

# 11ª E D I C I O N EXPO *Cit* 2008

## Exposición Ibérica de SmartCards, Identificación y Medios de Pago

---

### + 50 Expositores

---

#### 3 Techtours

- > Seguridad y Control de Accesos
  - > Fabricantes de Terminales
  - > Software de Aplicaciones y Biometría
- 

#### 5 Sesiones de libre acceso

- > Cards Fundamentals
  - > ID Secure
  - > PCI Security Standard
  - > SIM & JAVACARD Up to Date
  - > Biometría & Smart Cards
- 

### + Sesión Especial CRM

**Novedad**

---



# Organice su visita a EXPO cit'2008

**Horario de la exposición:** 1 y 2 de Abril de 10.00 a 18.30 h. — 3 de Abril de 10.00 a 15.00 h.

Más de **2.000 visitantes** en la última edición confirman EXPO cit como la exposición profesional de tarjetas en España!!

## Por eso te esperamos

En su **11ª Edición**, más de **50 empresas** expondrán las últimas novedades y soluciones tecnológicas disponibles en el mercado

EXPO cit'2008 desarrolla una completa **agenda de actividades de libre acceso**

> **Techtour**, tour guiado para conocer *in situ* los *partners* de las últimas tecnologías

> Los máximos expertos en una **agenda específica de ponencias**

> **Networking** entre otros visitantes, expositores, asistentes a cit'2008 y las máximas autoridades y expertos internacionales en el mundo de las tarjetas en los **Partners Corner**.

Un entorno ideal para pensar, discutir, e iniciar los contactos para nuevos proyectos

> **6ª Edición** de los premios **CIT Golden Card**. Conozca los proyectos ganadores en el **Golden Space**

## Qué áreas va a encontrar en EXPO cit

- > Fabricantes de Tarjetas
- > Fabricantes de Lectores, TPV, Impresoras (periféricos)
- > Seguridad en Medios de Pago
- > Seguridad Física (Control de Accesos, Sistemas Biométricos)
- > Servicios relacionados con Tarjetas y Medios de Pago
- > Consultoría Tecnológica
- > Software y Aplicaciones Tarjetas
- > Ingeniería e Integradores de Sistemas
- > Servicios Gráficos
- > Servicios Hardware-Movilidad
- > Servicios Marketing y Fidelización

## Quick View!!

### Martes, 1 de Abril

10.00 h.	<b>Inauguración EXPO cit'2008</b>	
10.30 - 14.00 h.	<b>Cards Fundamentals</b>	Sala Azul
11.45 - 12.15 h.	<b>Techtour</b> Seguridad y Control de Accesos <i>Presentarse 10 minutos antes</i>	Sala Azul
10.30 - 18.00 h.	<b>CRM, Customer Contact &amp; Retention</b>	Sala Naranja
16.30 - 18.30 h.	<b>ID Secure</b> Tecnologías para el control de accesos	Sala Azul
18.30 h.	Cierre de EXPO cit	

### Miércoles, 2 de Abril

10.00 h.	<b>Apertura EXPO cit'2008</b>	
10.30 - 14.00 h.	<b>PCI Security Standard</b>	Sala Azul
10.30 - 18.00 h.	<b>CRM, Customer Contact &amp; Retention</b>	Sala Naranja
11.30 - 12.00 h.	<b>Techtour</b> Fabricantes de Terminales <i>Presentarse 10 minutos antes</i>	Sala Azul
16.30 - 18.30 h.	<b>SIM &amp; JAVACARD Up to Date</b>	Sala Azul

### Jueves, 3 de Abril

10.00 h.	<b>Apertura EXPO cit'2008</b>	
10.30 - 14.00 h.	<b>Biometría &amp; Smart Cards</b>	Sala Azul
11.30 - 12.00 h.	<b>Techtour</b> Software de Aplicaciones y Biometría <i>Presentarse 10 minutos antes</i>	Sala Azul
15.00 h.	Clausura de EXPO cit'2008	

## Premios



El **1 de Abril** de 2008 a las **15.30** horas se realizará la entrega de Premios de la 6ª Edición de estos galardones

Para conocer todos los detalles de los **CIT Golden Card'2008**, visite nuestra web [www.iir-cit.com](http://www.iir-cit.com)

Madrid

Martes, 1 y Miércoles, 2 de Abril  
de 2008

Horario: 10.30 - 18.00 h.

