envíen

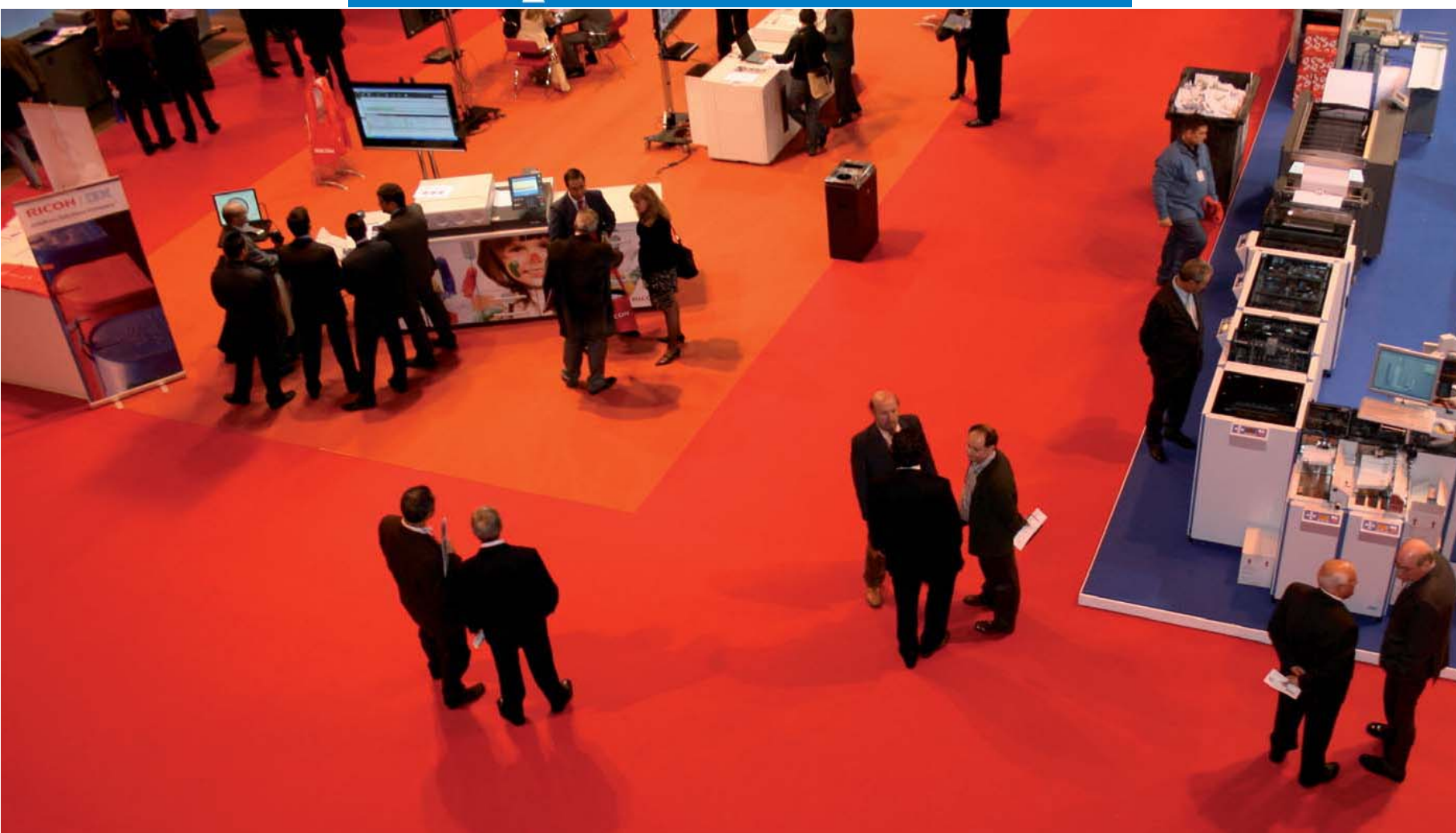
MAILING. BILLING. MANIPULADOS. GESTION DOCUMENTAL

Nº 38 ● Octubre - Noviembre 2015

VUELVE
22 -23
OCTUBRE

EXPOenvíen

ExpoPRINT



tom&otto®

THE PRINTERS' BEST FRIENDS

tom&otto trabaja a su lado cada día para proporcionarle una calidad de impresión y una alta productividad, respetando el medioambiente.

- Excelente comportamiento de impresión y un excepcional tacto y aspecto
- Óptimo secado de tintas en altas velocidades e impresiones en serie
- Excelentes propiedades mecánicas para un mejor acabado
- Blancura ajustada para una reproducción exacta de los colores
- Compatible tanto en máquinas de impresión offset como digital
- n°1 en servicio con Antalis

Esta es la razón por la que tom&otto se ha convertido en la referencia internacional de papeles estucados para impresión offset y digital.

www.antalis.es

antalis™
Just ask Antalis

MBM envíen
MAILING. BILLING. MANIPULADOS. GESTION DOCUMENTAL

Director
FERNANDO SANZ PASCUAL
fsanz@alborum.es

Redacción
ANA ISABEL CORCHUELO

Publicidad
FRANCISCO GONZÁLEZ ECHEVERRIA

Suscripciones y Administración
ISABEL SANZ AGUILERA

Dr. Esquerdo, 105
28007 Madrid.
Telf.: 91 309 65 20.
Fax : 91 309 65 21.
envien@alborum.es

Edita
ALBORUM, S.L.
Dr. Esquerdo, 105.
Telf.: 91 309 65 20.
28007 Madrid.
www.alborum.es

Impresión
RIVADENEYRA, S.A.

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C004745

Depósito Legal
M-17608-2008

• **MBM envíen** no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores, siendo ellos los últimos responsables de estas.

• Los contenidos de esta publicación no podrán ser reproducidos en ningún tipo de soporte, ni en su totalidad ni en parte, sin la autorización escrita del editor.

Sumario

Nº 38. OCTUBRE-NOVIEMBRE 2015

4-6 EMPRESAS
4 Delion adquiere Ceyde
4C adquiere Teletrax
ASM estrena ASM Direct
Convertir datos en decisions
6 6 pasos para aumentar la fidelidad del cliente gracias a Internet of Things
Internet de las Cosas. ¿Cuál es realmente la oportunidad?
KBA-Sheetfed Solutions en el camino a la "Internet de las cosas"

8-9 OPINION
8 Claves para una campaña de marketing exitosa
9 "El futuro de internet"
La transformación digital desplazará a cuatro de cada diez compañías

10-12 Expoenvíen. EXPOPRINT
10 Una nueva edición de EXPOenvíen - ExpoPRINT
Expositores
12 Una feria-congreso training
Ponentes

13 G. DOCUMENTAL
13 Merkle confía la calidad de sus datos a Deyde
Comparting 2015
ADSI nuevo partner de DocPath
Konica Minolta adquiere Webcom

14 TÉCNICA
Optimización del almacenamiento para los documentos electrónicos
Transformación digital: ventana a nuevas oportunidades

16 EQUIPOS

17-19 DIRECTORIO

Zebra Technologies

Servicios OneCare

Zebra Technologies Corporation ha lanzado Zebra OneCare, una cartera de servicios de apoyo que maximiza el tiempo de actividad y disponibilidad de los dispositivos móviles, impresoras, escáneres de códigos de barras, dispositivos RFID e infraestructura inalámbrica LAN (WLAN) de Zebra. Zebra también ha presentado el Operational Visibility Service (Servicio Operativo de Visibilidad), un nuevo servicio de gestión que proporciona una plataforma y un panel de control que permiten ver, de un solo vistazo, el rendimiento de los dispositivos móviles de Zebra y el rendimiento empresarial.

Watson Analytics

Convertir datos en decisiones

En un mundo saturado por la información, la inteligencia de los datos pasa a manejar las reglas del juego. Para tomar mejores decisiones empresariales basadas en los datos, IBM dispone de Watson Analytics, una plataforma analítica cloud que analiza la información, mejora la calidad y descubre relaciones desconocidas hasta ahora entre los datos disponibles.

Delion adquiere Ceyde

Delion Comunications, compañía de soluciones globales de comunicación y que pertenece a Springwater Capital, ha adquirido el 100% de las acciones de la sociedad Ceyde, compañía especializada en la comunicación y prestación de servicios gráficos de marketing directo. Delion Comunications pretende con esta adquisición ampliar su gama de servicios, potenciando la línea de negocio centrada en la actividad de marketing directo, donde Ceyde cuenta con gran especialización.

4C adquiere Teletrax

4C, una empresa de software de ciencias de datos que promueve el futuro de la publicidad, ha finalizado la adquisición de Teletrax, compañía que ofrece la solución más avanzada y de mayor precisión en el mundo para análisis televisivo en tiempo real y campañas de marketing sincronizadas multipantalla. La empresa combinada, que operará bajo la marca 4C y estará constituida por más de 140 empleados en ocho localidades internacionales, representará la plataforma global más extensa para publicidad en las redes sociales y televisión.

