

ANDIGRAF

PUBLICAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS E DA COMUNICAÇÃO ANO VI Nº 31



ESCOLA DIGITAL PARA GRAFICAS NO NORDESTE

A Escola Gráfica do SINDUSGRAF-PE
nasce da parceria SENAI e Xerox do Brasil

Três anos da ANDIGRAF

Mil dias em defesa do setor
gráfico e da comunicação
de todo o Brasil

Mercado gráfico

Pesquisa aponta
tendências da indústria
gráfica nacional

A PRINCIPAL FEIRA DE IMPRESSÃO DIGITAL



20 A 23 DE OUTUBRO DE 2021

EXPO CENTER NORTE | SÃO PAULO

Inscreva-se **GRATUITAMENTE**
agora mesmo, acessando o
QR CODE ou o nosso site:
www.fespabrasil.com.br



Diretoria Executiva Andigraf

ROBERTO CARLOS MOREIRA-MA
PRESIDENTE
RAUL EDUARDO FONTENELLE FILHO-PE
1º VICE-PRESIDENTE
PEDRO FAUSTO DE OLIVEIRA- RN
2º VICE-PRESIDENTE
JAMES HERMES DOS SANTOS- PI
VICE-PRESIDENTE REGIÃO NORDESTE
ROBERTO DE LIMA CAMINHA FILHO-AM
VICE-PRESIDENTE REGIÃO NORTE
JOÃO BATISTA ALVES DOS SANTOS- DF
VICE-PRESIDENTE REGIÃO CENTRO OESTE
AGUINALDO REZENDE-MG
VICE-PRESIDENTE REGIÃO SUDESTE
SERGIO CARLOS FERREIRA TAVARES-TO
DIRETOR SECRETÁRIO
GLINER DE SOUZA BORGES-TO
DIRETOR SECRETÁRIO ADJUNTO
EDUARDO CARNEIRO MOTA-PE
DIRETOR FINANCEIRO
ANTONIO CARLOS P. DA SILVA-PE
DIRETOR FINANCEIRO ADJUNTO
RAIMUNDO PEREIRA DA SILVA-RO
SUPLENTE DA DIRETORIA
LUIZ GONZAGA DE ANDRADE-PI
SUPLENTE DA DIRETORIA
ADENIO MENDES QUEIROGA-MA
SUPLENTE DA DIRETORIA

CONSELHO FISCAL
WALTER CASTRO DOS SANTOS-SE
CARLOS JORGE DA SILVA LIMA- PA
LUIZ ANTUNES MARTINS BRITO-CE

SUPLENTE DO CONSELHO FISCAL
JOSÉ AFONSO BOAVENTURA DE SOUZA-AC
ROBERTO JOSÉ BASTO FERRAZ-PI
FRANCISCO EULÁLIO SANTIAGO COSTA-CE

Revista ANDIGRAF
Tiragem: 5000
Março e Abril 2021
Setor Comercial Sul, Quadra 09,
Bloco C, Torre C, Edifício Parque Cidade
Corporate, Sala 1003, Asa Sul,
Brasília, Brasil. 70308-200 -
contato@andigraf.com.br

Comissão Responsável:
Roberto Carlos Moreira
Eduardo Carneiro Mota
Sérgio Carlos Ferreira Tavares

Colaboradoras:
Ivana Freire e Jocasta Alves
Jornalista:
Paulo Gonçalves – Reg. 1762 MTE.
Revisão:
Fernanda Araruna
Projeto Gráfico:
Pablo Lins

Acesse o
site pelo
QR Code



O futuro do trabalho

No mês de março, fomos apresentados ao Microsoft Mesh, plataforma digital de realidade mista, realidade virtual e realidade aumentada, que possibilitará a interação entre pessoas a qualquer distância uma da outra.

Equipados com visualizadores Hololens, poderão participar de reuniões estando em qualquer lugar, interagindo com outras pessoas como se estivessem fisicamente presentes. As distâncias serão canceladas por uma espécie de teletransporte virtual de pessoas que se aproximam sem sair de casa. Perto dos olhos e perto do coração, ao contrário do que diz a música.

Desenvolvido e projetado para funcionar em uma variedade de dispositivos, incluindo óculos de realidade virtual tradicionais, telefones e outros, é mais um capítulo no avanço das ferramentas de trabalho – acelerado nessa pandemia.

O primeiro alvo do Mesh são as empresas, que podem reduzir o número de reuniões ao vivo. Em segundo, com uso da Inteligência Artificial, ele poderá encontrar aplicação no campo da indústria mecânica. Os hologramas farão manutenção, instrução de máquina, start-up, tudo remotamente. O que nos leva à primeira pergunta: quem vai fazer as impressoras rodarem e quem vai inserir o papel? Pode-se responder que se ainda não chegamos lá, está muito perto, pois a evolução não para. O que nos leva à segunda e definitiva questão: mas como vamos viver sem o cheiro de papel e tinta?

EDITORIAL

Wingraph Bremen



BREMEN
S I S T E M A S

A ferramenta poderosa para melhorar a gestão da sua gráfica

mais eficiência
mais performance
mais funcionalidades



Organize em um só lugar informações valiosas para tomadas de decisões precisas, com dados sincronizados em nuvem em tempo real, otimizando processos, maior entrega de resultados, redução de custos e aumento de ganhos, descobrindo novas tendências e oportunidades de negócios. Conheça nosso B.I.

www.bremen.com.br | 47 3035-1022
Rua Frei Estanislau Schaette, 526 - Sala 03 - Asilo, Blumenau - SC, 89037-000.
contato@bremen.com.br | @bremensistemas

 Agende uma demonstração humanizado

Índice

06

ANDIGRAF
Hora de comemorar e crescer
Três anos em defesa da indústria gráfica e da comunicação brasileira



20

O Brasil precisa de livros



O Brasil precisa de livros

O Sindicato da Indústria Gráfica do Estado do Ceará – Sindgrafica-CE repudia, veementemente, a taxação de livros. A medida, além de muito antipática, é inconstitucional, pois a isenção de impostos na produção literária foi garantida na Constituição de 1946. Em julho do ano passado, o governo federal propôs um projeto de lei para a extinção do PIS e COFINS sobre livros, a única tributação sobre Bens e Serviços (CBS). Entre as alternativas propostas, o governo queria que os livros fossem tributados e passaria a ter uma alíquota de 12% (CBS). A justificativa da Receita Federal, em extinguir a atual isenção é que o consumo de livros está concentrado na faixa mais rica da população, o documento menciona a Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2019 do IBGE, segundo a qual famílias com renda de até dois salários mínimos não consomem livros não didáticos e que a maior parte desses livros é consumida por famílias com renda superior a 10 salários mínimos.

24

O eterno aprendizado me inspira e motiva



38

A importância dos exercícios físicos para a saúde física e mental na pandemia

41

Pesquisa: O lugar do papel em um mundo pós-pandemia



ANDIGRAF

Hora de comemorar e crescer

Três anos em defesa da indústria gráfica e da comunicação brasileira

No dia 22 de março de 2018, foi realizada a assembleia de fundação da ANDIGRAF – Associação Nacional das Indústrias Gráficas e da Comunicação. Era uma quinta-feira agitada na ExpoPrint, a grande feira do setor, quando representantes de 14 Sindicatos da Indústria Gráfica, dezenas de empresários de vários estados e numerosos fornecedores do setor assinaram fichas de filiação à Entidade que nascia para atender às imensas carências da maioria das indústrias gráficas e da comunicação de todos os portes (micro, pequenas, médias, grandes), de todas as Regiões e Estados do País, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Três anos passados, a ANDIGRAF, não só cumpriu com todos os objetivos iniciais, como também já estabeleceu uma forte ligação com o setor de impressão digital e comunicação, que não se sentia representado. Conseguiu, também, a integração de toda a cadeia de impressão no País inteiro, reunindo empresários, fornecedores e profissionais que estão diariamente conectados e trocando informações a partir da rede desta inovadora Associação.

Para comemorar esse terceiro aniversário de trabalho árduo e bastante proveitoso (apesar das imensas dificuldades impostas ao setor pela crise pandêmica), publicamos abaixo depoimentos de dirigentes que compõem a diretoria da Associação.



Roberto C. Moreira
Presidente

Estávamos com tudo pronto para um 2020 bem maior do que fora 2019, com previsão de mais onze eventos, e um maior volume de serviços oferecidos em maior número de empresas envolvidas. Daí, veio a grande surpresa mundial: o Covid-19, que praticamente paralisava todas as nossas atividades, o que nos forçou a nos reinventar, o que fizemos rapidamente: nos associamos ao CCA (Comitê de Consultores Associados), formado por especialistas, professores e técnicos da área gráfica. Juntos ao Canal Papo Net, promovemos 56 horas de lives e debates sobre como reduzir danos financeiros na pandemia, com temas ligados a pessoal, vendas, gestão, recursos financeiros, negociação com bancos, busca de novos mercados, etc. Foi bastante conteúdo, que continua disponível em nosso site www.andigraf.com.br.

A partir da eclosão da pandemia, sabíamos que vários patrocínios seriam suspensos, até porque, a maioria das empresas julgava que a crise Covid-19 teria uma duração de aproximadamente seis a nove meses, o que na verdade não aconteceu.

Em novembro de 2020, já tínhamos uma curva de contágio reduzida e os negócios começavam a voltar a números melhores, porém, bem inferiores ainda aos de anos anteriores. Naqueles meses, decidimos acertadamente adiar para 2021 o nosso maior evento anual, o Prêmio J. C. Cordeiro, mantendo como sede da festa a cidade de Natal – RN, com a data prevista para 24 de setembro. Acreditamos que até lá, mais de 50% da população já esteja vacinada, e a segunda onda, que veio a partir de janeiro de 2021, com pico em abril, tenha se contido e voltado, no mínimo, aos números de novembro de 2020.

Neste meio tempo, além de provocar milhares de

Três anos de sucessos e desafios

Ao iniciar as atividades da ANDIGRAF, optamos por nos impor uma tarefa ainda mais pesada: além de fundar uma associação sem recursos, decidimos não cobrar taxas de associados, ou seja, iniciávamos sem verbas e assim nos manteríamos até ter a credibilidade necessária para angariar apoio financeiro com patrocinadores.

Para nosso espanto, o crescimento foi vertiginoso. Já no segundo semestre do primeiro ano, tínhamos renda que sustentava a entidade parcialmente, o que não estava previsto em nossas metas. Foi um 2019 fantástico.

Realizamos, no primeiro ano, onze eventos em dez diferentes capitais, e tínhamos um plano de chegar a todas as 26 capitais até o início do terceiro ano, sempre levando otimismo e ideias de como o pequeno industrial gráfico poderia melhorar seu empreendimento e como se aproximar dos grandes fornecedores da cadeia da indústria gráfica e da comunicação - o principal objetivo de nossa entidade, que se baseia no apoio ao empreendedor, buscando alternativas em um País tão difícil e hostil ao empreendimento.

mortes, o Covid-19 arrasou milhares de CNPJs e o mundo das gráficas passa por momentos que torna a necessidade de se associar cada vez mais urgente para a sobrevivência e enfrentamento ao que virá, pois não foi só o Covid-19: com ele veio a redução no consumo, a ampliação da pobreza extrema, pela primeira vez em anos. A classe média perdeu milhares de integrantes para as classes menores, o desemprego disparou e os governos estaduais e o federal se endividaram a níveis nunca vistos. Um caos perfeito.

A sociedade no mundo se transformou. O home office, que era uma novidade e exceção, passou a ser a tônica do futuro em uma nova geração de pessoas que passaram a ficar em casa cada vez mais. Com isso, o mercado de embalagem para delivery e de encomendas disparou, a celulose saiu de U\$ 600 a tonelada para quase U\$ 1.100; o mercado de aparas e reciclagem diminuiu bastante, em virtude das cooperativas não estarem funcionando por recomendação sanitária, o que elevou o preço do papelão em menos de dois anos em mais de 140%; e o papel cartão em mais de 80%, além da pesada variação cambial, onde a maioria de nossos insumos são atrelados à moeda americana, tornando a vida do empresário de nosso setor um inferno perfeito.