## Platinum Sponsors



## Silver Sponsor



## Cómo conseguir la diferenciación e innovación a través de un mayor conocimiento del cliente CRM, Customer Contact & Retention

### Cómo establecer la mejor estrategia de relaciones con el cliente: cómo se puede valorar al cliente como si fuera un proyecto de inversión a medio y largo plazo

- Cómo se enriquece la segmentación estratégica de la base de clientes localizando grupos de alta prioridad comercial
- Cómo podemos valorar acciones comerciales individuales en función del valor potencial
- Cómo se pueden fijar objetivos comerciales basándose en criterios de potencialidad

### Integración de las capacidades web 2.0 con CRM: ¿la nueva generación de aplicaciones CRM?: una auténtica plataforma de ejecución de procesos de negocio

- ¿Se ha evaluado la mejora de relaciones con el cliente?

### CRM on demand

### CRM móvil

### Cómo mejorar cualitativa y cuantitativamente la calidad del servicio para fidelizar y motivar a clientes actuales y potenciales

- Qué objetivos se plantea con la implantación del Centro de Atención Telefónica
- Cómo garantiza el Servicio de Atención al Cliente un enfoque estratégico CRM
- Cómo detectar necesidades latentes del cliente, diseñar nuevas estrategias de marketing dirigidas a segmentos concretos y analizar el funcionamiento e índice de respuesta en las promociones
- Cómo mejorar la calidad y los tiempos de respuesta a las peticiones de los consumidores y ahorrar costes automatizando procesos
- Cómo establecer flujos de trabajo entre los distintos departamentos de la compañía y gestionar los diferentes procesos que se derivan de la atención diaria al consumidor

- Cómo integrar las distintas plataformas de contacto con los consumidores para conocerlos mejor y ofrecerles una mejor atención
- Cómo definir la estrategia de atención a cada cliente en función de su perfil, características y relación actual con la compañía

### Segmentación de clientes. Cómo identificar unos perfiles homogéneos de clientes para definir políticas de gestión diferenciadas. Gestión del rendimiento de segmentación

- Segmentación de la base de datos: cómo tiene que estar diseñada para extraer el conocimiento clave y rentabilizarla
- Cómo diseñar campañas específicas para cada tipo de cliente
- ¿Se puede convertir realmente cada "toma de contacto" en una auténtica oportunidad de fidelización?
- Bases de datos externas: cómo incorporar la información de esas bases externas a la plataforma de gestión de clientes de la empresa: combinación de bases internas y externas
- Motor de reglas a partir de la segmentación de clientes y consumidores
- Cómo asegurarse de que cada agente está realizando la acción correcta en el tiempo correcto

### Cómo realizar una modelización avanzada de la base de clientes y aplicarla a la realización de campañas: automatización de campañas

- Cómo diseñar una adecuada campaña y conseguir mayor cantidad de información para llevar a cabo una venta cruzada de productos y rentabilizar al máximo al cliente
- Necesidades y calidad de información: preparación de bases de datos
- Cómo extraer conocimiento: Soluciones/ Herramientas de Explotación
- Modelización: cómo convertir el conocimiento en factores más operativos
- Cómo optimizar las campañas y sus costes

>>>>



# Sesiones de Libre Acceso

>>>> continuación Sesión CRM, Customer Contact & Retention

- Alimentación del modelo con la experiencia
- Cómo identificar posibilidades de una mayor oferta para el cliente y para la entidad