ASM estrena ASM Direct

ASM, empresa de mensajería especializada en transporte urgente, ha lanzado su servicio para particulares: ASM Direct, que permite la compra online de los diferentes servicios de envío de la compañía, de manera más accesible, fácil y cómoda. A través de la página Web, https://www.asmdirect.es, y muy pronto también a través de la APP (Android/IOS), el usuario podrá contratar los servicios que requiera.

El pago se podrá realizar mediante diferentes métodos, incluyendo PayPal, tarjeta de crédito y prepago, y teniendo además la posibilidad de realizar uno o múltiples envíos. El seguimiento de los envíos podrá realizarse online, en tiempo real y a través de la aplicación móvil gratuita que ASM pone a disposición de sus clientes.

ASM presenta ASMReBound

La empresa de mensajería ASM lanza ASMReBound, una solución logística que permite a sus clientes de comercio electrónico mejorar la gestión de las devoluciones internacionales. Gracias al acuerdo alcanzado con TBS, empresa consolidada en Reino Unido con amplia experiencia en supply, los minoristas online cuentan ahora con un servicio de retorno global y gratuito que, integrando a un total 220 países, hace que las devoluciones ya no sean un obstáculo para el comercio transfronterizo.

Identificación de credenciales con MicroStrategy Usher

Vector ITC Group ha presentado la última herramienta de identificación de credenciales integrada en sus soluciones: MicroStrategy Usher que es una plataforma de identificación móvil que permite securizar accesos a través de biometría y localización, sin necesidad de requerir ninguna contraseña para autenticarse. Usher incluye credenciales digitales a través del Smartphone, acceso geo-seguro (basado en la ubicación) a los sistemas empresariales, restricciones de acceso por tiempo pre-fijado y tecnología de acceso Touch ID en el móvil.

NOVEDAD

EasyBinder 300 / 450 PUR

Encuadernadora de cola PUR (poliuretano) y EVA (Hot Melt)

Sistema propio y patentado de gran sencillez, inmediata limpieza y ajustes automáticos.

- Limpieza en menos de un minuto, sin pérdida de cola.
- Posibilidad de puesta en marcha para hacer un solo libro, con un coste inapreciable de cola.
- Sistema de aplicación de cola PUR de tanque cerrado sin olores (Patentado)
- Anulación inmediata del fresado y microfresado para libros cosidos (1 seg.)
- Producción: 300 ó 450 libros / hora, según modelo.
- Ajustes automáticos.
- Permite combinar cola PUR y EVA/Hot melt en dos tanques independientes.
- Detector automático de grosor de libros (opcional)
- Pantalla táctil con gráficos en color.
- Alimentación automática de cubiertas y sistema automático de salida de libros (según modelo)
- Permite conectar una guillotina trilateral en línea.

kern

document output management

TECHNOLOGY

ENSOBRADORAS

CORTADORAS

EMBOLSADORAS

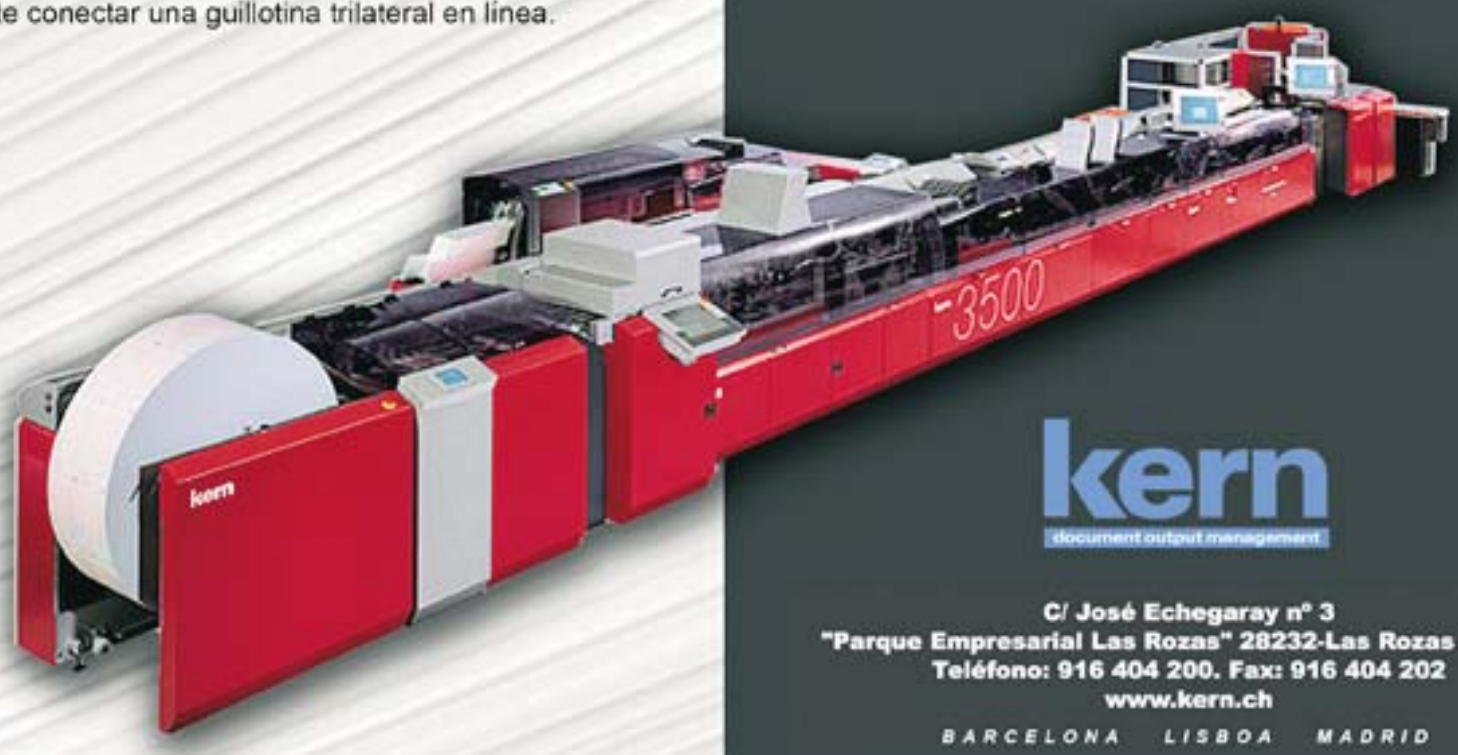
DESBOBINADORES

REBOBINADORES

SOFTWARE DE GESTIÓN

LECTURA, CASADO
Y ENSOBRADO DE
TARJETAS DE CRÉDITO

INK JET ON/OFF LINE
B/N Y FULL COLOR



kern

document output management

C/ José Echegaray nº 3
"Parque Empresarial Las Rozas" 28232-Las Rozas Madrid.
Teléfono: 916 404 200. Fax: 916 404 202
www.kern.ch

BARCELONA LISBOA MADRID

6 pasos para aumentar la fidelidad del cliente gracias a Internet of Things

Zebra Technologies Corporation analiza la situación actual del comercio minorista y el papel de Internet de las Cosas (IoT) como ayuda fundamental para recuperar la fidelidad de los clientes en las tiendas físicas, entendido como la transferencia automatizada de información a través de una red de dispositivos inalámbricos inteligentes.

6 formas de aplicar IoT en el sector retail

1. Ubicación: establecimiento de zonas y posicionamiento. Los iBeacons son sistemas de posicionamiento en interiores o transmisores que, vía Bluetooth, detectan y deducen el comportamiento del cliente.

2. Experiencia multicanal para atraer usuarios. El IoT hace posible que haya una atracción multicanal en el establecimiento, lo que aumenta la satisfacción del usuario.

3. Tecnología al servicio del personal. La posibilidad de conectar los dispositivos inteligentes del establecimiento con tecnología de seguimiento a través de IoT proporciona a los trabajadores una herramienta clave para mejorar el servicio al cliente.

4. Seguimiento de productos. Mediante los identificadores RFID los comercios pueden supervisar y controlar los productos así como tener visibilidad del inventario desde cualquier dispositivo o plataforma conectada a la nube.

5. Infraestructura correcta. Los fallos en la señalización digital pueden llegar a dañar la imagen del negocio minorista, por eso no solo es importante contar con esta infraestructura, sino que funcione correctamente.

6. Creación de nuevas funciones laborales. IoT ofrece una amplia gama de posibilidades para los comercios minoristas y estas nuevas tareas requerirán la creación de nuevos puestos de trabajo que se centrarán en controlar los procesos de IoT y analizar los datos.

Internet de las Cosas

¿Cuál es realmente la oportunidad?

De acuerdo a la definición de IDC, Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas del inglés Internet of Things) es una red de redes de puntos finales o cosas perfectamente identificables, que se comunican entre sí sin la necesidad de la intervención del ser humano, utilizando el protocolo IP (Internet Protocol). IoT implica además no solo la captura de los datos que dichas cosas y puntos finales generan, sino el análisis de dicha información. Es precisamente este análisis lo que permitirá establecer cambios en los procesos corporativos, en la toma de decisiones. Cambios que generen mejoras en la productividad no solo empresarial, sino de la sociedad en general.