Mas, afinal, para que fomos criados? Para inovar, para buscar saídas de como empreender melhor e como melhorar a vida do empresário da Indústria Gráfica e da Comunicação. Então, não vamos esmorecer e vamos continuar lutando, agora com mais afinco, para buscar novas metas. Já identificamos que as empresas necessitam de um novo empréstimo governamental em condições especiais, semelhantes ao Pronamp, um novo Refis, bem mais

elástico e com perdão parcial de juros e de toda a multa. Precisamos do apoio cada vez maior do Sistema S, para-governamental (de cooperação com o Poder Público), e que agora precisa se readequar rapidamente ao Telensino e à capacidade de preparar o empresário para um novo momento, bem mais difícil do que aquele apresentado em novembro de 2019.

Em médio prazo, precisamos de uma boa reforma tributária, em que se reduza os impostos sobre o consumo e se transfira a tributação para a formação de riqueza; uma melhora na reforma trabalhista, possibilitando a contratação por hora trabalhada e, também, em caráter temporário, reduzindo assim o desemprego e facilitando o crescimento gradual da economia, que vai ser penalizada por anos, até recuperar os números de 2019.

Mais especificamente, precisamos regular o mercado de papel e papelão, permitindo a importação com alíquota próxima de zero e um ICMS próximo de 2%, para isso, precisamos da sensibilidade de nossos governadores e de nosso Governo Federal, afinal, as embalagens são a primeira matéria prima dos produtos industrializados, e, por incrível que pareça, a redução de impostos trará uma maior arrecadação, pois dará competitividade para a indústria nacional e um maior volume de faturamento, ajudando assim a recuperar mais rapidamente a economia.

Estamos chegando à metade de nosso terceiro ano, com poucos recursos, muito trabalho e uso de criatividade. Conte conosco, junte-se à nossa entidade, que com os parceiros e associados se tornará uma porta de saída para centenas de problemas que se agravaram nos últimos dois anos.



“A ANDIGRAF nasceu da necessidade das gráficas do Norte e Nordeste em relação aos seus pleitos junto à entidade nacional. Desde então, a ANDIGRAF desempenha papel fundamental para resolver as nossas questões. Além disso, a Associação possibilitou mais união entre os Sindicatos das duas regiões, criando um verdadeiro link de resoluções, amizades, parcerias, bem-querenças e respeito. Dentre outras realizações, destaco o Prêmio JCC, que já faz parte do nosso calendário e só tende a crescer. Lembramos, também, dos nossos pleitos que estão tramitando no Congresso Nacional, junto aos nossos deputados e senadores, como a Reforma Tributária, entre outros. Por tudo isso, muito em breve a ANDIGRAF estará entre as principais entidades do País”.

Raul Fontenelle
1º Vice-Presidente Nacional



“A ANDIGRAF tem sido muito importante, em especial, para as micro e pequenas empresas, que não tinham acesso às informações precisas e úteis que recebemos hoje, através da entidade. Outro ponto essencial do trabalho da Associação é o entrosamento e aproximação entre as gráficas e os fornecedores. É muito valioso esse acesso para as empresas de menor porte do Norte e Nordeste, porque abre portas para encontrar alternativas de compras, o que antes não existia. Outra grande realização é a expansão do Prêmio de Excelência Gráfica para as duas Regiões. Ele tem uma importância muito grande para a integração e encontros entre parceiros dos vários Estados. Em resumo, é uma entidade que veio para ficar e desenvolver um trabalho bem diferenciado. Nós só temos a elogiar os dirigentes que mais se dedicam à ANDIGRAF, a exemplo do presidente Roberto, mas é muito importante que todos colaborem com ideias e fortaleçam a nossa Associação”.

James Hermes
2º Vice-Presidente Nacional:

“A ANDIGRAF é a sociedade dos gráficos que nasceu para representar todas as gráficas do Brasil – este País que começa no Oiapoque e vai até o Chuí. Ela se faz representar por pessoas dignas e que representam o setor gráfico de todo o País. Parabéns à Associação que representa a Indústria Gráfica e da Comunicação Nacional”.

Roberto Caminha
Vice-Presidente da Região Norte



“A ANDIGRAF nasce com uma proposta totalmente inovadora e aberta. Um projeto revolucionário, onde associados não têm custos de adesão e manutenção. Recebendo apoio em suas demandas, tanto técnica quanto jurídica, com palestras e capacitações. Conhecendo as propostas deste modelo de associativismo, fiquei motivado e me integrei neste time. São três anos de excelentes resultados. Parabenizo o Presidente Roberto, a diretoria e toda equipe, que mesmo nestes momentos difíceis que passamos, não têm medido esforços para ajudar. Parabéns ANDIGRAF”.

Sérgio Tavares
Diretor Secretário



“É com muita alegria que chegamos ao terceiro ano da Associação, que nasceu, principalmente, para atender às necessidades dos pequenos e médios empresários. Tínhamos essa falta de atenção para conosco, pois a maioria das entidades se preocupa mais com os grandes empresários, que já conseguem resolver os seus problemas sem precisar de apoio. A ANDIGRAF veio para que possamos nos ajudar de maneira muito democrática e transparente, envolvendo empresários e fornecedores de todos os segmentos da indústria gráfica e da comunicação. Existem muitas conquistas nesses três anos e fizemos várias parcerias com os fornecedores e entidades de apoio. Registre-se que é a primeira entidade do setor que nasceu sem precisar sacrificar o empresário gráfico. Fomos buscar recursos junto aos fornecedores e já somos exemplo: algumas entidades já imitam o nosso sistema de não cobrar mensalidade pelos serviços prestados. Essa é uma máxima que adotamos desde o início e, até hoje, tem funcionado muito bem. Graças a Deus, a ANDIGRAF vai muito bem obrigado. Tivemos dificuldades nesta pandemia, como o mundo inteiro teve, mas estamos no terceiro ano, para mostrar a nossa força ao Brasil inteiro e para o mundo - já que começamos a ter reconhecimento internacional por parte de empresas fornecedoras de vários países. Quero parabenizar a todos os dirigentes que formam esse grande exército da indústria gráfica nacional, ligado à ANDIGRAF”.

Eduardo Mota
Diretor Financeiro



“A ANDIGRAF veio para unir e defender a indústria gráfica e ajudar a solucionar as dificuldades das empresas, principalmente todas as de micro e pequeno porte, junto aos distribuidores de matéria prima do nosso setor. Sobretudo agora, neste período de isolamento, a ANDIGRAF é um canal de comunicação muito importante para a união e defesa de todas as gráficas brasileiras. Parabéns à Associação pelos três anos de existência!”

Luiz Andrade
Suplente da Diretoria



“Parabenizo a Diretoria pelo trabalho à frente da Entidade que zela pelos interesses do setor gráfico, principalmente das pequenas e micro empresas, que formam a maioria e são as que mais sofrem com a crise que o País enfrenta. A ANDIGRAF fornece ao setor gráfico informações sobre assuntos muito importantes e a que o pequeno gráfico nem sempre tem acesso. Quero destacar, também, a atitude da Associação durante a pandemia, o apoio que deu aos seus associados, com palestras online e lives diárias sobre temas muito importantes, nos dando ideias sobre como sair da crise e o que fazer para enfrentar a pandemia. O trabalho de agregar e defender os empresários de todas as regiões, em prol da nossa classe, é fundamental. A ANDIGRAF está de parabéns e precisa ser fortalecida por todos os empresários gráficos do País”.

Gliner de Souza Borges -
Diretor Secretário



“A ANDIGRAF desempenha um papel essencial para o setor no Brasil. Para nós, que atuamos na Região Norte, é ainda mais importante. Liderada pelo presidente Roberto Carlos Moreira, a ANDIGRAF tem cumprido com excelência sua missão de defender os interesses da nossa categoria. É um orgulho e uma honra fazer parte de uma Associação que compartilha conhecimento e nos dá voz nas discussões em busca de melhorias no ambiente dos negócios do setor gráfico. Temos crescido bastante enquanto Associação e tenho certeza de que iremos alcançar ainda mais destaque com os rumos que temos seguido. Parabéns, ANDIGRAF!”.

José Afonso Boaventura
Conselheiro Fiscal



Assembleia de fundação

São Paulo, 22/março/2018



FIEPE

ISI-TICs é um marco para inovação

Com a inauguração do Instituto SENAI de Inovação para Tecnologias da Informação e Comunicação (ISI-TICs), no dia 15 de abril, o SENAI Pernambuco deu um passo importante rumo à inovação no Estado. É que, com a inauguração oficial deste equipamento, a instituição se consolida como uma referência nacional para o desenvolvimento de novas soluções que agregam tecnologias como inteligência artificial, aprendizagem de máquina, big data, computação nas nuvens e internet das coisas. A cerimônia virtual contou com as participações do presidente do Sistema FIEPE, Ricardo Essinger, da diretora regional do SENAI-PE, Camila Barreto e, por vídeo, do presidente da CNI, Robson Braga de Andrade.

Destacando a importância desta entrega para as indústrias do Estado e também para a sociedade, Essinger reiterou a força do equipamento neste momento, em que o mundo vive uma pandemia devastadora. “O mundo mudou e percebemos o quanto esse processo de transformação digital vem ajudando as nossas indústrias a se tornarem ainda mais competitivas”, disse. Para a diretora regional, Camila Barreto, este momento se consagrou como uma



Ricardo Essinger, presidente do Sistema FIEPE

etapa importante da aplicação de soluções inovadoras aos processos produtivos. “Elas conseguiram abrir portas e, mais do que isso, a mentalidade para a cultura da inovação dentro das empresas. É justamente para colaborar com esse processo que o SENAI existe, para contribuir com a elevação da competitividade da indústria por meio da educação profissional e tecnológica, realizando transferência de tecnologia e inovação”, disse na oportunidade.

Toda a estrutura foi apresentada pelo diretor interino do ISI-TICs, Adriano Gomes, e pelo diretor industrial interino do SENAI-PE,

Oziel Alves. O ISI-TICs integra a rede SENAI de Inovação, composta por 27 institutos de pesquisa temáticos espalhados por todo o País e focados em diferentes competências, com o objetivo de apoiar, de forma integral, o desenvolvimento de soluções inovadoras para atender às necessidades da indústria. Em 2020, o ISI-TICs ultrapassou a marca de 130 projetos contratados, que somam investimentos da ordem de R\$ 36 milhões. No total, 67 empresas foram beneficiadas.

Vale ressaltar que a sede do ISI-TICs está inserida em um edifício de seis pavimentos, que soma 22 mil m² e que conta, ainda, com ambientes equipados com maquinário industrial de ponta, incluindo laboratórios de automação, eletrônica analógica, eletrônica digital e manufatura avançada, que hoje são utilizados pelos alunos da Escola Técnica SENAI Santo Amaro. Além disso, o SENAI também atua fortemente na oferta de serviços metrológicos especializados e de consultorias voltadas para o aumento da competitividade industrial. Um investimento de R\$ 54 milhões, entre obras e equipamentos, que conta com o financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).



Camila Barreto, diretora regional do SENAI-PE





Escola Gráfica será instalada no prédio novo do SENAI Pernambuco

Pernambuco

Parceria Xerox e Senai-PE inaugura Escola Gráfica do SINDUSGRAF-PE

A Escola funcionará no prédio do Instituto SENAI de Inovação para Tecnologias da Informação e Comunicação, com equipamentos da Xerox

A qualificação profissional da mão de obra sempre foi uma grande preocupação dos empresários gráficos, que a consideram uma das razões para a baixa produtividade no trabalho. É, de fato, uma exigência inevitável nesta etapa da transformação digital, em todas as empresas que pretendam continuar competitivas e acompanhando o ritmo de inovação do

mercado.

Os empresários gráficos de Pernambuco já podem comemorar a resposta que o SINDUSGRAF-PE deu à questão. Ainda neste ano, será inaugurada a Escola Gráfica Digital viabilizada através da parceria Xerox do Brasil e Senai-PE. A Escola será um espaço de formação e atualização profissional, visando agregar valor e

impulsionar qualidade aos produtos e serviços das indústrias gráficas e da comunicação.