## Cómo se establece un programa de venta cruzada/fidelización

- Cómo identificar posibilidades de ofrecer una oferta mayor para el cliente y para la entidad
- Gestión de campañas: emisión de llamadas a los clientes no sólo recepción para incrementar los contactos de los clientes y sacarles el máximo rendimiento
  - > Upselling: vender nuevos productos a un cliente que ya tenemos
- Cómo medir el éxito o no de la campaña, ¿aumenta el consumo o fidelización del cliente hacia otros productos de la empresa?: retorno de la inversión de la campaña
- Cómo diseñar la estrategia de prevención de abandonos y definición de planes concretos de actuación: patrones de desvinculación detectados

## Gestión de costes de las campañas de fidelización: alternativas tradicionales existentes en el mercado (in house, outsourcing, offshore)

## Nuevos retos en las estrategias de relación con clientes en canales virtuales

- Retos de la atención y el soporte multicanal a clientes
- Importancia del Contact Center y otros servicios convergentes en canales virtuales para:
  - > La mejora de estrategias comerciales
  - > Retención y fidelización de clientes

- > Prestación de servicios innovadores en las organizaciones
- > Nuevas herramientas y aplicaciones para la interacción y relaciones con clientes basadas en interfaces conversacionales

## Bases de datos externas. Cómo incorporar la información de esas bases externas al CRM de la empresa. Cómo combinar las bases internas y externas

- Deslocalización de las plataformas Contact Center
  - > Qué nivel de ahorro supone
- El papel de los integradores en los Call Center
  - > ¿Poseen un know how que es determinante y que evita problemas que pueden disparar los costes?

## Con qué herramientas clave cuenta para medir la insatisfacción del cliente

- Cómo llevar a cabo venta cruzada de productos: qué productos ofrecer a qué cliente
- Cómo incentivar en la compra no en la adquisición
- Cómo gestionar las reclamaciones de clientes
- Cómo se mide el aumento del consumo o fidelización del cliente

## Cómo gestionar las reclamaciones de clientes: la importancia de la recepción de llamadas: plataformas Contact Center

- Herramientas para personalizar el contacto con el cliente
- ¿Es el Contact Center el núcleo de gestión de la rentabilidad del cliente?
- La deslocalización de las plataformas Contact Center: qué nivel de ahorro supone

## Prevención de abandonos y definición de planes concretos de actuación

- Cómo establecer planes concretos de actuación dependiendo de los patrones de desvinculación detectados

## Del CRM a la protección de datos: cómo implantar y centralizar los procedimientos necesarios para cumplir con la normativa de protección de datos personales

- Qué impacto tiene la normativa de protección de datos en la implantación de un CRM
- Qué problemas se están encontrando las grandes organizaciones para garantizar el cumplimiento de la LOPD
- Definición de procesos e implantación de herramientas

## Cómo mejorar cualitativa y cuantitativamente la calidad del servicio para fidelizar y motivar a clientes actuales y potenciales

- Cómo convertir cada contacto con el cliente en una oportunidad de fidelización

Madrid

Martes, 1 de Abril de 2008

## Cards Fundamentals

Horario: 10.30 - 14.00 h.

## Qué es un programa de fidelización basado en tarjeta: cobranded, affinity, privado, gift card

- Definición del tipo de programa más adecuado a nuestras necesidades
- Cómo negociar el mejor acuerdo económico para el programa para que sea win-win

## Claves para la identificación del partner más adecuado para el programa cobrand o affinity. Claves a tener en cuenta para negociar el acuerdo

- Elementos a negociar para la puesta en marcha de tarjetas cobrand y affinity: negociación del contrato

## Tipos de tarjetas y nuevas formas de pago: débito, crédito, revolving

**D. Jorge Sorial**  
Vicepresidente en España y Director Comercial  
MBNA España

11.45-12.15  
**TECHTOUR SEGURIDAD Y CONTROL DE ACCESOS**

Se realizará un tour guiado, en el que los asistentes conocerán los últimos avances en tecnologías para la Seguridad y Control de Accesos

Se visitarán los siguientes stands:

- > **Datacard**
- > **Atos Origin**
- > **SeMarket**

Descárguese las ponencias de EXPO **cit** en **www.iir-cit.com**  
a partir del próximo 17 de Abril con la clave **AC06C03E**



Madrid

Martes, 1 de Abril de 2008

## ID Secure

### Tecnologías para el control de accesos

Horario: 16.30 - 18.30 h.