Vender más gastando menos con Big Data

Vender más gastando menos es un sueño que está ya al alcance de las empresas de gran consumo, según AIS Group, gracias al Big Data que facilita la geolocalización del target, el cálculo de mercado potencial, la previsión de ventas por zonas y puntos de venta, la gestión de campañas de marketing y distribución, etc. En este contexto, el Big Data es un gran aliado para los departamentos comerciales y de marketing, siempre y cuando sepan transformar el alud de datos disponibles en conocimiento que resulte útil para tomar decisiones.

AIS utiliza Habits Big Data para enriquecer la información de las compañías (de retail o de otros sectores), para segmentar el mercado, localizar target, realizar análisis, calcular oportunidades comerciales…, presentando una segmentación de las familias españolas en tipologías a partir de sus rasgos sociodemográficos y económicos.

KBA-Sheetfed Solutions en el camino a la "Internet de las cosas"

La industria de las artes gráficas ha cambiado enormemente y la oferta obliga a la industria a hacer cambios organizacionales. Por ello, los expertos de la unidad de negocios más grande de la compañía, KBA-Sheetfed Solutions, han estado trabajando en una nueva estrategia de ventas globales, servicios y marketing. El objetivo de la estrategia es "la transformación del negocio digital" - la optimización y organización transparente de todos los procesos de negocio y el desarrollo de nuevos modelos de negocio de acuerdo con la Industria 4.0 y el Internet de las Cosas. Se espera que los resultados y los procesos puedan ser transferidos a otras unidades de negocio de KBA en una fecha posterior.

Thomas Göcke, jefe de marketing & CRM de KBA-Sheetfed Solutions.

KBA optó por la plataforma flexible de software de Salesforce con el fin de implementar estos cambios. Esta solución CRM apoya la transformación digital, ofrece servicios de telefonía móvil e instrumentos prácticos de análisis de los datos disponibles como base para la toma de decisiones.

¡Optimice sus bases de datos y obtenga una Visión Única del cliente con Calidad!

Una única Solución de Calidad de Datos para todo el mundo

MyDataQ de DEYDE, es la Solución de Calidad de Datos más eficiente del mercado y totalmente adaptada al país, capaz de optimizar nombres y direcciones de Clientes y generar **Visión Única de Cliente**

DEYDE Calidad de Datos, S.L.

91 630 31 32 ▪ **info@deyde.es** ▪ **www.deyde.es**

Chile, 4 Edif. Las Américas II Oficina 20. 28290 Las Matas (Las Rozas de Madrid) MADRID

Claves para una campaña de marketing exitosa

Lucy López
Responsable de Marketing
DEYDE Calidad de Datos

Hoy en día, las diferencias entre tus productos y los de tus competidores son muy pequeñas; hemos pasado de la carencia de ofertas a la saturación y por tal razón las empresas viven inmersas en grandes interrogantes: ¿Cómo lograr atraer a un público que está constantemente bombardeado de ofertas? ¿Cómo llegar a un mercado compuesto por sectores muy diferentes y con necesidades tan desiguales? ¿Cómo satisfacer las necesidades de un público cada vez más experto y exigente?...

La clave está en ofrecer algo que tenga personalidad, en dar información consistente y valiosa que sea capaz de atraer a tu público hacia la empresa y ganar su lealtad; en no vender un producto sino vender beneficios y emociones; en informar y ayudar a ese público objetivo más allá de lo que pidan y conseguir convertirlos en clientes. De esta forma, establecer vínculos emocionales sólidos y duraderos, para que sientan la marca como algo propio y tengan la necesidad de formar parte de ella.

Debemos olvidar querer llegar a todos con el mismo mensaje, el público se tiene que sentir escuchado, sentirse único y valorado y no sentir que forma parte de una masa sin sentido; lo debemos conocer bien y hablar el mismo lenguaje que ellos para adelantarnos a sus comportamientos; tenemos que crear ideas que los lleven a vivir sensaciones, a vivir experiencias que los dejen satisfechos y que consigan que tu marca ocupe un lugar en su mente.

Una vez que se alcanza dar respuesta a todos estos interrogantes es cuando se llega a entender la importancia que tiene realizar correctamente una campaña de marketing. De hecho, de su buena planificación y ejecución dependerá el logro de los objetivos planteados y por consiguiente su éxito.

Fijar objetivos para desarrollar la estrategia de campaña

La solución para conseguir ese ansiado éxito es tener claros los objetivos al principio de todo el proceso. Lo primero es saber qué es lo que se quiere, si se trata de dar a conocer nuestro producto o servicio, de fidelizar a nuestros clientes o buscar prospectos, cambiar la imagen negativa de un servicio mal prestado, etc.

Pero para ello debemos poseer información clave y completa de:

- La empresa: ver cuál es su fortaleza, detectar cuál es su debilidad.
- Producto o servicio: ventajas, características, qué lo diferencia del resto de productos o servicios similares que hay en el mercado, qué es lo que lo hace único.
- Público objetivo: tendremos que analizarlo y segmentarlo en grupos con características y necesidades similares, saber qué quieren, dónde encontrarlos, cómo y en qué momento desean que nos comuniquemos con ellos,… de esta forma podremos marcar la diferencia ya que ofreceremos productos diseñados a medida, productos que satisfagan sus necesidades y superen sus expectativas.
- La competencia: debemos definir a qué tipo de competencia nos enfrentamos; si es de otra empresa o grupo de empresas, saber qué ofrecen, cuáles son sus debilidades, cuál es su propuesta de valor, número de empresas competidoras o su ubicación geográfica; si es de otro producto o servicio que pueda sustituir al nuestro, debemos analizar el color, el tamaño, la frecuencia con la que aparece en el mercado, todas y cada una de sus características y prestaciones para conseguir marcar la diferencia con nuestro producto, porque por lo general la competencia se centra principalmente en la relación que hay entre la calidad y el precio.

Analizar y segmentar los datos

Ya que conocemos la meta que queremos alcanzar, habrá que averiguar cuáles son los datos que necesitamos, hacer una segmentación de los mismos y crear perfiles de clientes y prospectos sobre la base de datos de la que disponemos.

Los departamentos de marketing manejan grandes bases de datos con muchísima información proveniente de múltiples canales, que en la mayoría de los casos es valiosísima y en otros termina siendo un estorbo. Para evitar esta situación y poder llevar a cabo el debido análisis de los datos, se necesita hacer uso de un sistema de gestión de datos especializado y eficiente que realice la limpieza, optimización, integración, enriquecimiento y consolidación de nuestros datos en un solo registro, consiguiendo la visión única. Una primera consecuencia de esta acción es el consiguiente ahorro de costes obtenido, que se traduce en oportunidades para aumentar el valor de nuestro proyecto.

Por tanto nuestra prioridad debe ser tratar de conseguir la máxima cantidad de datos posible, eso sí, siempre sin perder de vista que no son los datos simplemente lo que importa, es la información que podemos sacar de ellos lo que marcará la diferencia.

Este será nuestro punto de partida, porque unos datos de mala calidad harán que fracasen una tras otra las estrategias que hayamos planteado y habremos perdido nuestro tiempo, recursos y dinero, incluso en algún momento habremos llegado a molestar a los prospectos y hasta a nuestros propios clientes, por ejemplo ¿quién de nosotros no termina molestándose cuando en un mismo día recibimos varias llamadas de nuestro propio operador de telefonía ofreciéndonos un servicio que ya tenemos contratado con ellos? O si no tenemos contratado un seguro con una aseguradora determinada y recibimos no una, ni dos, sino tres llamadas en la misma semana de esa misma compañía ofreciéndonos el mismo servicio, ¿no llegamos a pensar, que si tienen esta falta de control en sus bases de datos, cómo me van a ofrecer un servicio óptimo y cómo van a saber qué es lo que realmente tengo contratado con ellos?

Las campañas estándar que sirven para cualquier producto o para cualquier público no suelen funcionar correctamente y sobre todo, cuando en estos momentos, contamos con un público cada vez más especializado y exigente, por esa razón siempre debemos personalizar nuestros productos o servicios y adaptarlos lo mejor posible a las exigencias de cada persona.

Y este es el momento de plantearnos ¿cómo podemos hacer esto posible? La respuesta la tendremos con el análisis y procesamiento de los datos que disponemos. A pesar de que todos somos diferentes, se nos puede segmentar por características comunes: edad, sexo, ubicación geográfica, nivel económico, gustos, nivel de estudios… y si somos empresa se nos puede clasificar entre otras, por sector, número de empleados, ubicación geográfica o facturación.

Una muestra de ello la tenemos todos los días a nuestro alcance, por ejemplo, en el momento que sale un nuevo teléfono móvil al mercado, ese mismo modelo lo podemos encontrar en una gama de colores dispuestos a adaptarse a nuestros gustos o necesidades; o cuando queremos comprar un ordenador, encontrar equipos que ofrecen las mismas prestaciones, pero varían en tamaño, peso y color; o sin necesidad de irnos a ejemplos tan sofisticados, cuando tenemos hambre y decidimos ir a comprar algo tan sencillo como es el fiambre al supermercado o el pequeño establecimiento que tenemos al lado de casa, ¿qué es lo que nos encontramos? Una nevera llena de productos con el mismo nombre pero con características diferentes, unos son con sal, otros bajos en grasa, otros sin lactosa, los podemos encontrar también frescos o curados, y no sólo en una marca determinada, sino en varias.