A iniciativa surgiu durante a gestão do ex-presidente do Sindicato, Eduardo Mota, que levou o projeto adiante, trabalhando lado a lado com a gerente regional Nordeste da Xerox do Brasil, Maria Duarte. Foi essa dupla que trabalhou na sensibilização dos

parceiros, elaborou a proposta inicial e fez a ideia sair do papel.

Impulso à produtividade

Comemorando a viabilização do projeto, o presidente do SINDUSGRAF-PE, Antônio Carlos Pereira, disse que “a Escola vai impulsionar as indústrias de menor porte, que sofrem hoje com a falta de mão-de-obra qualificada para o trabalho digital. Haverá uma maior inclusão das empresas que ainda não absorveram esse tipo de tecnologia, gerando mais qualidade e competitividade na indústria gráfica”.

Na opinião de Eduardo Mota, “É uma conquista muito importante da indústria gráfica de Pernambuco e do Nordeste, que dá um passo importante para atualizar a formação profissional nas empresas gráficas e aumentar a sua capacidade técnica. Foi um trabalho de relacionamento durante

muitos meses, várias reuniões e apoios fundamentais dos parceiros, que transformam em realidade mais esse sonho do setor”.

Parceria Senai / Xerox

Na parceria, o SENAI PE sediará a Escola e ficará responsável pelo desenvolvimento e aplicação dos cursos de qualificação e atualização na tecnologia digital. A Escola Gráfica ocupará espaço de 220 m², localizado no segundo andar do Senai Pernambuco - Av. Norte, 539, Santo Amaro, Recife - PE.

A Xerox do Brasil cederá, em comodato, soluções de hardware e software, a exemplo de impressora multifuncional C70 Xerox, com acabamento, grampeamento e servidor EFI integrado e IOT principal; impressora multifuncional XEROX Versant 180, com bandeja de alta capacidade, servidor EFI externo e IOT principal, além da retaguarda

necessária para operacionalização do Projeto - engenheiros, suporte técnico, suprimentos e peças.

“Essa tecnologia é o que as gráficas mais atualizadas do mundo utilizam e as pequenas gráficas precisam também adotar. Para sobreviver e lucrar, no atual mercado, é preciso aumentar a capacidade técnica dos funcionários e atualizar a forma de produzir”, disse Eduardo.

Segundo Maria Duarte, “haverá soluções de alta tecnologia para o setor gráfico, disponíveis num ambiente preparado. A parceria com o SENAI e o SINDUSGRAF-PE foram essenciais para termos o projeto aprovado nos parâmetros exigidos”, ela afirma.

A gerente Nordeste da Xerox confessa que ficou muito feliz com o projeto. “Temos certeza que haverá um grande ganho para a Região Nordeste, com geração de negócios, além do impacto social



Xerox® Versant

Uma impressora de produção compacta e poderosa a 80 ppm. Imprime de envelopes e banners a livretos sem margem



gerado pela especialização de pessoas capacitadas para atuarem com tecnologia digital e de forma profissional no setor gráfico”.

Formação profissional

De acordo com a diretora regional do SENAI de Pernambuco, Camila Barreto, a Escola Gráfica do SINDUSGRAF “é extremamente importante, pois será a única escola em Pernambuco com competência de formar uma mão de obra qualificada, atendendo as necessidades da indústria gráfica. Ela nasce em momento também muito oportuno, pois a cada vez mais a qualificação adequada vem sendo exigida pelo mercado de trabalho. O jovem hoje precisa de uma formação de qualidade e desenvolver competências para garantir a entrada no mercado”.

A opinião é compartilhada pela Diretora de Educação do SENAI PE, Carla Araújo. “A formação profissional é imprescindível para quem quer se inserir no mercado, como também para requalificar quem está atuando na área. A Escola Gráfica no SENAI permitirá que o segmento aumente a sua atuação e eleve sua competitividade com um profissional diferenciado no mercado”. Carla informou que “os cursos a serem ofertados para o segmento gráfico farão o diferencial na vida dos jovens interessados, oportunizando sua inserção no mercado de trabalho e a possibilidade de mudança de vida com seu emprego”.

Impressora multifuncional
C70 Xerox Impressão, cópia,
digitalização, visualização, e-mail



Como avançar suas oportunidades?



Impressoras digitais Xerox®
Impressione os clientes com excepcional qualidade
de imagem em cores e aumente seus negócios.

xerox.com/producao

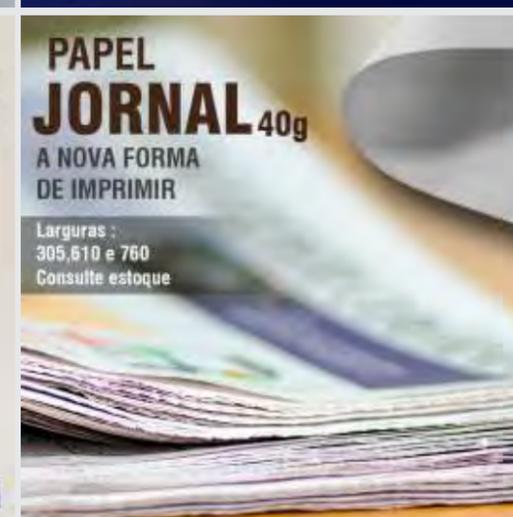
Partner Logo

partnersite.com/xerox
Telephone number





Distribuição de papéis para gráficas, editoras e empresas jornalísticas. Experiência no negócio e credibilidade no mercado fazem da Tecpel uma das mais importantes distribuidoras de papel do Brasil.



OS MELHORES FABRICANTES

40 ANOS DE EXPERIÊNCIA

ATUAÇÃO EM TODO BRASIL



Recife (81) 2101.5000
São Paulo (11) 2985.4405
Rio de Janeiro (21) 3570.3660
Paraná (41) 3077.8510
Rio Grande do Sul (51) 3237.2357

www.tecpel.com.br
Tecpel_distribuidora
Tecpel Distribuidora
Tecpel





Pernambuco

SINDUSGRAF completa 82 anos

No dia 28 de março, o SINDUSGRAF-PE completou 82 anos de existência e trabalho em defesa dos interesses dos industriais gráficos de Pernambuco.

A primeira gestão do Sindicato teve início em 1939, sob a presidência de Antônio Alves Pereira, que era proprietário da Livraria e Papeleria Universal, localizada na Av. Rio Branco, nº 50, no Bairro do Recife. Segundo o atual presidente, Antônio Carlos Pereira, “durante toda a sua história, o SINDUSGRAF cumpre com muito sucesso a missão de defender os interesses da nossa indústria gráfica, com uma trajetória de muitas realizações, como estão registradas no livro em

comemoração aos 80 anos da entidade”. O presidente refere-se ao livro “80 Anos Imprimindo História”, que conta a história da instituição e dos principais personagens da indústria gráfica pernambucana, nestas oito décadas.

“Hoje o Sindicato continua atuando como legítimo representante das empresas gráficas de todo o Estado, implementando uma série de ações importantes para viabilizar o desenvolvimento da atividade industrial gráfica”, diz

Antônio. Ele destaca as parcerias, os cursos e treinamentos, as negociações salariais, os convênios e a Escola Gráfica, a ser inaugurada ainda este ano, como algumas das ações que contribuem para elevar a competitividade das empresas associadas. “Vivemos agora uma etapa muito difícil, mas com trabalho, criatividade, união e participação no Sindicato, vamos superar esse momento e imprimir uma nova fase de crescimento, no setor gráfico estadual”, completou.



www.maqtinpel.com.br | vendas@maqtinpel.com.br | @maqtinpel_mmg
11 2694-3311 | 11 98319-8223 | Rua Bresser, 1466/1474 - Brás - São Paulo/SP

CANTEADEIRA - TERMOLAMINADORA - SELADORA CONJUGADA - PÓ PARA RELEVO AMERICANO - FITA PARA HOT STAMPING



Materiais para acabamentos: Canteadeira; Seladora Conjugada; Termolaminadora; Pó para Relevo Americano, Importado e Nacional; Fitas para Hot Stamping metálicas, pigmentadas, holográficas, quente e a frio/foil, lisas e holográficas, em diversos tamanhos; Fornecimento de máquinas, peças e insumos para todas as impressões gráficas. Temos soluções da pré impressão à logística. Consulte-nos.

DIRETORIA SINDUSGRAF-PE Quadriênio 2020/2024

Antonio Carlos Pereira da Silva Presidente	Telefone: 81. 9 8248-0107 E-mail: graficairani@outlook.com
Eduardo Carneiro Mota 1º Vice-Presidente	Telefon: 81. 9 9291-5153 E-mail: eduardofazendauniao2@gmail.com
Luciano José Rodrigues Fonseca Vice-Presidente	Telefone: 81. 9 9989-9876 E-mail: olindagrafica@ig.com.br
Durval de Oliveira Costa Filho Vice-Presidente	Telefone: 81. 9 9971-4130 E-mail: stampa@satampador.com.br
José Batista dos Santos Filho Diretor Administrativo	Telefone: 81. 9 9975-4896 E-mail: contato_santapaulina@hotmail.com
Mariland Sobral Diretora Administrativa Adjunta	Telefone: 81. 9 9638-0007 E-mail: m_sobral2008@ig.com.br
Camilo José Loureiro Moutinho Diretor Financeiro	Telefone: 81. 9 9974-9889 E-mail: camillomoutinho70@hotmail.com
Maria Aparecida Moraes de C. Silva Diretora Financeira Adjunta	Telefone: 81. 9 7116-2109 E-mail: imograf.ltda@yahoo.com.br
Reinaldo Eryl Mafra dos Santos Diretor Plenário	Telefone: 81. 9 9971-9454 E-mail: mileniograficaeditora@hotmail.com
Rinaldo Pereira de Lima Diretor Plenário	Telefone: 81. 9 9730-2616 E-mail: graficapalmeiras@ig.com.br
Kátia Silveira Conselho Fiscal	Telefone: 81.9 9291-3532 E-mail: katiabelem4@gmail.com
Antônio Carlos Moura dos Santos Conselho Fiscal	Telefone: 81. 9 9245-5717 E-mail: carlosgraficareal96@gmail.com
Marli Lopes da Silva Suplente	Telefone: 81. 9 9541-4646 E-mail: mls.facaria2015@gmail.com
Cherbel Nader Suplente	Telefone: 81. 9 9104-9955 E-mail: nader@suassunacopiadora.com.br
Rosilda de Oliveira Lyra Suplente	Telefone: 81. 9 9713-8199 E-mail: litografpe@hotmail.com

Antônio Carlos Pereira
presidente do SINDUSGRAF-PE

Pernambuco Ferramentas para enfrentar a crise

Consultoria externa e sistema de gestão são as principais saídas para as indústrias gráficas nesse momento difícil

As consequências da Covid-19 na vida das indústrias gráficas de Pernambuco deixarão marcas impossíveis de esquecer. Infelizmente, este tem sido o quadro mais realista do “novo normal”. O nosso setor, que já enfrentava um pré-Covid difícil de encarar, tem sido duramente castigado pela pandemia global.

Há quem fale em recuperação, um otimismo que consola, mas muito longe daquilo que enfrenta a maioria das empresas. Outras pessoas, mais realistas, dizem que podemos levar até dez anos para voltar ao ponto em que estávamos no final de 2019. E não precisamos descrever os problemas que os empresários enfrentam e estão cansados de saber: dos custos dos insumos à queda nas vendas, fomos impactados em todos os aspectos. Seja como for, sabemos que a experiência desta pandemia mudará a indústria gráfica para sempre.

A grande questão, agora, é saber o que fazer para salvar as empresas sobreviventes, nesta nova realidade, cada vez mais digital e competitiva. Os especialistas falam na necessidade da indústria

gráfica se reinventar e otimizar a transformação digital nas diversas etapas do processo de produção. Não há mais lugar para improvisos: a tecnologia precisa ter papel estratégico na sua empresa e não apenas uma presença superficial e acessória. Para que essa transformação ocorra da melhor maneira, há duas dicas que todos os empresários gráficos devem adotar com a máxima urgência: consultoria externa e utilização de um sistema de gestão.

