración hacia atrás por adquisición incluyen tóner y OPC con la adquisición de ICMI (China) Ltd y AEG Photoconductor (Shanghai) Co. Ltd., respectivamente. Ejemplos de productos del desarrollo de la capacidad de integración

hacia atrás de Print-Rite en lugar de la adquisición de la empresa incluyen la tinta de inyección y los chips.

**Integración vertical equilibrada**

Como se mencionó anteriormente, la integración equilibrada es una combinación de integración hacia atrás y hacia adelante. Ninestar es un ejemplo de integración equilibrada del mercado. Ninestar ahora incluye dentro de su dominio no solo cartuchos de impresión, sino también chips, tóner, cuchillas, rodillos y otros componentes del cartucho. Además, el alcance del negocio incluye el diseño y la fabricación de impresoras mediante el desarrollo de Pantum y la adquisición de Lexmark. Si bien Zhuhai Seine es la sociedad de cartera del grupo, el

# Consumibles para Impresoras

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



La línea más integral de latinoamérica

**max<sup>®</sup>**  
**COLOR**

[www.max-color.com](http://www.max-color.com)

Contacta a nuestro distribuidor en tu país:

 ARGENTINA

[argentina@max-color.com](mailto:argentina@max-color.com)

 BOLIVIA

[bolivia@max-color.com](mailto:bolivia@max-color.com)

 CHILE

[chile@max-color.com](mailto:chile@max-color.com)

 COLOMBIA

[colombia@max-color.com](mailto:colombia@max-color.com)

 COSTA RICA

[costarica@max-color.com](mailto:costarica@max-color.com)

 ECUADOR

[ecuador@max-color.com](mailto:ecuador@max-color.com)

 NICARAGUA

[nicaragua@max-color.com](mailto:nicaragua@max-color.com)

 PANAMA

[panama@max-color.com](mailto:panama@max-color.com)

 PARAGUAY

[paraguay@max-color.com](mailto:paraguay@max-color.com)

 URUGUAY

[uruguay@max-color.com](mailto:uruguay@max-color.com)



Maxcolor Sudamericana S.A. - [max-color@max-color.com](mailto:max-color@max-color.com)

 /MaxColor.Sudamericana

 /MaxColorSud

siguiente cuadro se extrajo del sitio web del Grupo Ninestar que muestra el alcance de la cartera del grupo y se extiende tanto hacia adelante como hacia atrás en la industria.

**Integración horizontal**

La integración horizontal es la adquisición o fusión de empresas que operan al mismo nivel de la cadena de suministro en el mismo negocio. Esto contrasta con la integración vertical, donde las empresas se expanden hacia atrás o hacia adelante en las etapas de producción. Mediante la integración horizontal, una empresa puede aumentar la producción de bienes o servicios en la misma parte de la cadena de suministro creando economías de escala y un mayor poder de mercado sobre distribuidores y proveedores. Al fusionar dos empresas, es posible que puedan producir más ingresos de los que hubieran podido generar de forma independiente. Otras posibles mejoras de una empresa pueden ser un mayor tamaño, la diversificación de productos u ofertas de servicios más amplias, la reducción de la competencia y el acceso a nuevos

clientes o mercados. Además de esto, una empresa recién fusionada puede reducir los costos al compartir tecnología, marketing, investigación y desarrollo (I + D), producción y distribución.

Clover Imaging Group es un buen ejemplo de integración horizontal mediante la adquisición a lo largo de los años de varias empresas de remanufactura de cartuchos, incluida una de las últimas adquisiciones de LMI Solutions. Gracias a las estrategias de adquisición empleadas por Clover Imaging Group, la organización se ha convertido en lo que, según ellos, es el mayor recolector y remanufacturador de cartuchos de impresora del mundo.