#### Implantación de un sistema de gestión de identidades y control de accesos

- Requerimientos funcionales y tecnológicos de un sistema de gestión de identidades
- Ventajas e inconvenientes de la implantación
- ROI de la inversión

#### RFID en tarjetas de control de accesos: ¿existen límites o deben existir para el uso de RFID en el seguimiento de empleados

- ¿Qué otros datos se almacenan en el tag RFID?, ¿pueden vulnerar la privacidad del trabajador?

#### Normativa que hay que conocer para la implantación de tecnologías de control de accesos

#### Sistema centralizado de provisión de usuarios: cuáles son las claves para gestionar la implantación, la elección del producto adecuado y los procesos de integración

**Single Sign On – SSO: cómo maximizar la eficacia y rentabilizar la inversión en un sistema SSO**

Madrid

Miércoles, 2 de Abril de 2008

## Adopción de PCI DSS

### Estándar de Seguridad de Datos de la Industria de Pagos con Tarjeta en España

Horario: 10.30 - 14.00 h.

#### Introducción a PCI DSS

##### Evolución de los criterios de auditoría de las marcas de medios de pago

- Account Information Security (AIS)
- Cardholder Information Security Program (CISP)
- Site Data Protection (SDP)
- Data Security Operating Policy (DSOP)

**Entorno de riesgo de medios de pago. Justificación de los sistemas de auditoría. Necesidad de un estándar unificado para auditorías de seguridad que sirva para todas las marcas y se lleve a cabo simultáneamente para todas ellas**

**Quién está obligado a llevar a cabo las auditorías PCI DSS: Merchants, Acquirers, Issuers, entidades gestoras de medios de pago. Plazos de adopción. Sanciones por incumpliendo. Situación mundial de la implantación de la norma**

**Qué es PCI DSS. Niveles de exigencia. Controles a implantar. Tipos de auditorías y periodicidad de realización. Tipos de auditores: Qualified Security Assessors (QSAs) y Approved Scanning Vendors (ASVs)**

#### Requisitos (12) y dominios de actuación (6) en la comprobación de niveles de seguridad

- Creación y mantenimiento de una red segura
  - > R. 1: Protección de datos con firewall cuya configuración se mantenga correctamente
  - > R. 2: No utilización de valores por defecto en claves y parámetros de seguridad
- Protección de los datos de los titulares (Tarjetahabientes)
  - > R. 3: Protección de los datos almacenados
  - > R. 4: Cifrado de las transmisiones de información sensible como datos de los titulares en Redes Públicas
- Mantenimiento de un Programa de Gestión de Vulnerabilidades
  - > R. 5: Utilización de un anti-virus permanentemente actualizado
  - > R. 6: Desarrollo y mantenimiento de sistemas y aplicaciones seguros
- Despliegue de Medidas de Control de Acceso Robustas
  - > R. 7: Restricción del acceso a los datos a quienes lo tengan atribuido por su actividad.
  - > R. 8: Asignación de identificadores (códigos de usuario) únicos a cada persona que disponga de acceso informático
  - > R. 9: Restricción en el acceso físico a los datos de los titulares
- Monitorización y comprobaciones de las redes regularmente
  - > R. 10: Registro y monitorización de cualquier acceso a recursos de red y a datos de titulares
  - > R. 11: Comprobación regular de los sistemas y los procesos de seguridad
- Mantenimiento de una Política de Seguridad de la Información

**Adecuación de la entidad para superar la auditoría. Documentación a preparar para el auditor. Proceso de la auditoría. Costes de la auditoría (esfuerzo propio y costes de la entidad auditora)**

#### Ventajas competitivas de quienes superan la auditoría PCI DSS

**Julían Inza**  
Presidente  
ALBALIA INTERACTIVA

**La experiencia práctica de ATCA en la adopción del estándar de transacciones con tarjetas**

**Pedro Sánchez**  
Director de Seguridad Informática  
ATCA

**11.30-12.00**  
**TECHTOUR FABRICANTES DE TERMINALES**

Los últimos avances en terminales a través de un recorrido guiado entre los *stands* de las empresas líderes del sector presentes en EXPO **cit**.