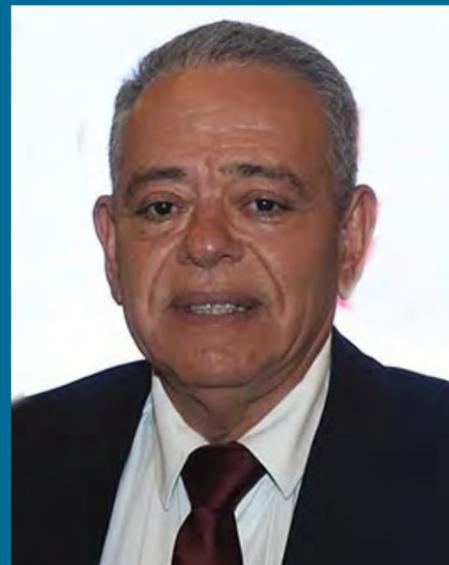
Nesta etapa da pandemia, ninguém sabe exatamente onde está a saída, o que está por vir ou se enfrentaremos outra crise dessa dimensão. Assim sendo, é fundamental que haja um plano para conduzir sua empresa através de emergências e garantir que ela esteja em uma posição mais equilibrada quando a situação melhorar. Ninguém melhor para ajudá-lo a executar esse plano que um consultor experiente e com uma visão externa para enxergar a sua empresa de ângulo privilegiado. Alguém em condições de observar as nuances e pensar de forma tática, baseando-se na

observação dos fatos, números e dados. Neste momento, consultoria é fundamental.

A dica sobre sistema de gestão é igualmente importante. Existe tecnologia disponível para automatizar as atividades da sua empresa, facilitando e agilizando o trabalho. As empresas gráficas, principalmente as de menor porte, precisam tirar proveito dessas ferramentas. Não há mais como sobreviver no mercado sem adotar as soluções digitais, que não apenas ajudam a administrar melhor o seu negócio, mas também melhora a experiência dos clientes. Chega de improvisos e de práticas caducas.

Deixo essas duas dicas fundamentais para a sobrevivência da sua gráfica, não importa o seu tamanho, o segmento em que atua ou a cidade em que esteja localizada. Não há como sair dessa situação sem consultoria e um bom sistema de gestão.

Conte com o apoio do seu Sindicato e não deixe para amanhã a transformação da sua empresa. Entre em contato que teremos o maior prazer em ajudar.



Muito além de estrutura,
Nosso papel é servir com
EXCELÊNCIA



O Brasil precisa de livros

O Sindicato da Indústria Gráfica do Estado do Ceará – Sindgrafica-CE repudia, veementemente, a taxação de livros. A medida, além de muito antipática, é inconstitucional, pois a isenção de impostos na produção literária foi garantida na Constituição de 1946.

Em julho do ano passado, o governo federal propôs um projeto de lei para a fusão do PIS e COFINS em um único tributo, a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS). Entre as alterações propostas, o livro perderia as isenções de

tributos e passaria a ter uma alíquota de 12% (CBS). A justificativa da Receita Federal, em extinguir a atual isenção, é que o consumo de livros está concentrado na faixa mais rica da população, o documento menciona a Pesquisa de Orçamentos Familiares de 2019, do IBGE, segundo a qual famílias com renda de até dois salários mínimos não consomem livros não didáticos e que a maior parte desses livros é consumida por famílias com renda superior a 10 salários mínimos.

Entendemos que é exatamente por esse motivo que os livros não devem ser taxados, pois dessa forma aumentará a desigualdade social e cultural do nosso país, já que as famílias de alta renda poderão continuar consumindo os livros e a de baixa renda terão uma dificuldade maior ao acesso ao livro, o que pode causar danos ainda mais sérios para o futuro da nossa sociedade! A concentração do consumo de livros não didáticos nas maiores faixas de renda é uma tremenda injustiça, que causa sérios danos ao País e nós não podemos ignorar essa realidade.

Entretanto, não seria de responsabilidade do fisco uma medida que impacta, diretamente, na formação de nossos jovens. Os livros, sejam eles didáticos ou não, representam a abertura de um mundo novo a quem o desvenda. São democráticos e essenciais na transmissão de conhecimento. Tributar os livros prejudica toda uma cadeia produtiva, que conta com gráficas, editoras, distribuidoras, autores e,

principalmente, os leitores. Para além do reflexo econômico, a tributação aumentará a desigualdade intelectual e social entre os brasileiros. Livros não são produtos de elite e o papel do governo deveria ser o de torná-los cada vez mais populares e acessíveis.

Não é uma discussão política ou econômica, é uma questão de Responsabilidade Social, de Educação. Não podemos aceitar esse retrocesso em um país já tão desigual. A concentração do consumo de livros é uma injustiça, mas não cabe ao governo utilizá-la para justificar uma política tributária que intensificará o problema.

O aumento do preço dos livros, além de não resolver a questão tributária, vai dificultar ainda mais o acesso à ferramenta mais eficiente de difusão de conhecimento, de crescimento intelectual amplo e igualitário da nação.

O Brasil precisa de livros e não podemos colocar em risco o acesso a bens culturais e educacionais.

**Fernando Hélio
Martins Brito**
Presidente do
Sindgrafica-CE



Sindgrafica lança projeto para importação de insumos

Em reunião virtual com os associados, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Ceará - Sindgrafica-CE apresentou, no dia 3 de maio, o projeto de importação de insumos para as gráficas associadas, uma parceria com o Centro Internacional de Negócios – CIN, da Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC.

O relatório foi apresentado pelo analista de Inteligência Competitiva do CIN, Fellipe Faria, e por

Paulo Elias, consultor da Empresa Expand Brasil. Resultado de uma pesquisa criteriosa, o material conta com fluxograma completo, especificidades da tributação, normas, legislação, fornecedores encontrados, etapas de negociação e simulação de uma compra, para os associados do Sindgrafica-CE vislumbrarem como seria a importação. “A importação é viável, sem restrições na logística. Não é um processo tão simples, mas que

precisa ser desmistificado”, afirma Paulo Elias.

Para o presidente do Sindgrafica-CE, Fernando Hélio Martins Brito, a expectativa é de que a parceria com o CIN possibilite a importação de insumos em grande escala e com preços menores para os associados. “Precisamos buscar opções que facilitem os negócios de nossos associados, deixando-os mais competitivos”, antecipa.



Dirigentes gráficos e autoridades em reunião sobre demandas do setor

Piauí

Entidades conseguem prorrogar prazo para emissão de documentos fiscais

Até 30 de setembro está permitido imprimir documentos fiscais

Em reunião realizada no dia 20 de abril, o dirigente da ANDIGRAF, James Hermes, o presidente e a tesoureira do SIGRAT, Luiz Andrade e Maria Lúcia - que na oportunidade representou o presidente do SINDGRAPI, Roberto Ferraz -, participaram de reunião com o secretário estadual da Fazenda do Piauí, Rafael Fonteles; o presidente do conselho deliberativo do SEBRAE e diretor da FIEPI, Freitas Neto; e o diretor superintendente do SEBRAE, Mário Lacerda. Em pauta estava a negociação de prorrogação do prazo estipulado no Decreto Estadual nº 19.465, de 19 de fevereiro de 2021, bem como

projetos para fortalecimento do setor gráfico do Piauí.

Durante o diálogo, foram expostos ao secretário da Fazenda as particularidades e dificuldades a serem enfrentadas pelo setor gráfico e por outros, também afetados com a entrada em vigor do Decreto acima citado. A solicitação de prorrogação pautou a reunião, objetivando que as empresas tivessem tempo hábil para adaptação, expondo informações setoriais para nos ajudar a decidir a forma e o momento mais oportuno para todos.

Foram apresentados projetos a serem estudados, prazos

e formas de implantação, através do diretor da FIEPI, Freitas Neto, e do diretor superintendente do SEBRAE, Mário Lacerda, para minimizar o impacto direto causado com a falta da impressão dos blocos fiscais para a indústria gráfica.

A partir dessa reunião, o setor gráfico conseguiu a publicação da Portaria SEFAZ-PI/GASEC/SUPREC/UNATRI Nº 13/2021, permitindo até 30 de setembro de 2021 a emissão em papel dos documentos Fiscais.

Em breve as Entidades irão apresentar aos associados, através de reuniões virtuais, mais novidades e projetos.



Entrevista O caminho se faz ao caminhar

Ailza Jardim é empresária da mais premiada gráfica brasileira, apoiando o marido, Francisco de Assis, que faz a Gráfica FacForm ser reconhecida mundo afora pela excelência dos seus produtos e serviços. Ao completar 30 anos de trabalho neste setor pelo qual se apaixonou, a empresária nos conta detalhes e impressões dessa trajetória.

Conte-nos um pouco da sua história profissional e empresarial.

Trabalhei por mais de vinte anos na área administrativa do Colégio e Curso 2001 e, ao me aposentar, fui trabalhar ao lado do meu marido, na administração da gráfica, que estava completando dois anos. A partir dali fui acompanhando o crescimento da empresa, a sua expansão e me apaixonei pelo segmento da FacForm.

Quais os momentos mais gratificantes nessa trajetória vitoriosa da FacForm?

Sem qualquer sombra de dúvidas, o mais gratificante foi ver os meus dois filhos, Marcelo e Renato, além do meu neto, Rafael, abraçarem e gráfica e darem

continuidade à empresa. Isso é o que me deixa mais feliz e consciente de que cumprimos o nosso papel como pais e educadores.

Você precisou superar algum tipo de obstáculo na sua vida profissional?

Na FacForm nunca enfrentei nenhum tipo de problema, muito pelo contrário. Aprendi, nestas três décadas, que é fundamental haver respeito à hierarquia para que a empresa funcione e se desenvolva. Sem o cumprimento dessa regra básica não existe como uma empresa funcionar bem.

Você tem alguma sugestão às mulheres que sonham iniciar seus negócios no setor gráfico?

O mais importante é respeitar as opiniões e ideias de todas as pessoas envolvidas no trabalho, todos os clientes, funcionários e fornecedores. Quem dirige uma empresa precisa se relacionar bem com todos os parceiros ou, do contrário, não fez nada na vida. É um aprendizado que valerá para a vida inteira. Aprendi no dia a dia com Chico, a valorizar a amizade e a saber escutar a opinião de todos os envolvidos nos negócios da



Equipe FacForm: Ailza, Francisco, Marcelo e Renato

empresa.

É muito importante ter sempre um olhar profissional, aprender todos os dias a lidar e valorizar os funcionários, clientes e fornecedores, respeitar suas opiniões, saber cuidar das suas limitações e procurar oferecer oportunidades para que desenvolvam suas habilidades. O funcionário tem sempre uma habilidade natural, que precisamos ajudá-lo a detectar e desenvolver. Em resumo, a sugestão é essa: tratar bem, saber valorizar e educar através dos bons exemplos e das boas atitudes.

E neste cenário caótico da pandemia, qual será o amanhã das indústrias gráficas?

O caminho a gente vai descobrir ao caminhar. Ainda há muitas incertezas, porque houve uma aceleração muito rápida na utilização do digital, o que mudou o mercado de forma acentuada neste último ano. O mercado foi bastante impactado pela redução das tiragens, mudança nos formatos, alguns tipos de produtos chegaram a sumir do mercado, mas sempre aparecem novos nichos e novos serviços. Será preciso que cada um saiba se reinventar neste cenário de mudanças.

Entrevista

O eterno aprendizado me inspira e motiva

Ela é pernambucana, economista, pratica esportes radicais, participa de projetos sociais voltados à inclusão e diz que “a finalidade da vida é sempre ser feliz”. Maria Duarte é a gerente regional da Xerox no Nordeste e mãe de um “filho lindo de 15 anos”, seu companheiro nas pedaladas, patinadas e corridas de skate, nas horas vagas entre suas múltiplas atividades numa Região extensa e complexa. No meio disso tudo, ainda achou tempo para nos conceder a entrevista que segue.

Pode nos contar como começou a sua experiência profissional?

Maria Duarte - A Xerox foi praticamente meu primeiro emprego. Iniciei como estagiária no curso de Economia e segui me especializando na área de Tecnologia da Informação - TI. Passei por diversas áreas na Xerox, Suporte TI, Marketing e, finalmente, passei a atender comercialmente alguns

estados do Nordeste. Hoje atendo toda Região Nordeste. Sou responsável por desenvolver empresas para trabalhar com a marca Xerox. Faço o acompanhamento de projetos nas diversas verticais de mercado: educação, governo, indústria, segmento gráfico e outras.