**Cadena de suministro y dinámica empresarial**

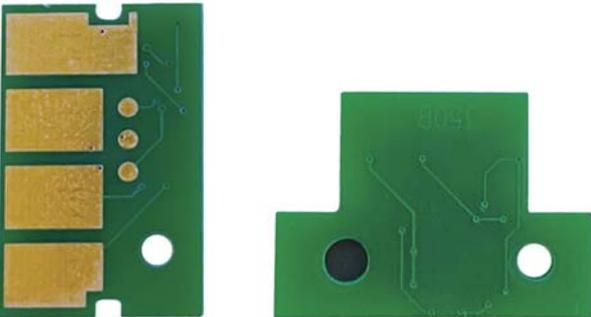
Hay cinco fases en un ciclo de vida comercial o de mercado: desarrollo de productos, introducción en el mercado, crecimiento, madurez y declive / estabilidad. La cadena de suministro evoluciona durante este ciclo y continúa funcionando en la fabricación y suministro de productos

de imágenes a los usuarios finales. La integración del mercado ocurre de manera variable durante períodos específicos en la evolución de la industria. La Integración Vertical hacia adelante y hacia atrás, así como la Integración Horizontal, ocurren en el crecimiento y comienzo de las fases de declive. Cuando el mercado sigue en declive, normalmente se hace hincapié en la integración horizontal. El ciclo termina sin integración alguna al final del ciclo de vida.

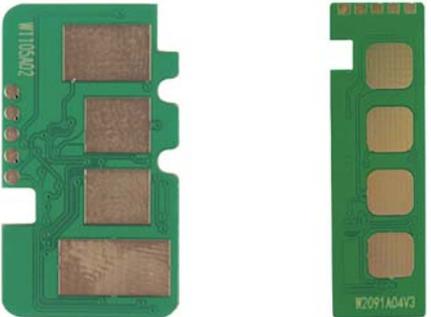
Podría decirse que, al observar la industria de suministros de imágenes, ahora estamos viendo el comienzo de la fase de declive con una creciente renuencia a invertir en inversiones hacia atrás o ascendentes. Como consecuencia, veremos una integración más horizontal a medida que la industria se enfrente al creciente exceso de capacidad. Sin duda, habrá una integración continua en nuestra industria con empresas que redoblarán sus esfuerzos para mejorar el desempeño comercial mediante la reducción de costos y la mejora del control de la cadena de suministro. ■


Acro colorful Technology CO., Ltd

TONER CHIP



- Lexmark cs421/431/521/622/CX421/522/622/625/78C20K0
- Lexmark C2325/MC2325/C2425/MC2425/MC2535/MC2640/C2320K0
- Lexmark C2425/MC2425/MC2535/MC2640/C242XK0
- Lexmark CS720de/CS725de/CX725de/74C20K0
- PANTUM CP2300DN/CP2506DN PLUS/CM7105DN/CTL-300
- PANTUM CP2300DN/CP2506DN PLUS/CM7105DN/CTL-300H
- PANTUM CP2500DN/CM7000FDN/CTL-350
- PANTUM CP2500DN/CM7000FDN/CTL-350H



- 105A/W1105A
- 106A/W1106A
- 107A/W1107A
- 116A/W2060A
- 117A/W2070A
- 118A/W2080A
- 119A/W2090A
- 110A/W1110A
- 133A/W1333A
- 334A/W1334A
- 135A/W1335A
- W1003AC
- W1005AC
- W1006AC
- W1007AC
- Xerox B215/B210/B205
- Xerox B1022/B1025

**Email:** [julia@szcolorful.com](mailto:julia@szcolorful.com)

**Dirección:** Room 8308, 4 floor Wangcheng Building, Longguan East Road, Longhua District, Shenzhen.

**Tel:** +86-755-28573951

**Fax:** +86-755-29494906

**Web:** <https://szcolorful.en.alibaba.com>



# 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](http://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](mailto:katie@i-itc.org).



# Mark Dawson

## Integración Vertical hacia Atrás o Hacia Adelante: Asegúrate de Tener un Remo

**La necesidad de defender los márgenes y acercarse al cliente final hace que la integración vertical sea más atractiva.**

La integración vertical ocurre cuando una empresa adquiere, o construye una presencia, en un nivel diferente de la cadena de suministro. Puede ser en dos direcciones: integración vertical hacia atrás o hacia adelante.

Imagine una empresa de (re) fabricación de cartuchos que compra componentes: OPC, polvo de tóner, chips inteligentes, sellos, cuchillas limpiadoras, etc. Fabrica cartuchos y los vende a distribuidores. Los distribuidores venden a los revendedores y los revendedores venden a los usuarios finales o consumidores.