Se visitarán los siguientes *stands*:

- > **Sagem**
- > **Thales**
- > **Verifone**



## Sesiones de Libre Acceso

Madrid  
Miércoles, 2 de Abril de 2008

### SIM & JAVACARD Up to Date

Horario: 16.30 - 18.30 h.

**Cuáles son los desafíos tecnológicos de Smart Cards en telecomunicaciones. Sim Toolkit en Javacard interoperable**

**La evolución de las tarjetas de la 2ª a la 3ª generación**

**Smart Cards de gran capacidad de memoria**

**La autenticación en redes WLAN y redes IMS con Smart Cards**

Madrid  
Jueves, 3 de Abril de 2008

### Biometría & Smart Cards

Horario: 10.30 - 14.00 h.

**Estado actual de la Identificación Biométrica: ¿dónde nos encontramos y hacia dónde vamos?**

- ¿Ha llegado el momento de pasar de la biometría como sistema de identificación a sistema de autenticación?, ¿es el paso más lógico?
- La base de datos en el registro biométrico, si es muy grande, ¿el proceso sería más lento? y, por tanto, ¿se limitaría su aplicación a determinados medios de pago que no requieren tanta agilidad?
- Seguridad: ventajas y desventajas del proceso
- Los estándares en Biometría y en su integración con *Smart Cards*
- Evaluación y Certificación de sistemas y dispositivos biométricos

**Raúl Sánchez Reillo**

Director del Grupo Universitario de Tarjeta Inteligente  
UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

**Match on card biométrico con tarjeta inteligente**

**Yolanda del Moral Armenteros**

Area de Seguridad y Sistemas

SIEMENS ENTERPRISE COMMUNICATIONS

**Sistema de Identificación Dactilar para la Renovación de la Demanda de Empleo en el Servicio Andaluz de Empleo**

**Enrique Ventura**

Director Técnico

AST

**La huella digital aplicada a la gestión de identidades**

- Autenticación biométrica
- Acceso lógico
- Acceso físico
- Otros ámbitos de aplicación

**Jorge Urios**

CEO

VANIOS CONSULTING

11.30-12.00

**TECHTOUR SOFTWARE DE APLICACIONES PARA TARJETA Y BIOMETRIA**

Los últimos avances en tecnologías biométricas y novedades en aplicaciones de software a través de un recorrido guiado entre los *stands* de las empresas líderes del sector presentes en EXPO cit.

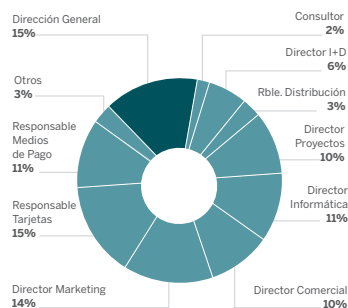
Se visitarán los siguientes *stands*:

- > **ADL Partner**
- > **Ecotel**
- > **Getronics Grupo Tecnomcom**
- > **GFI-AST**
- > **Opencard**
- > **SeMarket**
- > **Siemens**

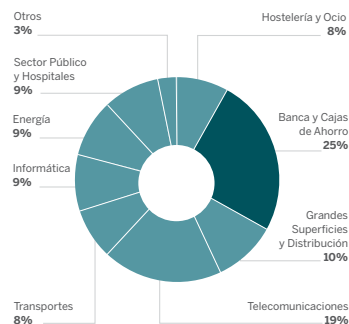
Cómo valoran **EXPO cit** los asistentes de la edición de 2007  
→ **96%** resolvió sus dudas y valora como muy positiva la visita

#### Quién asiste a EXPO cit

##### Cargos



##### Sectores



# Nuestros Partners



## Head Sponsor



**Atos Origin** es una compañía internacional de servicios de tecnologías de la información con una destacada trayectoria de conocimiento y experiencia en el sector de servicios financieros, donde nuestros sistemas procesan millones de transacciones cada día. Nuestra experiencia nos permite mejorar la eficiencia y reducir los costes de sus sistemas TI consiguiendo un crecimiento mayor y más duradero. Además, nuestras soluciones pueden ser desarrolladas y adaptadas a sus situaciones y estrategias individuales.