O que lhe inspirou a escolher essa área de atuação?

Maria Duarte - Eu amo tecnologia, e embora minha atuação seja comercial, estou diretamente envolvida em projetos com muita tecnologia. Sou uma pessoa de TI que virou comercial e daí trago uma bagagem que acaba contribuindo positivamente nos projetos. Apesar de a Xerox ser conhecida como empresa de impressão, isso é apenas uma parte do nosso business. Atuamos também com impressão 3D, embalagens inteligentes, inteligência artificial, sensores IOT (internet das coisas), apps (aplicativos), solução para gerenciamento de conteúdo,



*“**Procuro equilibrar minhas contínuas especializações que a carreira exige com atividades que me tragam felicidade. Cuido da minha casa, da minha família, tenho um filho lindo de 15 anos, sou skatista, ciclista, adoro esportes radicais e participo de projetos sociais voltados à inclusão. Acredito que tudo na vida é o equilíbrio, e a finalidade da vida é sempre ser feliz.**”*

colaboração e comunicação multi-canal. Estamos sempre evoluindo e levando inovações ao mercado. Esse eterno aprendizado me inspira a estar onde estou.

No trabalho junto às indústrias gráficas, enfrentou algum tipo de dificuldade ou alguma diferença de posicionamento e tratamento por ser mulher?

Maria Duarte - O mercado gráfico ainda é um ambiente muito masculino, mas consegui respeito nesse ambiente através de conhecimento do mercado e do valor agregado das soluções Xerox. As mulheres, de forma geral, ainda precisam conquistar muito, somos menos de 37% de cargos de gerência e quando falamos de posições como CEOs e membros de conselho, a presença feminina é inferior a 5%. A Xerox valoriza bastante meu trabalho e temos mulheres brilhantes ocupando altos cargos a nível global. Estar numa empresa com essa visão me motiva sempre.

Quais são as maiores dificuldades do atual mercado gráfico?

Maria Duarte - Com as mudanças no mercado, o empresário gráfico precisa pensar diferente e encontrar caminhos para entregar produtos com maior valor agregado, isso exige contínua especialização e investimentos. A pandemia trouxe uma maior dificuldade para o empresário gráfico acessar novos investimentos. Paralelo a isso, a migração do off-set para o digital continua, aplicações com cores especiais, além do CMYK, são mais valorizadas

pelos clientes, e a automação de processos precisa fazer parte do cotidiano gráfico. Esse conjunto de exigências é bastante desafiador para o empresário gráfico.

Como vão funcionar e que tecnologias utilizarão as gráficas do futuro?

Maria Duarte - Entendo que a ruptura de um mercado que somente imprimia grandes volumes e hoje já é também digital, produzindo por demanda, as “pequenas tiragens”, precisa estar preparado para comunicar por outros meios, por outros canais. As vendas on line aumentaram 37% no Brasil e 200% no mundo, as comunicações seguem por e-mail, SMS, Whatsapp, redes sociais e a comunicação precisa estar direcionada ao público correto, isso é feito através de inteligência de dados.

Entendo, portanto, que as gráficas funcionarão de forma híbrida, precisarão ter presença online, uma logística eficiente, processos automatizados e, sobretudo, precisam estar preparadas para entregar aplicações e produtos com

maior valor agregado.

Você é uma gerente regional de uma multinacional e trabalha o tempo inteiro com gestão do tempo. Ainda administra a sua casa e sua vida pessoal. Quais dicas daria para mulheres que querem “ser como você”

Maria Duarte - Eu penso que o melhor da minha carreira é trabalhar naquilo que eu amo. Quando seu trabalho lhe dá prazer, você é mais feliz. Tenho inúmeras responsabilidades e faço a gestão de uma Região geograficamente extensa e complexa. Procuro equilibrar minhas contínuas especializações que a carreira exige com atividades que me tragam felicidade. Cuido da minha casa, da minha família, tenho um filho lindo de 15 anos, sou skatista, ciclista, adoro esportes radicais e participo de projetos sociais voltados à inclusão. Acredito que tudo na vida é o equilíbrio, e a finalidade da vida é sempre ser feliz.

*“**A Xerox valoriza bastante meu trabalho e temos mulheres brilhantes ocupando altos cargos a nível global. Estar numa empresa com essa visão me motiva sempre**”*

Entrevista **Inovação, franquia e associativismo na veia**

A revista ANDIGRAF entrevista Rodrigo Abreu, presidente da AlphaGraphics, que nos fala sobre a história e as atividades da empresa, o mercado gráfico pós pandemia e o modelo de franquia como opção para as empresas gráficas. Paralela às suas atividades na AlphaGraphics, o líder participa da direção de várias entidades, organizações não-governamentais, cooperativas e startups, com tempo para se dedicar à família e aos passatempos preferidos.

Você poderia nos contar um pouco da sua trajetória profissional?

Rodrigo Abreu – A minha carreira de 30 anos está concentrada no varejo e franchising (franquia), sendo os últimos 17 anos na AlphaGraphics.

Iniciei na empresa familiar de varejo, já ligada ao mundo dos papéis, a Abreu Papelaria. Depois fui fazer minha carreira solo com a entrada em consultorias especializadas em franchising, entre elas, duas das maiores do Brasil, Grupo

Cherto e Francap, onde tive a oportunidade de atuar em diversos projetos pra grandes empresas, como Coca Cola, Unilever, Portobello, Elgin, entre outras.

Em 2004, a AlphaGraphics do Brasil, à época uma subsidiária da matriz americana, me convidou para rever o plano de expansão no Brasil, onde entrei como gerente de desenvolvimento de negócios. Final de 2005, aos 31 anos, fui convidado para assumir a posição de presidente da empresa no Brasil e consegui implantar um projeto de rápida expansão e inovação no portfólio de produtos e serviços da rede. Em 2018 fui convidado para acumular uma posição de VP de marketing e inovação da rede global e passei até 2012 alternando 15 dias no Brasil e 15 nos EUA. Em um novo movimento, em fevereiro de 2012, fiz a aquisição da operação brasileira e me tornei master franqueado da marca no Brasil, onde passei a me dedicar integralmente. Em 2013 também me tornei franqueado com uma loja própria da AlphaGraphics e continuo com esta jornada intensa, até agora.

Paralela à AlphaGraphics, me dedico a diretor de marketing e comunicação ABF - Associação Brasileira de Franchising; diretor de

**“
Somos muito flexíveis à adaptação de portfólio de acordo com a região de cada franqueado e a necessidade do mercado**”

novos mercados do Sindgraf em São Paulo; conselho social em ONGs e cooperativas - Adus (refugiados) e Yougreen (cooperativa de reciclagem); conselho de startups - Zaitt (loja autônoma), Mettzer (tecnologia) e FrameFy (tecnologia).

Sou pai do Fernando e do Gabriel, marido da Thaisa e meus hobbies preferidos são churrasco com a família e amigos, assistir o tricolor paulista e correr maratona.

Foi você quem iniciou a história da AlphaGraphics no Brasil?

Rodrigo Abreu – A AlphaGraphics chegou ao Brasil em 1990, através de um grupo de investidores como master franqueados. Em 2001, ela foi recomprada pela matriz, com quem ficou até 2012, quando fiz a aquisição. Quando chegou ao Brasil, era conhecida como o “McDonalds das gráficas”, por focar na questão de conveniência e serviços rápidos. Atualmente tem operações nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Ceará e Distrito Federal.

Como você sintetiza a trajetória vencedora da empresa? Há etapas que podem descrever esse crescimento?

Rodrigo Abreu – Inovação na veia, desde o começo, apoiada

pela matriz americana. Esta inovação não só em impressão, mas em tecnologias de uma forma geral. Fomos os primeiros a falar sobre e implantar web-to-print, realidade aumentada, impressão 3D, design, livros sob demanda, etc. Pra acelerar esta área de inovação, fazemos parcerias com startups da área que complementem o nosso portfólio e para que possam testar a aderências no mercado.

Creio que, também, pelo fato de operar pelo sistema de franquias, permite riscos descentralizados e uma transferência de know-how mais forte com uma construção de marca constante. Tudo isto ajuda.

E como está a empresa hoje?

Rodrigo Abreu - No momento, a empresa está se reinventando e se tornando protagonista em áreas como sinalização e serviços de marketing, entre outros.

O foco da empresa continua sendo impressão e logística?

Rodrigo Abreu - Durante a pandemia continuamos a oferecer impressão (digital é o nosso maior mercado), mas focamos nossa energia na consolidação dos serviços de sinalização, tecnologia, livros e rótulos sob demanda e serviços

de marketing. Neste período, fizemos a aquisição de uma empresa de realidade aumentada, uma de e-commerce e um de nossos franqueados, a de uma produtora de vídeo.

Qual a perspectiva desses segmentos pós-pandemia?

Rodrigo Abreu - Acreditamos que pós pandemia, teremos de volta os grandes serviços de impressão digital (feiras, eventos, turismo, treinamentos e RH), mas, desta vez, somados a estas novas soluções.

Como você analisa o mercado de impressão no futuro imediato, as gráficas virtuais dominarão ou haverá espaço para as lojas físicas?

Rodrigo Abreu - Convivemos com esta concorrência no mundo todo e entendemos como soluções complementares. As gráficas virtuais terão força pra serviços comoditizados e que podem esperar. Para serviços que exigem maior conhecimento, consultoria, produtos muito customizados, de valor agregado, personalizados e de entrega imediata, as lojas físicas irão prevalecer. Caminhos paralelos que podem conviver muito juntos, incluindo grandes parcerias.

As franquias são uma boa opção para o empresário gráfico?

Rodrigo Abreu - Para qualquer mercado considero franquia essencial. Não só franquia, mas qualquer modelo de negócio em que os empresários se juntem. A vida empresarial é muito solitária. Vai discutir problemas, soluções, ideias, resultados, futuro ou qualquer coisa com quem? A franquia encurta aprendizado, transfere know-how constante, consolida

Rodrigo Abreu
AlphaGraphics



conhecimento de marca, etc.

Com a quantidade de projetos de inovação que vem pela frente, será possível algum empresário ficar sozinho no mercado?

Na minha visão, não. Além de vender, atender bem o cliente, produzir e administrar o caixa, tem que olhar tecnologias, gerar conteúdos pra todas as mídias sociais diariamente, disparar e-mails marketing diariamente, criação de inúmeras peças de marketing, blog, treinamentos de funcionários, negociações de taxas com bancos, etc.

O franqueado passa a ter no relacionamento diário dele, outros franqueados que foram executivos de muito sucesso e são empresários atualmente, além de um time na franqueadora de primeiro nível. O time da franqueadora conta com pessoas incríveis, como o Rogério e o Michel, entre muitos outros, sendo que cada um deles respira um objetivo específico pra ajudar os franqueados a se desenvolverem cada dia melhor. É muito melhor deixar alguém focado nestes pontos e cuidar da sua operação. Questão de foco.



Considero essencial não apenas franquia, mas qualquer modelo de negócio em que os empresários se juntem



De que maneira a AlphaGraphics apoia o trabalho cotidiano dos franqueados?

Rodrigo Abreu - Nossa ajuda no dia-a-dia vai além das questões tradicionais do nosso setor. Nós negociamos diversas questões administrativas em conjunto, desde seguro patrimonial, servidores de e-mails, criação, taxas de banco, taxas de cartões de crédito, etc. A operação de impressão do dia-a-dia é de total domínio do franqueado. Nós ajudamos no que está caminhando de forma paralela.

A remuneração de um franqueador é baseada no crescimento de vendas das unidades franqueadas. Ou seja, acordamos querendo que as lojas performem mais e melhor.

Somos muito flexíveis à adaptação de portfólio de acordo com a região de cada franqueado e a necessidade do mercado, eliminando o mito de que uma franquia é engessada. E por mais que entendamos que temos uma marca forte e que somos bons no que fazemos, o franqueado continua sendo e sempre será o principal responsável pelo sucesso da operação dele.

Como você vê o trabalho desenvolvido pela ANDIGRAF?