Si el (re) fabricante desarrolló la capacidad de fabricar chips inteligentes, o si adquiriera una empresa que ya los fabrica, este sería un ejemplo de integración vertical ascendente (o hacia atrás). Si la empresa construyó una operación de distribución o adquirió una, este sería un ejemplo de integración vertical descendente (o hacia adelante).

La integración vertical puede ofrecer enormes beneficios. Sin embargo, la advertencia, como con todas las estrategias comerciales, es una buena ejecución. El control y la mejora del margen son dos de los mayores premios. Ser propietario de toda o parte de la cadena de suministro aumenta el poder y la ventaja competitiva.

Un (re) fabricante de cartuchos con la capacidad de fabricar sus propios chips inteligentes puede abordar mejor la tecnología más crítica que enfrenta la industria en la actualidad. Esto no eliminaría el desafío de superar las actualizaciones de firmware OEM. Pero brindaría una ventaja competitiva a través de la comprensión técnica y la velocidad de comercialización. También brindaría la capacidad de "administrar" la competencia si otros jugadores dependen de esa materia prima. Controlar la disponibilidad del mercado y los precios es el poder supremo.

La optimización de márgenes es otro gran impulsor de la integración vertical. Cuando

el fabricante del chip inteligente vende al (re) fabricante del cartucho, hay un margen. Si el (re) fabricante de cartuchos es dueño de la producción de chips, ese margen se captura internamente, lo que aumenta la rentabilidad general de un extremo a otro del negocio.

La integración vertical ha sido una característica desde que me uní a nuestra industria en 1987. Mi primer empleador, Nu-kote, fabricó cartuchos terminados y adquirió ICMI, un



fabricante independiente líder en polvo de tóner, en 1992. Esta es la integración vertical ascendente o hacia atrás. Poco tiempo después, Turbon, un fabricante líder de tóner en polvo, adquirió Kores Nordic, un importante remanufacturador de cartuchos. Esta es la integración vertical descendente o hacia adelante.

La adquisición de Katun por GPI en 2018 es un ejemplo más reciente. Otro sería la adquisición de Cartridge World por SGT en 2015. Hubei Dinglong y Print-Rite son otros ejemplos de fuertes actores integrados verticalmente en nuestro espacio. La constelación Ninestar-Seine-Pantum-Apex-Static-Lexmark sería un interesante caso de estudio sobre integración para cualquier líder empresarial.

Los fabricantes de equipos originales llevan tiempo integrando verticalmente mediante la adquisición de sus socios de canal. Algunos ejemplos incluyen la adquisición de Annodata por parte de Kyocera en 2016, la adquisición de Apogee

por parte de HP en 2018 y las adquisiciones de Xerox de Altodigital, ITEC y Arena en 2020 (antes del COVID). Últimamente, ha habido un claro movimiento de tácticas defensivas a ofensivas. En lugar de adquirir sus propios socios revendedores, Xerox apuntó a los socios de canal de sus competidores OEM.

La integración vertical es diferente a la integración horizontal cuando una empresa adquiere en el mismo nivel de la cadena de suministro. Las adquisiciones de Clover de TRS (2011), Demetec y K&U (2012) son ejemplos de integración horizontal.

La diversificación es otra estrategia. Esto es cuando una empresa adquiere o establece un negocio en un mercado diferente. Clover hizo esto con la adquisición de Valutech en 2012, entrando así en el sector de la renovación de teléfonos móviles.

Espera mucha más actividad en el próximo período. Antes del COVID, la consolidación estaba muy atrasada. La pandemia ha agravado la situación. Hay demasiados jugadores que persiguen a los mismos clientes. La integración se acelerará como parte del proceso de consolidación. La necesidad de defender los márgenes y acercarse al cliente final hace que la integración vertical sea más atractiva. El paisaje será diferente, dentro de 24 meses. Prepararse. ¡Consigue tu remo!! ■

### Mark Dawson

RT Global  
Partner  
for EMEA

*Dawson se unió a la industria de suministros de imágenes en 1987 y ocupó altos cargos en corporaciones estadounidenses y europeas, incluidas MSE y Clover. Es director de Internet of Printing BV y ayuda a revendedores independientes a encontrar nuevas fuentes de ingresos y optimizar sus márgenes.*