Es ahí donde juega un papel importantísimo una buena estrategia de marketing, tenemos que llegar al consumidor estudiando todas y cada una de sus necesidades y gustos; y con este análisis conseguir la respuesta esperada por parte de ellos, esto es lo que haría nuestra campaña rentable y exitosa.

Definir una estrategia de comunicación

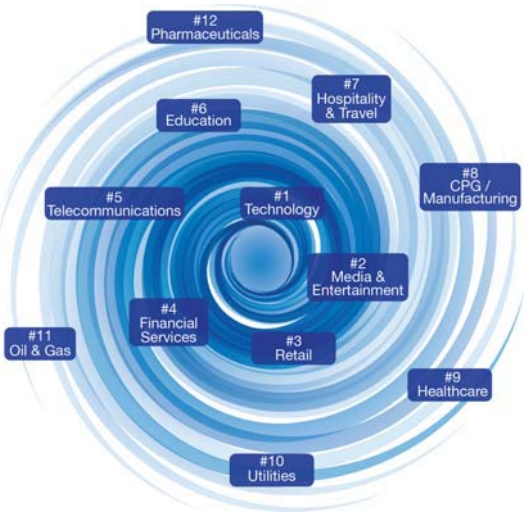
Después de analizar los datos que tenemos, sabemos qué decir, a qué sector nos dirigimos, en qué época lo haremos y con qué presupuesto contamos; por tanto es el momento de saber dónde y hacer una valoración de todos los soportes y medios tanto off-line como on-line que vamos a utilizar y adaptar el mensaje central de nuestra campaña a cada uno de ellos para llegar a la audiencia que nos interesa.

Analizar los resultados

A pesar de que pensemos que tenemos todas las acciones controladas, son muchos los factores que pueden influir en los resultados de una campaña de marketing, por esa razón debemos revisar cada uno de ellos y averiguar porqué algunas acciones funcionaron y otras no; esto ayudará a que nuestras próximas campañas sean más fuertes y exitosas.

Lo que sí debemos tener en cuenta es, que si no somos capaces de interpretar y depurar toda la información que poseemos en las bases de datos, nos quedaremos obsoletos y pasaremos a ser uno más en la carrera por el éxito.

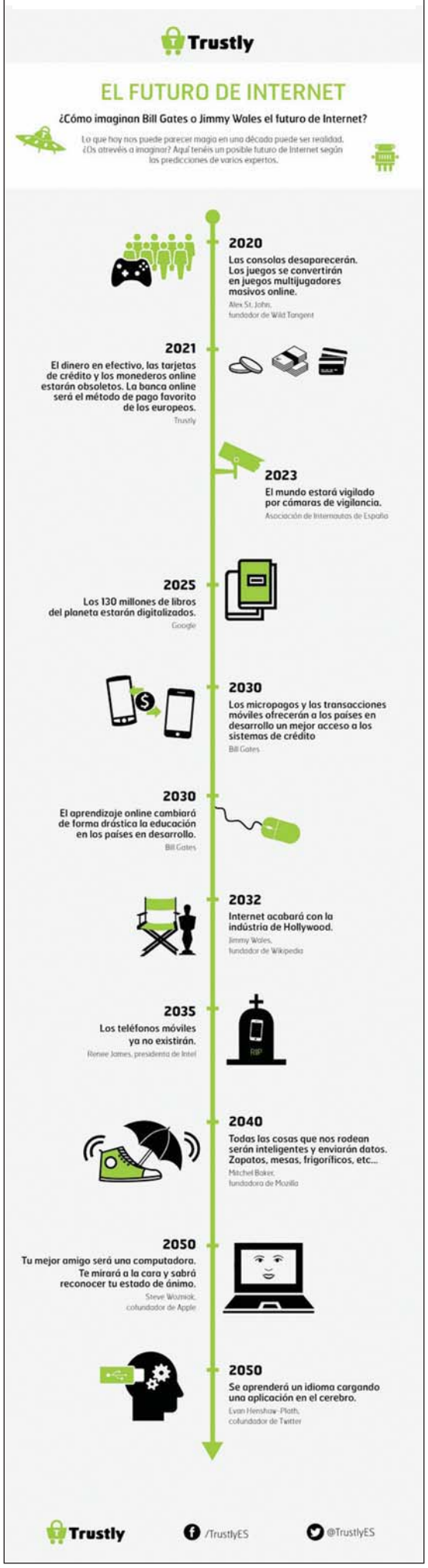
La transformación digital desplazará a cuatro de cada diez compañías



La transformación digital tiene el potencial de remodelar el mercado empresarial con mayor rapidez que cualquier otro impulsor conocido. Así se desprende del informe presentado por el Centro Global para la Transformación Digital de los Negocios, una iniciativa de Cisco y el International Institute of Management Development (IMD) de Lausanne, Suiza.

El informe, titulado Digital Vortex: How Digital Disruption is Redefining Industries, analiza el estado de la transformación digital y las perspectivas para las organizaciones y desvela que en los próximos cinco años la transformación digital desplazará del mercado a cerca del 40 por ciento de las actuales compañías en cada uno de los doce sectores analizados. Sin embargo, el 45 por ciento de las compañías consultadas no consideran que la transformación digital deba acaparar la atención de los organismos directivos.

"EL FUTURO DE INTERNET"



Feria-congreso training en 2015

EXPOenvíen ExpoPRINT

Días 22 y 23 de octubre de 2015

Museo del Ferrocarril de Madrid
Estación de Delicias
Pº. de las Delicias, 61
28045 Madrid

Una nueva edición de EXPOenvíen - ExpoPRINT

Los días 22 y 23 del próximo mes de octubre tendrá lugar, en un lugar de gran valor cultural y atractivo singular de Madrid, la tercera edición conjunta de EXPOenvíen y ExpoPRINT, una feria-congreso training dedicada al mailing, billing, marketing directo, impresión y gestión documental, así como a los manipulados y acabados correspondientes a estas actividades y otras afines a ellas como son las relacionadas con la industria gráfica.

Se trata de un congreso formativo con visión profesional y mentalidad industrial para que las empresas avancen de la mano de las nuevas tecnologías, organizado por Alborum, empresa editora de las revistas "Envíen" y "La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica".

Esta edición tiene como singularidad haber reducido el espacio expositivo, permitiendo equipamiento de menores dimensiones y mayor facilidad para la comunicación entre expositores y visitantes. Además, se ha incorporado una novedad de gran valor para los asistentes, las Session Training, grupos reducidos donde se analizarán soluciones industriales de negocio enfocadas en los nuevos productos o actividades aplicadas a los proveedores de servicios de impresión y a los consumidores de estos servicios. Cada Session estará dedicada a un tema concreto, como puede ser "Mayor rentabilidad en el marketing directo", "Ampliación de productos con la impresión digital en bobina", "Organización de fábrica o taller, mejora y estándares de producción", "Gestión de datos, análisis y tratamiento de datos", "Gestión documental, generación y automatización de documentos", etc.

Ficha Técnica

Fechas:	22 y 23 de octubre de 2015
Lugar:	Museo del Ferrocarril de Madrid Paseo de las Delicias, 61. 28045 Madrid
Horario:	De 9:00 a 15:00 horas
Frecuencia:	Bienal
Carácter:	Profesional
Perfil del expositor:	Proveedores de máquinas de impresión digital de grande, mediana y baja producción. Fabricantes de máquinas de acabado y desarrolladores de software de gestión documental. Proveedores de servicios y outsourcing (Marketing directo, impresión comercial, impresión y gestión documental, mailing y billing), proveedores de servicios postales y de logística, proveedores de consumibles para los anteriores servicios y equipos de oficina
Perfil del visitante:	Responsables de IT, Marketing, Compras y Facturación, Directores Generales, Directores de Producción, Directores Técnicos, Directores de Informática, Profesionales de Asociaciones, Universidad y Escuelas de negocio y público profesional en general.

Empesas que ya confirmaron su participación

Empresas que ofrecen equipamientos y empresas que ofrecen servicios

Aunque inicialmente puede parecer una contradicción, esta no se produce. Todas las empresas sin excepción tienen un equipo de impresión digital, más grande o más pequeño, y necesitan otros dispositivos de acabado o un equipamiento de oficina, y simultáneamente precisan de otros servicios que ellos no pueden atender.

Como ejemplo, muchas empresas generan mailing de pequeña tirada y precisan del equipamiento necesario para ello, sin embargo cuando su producto es de gran volumen y/o necesitan varios canales de salida lo deben adjudicar a empresas especializadas.