Rodrigo Abreu - Eu sou um incentivador de todos os canais e formas de associativismo. Sou diretor de duas associações e de um sindicato, conselheiro de uma cooperativa e da rede de franquias AlphaGraphics. Ou seja, entendo que a ANDIGRAF tem um papel importante de disseminar conhecimento e implantar projetos que auxiliem o setor gráfico brasileiro.

Gestão Bremen apresenta o Wingraph 5.0

Nova versão para o dia-a-dia da indústria gráfica

A Bremen Sistemas é uma empresa que já percorreu uma longa estrada junto às gráficas brasileiras. São mais de 20 anos de experiência e presença efetiva no mercado gráfico, entendendo cada pormenor e detalhe na gestão das empresas. A Bremen foi pioneira ao lançar um programa de gestão específico para a indústria gráfica e é reconhecida pela qualidade dos seus produtos e serviços, nas gráficas dos quatro cantos do País.

No mês passado, a Bremen Sistemas lançou a quinta versão do seu soft, o Wingraph 5.0. Uma atualização que interessa às indústrias gráficas de todos os portes, o que nos motivou a entrevistar o seu gerente de Soluções, João Carlos da Silva Júnior.

Quais são as principais atualizações do Wingraph 5.0?

João Carlos - São muitas as novidades que facilitam o trabalho dos gráficos. Em primeiro lugar, o Wingraph 5.0 teve todo o módulo de Orçamento atualizado. Este módulo é responsável pelos cálculos, geração de propostas, pedidos

de venda e ordens de produção, e conta com uma automação muito grande em relação à formação do preço de venda, sem depender de uma grande experiência por parte do orçamentista. Isso se deve à lógica de construção do Wingraph 5.0, o que permitiu uma interface (interação) fácil e intuitiva com o usuário final.

Além do módulo de Orçamento, desenvolvemos um novo módulo de CRM (Gestão de Relacionamento com o Cliente), que permite controle de oportunidades desde a abertura do lead até o fechamento do negócio. Há, também, recursos que foram aprimorados da versão anterior como, por exemplo, o envio de mailing (lista de contatos para envio de proposta) diretamente pela ferramenta e controle dos atendimentos efetuados pela equipe de vendas da empresa.

Vale ressaltar, também, o módulo de PCP (Planejamento e Controle de Produção), que recebeu uma grande melhoria relacionada à interface e à programação das ordens de produção da gráfica.

Esta é a melhor novidade: a ferramenta permite uma ordenação automatizada do que está disponível para produção, baseada em critérios previamente definidos pelo usuário. De um modo prático, os responsáveis pela produção conseguem visualizar possíveis atrasos e demandas de compra para contemplar a maior eficiência possível dentro do parque gráfico.

O que motivou a Bremen a realizar essa inovação?

João Carlos - Foram dois os principais motivos. O primeiro, facilitar e agilizar o cotidiano do usuário final. Por isso, automatizamos vários processos dentro da ferramenta e adequamos o seu uso às necessidades do mercado na atualidade. Por muitos anos, coletamos todas as sugestões passadas por nossos clientes e, agora, colocamos as suas demandas em prática, através do Wingraph 5.0.

O segundo fundamento é focado em apresentar um produto preparado para as novas tecnologias e tendências do mercado. Além da interface e da lógica



João Carlos da Silva Júnior
Gerente de Soluções
da Bremen Sistemas



que é apresentada para o usuário final, existe muita coisa envolvida em relação à usabilidade e performance e que, muitas vezes, o usuário nem imagina. Muitas novidades estão por vir, nos próximos meses, para justificar bastante esta questão da tecnologia.

De que maneira o aprimoramento do software poderá ajudar as indústrias gráficas e da comunicação neste momento em que vivemos?

João Carlos - Devido à pandemia, muitas empresas tiveram que reduzir o quadro de colaboradores, gerando a absorção de mais de um tipo de tarefa por parte da equipe. Como o Wingraph 5.0 está automatizado para o cálculo dos orçamentos e somente se faz

necessário informar o modelo do produto que se está orçando, com suas medidas e tipos de substrato, acaba gerando agilidade para o usuário e economia de tempo a cada proposta enviada ao cliente final. Outro ponto positivo: quem opera o módulo de Orçamento não precisa ser especializado em produção gráfica, pois é muito simples fazer um cálculo no Wingraph 5.0.

Outra questão, importantíssima, é que muitas gráficas abriram lojas online, facilitando a aquisição de seus produtos ao cliente final. Para estas gráficas que possuem desde plataformas conhecidas no mercado até soluções próprias de e-commerce, o Wingraph 5.0 está apto para efetuar integração, permitindo que os pedidos efetivados

no site já sejam consumidos pelo sistema, gerando automação no processo.

Vale lembrar que, do mesmo modo que o Wingraph 5.0 coleta e automatiza o lançamento dos pedidos feitos online, também fornece informações para a retaguarda do site, em relação ao status de produção e aos outros dados, para integrar ainda mais o usuário final na execução do seu pedido.

Quais são as outras ferramentas que a Bremen disponibiliza e são indispensáveis neste momento de transformação digital?

João Carlos - Atualmente a Bremen oferece uma solução completa para todo tipo de gráfica, indiferente de porte ou segmento.

Além dos módulos citados acima, Orçamento, PCP e CRM, oferecemos o módulo de Faturamento, responsável pelas emissões de documentos fiscais da empresa, sejam elas NF-e, NFS-e, NFC-e e MDF-e, geração de arquivos para Sintegra, SPED Fiscal e FCI, além de possível integração com a contabilidade

Possuímos, também, os módulos de Financeiro e Estoque, que controlam, de forma simples e sem burocracia, os respectivos fluxos de trabalho, gerando relatórios e indicadores para tomadas rápidas de decisão pelos gestores da gráfica. Voltado para o segmento de gráficas rápidas e digitais, existe também a solução do módulo de Balcão, que atende toda a necessidade que este tipo de modelo de negócio exige em agilidade, sem perder a gerenciamiento do negócio.

Complementando os módulos principais do sistema, a Bremen oferece plugins e ferramentas adicionais para facilitar ainda mais o dia-a-dia de nossos clientes, sendo estes o Backup Cloud, que disponibiliza segurança adicional aos dados, mantendo sincronização de toda informação lançada no sistema na nuvem. Em conjunto, pode-se adquirir a ferramenta de B.I. (Inteligência Empresarial), que permite acesso on-line, de qualquer lugar do mundo, aos indicadores da empresa, através de qualquer dispositivo.

Referente aos plugins do Wingraph oferecidos pela Bremen, se destacam a ferramenta de integração que, além de conversar com soluções de e-commerce, também permite integração com outros softwares, conforme a necessidade de cada cliente.

Fale um pouco sobre a experiência da Bremen Sistema no mercado gráfico.

João Carlos - A Bremen possui presença em todas as regiões do Brasil e mais de 20 anos de mercado. Contamos com uma equipe especializada para implantação, consultoria e suporte ao usuário final e de profissionais extremamente capacitados nas áreas de desenvolvimento e projetos.

Além das soluções atuais disponibilizadas para todos os nossos clientes, estamos desenvolvendo novas ferramentas e

funcionalidades nos próximos meses, que vão dar maior agilidade para os usuários. Uma destas, inclusive, podemos dizer que será algo inédito para um ERP (Sistema de Gestão) voltado para o segmento gráfico. Contando tudo que as soluções da Bremen oferecem, atualmente é o melhor investimento para o empresário gráfico na relação custo/benefício. A nossa equipe comercial poderá auxiliar o empresário gráfico localizado em qualquer Estado ou Região do País, através dos nossos canais de venda.

Outro ponto positivo: quem opera o módulo de Orçamento não precisa ser especializado em produção gráfica, pois é muito simples fazer um cálculo no Wingraph 5.0.

Que tal uma gráfica 5.0?

WINGRAPH 5.0
mais que um software
especialista em gestão
da Indústria Gráfica.

A Bremen está com quem faz o futuro da Indústria de impressões.

Perfeito para elaborar mapa de custos da sua Gráfica.

Mundo Gráfico Bremen #SouBremen

BREMEN DIGITAL

O Software Wingraph atende perfeitamente gráficas de todos os portes.

MUNDO GRÁFICO BREMEN

É FLEXÍVEL E VELOZ
se adapta a
dinâmica do
mercado.

BREMEN SISTEMAS



Feira virtual.drupa reuniu público global

A virtual.drupa fez história como a primeira versão puramente digital da principal feira global de tecnologias de impressão, que aconteceu de 20 a 23 de abril de 2021. O evento virtual preencheu com sucesso a lacuna entre o evento presencial anterior e o próximo, em 2024.

O novo formato da Comunidade de Impressão e Embalagem recebeu excelente feedback internacional, conforme demonstrado pelas estatísticas finais impressionantes.

212 expositores de 35 países, bem como participantes de equipes de subsidiárias globais, apresentaram seus portfólios de produtos e inovações nos showrooms online e mais de 125 sessões ao vivo na web com uma média de 140 participantes.

Eles forneceram estímulos vitais para explorar um novo potencial, juntamente com o programa abrangente da conferência, com 130 apresentações adicionais em cinco fóruns especiais, enfocando questões-chave, bem como megatendências globais e seu impacto na indústria.

O site, nos dias da feira, recebeu cerca de 600 mil visualizações de página e 45 mil usuários únicos. Visitantes internacionais de 155 países representaram mais de 82% do total, com destaque para o fato de serem virtuais.

Inovações e transferência de conhecimento

O programa de quatro dias de apresentações na área de conferências e espaço de exposições ofereceu insights sobre os problemas e desafios enfrentados atualmente pela indústria. Eles se concentraram em quatro tópicos principais: inteligência artificial, consumidor conectado, economia de plataforma e economia circular.

A área de conferência foi aberta com palestras e estudos de caso e ideias inovadoras para os diferentes setores da indústria nos cinco fóruns especiais da drupa: embalagem touchpoint, drupa cube, touchpoint têxtil, 3D fab + print e dna - drupa next age.

Além disso, os expositores puderam mostrar suas empolgantes inovações, produtos e serviços no Espaço de Exposições

e apresentar tecnologias orientadas para o futuro e soluções de desenvolvimento corporativo, bem como responder a perguntas sobre questões atuais na comunidade de impressão e embalagem, durante sessões ao vivo na web.

Eventos futuros da indústria

Antes da próxima drupa (28 de maio - 7 de junho de 2024), a Messe Düsseldorf e suas feiras oferecerão a Convenção de Impressão e Digital, marcada para 20-21 de outubro de 2021, no Centro de Exposições de Düsseldorf. Além disso, os seguintes eventos do portfólio global de tecnologias de impressão ainda estão na agenda: Indoprint (Jacarta, 11-14 de agosto), PackPrint International e Corrutec Asia (Bangkok, 22-25 de setembro) e PackPrintPlas Filipinas (7-9 de outubro).

Enquanto isso, o site da drupa também continuará a oferecer percepções sobre os problemas e soluções atuais da indústria e oportunidades de intercâmbio, como outro dia de conferência virtual planejado para o outono de 2021.



Como automatizar e maximizar oportunidade?



Impressoras digitais Xerox®
Acelere com mais trabalhos com menos intervenção,
produzindo mais com seu investimento.

xerox.com/producao

Partner Logo

partnersite.com/xerox
Telephone number



xerox™

Sustentabilidade

O compromisso da Kodak com seus clientes e com nosso planeta



Jim Continenza,
presidente e CEO da Kodak

A situação do ano passado reforçou profundamente o valor insubstituível das pessoas e de nosso planeta. Não há melhor maneira de mostrar meu apreço do que ser zeloso com as nossas comunidades, nossos países e, para executivos como eu, nossas empresas. Essa é uma responsabilidade que levo muito a sério.

Desenvolvi um profundo apreço pela natureza crescendo na terra, em Minnesota. Minha paixão pelo meio ambiente veio de estar ao ar livre, me maravilhar com a natureza, fazer caminhadas, acampar, pescar, andar de snowmobile e praticar esportes náuticos. Essas raízes são profundas, alimentando meu desejo de proteger este planeta e fazer o que puder para influenciar outros a fazerem o mesmo.