*Dawson se está asociando con RT para llevar los eventos Expo VIP intensivos de un día al Reino Unido, Francia y los Países Bajos. Por favor, ponte en contacto con <mark @ iopbv.com>*



# 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](http://www.evertec.com.ar)

# Gustavo Molinatti



## Integración Vertical en el Aftermarket Latino: ¿el Próximo Paso?

**Tal vez la integración hacia adelante de soluciones de impresión, de software y logísticas sea para muchas empresas latinas el próximo necesario paso a realizar.**

La consolidación es un hecho inevitable en toda industria y, hasta cierto punto, es algo saludable. La época de oro de principios de los 2000 donde aparecían de la noche a la mañana empresas distribuidoras o proveedoras de insumos de imágenes, sin referencias, muchas con productos de dudosa calidad y procedencia, quedó en el pasado. Quienes lograron mantener calidad y adaptarse a las condiciones cambiantes del negocio lograron sobrevivir y llegaron al presente. Ahora, ¿cómo continuamos?

### Integración vertical: ventajas y desventajas

La integración vertical es una estrategia comercial en la que una empresa adquiere el negocio de sus proveedores o distribuidores (o ambos) para alcanzar un mayor control de la cadena de suministros y servicios. Al realizar esta compra, la empresa consigue una ventaja competitiva sobre aquellas empresas que trabajan de forma independiente, sin integración.

Un claro ejemplo de integración vertical en la industria se produjo en los Estados Unidos en el 2019, cuando la firma de capital privado Norwest Equity Partners (propietaria de Marco, uno de los distribuidores de copiatoras y tecnología más grandes de los Estados Unidos) adquirió Clover Imaging Group. Esta adquisición “integró” en una sola firma a un extraordinario equipo de remanufactura de partes e impresoras, servicios de campo y remanufactura de toner.

Estas integraciones ofrecen una ventaja en cuanto al control del mercado, mejores precios y evitar disrupciones en su cadena de suministros. Sin embargo, la fusión de diferentes empresas podría ser difícil de administrar (tanto en el aspecto financiero, como el cultural y de recursos humanos), ser menos flexibles a los cambios y tendencias e incluso podría hacer perder enfoque del negocio.

### América Latina ¿integración hacia atrás o hacia adelante?

Existen distintos tipos de integración vertical, las usuales son la integración hacia adelante y hacia atrás. En el primer caso, se integran las empresas hacia



adelante, es decir, hacia el cliente final, en general aquellas que distribuyen o venden sus productos. La integración hacia atrás, va en la dirección contraria al cliente, creando empresas que producen los insumos y materiales utilizados en la fabricación de sus productos finales.

Típicamente el distribuidor o proveedor del aftermarket latino compra sus insumos de diferentes proveedores (ya sea localmente o normalmente desde China) y en general no suele unificar sus compras en un solo proveedor. La integración hacia atrás parecería ser una estrategia difícil de concretar para la escala de la región. Sin embargo, muchas empresas latinas comenzaron a optar por una integración hacia adelante, en forma de alianzas o de adquisiciones, para conseguir una mejora competitiva en la aproximación a los clientes, estableciendo así su propia red de distribución, ofrecer servicios de impresión, soporte técnico y garantías, entre otros beneficios. A través de esta cercanía con el cliente, adquiere un mayor conocimiento del comportamiento de los consumidores,

ajustando sus ofrecimientos y generando una relación duradera con el cliente.

### Soluciones de impresión para la post pandemia

Como vimos a lo largo de la pandemia, los cierres de actividades a nivel global impulsaron el teletrabajo y la transformación digital, convirtiendo innumerables hogares en pequeñas oficinas. Esta migración impulsó una gran demanda de servicios y productos, como ser dispositivos multifuncionales de impresión de media a baja gama inkjet o basados en sistemas de tanques de tinta incorporados. Las OEMs ya han tomado nota de este nuevo foco de negocios, lanzando soluciones para atender esta demanda, y previendo que es muy probable que la modalidad de trabajo y estudio remoto continúe como tendencia en los próximos tiempos.