Otro ejemplo puede aclarar esto último, un proveedor de tarjetas identificativas para uso interno de una corporación puede tener exceso de capacidad de producción y ofrecerla al mercado. Ha pasado de ser estrictamente un comprador de máquinas para uso interno a ser un proveedor de servicios para empresas externas.

Empresas y profesionales que se esperan en Expoenvíen-Expoprint 2015

Habrá una participación selecta y amplia de profesionales, superior a la de ediciones anteriores que fueron visitadas cada una por más de un millar de empresas, de las que cerca del centenar fueron grandes corporaciones con una gran demanda de servicios.

En cuanto a los profesionales, esperamos seguir con los mismos criterios que en ediciones anteriores, donde el 50% de los visitantes pertenecían a la alta dirección (propietarios, gerentes y directores generales) con capacidad de decisión y compra y el 20% directores (de producción, marketing, etc.) con una muy elevada capacidad de decisión y compra.

Pertenecientes a empresas de todo el espectro, destacando grandes corporaciones, utilities, financieras, gráficas, etc.

Feria-congreso training en 2015

Días 22 y 23 de octubre de 2015

Museo del Ferrocarril de Madrid
Estación de Delicias
Pº. de las Delicias, 61
28045 Madrid

Temas de las Session trainning

Qué es, Para qué es, Cómo se hace, Con qué se hace, Quién lo hace, Cómo se vende...

1. Ampliación de productos con la impresión digital en bobina

- Impresión digital en bobina: aplicaciones
- Impresión hibrida: rotativa y plana Impresión en continuo (bobina), ink jet y laser
- Impresión en hoja laser, ink jet, electro.
- Gran formato para estudios de arquitectura y otros estudios.

2. Gestión de empresa, software de gestión y desarrollo empresarial

- Marketing para la industria gráfica
- Calidad de datos y de direcciones
- Gestión de empresa: las empresas familiares y su futuro inmediato
- ERP, CRM y otros software de gestión

3. Distribución. Distribución en papel y vías digitales

- Web y papel. Productos combinados: salidas y conversión
- Distribución de publicaciones: nacional e internacional.
- Postalización y distribución

4. Acabados físicos del producto impreso

- Acabados digitales: Barnizados, ensobrados, complets…
- Ensobrados mecánicos y manuales, gestión y Automatización de Envíos.
- Embossing, encoding y termografía para tarjetas plásticas.
- Generación de Cartas, Folletos, Sobres, Tarjetas, etc.
- Acabados: Cortes, plegados, encolados, etiquetas autoadhesivas y tarjetas plásticas (carrier).
- Cerrados tipo complets (autosobres).

5. Productos novedosos: Cómo hacerlos y quién los hace.

- Productos novedosos: etiquetas y troquelados
- Impresión 3D y realidad aumentada
- Tarjetas (fideliazación, pago, identificativas, etc.)

6. Gestión de Datos, Análisis y Tratamiento de Datos

- Manejo del dato variable
- Análisis y Tratamiento de Datos
- Generación y análisis de Bases de Datos de Marketing.

7. Mayor rentabilidad en el Marketing directo

- Gestión de Campañas Multicanal y Análisis de respuestas.
- Mailings Postales y Emailing.
- Gestión de la Comunicación Digital
- Producción de la Comunicación Multicanal y Digital
- Personalización negro y full color.
- Optimización de la Logística Postal. Gestión de Respuestas y Devoluciones.
- Servicios de Transaccional, Transpromo y Billing
- Producir y distribuir sus Documentos Transpromocionales.

8. Producción gráfica: suministradores de equipos y proveedores de impresión

- Impresión Gráfica: offset y digital.
- Preparación del documento para ser impreso.
- Aprovisionamiento (web to print) y compra (Mailshop).

Para asistir
Inscripciones en
www.expoenvien.com

9. Gestión documental, Generación y Automatización de documentos

- Aplicaciones para la Generación y Automatización de documentos.
- Diseño de Soportes Gráficos y documento final.
- Archivo de documentos.
- Destrucción de documentos.
- El documento electrónico, repositorio y canales de salida.
- Multifuncionales

10. Organización de fábrica o taller, mejora y estándares de producción

- Lean Printing y organización
- Na ves industriales: compra y adecuación a proveedores de servicios de impresión
- Certificaciones industriales de calidad de impresión, medio ambiente y de gestión

11. Gestión de personal

- Coaching y gestión de personal
- Asociacionismo hoy, utilidad y perspectivas
- Empresa familiar
- Business Intelligence.

EXPOenvíen

Feria-Congreso del Mailing, Billing, Transpromo, Manipulados, Acabados, Marketing directo, Gestión e Impresión documental

ExpoPRINT

Salón de las tecnologías de gestión e impresión digital en hoja cortada y bobina y sus equipos periféricos

Nuevas soluciones de negocio

Tecnología, maquinaria, productos, servicios...

INFORMACION Y RESERVAS EN

Tlf.: 91 309 65 20 - expoenvien@alborum.es
www.expoenvien.com

Feria-congreso training en 2015

EXPOenvíen ExpoPRINT

Días 22 y 23 de octubre de 2015

Museo del Ferrocarril de Madrid
Estación de Delicias
Pº. de las Delicias, 61
28045 Madrid

Quiere imprimir un libro, un periódico o una revista...

Tiene que hacer un mailing ...

Tiene documentos que gestionar: crear, archivar, destruir ...

Quiere mejorar la gestión de su empresa...

...en EXPOenvíen-ExpoPRINT descubrirá cómo hacerlo o quién se lo puede hacer

Una feria-congreso training

Con ese nombre se ha querido diferenciarla de las ferias enfocadas a la maquinaria, como suelen ser todas las ferias, para sin perder esa identidad, acercarnos más a la información y formación de todo lo relacionado con el documento, todo aquello que en la industria gráfica se conoce como impresión comercial.

La parte de formación e información tiene por objetivo que el asistente adquiera unos conocimientos similares a los que adquiriría en un congreso, pero de forma personalizada.

Las Session Training son exposiciones de una hora de duración donde cuatro expertos abordarán cada uno de los temas ofertados para posteriormente ampliar los conocimientos en los stands de los presentadores de la Session Training.

Unir todo el mercado gráfico

Sin dejar su vocación inicial de aunar al sector del mailing, billing, marketing directo y marketing multicanal, incorpora lo relacionado con productos que han empezado a formar parte de la impresión digital en hoja y en bobina como son la impresión de periódicos y revistas, foto álbum, catálogos y folletos, hojas publicitarias, etc., abarcando también el área del packaging y la etiqueta. A nadie se le escapa que hay máquinas de impresión digital de hoja cortada y de bobina para estos productos.

No es de este sector la impresión digital de gran formato o señalética, pero sí lo es la dedicada a estudios y copisterías pues es considerado material de oficina. Como exposición dedicada al equipo de oficina están incluidos multifuncionales, proyectores, pizarras electrónicas, destructoras de documentos etc.

Día	Hora	Session Training
22	9:30	Acabados físicos del producto impreso
22	10:30	Gestión documental, Generación y Automatización de documentos
22	11:30	Mayor rentabilidad en el Marketing directo
22	12:30	Gestión de Datos, Análisis y Tratamiento de Datos
22	13:30	Gestión de personal

Día	Hora	Session Training
23	9:30	Productos novedosos: Cómo hacerlos y quién los hace.
23	10.30	Ampliación de productos con la impresión digital en bobina
23	11:30	Producción gráfica: suministradores de equipos y proveedores de impresión
23	12:30	Distribución. Distribución en papel y vías digitales
23	13:30	Organización de fábrica o taller, mejora y estándares de producción
23	13:30	Gestión de empresa, software de gestión y desarrollo empresarial

Ponentes que ya confirmaron su participación

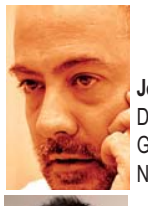
Angel Gallego. Socio Director de Kepler Consultores

Francisco Huertas. Senior Executive Better Consultants

José Antonio Martínez. Director de Producción de Aries Innovación Gráfica

Salud Martín. Gerente de Ibergrupo Gestión Documental

Eduard Quintana. Presidente de Traycco


José Galván. Director General de Normadat

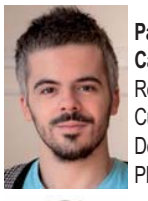
Antonio Martín. Director general de Grupo Aries

Javier Vaquero. Director comercial de Böwe Systec

José Vicente Salas. Managing Director de Aleyant Spain

Paulo Aradas. Director Document Management Services da CGI

Enrique Carnero. Gerente de Ibergrupo Marketing Directo


Pablo Narváez Cañedo. Responsable de Custodia y Desarrollo de PEFC España.

Aurelio Mendiguchía. Dtor. Tec. del Instituto Tecnológico y Gráfico Tajamar.

Jesús Alarcón. Secretario General de Neobis

Luis Virgos. Business Manager Digital Printing Graphic Coms. Group Kodak Iberia

Tomás Carrasco. Director general de Yandra

Jaime López-Heredia. Director General GMC

Manuel Pulido. Country Manager Compart en Iberia de Compart.

Domingo Aguilera. Socio director NetSpain Co.