Kodak fazendo a diferença

Como CEO da Kodak, trabalho para incutir o valor da sustentabilidade em toda a nossa empresa, desde o setor de P&D à fabricação, vendas e serviços. Oferecemos uma gama completa de produtos centrados no cliente, projetados para cumprir a promessa de "Impressão que entrega". Mas, agora, mais do que nunca, nossos clientes estão vendo que soluções sustentáveis e eficientes em termos de recursos também compensam. Para nós, isso significa economizar enormes quantidades de água e energia, reduzindo o uso e o desperdício de produtos químicos e pensando no que produzimos e como é fabricado, do início ao fim.

O mercado de hoje oferece às gráficas diversos dispositivos

de vários fabricantes. Meu objetivo é oferecer soluções que não sejam apenas superiores às outras alternativas, mas que também sejam respaldadas por um compromisso inabalável de toda a empresa com a preservação do meio ambiente.

É claro que nossos clientes e o público estão se tornando mais conscientes desse imperativo e acho que é a coisa certa a fazer. Como pioneira do setor, com profundo conhecimento da ciência dos materiais e milhares de patentes relacionadas à impressão, a Kodak continuará a inovar, especialmente no que diz respeito à sustentabilidade.

Acredito que, se uma pequena organização pode fazer uma pequena diferença, uma grande empresa como a nossa pode fazer uma grande diferença.

Faça o que fala!

O que fazemos hoje e amanhã é como seremos medidos, e todos nós assumimos essa responsabilidade. Aqui estão algumas das maneiras pelas quais as operações da Kodak estão alinhadas com a sustentabilidade:

Chapas livres de processamento:

A Kodak foi a primeira a comercializar, com sucesso, uma chapa de impressão que não requer produtos químicos de processamento, ao mesmo tempo em que economiza água e energia em comparação com chapas processadas convencionais. Nossas chapas Kodak Sonora livres de processamento estão em uso em mais de 5.000 gráficas em todo o mundo. Estimamos

que, ao usar chapas Sonora em vez de chapas processadas, a indústria gráfica também está economizando:

3,74 milhões de litros de revelador de placa por ano

29 milhões de kWh de eletricidade por ano

468 milhões de litros de água por ano

Isso também significa que não haverá mais desperdício de produtos químicos, esgoto, recipientes de produtos químicos, descarte, transporte e custos de armazenamento. Isso é algo que faria a Mãe Natureza sorrir.

Além disso, como não há variabilidade de processamento, as empresas se beneficiam de chapas mais consistentes e estáveis, que reduzem o tempo, o desperdício e os custos na sala de impressão. Nossos clientes estão otimizando seus resultados financeiros ao mesmo tempo em que reduzem seu impacto ambiental.

Tintas sustentáveis:

As tintas à base de água, premiadas da Kodak, são mais sustentáveis do que as tintas convencionais à base de solvente. Contêm várias substâncias naturais e são isentas de PVC e ftalatos o que as tornam mais seguras para empresas, consumidores e meio ambiente. Além disso, como são à base de água, não são necessários produtos químicos agressivos para a limpeza. Isso mantém as substâncias potencialmente prejudiciais fora de

nosso fluxo de resíduos e abastecimento de água.

Nosso software de controle de impressora possui recursos de otimização de tinta, o que reduz o consumo de tintas CMY aplicando um algoritmo de substituição de componente cinza (GCR), garantindo a mais ampla gama de cores possível. Na verdade, não apenas as cores são virtualmente indistinguíveis do offset em termos de qualidade de impressão e consistência de reprodução; as tintas são seguras para aplicações como embalagens de alimentos e produtos de higiene pessoal.

As impressoras a jato de tinta, como nossas impressoras Kodak Prosper, são mais eficientes e promovem menos desperdício porque podem imprimir produtos one to one sem a necessidade de configuração e sem a necessidade de impressões sobrepostas para estoque. Essa é a sustentabilidade que compensa!

Software de fluxo de trabalho:

Sustentabilidade não se trata apenas de eficiência de recursos, mas também de garantir um futuro bem-sucedido e lucrativo. Uma abordagem centrada na plataforma para a automação não é um luxo, é um pré-requisito relevante para os próximos anos. A automação e a integração economizam dinheiro reduzindo o desperdício, maximizando a utilização da tinta e eliminando erros manuais dispendiosos. Juntos, eles atuam como catalisadores de insights de dados que fornecem às gráficas tendências operacionais,

oportunidades de eficiência e novas áreas de potencial de receita.

A transformação digital de ponta a ponta é a chave para a sustentabilidade. Kodak Prinergy OnDemand é a única plataforma de software abrangente, inteligente e segura do setor para a organização do processo de impressão como um todo, projetado para um crescimento sustentável.

Programas Eco-friendly: Além de economizar água e energia, e de reduzir o carbono e a química, implementamos medidas para reduzir o desperdício em nossas operações e cadeias de manufatura e suprimentos. No Eastman Business Park, colaboramos com 30 empresas e organizações em um programa de recuperação de solvente. Além disso, nossos fornecedores sabem que, para conquistar negócios com a Kodak, eles devem intensificar suas operações com produtos mais verdes e mais sustentáveis.

Mentalidade de cima para baixo: De acordo com um relatório de 2019 do Fundo de Defesa Ambiental, nove em cada dez líderes empresariais disseram que os consumidores os responsabilizariam pelo impacto ambiental que causam por meio de seus negócios. A realidade é que nossos clientes se preocupam, então nós e aqueles com quem trabalhamos também devemos nos preocupar. Na Kodak, a sustentabilidade é inerente à nossa cultura e é respaldada pelo apoio do Conselho. Estamos ouvindo você!

Olhando adiante

Quando me tornei CEO da Kodak, trouxe uma visão do

que essa empresa poderia ser, baseada na experiência e inspirada em meus valores pessoais.

Minha crença de que as pessoas farão a coisa certa é inabalável. Acredito que, como seres humanos, estamos todos conectados, independentemente de nossas crenças ou fronteiras. A Kodak é líder há muito tempo, incorporando o espírito americano de inovação. Com nossos programas de sustentabilidade, processos mais verdes e funcionários com ideias semelhantes, estamos mostrando o caminho novamente.

Kodak adquire ativos da divisão de CTP da ECRM

A Eastman Kodak anunciou que adquiriu os ativos do negócio de CTP (computer-to-plate) da ECRM Incorporated para as indústrias de artes gráficas e jornais. Com sede em Massachusetts, estado norteamericano, a ECRM é uma fabricante de classe mundial e líder global em tecnologias de imagem para a indústria de comunicações gráficas. A transação inclui o equipamento, contratos, estoque e propriedade intelectual do negócio adquirido.

Os termos financeiros da transação não foram divulgados. A Kodak é líder em impressão comercial, oferecendo um portfólio abrangente de soluções tradicionais e digitais que ajudam as gráficas a aumentarem sua produtividade e lucratividade. Sendo assim, a aquisição fortalecerá ainda mais a posição da Kodak no segmento CTP da indústria de impressão.

“Esta aquisição reflete o

Meu estado natal de rios e lagos nativos também é conhecido como o estado da Estrela do Norte. Minha própria estrela nos negócios tem alinhado os objetivos da empresa com o que é certo para o planeta, uma abordagem essencial para o desenvolvimento de práticas ambientalmente sustentáveis. À medida que continuamos a inovar materiais, processos e software, cumprindo a promessa de "Print That Delivers", o imperativo da sustentabilidade sempre será nosso verdadeiro referencial do norte.

compromisso da Kodak com a indústria de impressão e nosso foco em investir no crescimento”, disse Jim Continenza, Presidente Executivo e CEO da Kodak. “Adquirir esses ativos de uma empresa impressionante como a ECRM nos torna um player ainda mais forte na categoria CTP. Continuaremos a buscar maneiras de atender melhor os clientes em todo o espectro da impressão tradicional e digital.” “No rastro de um ano desafiador de pandemia e no aniversário do 50º ano do ECRM, decidimos que este é um bom momento para capitalizar nosso sucesso e, ainda, proteger e atender nossos muitos clientes de longo prazo com uma empresa estabelecida de porte, competência e recursos no segmento de CTP. Temos o prazer de, hoje, entregar os ativos da nossa empresa à Kodak”, disse Rick Black, Presidente e CEO da ECRM.



A FEIRA PARA OS MERCADOS DE
SERIGRAFIA, SIGN E TÊXTIL

NOVA DATA!

29 SET a
02 OUT

4ª a 6ª - 13h às 20h
sábado - 10h às 17h
Expo Center Norte • SP

2021

FuturePrint é

CONEXÃO
TENDÊNCIA
TECNOLOGIA
CRIATIVIDADE

Mais do que **negócios**,
somos **experiências**.
Mais do que uma **feira**,
somos uma **comunidade**



Acompanhe artigos
e novidades do
setor no canal
de conteúdo

digital.feirafutureprint.com.br

feirafutureprint.com.br /FeiraFuturePrint

Promoção e organização:



Filiada à:



Local:



Agência de viagem oficial:



Transportadora oficial:





SESI

A importância dos exercícios físicos para a saúde física e mental na pandemia

Por **Fernanda Guerra**, diretora de Saúde e Segurança na Indústria do SESI-PE

Há mais de um ano houve uma ruptura comportamental da população mundial devido à pandemia da Covid-19. De lá para cá, o cenário de incertezas, o medo, o estresse e a tristeza têm afetado a saúde mental das pessoas. Nós, brasileiros, acostumados com a cultura do afeto, do abraço e do beijo, de uma hora para outra, passamos a praticar o isolamento social e a ficar mais tempo em casa e só sair quando necessário para realizar atividades tidas

como essenciais. Com tudo isso, a atividade física da população diminuiu consideravelmente e trouxe impactos na saúde, que podem ser percebidos tanto no corpo quanto na mente.

Um estudo realizado pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) apontou que, apenas no primeiro mês do isolamento social, o aumento na incidência de estresse agudo passou de 6,9% para 9,7% e, em relação à depressão, os números quase duplicaram e subiram de 4,2% para 8,0%. Para lidar melhor

com todas as adversidades geradas pela epidemia, alguns hábitos podem ser adotados para ajudar a conservar a mente e o corpo saudáveis. Não é novidade para ninguém que cada um reage de maneira diferente a situações estressantes, mas manter a rotina de casa e do trabalho em equilíbrio, conversar com os familiares e amigos, adotar uma alimentação balanceada e praticar exercícios físicos são algumas recomendações que vão ajudar a preservar a saúde física e mental.

E por falar em exercícios

físicos, dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) alertam que 47% da população brasileira adulta não se exercita o suficiente e 27% da população mundial não têm o hábito de praticar atividades físicas de forma regular. Embora algumas pessoas subestimem a prática da atividade física, ela é um importante instrumento para regular os níveis de hormônios estressantes, melhorar a qualidade do sono e do humor, aumentar a disposição para realizar outras tarefas, fortalecer os ossos e os músculos, reduzir o estresse e a ansiedade, além de promover o bem-estar emocional e até mudar o foco do pensamento promovido por agentes estressores, a exemplo do medo.

Outro ponto benéfico de realizar alguma atividade é a possibilidade de evitar problemas de mobilidade no futuro, principalmente para aqueles que,

atualmente, passam mais tempo deitados ou sentados devido ao teletrabalho. Portanto, para viver mais e melhor, reserve alguns minutos do seu dia para praticar algum exercício do seu interesse e, conseqüentemente, fortalecer o seu sistema imunológico e a sua saúde mental.

Segundo a OMS, o ideal é que os adultos façam de 150 a 300 minutos de atividade física moderada ou de 75 a 150 minutos de exercício intenso, quando não houver contraindicação.

Para quem está em busca de uma vida mais saudável e deseja prevenir doenças, uma boa alternativa é cuidar da saúde em casa, por meio de orientações de profissionais qualificados e experientes, pois, assim, é possível evitar que lesões e acidentes aconteçam em decorrência da realização de movimentos errados. O SESI-PE, por exemplo, oferece para o público em geral

atividades on-line de consultoria com treinos personalizados e atendimento nutricional. Também realiza, no formato, virtual aulas de ginástica laboral, lives e roda de conversa com temas que visam estimular a melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores, sobretudo dos da indústria.