Nuestro objetivo es transformar la visión estratégica de nuestros clientes en resultados mediante una mejor utilización de soluciones de consultoría, integración de sistemas y outsourcing.

Con 50.000 profesionales en 40 países y una facturación anual de 5.800 millones de euros, **Atos Origin** es partner tecnológico mundial para los Juegos Olímpicos, y sus clientes son grandes compañías internacionales de todos los sectores de actividad.

Para más información: [www.es.atosorigin.com](http://www.es.atosorigin.com)

No dude en contactar con nosotros en: [es-marcom@atosorigin.com](mailto:es-marcom@atosorigin.com)

## Track Sponsors



## + 50 Expositores



\* Confirmados a 05/02/08

## Invitación gratuita

EXPO



Exposición Ibérica de  
SmartCards, Identificación  
y Medios de Pago

**Madrid, 1, 2 y 3 de Abril de 2008**

Palacio Municipal de Congresos. Campo de las Naciones

Consiga ya su invitación  
para asistir a EXPO **cit'2008** en  
**[www.iir-cit.com](http://www.iir-cit.com)**

**iir España**  
Know-how. People. Results.



### Infórmese

- ▶ [info@iir.es](mailto:info@iir.es)
- ▶ [www.iir-cit.com](http://www.iir-cit.com)
- ▶ Tel: 91 700 48 70 / 902 12 10 15
- ▶ F: 91 319 62 18
- ▶ Príncipe de Vergara, 109  
28002 Madrid

☐ Sí, deseo registrarme como Visitante  
a ExpoCIT 2008

CC0036EX

Div. C/IC

En cumplimiento con el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que los datos personales que aporte en el presente formulario serán incorporados a los ficheros de "Institute for International Research España, S.L.", debidamente inscritos ante la Agencia Española de Protección de Datos, y cuyas finalidades son la gestión y cumplimiento de la relación establecida como consecuencia de la inscripción en el evento a que hace referencia, así como la gestión por parte de IIR de la selección de los asistentes al mismo, así como la realización de envíos publicitarios acerca de las actividades, servicios, ofertas, promociones especiales y de documentación de diversa naturaleza y por diferentes medios de información comercial, además de la gestión de la información de la que se disponga para la promoción de eventos, seminarios, cursos o conferencias que pudieran resultar de interés para los inscritos, de acuerdo con las labores de segmentación y obtención de perfiles relativa a los mismos, todo ello al objeto de personalizar el trato conforme a sus características y/o necesidades. Mediante la presente, usted queda informado y consiente que sus datos puedan ser cedidos a patrocinadores, publicaciones, expositores en ferias u otros sujetos en base a la relación que IIR mantiene con los mismos para procurar una mayor eficiencia de la gestión de sus actividades. Para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición de sus datos por parte de IIR, deberá remitir un escrito identificado con la referencia "Protección de Datos" a "Institute for International Research España, S.L.", con domicilio social en la calle Príncipe de Vergara nº 109, 28002 Madrid, en el que se concrete la solicitud y al que acompañe fotocopia de su Documento Nacional de Identidad.

**Esta invitación es exclusiva para el área EXPO. No es válida para la Conferencia**

### Novedad

Participe en el blog de **cit**  
**[www.citdospuntocero.blogspot.com](http://www.citdospuntocero.blogspot.com)**

PDF

Para inspección postal, abrir por aquí

Por favor, rellene todos los datos

#### DATOS DE LOS ASISTENTES

NOMBRE

APELLIDOS

CARGO

DEP.

EMAIL

MOVIL

EMPRESA

DIRECCION

PROVINCIA

C.P.

TELEFONO

FAX