Joaquín Truyol. Director General de Truyol Digital

Manuel Gómez Güemes. Gerente de Procograf

Tony García. Director de Negocios para España y América Latina de Sistrade

Jesús Muñiz. OKI Pre-Sales Consultant, MPS Europe en España.

Comparting 2015

Compart, proveedor mundial de soluciones de output management multiplataforma, celebrará los días 15 y 16 de octubre en Böblingen (Alemania) Comparting 2015, el foro internacional sobre procesamiento de documentos y output management que reúne a cientos de protagonistas del sector desde hace 11 años y que se ha convertido en el evento de referencia para la gestión de las comunicaciones con los clientes. En esta edición, bajo el lema "Un impulso para la comunicación digital: deshágase de las páginas y céntrese en el contenido", Compart demostrará cómo el futuro de las comunicaciones con los clientes se centrará en el procesamiento de documentos con capacidad multicanal.

Nuevo filtro de salida de tecnología Compart

Compart ha ampliado su gama de filtros de salida para impresoras de etiquetas y matriciales. Con estas nuevas soluciones, Compart crea un puente tecnológico entre las estructuras existentes de gestión de salida y documentos (legado) y la producción (Industria 4.0). A partir de ahora, todas las soluciones de la familia DocBridge soportan la salida en dispositivos Zebra y Datamax, así como impresoras matriciales basadas en ESC/P.

Merkle confía la calidad de sus datos a Deyde

La agencia de marketing y CRM de los Estados Unidos, Merkle Group, ha confiado la calidad de sus datos a Deyde. Consciente de la importancia de disponer de unos datos actualizados y estructurados, Merkle comenzó a utilizar MyDataQ, software desarrollado por la multinacional tecnológica Deyde, con el objetivo de aplicar tratamientos de mejora a sus direcciones postales. En una primera fase, Deyde ha puesto a disposición de Merkle un servicio periódico de normalización de las direcciones de México para una gran compañía tecnológica con sede en Estados Unidos, procesando más de 2 millones de direcciones al año y permitiendo así optimizar las campañas de marketing y comunicación de los clientes de dicha compañía.

Grupo SM apuesta por Deyde

El Grupo SM, editorial española especializada en la elaboración de contenidos y servicios educativos, publicaciones religiosas, y literatura infantil y juvenil, ha firmado un contrato con la multinacional tecnológica Deyde Calidad de Datos para consolidar diferentes fuentes de información con el software de Calidad de Datos MyDataQ.

La solución de Calidad de Datos MyDataQ provee al Grupo SM de las herramientas necesarias para la integración y depuración de sus bases de datos de contactos (docentes) mediante procesos de normalización de los nombres y la identificación y corrección de registros duplicados (deduplicación) de las BBDD.

ADSI nuevo partner de DocPath

DocPath, compañía especializada en el desarrollo de soluciones de Document Output Management, ha añadido a Advanced Services International, Inc. (ADSI) a su canal de socios.

Mediante este acuerdo, ADSI se convierte en partner de DocPath, lo cual la habilita para integrar las soluciones de DocPath entre sus clientes.

Konica Minolta adquiere Webcom

El acuerdo de compra lo ha alcanzado la sede de Konica Minolta en la República Checa con Webcom S.A., uno de los tres mayores proveedores de CRM y sistemas de información ERP sobre arquitectura Microsoft Dynamics en Europa Central y del Este. Con esta adquisición Konica Minolta quiere potenciar el crecimiento de la compañía en la zona y desarrollar nuevos servicios.

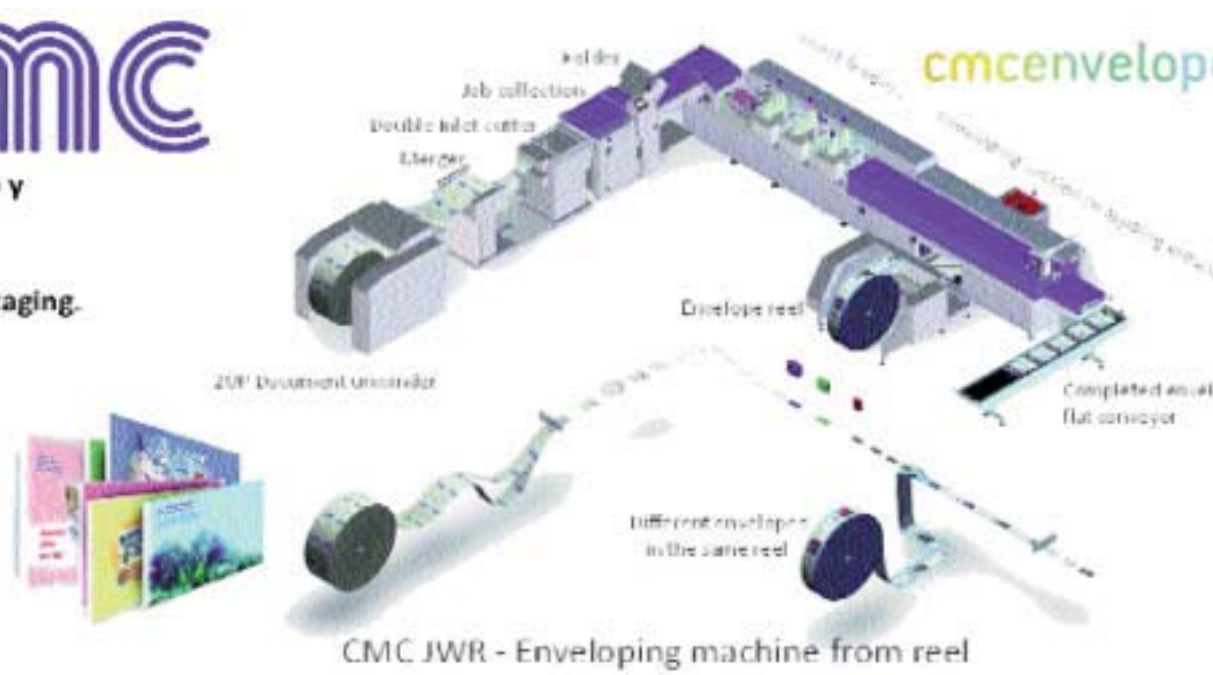
www.cmcmachinery.com

CMC

Ensobradoras para Marketing Directo y Transaccional.
Embolsadoras.
Y ahora como novedad líneas de Packaging.

Distribuidor en España:

MaBilMac, S.L.L.
Tlfs.: 692 46 33 48 – 663 72 67 44
www.mabilmac.es
www.cmcmachinery.com
info: info@mabilmac.es



CMC JWR - Enveloping machine from reel

Optimización del almacenamiento para los documentos electrónicos

Compart

Es indudable que las empresas de hoy en día y organizaciones de cualquier índole sectorial están ofreciendo documentos en formato electrónico tanto a clientes como en sus comunicaciones internas. Los nuevos canales de salida, como son los dispositivos móviles y los envíos electrónicos postales, requieren de un almacenamiento en sistemas de archivo inteligente precisamente para que sean enviados o actualizados en el formato adecuado en cada momento.

Un fenómeno que todavía se observa en muchas organizaciones es que los documentos electrónicos que pueden ser leídos y procesados de forma automática, primero se imprimen y luego se redigitalizan en ficheros TIF o JPG, pues los píxeles se crean a partir del contenido. En otras palabras, los elementos de su composición inicialmente se encriptan para posteriormente traducirse a formato legible a través del reconocimiento óptico de caracteres (OCR). Es un procedimiento complicado y superfluo, en el que se puede perder información importante para los procesos posteriores como el almacenamiento.

Es por eso que para optimizar su archivado, mucho mejor sería poder crear documentos digitales desde el mismo principio, con el fin de convertirse así en documentos que puedan ofrecer mucho más que la mera impresión. La capacidad multicanal garantiza un mayor realismo del nuevo entorno donde -como señalábamos- los métodos de entrega han aumentado considerablemente en los últimos años. Todavía se pierden importantes datos estructurales en el camino de salida, independientemente del canal, algo que ya no podemos permitirnos en los tiempos actuales.

Por tanto, un sistema de output management también lo debe ser de archivo y es el más idóneo para su gestión. Lejos han quedado los días en que los documentos sólo se imprimían, y en el mejor de los casos, podían enviarse a través de email. Hoy los documentos han asumido el rol de "recipientes de información" que permiten a los usuarios realizar diferentes acciones que van mucho más allá de su generación y envío: pueden realizar procesos como la búsqueda de datos, transacciones o disposiciones de archivo histórico y códigos de control para optimizar el coste de mailings.

Con todo ello, un sistema de almacenamiento basado en output management multicanal y además centralizado, es la mejor opción. Además, piénsese en el tamaño del volumen de documentos digitalizados que crece debido fundamentalmente al aumento de clientes y al de la multicanalidad, de ahí la importancia del cambio y la necesidad de acceder a ellos en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Por eso optimizar el tamaño de los archivos sin pérdida de la calidad es otra de sus ventajas, lo mismo que es la posibilidad de utilizar cualquier formato de archivo ya sea PDF, AFP, AFPDS, PostScript, etc.