Las soluciones basadas en la nube y los servicios personalizados pueden transformarse en las nuevas oportunidades de crecimiento empresarial y el mercado de consumidores puede convertirse en un apetitoso pastel del que todos querrán obtener su tajada. Para el aftermarket latino, esto representa una gran oportunidad, pero requiere cambiar paradigmas e “integrar” soluciones adecuadas para competir con calidad, economía y seguridad. Tal vez la integración hacia adelante de soluciones de impresión, de software y logísticas sea para muchas empresas latinas el próximo necesario paso a realizar. ■

**Gustavo Molinatti**

RT Global  
Partner para  
América  
Latina

Molinatti tiene su sede en Buenos Aires, Argentina y es editor de Guía del Reciclador, revista en español, lanzada en el 2002 para el Aftermarket latinoamericano de cartuchos de impresora. Ha organizado más de 30 exposiciones y conferencias de capacitación técnica y comercial en varios países y está ayudando a RT a llevar los eventos Expo VIP a Brasil, Argentina y Perú. Por favor, ponte en contacto con <info@guidelreciclador.com>



LE PODEMOS AYUDAR A  
**COMUNICARSE**  
CON EL MUNDO

**f** Facebook: recyclingtimes  
+20.000 seguidores

**t** Twitter: Recycling\_Times  
+18.000 seguidores

**in** LinkedIn: RT Media  
+1.100 seguidores

**v** Vimeo: Intouchnews  
+67.000 visualizaciones de videos

**YouTube** YouTube: Recycling Times Media  
+22.000 visualizaciones de videos

**WhatsApp** WeChat (Chino): irecyclingtimes  
+22.000 seguidores

**¿LO SABÍAS?**



La primera persona a la que se le atribuye ampliamente el uso de la Gestión de la Cadena de Suministro es Henry Ford, quien diseñó y construyó sus fábricas para que sea lo más fácil posible administrar su inventario y sus necesidades de envío.

<https://bit.ly/36T6E4H>

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



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

**ANUNCIANTES**

Nombres de Empresas	Paginas	Nombres de Empresas	Paginas
Acro Colorful Technology Co., Ltd	31	Future Graphics	Back
CET Group	21	Max Color	30
Dypsion	5	Iberjet	36
Dypsion	16	I-ITC	32
Evertec	34	Kennen	13
Evetoner	28	KILIDER	2

**LA ÚLTIMA RISA DE BERTO**



# ImagingMundo

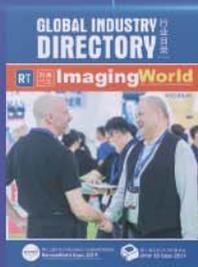


Directorio de la Industria

Suplemento (múltiples idiomas)

Chino

Inglés



Español

Árabe

Ruso



Para anunciar por favor contacta a: Gustavo Molinatti

+54-9-11-4187-5872

gmolinatti@guidelreciclador.com

Comexposium Recycling Times Exhibition Services Ltd

www.RTMworld.com



# Toner Future Graphics, Cilindros MK Imaging® y Chips

**FG disponibles para Impresoras HP® LaserJet y MFPs**

**Haga impresiones de fotos perfectas con confianza**



**Una calidad de más de 30 años de experiencia fabricando toner  
que se puede apreciar en cada página**

## **Alternativas de Toner Dedicado y Universales Disponibles**

HP® M553/M577 • HP® M452/M477 • HP® M252/M277 • HP® M651/M680 • HP® M476 • HP® M855  
HP® M351/M375/M451/M475 • HP® M251/M276 • HP® M551/M575 • HP® CP1025/M175 • HP® CP1525/CM1415  
HP® CP5525/M775 • HP® CP4025/CP4525/CM4540 • HP® CP5225/CP5200 • HP® CP3525/CM3530  
HP® CP2025/CM2320 • HP® CP1518/CP1215 • HP® CP6015/6030/6040 • HP® 4700 • HP® 3600/3800/CP3505  
HP® 2600/2605/1600 • HP® 3500/3700 • HP® 5500/5550 • HP® 2500/1500 • HP® 4600/4650



A Division of Mitsubishi Kagaku Imaging Corporation



**Llame hoy a su Distribuidor o su Representante de Ventas Para más información**

**Sales:** 1 (818) 837-8100 | **Tech Support:** 1 (800) 466-0246 | **Email:** [info@fgimaging.com](mailto:info@fgimaging.com) | **Website:** [www.fgimaging.com](http://www.fgimaging.com)