Tampoco hay que olvidar el cumplimiento legal del almacenamiento de los documentos electrónicos a fin de garantizar su disponibilidad en el tiempo, lo cual implica una migración que asegure el acceso y reproducción en cualquier momento acorde con la legislación. Ese es el nuevo reto para los documentos electrónicos en relación a su almacenamiento y es hora de que empresas y organizaciones aborden seriamente esta cuestión.

Transformación digital: ventana a nuevas oportunidades

El auge del uso de las tecnologías digitales como enfoque estratégico empresarial está rediseñando los procesos de negocio de las organizaciones. Las empresas ven el mundo digital como un área estratégica que impacta tanto en la cuenta de resultados como en el canal de interacción del futuro con el cliente. Uno de los cambios que las empresas están experimentando actualmente se observa en los departamentos de TI y de marketing, que ahora desempeñan un papel mucho más importante en la experiencia del cliente y que empiezan a trabajar conjuntamente para adaptarse a la era digital.

En los últimos años se ha observado que la trayectoria del proceso de compra de los clientes ya no es lineal. Ahora los clientes también investigan y se informan previamente, a través de diversos canales digitales, acerca de los productos y/o servicios antes de empezar este proceso. En este sentido, es vital que tanto TI como marketing utilicen las herramientas digitales adecuadas para relacionarse con su público objetivo.

Por otro lado, la movilidad juega un papel clave en el tradicional patrón de comportamiento de los clientes, y ofrecer una sólida experiencia de compra en todos los canales, incluido el móvil, las redes sociales y los espacios físicos es primordial.

Libro blanco de e-commerce

WiziShop ha publicado un libro blanco en el que recopila veinte trucos, testimonios y consejos variados con el fin de prosperar en la venta online. Expertos en comercialización, estrategia, posicionamiento web natural y de pago, redes sociales, diseño, jurídicos y de muchos otros ámbitos relacionados con el e-commerce han participado en la elaboración de esta selección.

El libro blanco está disponible como descarga gratuita en:

https://www.wizishop.es/blog

MAXIPACK

La pieza indispensable que garantiza
Compromiso, Seriedad y Profesionalidad

Servicios integrales de tratamiento de revistas y publicaciones

GESTIÓN INTEGRAL DE PROCESOS DE SUSCRIPCIONES

1. Creación y mantenimiento de BBDD
2. Atención a suscriptores
3. Procesos informáticos
4. Manipulados
5. Franqueo
6. Depósito en correos
7. Atención a devoluciones
8. Almacenaje/Picking
9. Gestión de incidencias
10. Gestión de cobro

RETRACTILADO POSTAL

1. Proceso informático
2. Franqueo mecánico
3. Embolsado mecánico
4. Clasificación y paletizado
5. Transporte
6. Devoluciones

Diseño realizado por Agencia de Marketing Esparkle | www.esparkle.net | info@esparkle.net

RETRACTILADO CRISTAL · MARKETING DIRECTO · MARKETING PROMOCIONAL · ALMACENAJE/PICKING · DEVOLUCIONES

Maxipack SL | Avda. del Sistema Solar nº3 A | 28830 San Fernando de Henares (Madrid)
| Telf. 91 674 93 00 - Fax: 91 674 93 01 | www.maxipack.es
Maxipack. Todos los derechos reservados

Plugin para impresión móvil

Brother apuesta por convertir la impresión móvil en algo sencillo y rápido que pueda hacerse desde el móvil en cualquier momento, y por ello ha lanzado el nuevo Plugin Brother Android Print Service. Diseñado para dispositivos móviles Android (versión 5 o posterior), el plugin está disponible para descargar en Google Play. Gracias a él los usuarios pueden imprimir directamente desde su dispositivo Android en las impresoras Brother a través de la red Wi-Fi con tan sólo utilizar la opción "imprimir" de las aplicaciones Android soportadas.

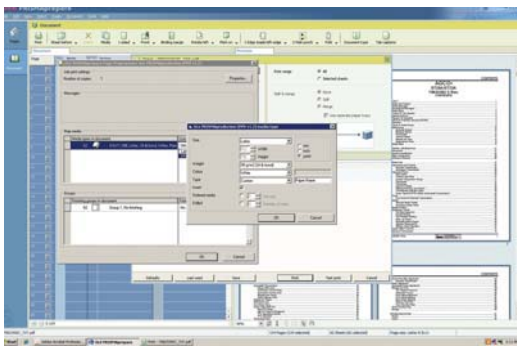
Serie EcoTank de Epson

Al incluir tinta suficiente para dos años desde un inicio, sin costes ocultos, las nuevas impresoras ofrecen un coste por página extremadamente bajo y sencillez de uso. Diseñadas para su uso en pequeñas oficinas y para uso doméstico, estas cinco nuevas impresoras aplican un novedoso diseño de depósito de tinta recargable, que elimina la necesidad de utilizar cartuchos. Aunque estas impresoras se centren especialmente en la impresión de bajo coste, los cinco modelos utilizan la tecnología Micro Piezo de Epson para ofrecer resultados claros, nítidos y precisos.

imageRUNNER Advance C3300

Canon lanza su nueva gama de equipos multifunción A3 en color de gama alta, las imageRUNNER Advance C3320, C3320i, C3325i y C3330i, que conforman la nueva serie imageRUNNER Advance C3300. Los nuevos modelos combinan la plataforma imageRUNNER Advance de Canon con un manejo mejorado de los documentos y un nuevo motor de impresión con el objetivo de reducir el coste total de los documentos en entornos de oficinas muy activas.

PRISMAprepare 6.2 de Canon



Canon lanza PRISMAprepare 6.2, la última versión de su software todo en uno totalmente integrado para la preparación de documentos. Esta solución agiliza el proceso de preparación, desde la composición a la producción, para ayudar tanto a impresores comerciales como a los departamentos de impresión internos a reducir los tiempos globales de producción, ampliar sus capacidades, potenciar la productividad y reducir los costes operativos.

API de EFI Fiery

Los proveedores de servicios de impresión pueden usar la Fiery API (application programming interface) ya disponible para automatizar y mejorar su producción de impresiones digitales integrándola por completo con su infraestructura de TI existente, compartiendo datos y eliminando los pasos previos de preparación del trabajo.

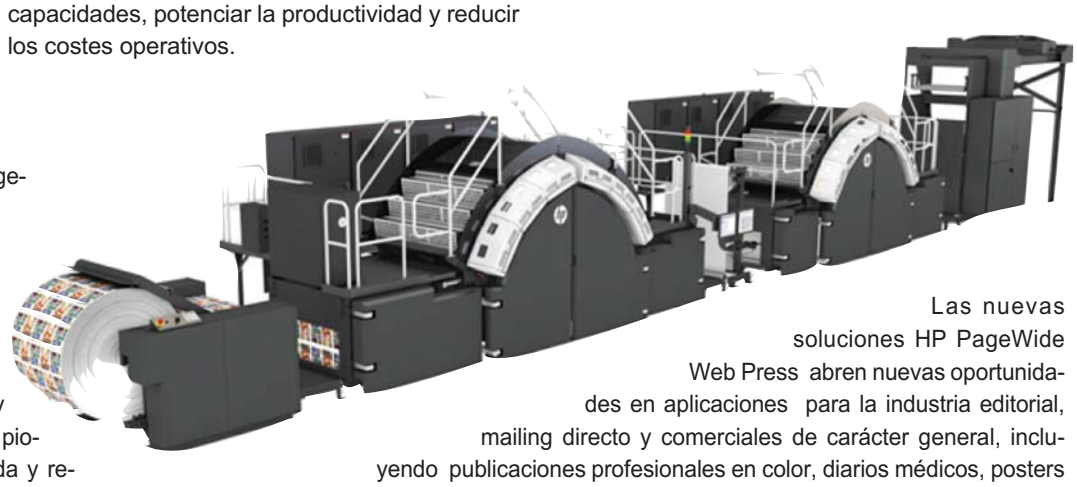
imageRUNNER 1435 de Canon

Canon lanza la serie imageRUNNER 1435, que se compone de dos nuevos dispositivos multifunción A4 en blanco y negro. Los nuevos equipos imageRUNNER 1435i y 1435iF combinan las funciones de impresión, copia, escaneo, envío y fax, siendo capaces de gestionar picos de trabajo de hasta 60.000 páginas al mes, a velocidades de 35 ppm.

Estos equipos permiten convertir los documentos en papel a formato digital y enviarlos directamente a distintos destinos, eliminando la necesidad de procesarlos mediante un ordenador.

Prensas web PageWide de HP

HP ha presentado la primera prensa web HP PageWide optimizada con la arquitectura High Definition Nozzle (HDNA). El nuevo portfolio de prensas web HP PageWide, anteriormente bajo la marca HP Inkjet Web Presses, se ha desarrollado empleado la tecnología HP PageWide. Las dos nuevas prensas web de inyección tinta de 42 pulgas, HP PageWide T480 HD y T470 HD, incorporan la tecnología HDNA y ofrecen mejor calidad de impresión con la arquitectura pionera de dual-drop-weight, 2.400 boquillas por pulgada y redundancia de boquillas incorporada, todo ello a velocidades de hasta 122 metros por minuto.



Las nuevas soluciones HP PageWide Web Press abren nuevas oportunidades en aplicaciones para la industria editorial, mailing directo y comerciales de carácter general, incluyendo publicaciones profesionales en color, diarios médicos, posters y carteles de hasta 108 pulgadas de longitud, así como folletos y catálogos de alta calidad.

envíen

La agenda del sector ¡No se quede fuera!

Contrate su presencia en esta sección en:
Dto. Publicidad
Dr. Esquerdo, 105. 28007 Madrid
Tlf.: 91 309 65 20. Fax: 91 309 65 21.
laprensa@alborum.es
www.alborum.es

INDICE DE EMPRESAS

Página	Empresa	
17	Alborum	www.alborum.es
19	Areak	www.areak.com
18	Cibeles Mailing	www.cibelesmailing.es
17	Compart	www.compart.es
18	Dismark	www.dismakpost.com
19	Isis Papyrus	www.isis-papyrus.com
17	Intimus	www.intimusinternational.com
18	Kern	www.kern.ch
19	Mabilmac	www.mabilmac.es
17	Mailing Andalucía	www.mailingandalucia.com
19	Maxipack	www.maxipack.es
18	Muro	www.murodirect.com
18	Net Spain	www.netspainco.com

Para anuncios en esta sección
Dr. Esquerdo, 105 • 28007 Madrid. Tlf.: 91 309 65 20 • Fax 91 309 65 21
envien@alborum.es www.alborum.es

intimus international — pitney bowes Business Partner
Consúltanos sin compromiso
Especialistas en tecnologías innovadoras para la gestión de la correspondencia y la destrucción de la información
- Soluciones para la destrucción y eliminación de Datos, en cualquier tipo de soporte (papel, discos duros, medios digitales…)
- Soluciones sostenibles para la gestión de residuos
- Equipos para el tratamiento de la correspondencia (ensobradoras, plegadoras, franqueadoras, impresoras, clasificadoras, escáneres ….)

Visita nuestra página web
www.intimusinternational.com
info.es@intimus.com (general)
sat@intimus.com (servicio técnico)
Tlf.: + 34 901 11 65 12

mailingandalucia
Soluciones globales en Marketing Directo
- Asesoramiento y Estrategia
- Diseño y Creatividad
- Edición e Impresión
- Personalización de Documentos
- Postalización
- Almacenaje y Logística
- Ensobrados y embolsados
- Gestión documental

Parque Empresarial Alcalá X - M.3, Nave 9
41500 Alcalá de Guadaira (Sevilla)
T. 954 237 040 - 954 236 863 • F. 954 230 749
www.mailingandalucia.com

compart
Soluciones de facto para Gestión Documental Multicanal
- Ahorro de costes
- Reducción de la complejidad
- Mejora de la producción
- Mitigación de riesgos
- Avivar el compromiso con el cliente

Compart Iberia S.L. info@ser.compart.com
Tlf.: 91.409.68.44 www.compart.com

Suscripción anual a la revista

Precio de la suscripción cinco números al año
España: 20 euros
Extranjero: 60 euros
(Incluye gastos de envío e IVA)

envíen

Alborum, S.L.
Dr. Esquerdo, 105 • 28007 Madrid
Tlf.: 91 309 65 20
envien@alborum.es www.alborum.es

kern

document output management

SISTEMAS Y DESARROLLO PARA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DE MAILING.

SISTEMAS DE ENSOBRADO.
SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL.
EQUIPOS DE PRE Y POST PROCESO.

Edificio Kern
C/ José Echegaray nº 3
"Parque Empresarial Las Rozas"
28230-Las Rozas. Madrid.
Tel.: 916 404 200
www.kern.ch

Novedades Kern

Kern 40. Sistema de embolsado/retractilado con todos los alimentadores sobre base móviles y posibilidades de conectar entradas inteligentes para alimentación de facturas, etc... Máxima flexibilidad y fiabilidad.

Kern 515. Sistema de gestión personalizada del correo (carta & sobre) en un mismo proceso. Envíe un sobre y una carta distinta a cada uno de los destinatarios, en función de sus necesidades, aficiones, etc.

www.cmcmachinery.com

CMC

- Líneas de Ensobrado:
  - Marketing Directo y Transaccional
- Software de gestión
- Líneas de Embolsado
- Líneas de Packaging

cmcenvelope

MaBilMac
Apartado de correos, 2026. 28924 Alcorcón – Madrid
Tel.: 692 46 33 48 – 663 72 67 44
www.mabilmac.es – info@mabilmac.es

muro

PROCESOS DE COMUNICACION GRAFICA

- Personalizados y Numerados
- Mailing, Complet, Engomados
- Folletos y Plegados
- Promociones: rascas, tintas especiales, ventanas microperforados
- Productos exclusicvos: Pop-Ups, persianas, sin-fin, telescópicos
- TROQUELADO EN LÍNEA DE PRODUCTOS ESPECIALES
- Asesoramiento técnico

MURO. EL VALOR AÑADIDO DE TUS PRODUCTOS.

Innovación, 17 – P.I. Los Olivos – 28906 Getafe – Madrid
Telf. 913 920 920 – Fax. 91 475 47 86
e-mail: comercial@murodirect.com • web: www.murodirect.com

ISIS THOT

Sainz de la Calleja, 14
28023 Madrid
Tel. 913 077 841
Email: isis@isis-spain.com

ISISPAPYRUS

Industria	Salud	Seguros	Finanzas	Sector Público
• Cuentas • Gestión de contratos • RRHH • Seguimiento incidencias	• Registro de pacientes • Reclamaciones • Recursos • Gestión del ciclo de ingresos	• Reclamaciones • Contratos • Cuenta nueva • Gestión de pólizas • Gestión de socios	• Préstamos • Cuenta nueva • Tributos • Operaciones (oficinas)	• Subvenciones • Tributos • Investigación y fraude • Gestión de casos • Medio ambiente

Todos sus documentos unificados

Diseño, Generación, Agrupación, Captura, **Ahorro**

Hasta -50% time-to-market

Software Líder - Diseño Unico - Independiente de Plataforma - **Independiente** de Canal - Soluciones de Movilidad

Plataforma de Comunicaciones y Procesos

www.isis-papyrus.com

El ecocalculador de Arjowiggins Graphic (www.arjowigginsgraphic.es) les permite enseñar al mercado su compromiso medioambiental. Asimismo, nos permite determinar que al imprimir Envien con el papel reciclado RePrint Deluxe FSC® en vez de hacerlo con papel fibra virgen (certificado o no), se redujo el impacto medioambiental y se ahorró lo siguiente:

1.298 kg de residuos

235 kg CO_2

2.352 km de viaje en un coche europeo estándar

24.570 litros de agua

6.094 kWh de energía

2.111 kg de madera

Fuentes : Compañia Labelia Conseil para la huella de Carbono. Datos europeos BREF para fibra virgen.

CLIMATE SAVERS
碳减排先锋
DEFENSORES DO CLIMA
クライメート・セイバーズ
A WWF GLOBAL INITIATIVE WITH BUSINESS
WWF

Arjowiggins Graphic es miembro del programa Climate Savers de WWF

Prepare sus propios envíos sin manipulación manual

La impresora le entregará sus sobres cerrados listos para depositar en Correos.

comercial@areak.com
T. **944 470 304**
www.areak.com
areak

PACHECO Y BOTEGA

ABOGACÍA

Derecho laboral, Civil, Penal y Familia

En funcionamiento desde 1988, este bufete internacional se dedica a la prestación de asesoramiento jurídico y consultoría en los sectores de la Ley Laboral, Civil, Penal y de la Familia. Trabaja para brindar seguridad a los clientes. Cuenta con especialistas con curriculum significativo en las actividades judiciales y extrajudiciales, así como negociadores en las relaciones colectivas y sindicales.

Idiomas: español y portugués.

Rua Senador Souza Naves, 136, sala 06.
Ibiporã-PR (Brasil)
Teléfono: + 55 43 3258-2134
farinaciopacheco@yahoo.com.br

Pase de 0 a 3.500 en 60 segundos

con el papel para impresión inkjet de alta velocidad de Mondi

Descubra el extenso surtido de Mondi para la impresión inkjet de alta velocidad: papeles pigmentados, satinados, extra blancos, 100 % reciclados y ahuesados.

Destaque con los papeles de Mondi para la impresión inkjet de alta velocidad

- Sorprenda con la reproducción fiel y vibrante de los colores, tanto con tintas base agua como pigmentadas
- Optimice la productividad gracias a la utilización del papel idóneo para su prensa
- Refuerce la relación con sus clientes gracias a Mondi, su colaborador más cercano

PROFESSIONAL
PRINTING
PORTFOLIO
HIGH-SPEED INKJET

kraftwerk.co.at

SOLUCIONES.
PARA SU ÉXITO.

www.mondigroup.com/printing

mondi