Vale salientar que, apesar da prática regular de atividades físicas ter várias vantagens, isso não significa que a pessoa estará imune à Covid-19. Mais do que nunca é preciso redobrar os cuidados para prevenir a contaminação do vírus. Lembre-se sempre de usar máscara ao sair de casa, higienizar as mãos com água e sabão com frequência, evitar tocar nos olhos, no nariz e na boca com as mãos sujas, além de evitar aglomerações e respeitar o distanciamento social. A prevenção é o melhor ato de amor, com você e com os outros.



Portanto, para viver mais e melhor, reserve alguns minutos do seu dia para praticar algum exercício do seu interesse e, conseqüentemente, fortalecer o seu sistema imunológico e a sua saúde mental.



Zenite
SISTEMAS

A solução perfeita para
conectar sua gráfica ao **SUCESSO**

Eleito o melhor fornecedor de software de gestão
Prêmio Norte & Nordeste de Excelência Gráfica 2019 - José Cândido Cordeiro

vendas@zsl.com.br | (31)3419-7300 | VEM COM A GENTE!

Gestão



Portal do Papel Impressos “Instagramáveis”

Cada vez que participo de um encontro sobre papéis eu percebo a angústia de quem, como eu, “tem celulose nas veias”, em defender que o uso do papel não vai acabar. Mas acho que isso fica mais claro a cada dia. Há sim espaço para o papel, mas também para a comunicação digital, e acredito que fica melhor ainda a resposta quando combinados.

A surpresa de receber um material impresso frente ao bombardeio de comunicações digitais que recebemos se tornou algo marcante e as empresas, cada vez mais, se atentam a isso e têm incluído os papéis em suas estratégias. Parte do relacionamento que tínhamos com as lojas e restaurantes, antes da pandemia, vem sendo substituído pelas entregas no sistema delivery, que pode diminuir com a retomada do comércio presencial, mas certamente seguirá tendo volumes expressivos. Mas como tornar essa experiência marcante?



Isso passa, certamente, por um serviço pontual e um bom acondicionamento dos produtos, o que não é mais do que a obrigação, surpreender é outra coisa. Fala-se muito, hoje em dia, na experiência do “unboxing”, que é o prazer de abrir uma caixa, e esse prazer existe quando nos surpreendemos de alguma forma. Uma carta agradecendo pela compra, um impresso com o QR Code divulgando o portfólio completo, carimbos, fitas, brindes e, sobretudo, uma embalagem bonita fazem a festa do cliente.

Isso tudo, por fim, tende a ser coroado com um famoso “stories no Instagram!” do consumidor, publicidade gratuita e da melhor qualidade, porque nada mais confiável do que a recomendação de um amigo.

Muitas gráficas, hoje em dia, são equipadas para fazer peças surpreendentes em quaisquer quantidades, mas muitos comerciantes têm medo até de pedir um orçamento. Minha sugestão é que as gráficas comecem oferecendo um impresso legal para acompanhar os pedidos, e acredito que os clientes, ao sentirem o resultado, devem passar a enxergar o valor dessa estratégia e, aos poucos, invistam em mais e mais impressos. Mas, sobretudo, o gráfico deve ajudar o cliente a executar impressos surpreendentes e “Instagramáveis”, com recursos gráficos que surpreendam. E isso o nosso gráfico sabe bem fazer.

Claudia Ferreira



Two Sides

Pesquisa: O lugar do papel em um mundo pós-pandemia

A indústria de papel sofre de forma imerecida um problema de percepção ambiental

À medida que os consumidores se tornam mais conscientes dos impactos ambientais dos produtos que usam todos os dias, ainda existe uma grande lacuna entre a percepção e a realidade no que diz respeito à sustentabilidade dos produtos de papel. A pesquisa, “O lugar do papel em um mundo pós-pandêmico”, encomendada por Two Sides e conduzida pela empresa de pesquisa global Toluna, buscou explorar e compreender melhor as percepções, comportamentos

e preferências dos consumidores em relação à sustentabilidade dos produtos de papel.

“Cada vez mais, consumidores estão levando em consideração os impactos ambientais em suas decisões de compra, mas muitas vezes essas decisões são baseadas em mitos e não em fatos”, disse Kathi Rowzie, presidente de Two Sides América do Norte. “À medida que as atenções se voltam para o desenvolvimento de uma economia circular mais sustentável, a indústria de

papel e embalagens de papel e papelão tem uma grande história ambiental baseada em fatos para contar: o papel é um dos poucos produtos que já podem alegar ter um ciclo de vida verdadeiramente circular.”

Os consumidores não estão cientes de que o papel produzido no Brasil provém de florestas cultivadas

O estudo constatou que 81% os consumidores acreditam que as florestas plantadas são boas para o meio ambiente,

Dev
Cyber



81 9.8681.4476
comercial@devcyber.com

Sistemas
especializados em
Diminuição de perdas

porém boa parte deles (68%) acredita que papel e as embalagens de papel são prejudiciais.

O fato: todos os dias no Brasil é plantado, em média, o equivalente a cerca de 500 campos de futebol de árvores para a produção de papel e outros produtos. A produção brasileira de papel provém de florestas 100% cultivadas.

As altas taxas de reciclagem de papel e embalagens de papel ganharam visibilidade no Brasil Ainda há uma diferença significativa entre a crença do consumidor no desempenho da reciclagem dos produtos feitos de papel e a realidade. Apenas 32% acredita que a taxa de reciclagem de papel exceda os 60%.

O fato: no Brasil, 67% dos papéis consumidos foram reciclados em 2019. Em se tratando de papel, cartão e papelão usados para embalagem, esse índice chegou a 85%. Além disso, a fração desses materiais que ainda não é reciclada, é biodegradável.

Papel x comunicação eletrônica

O último ano acelerou o crescimento da comunicação eletrônica, com reuniões, eventos e negócios cotidianos sendo cada vez mais realizados de forma remota, com o emprego de tecnologias online, antes totalmente desconhecidas de muitos dos consumidores. Embora a conveniência e a capacidade das pessoas trabalharem em casa sejam, sem dúvida, os principais fatores nessa mudança, o impacto ambiental das comunicações digitais é muitas vezes

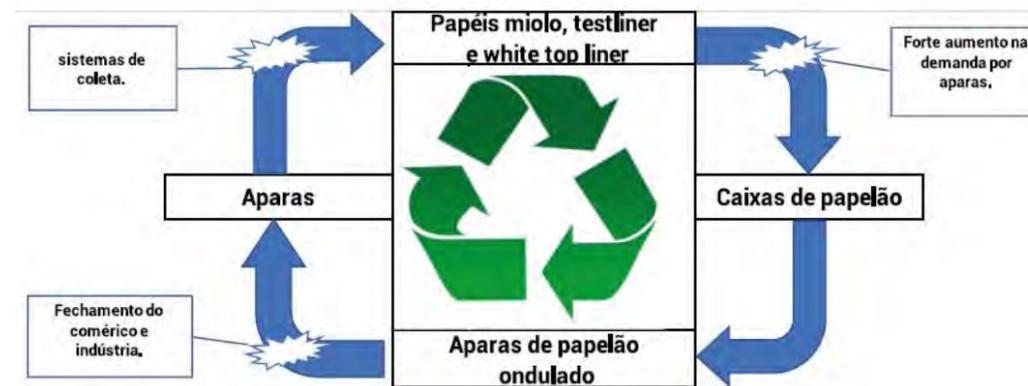
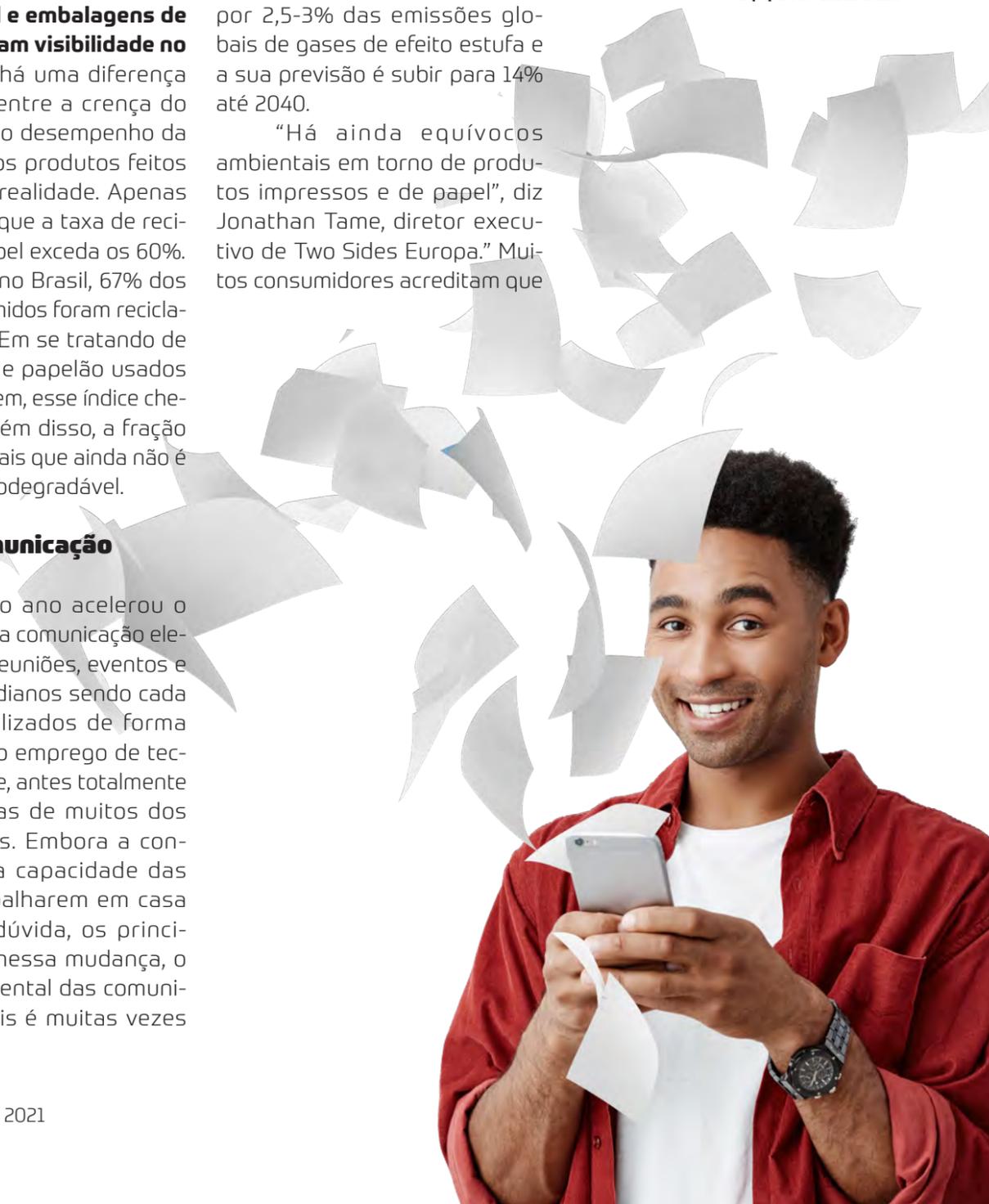
negligenciado. No Brasil, por exemplo, 85% dos respondentes pesquisados acham que a comunicação eletrônica é mais amigável ao meio ambiente do que a comunicação em papel.

O fato: mundialmente, papel e produtos impressos estão entre os menores emissores de gases de efeito estufa, com taxas de 0,8%, enquanto, a indústria de TIC é responsável por 2,5-3% das emissões globais de gases de efeito estufa e a sua previsão é subir para 14% até 2040.

“Há ainda equívocos ambientais em torno de produtos impressos e de papel”, diz Jonathan Tame, diretor executivo de Two Sides Europa.” Muitos consumidores acreditam que

a produção de papel e de produtos fabricados com ele causa desmatamento e outros danos, não entendendo, portanto, a sua natureza sustentável. “Essas contradições e mal-entendidos tornam o trabalho que fazemos com Two Sides e Love Paper ainda mais vital.” complementa Fabio Arruda Mortara, CEO de Two Sides Brasil e América Latina.

Equipe Two Sides Brasil



Papel Indicadores do setor de aparas

Por Pedro Vilas Boas
ANAP - Associação Nacional dos Aparistas de Papel

Momentos de altas e quedas acentuadas nos preços das aparas marrons não são raros e já aconteceram em diversos períodos no passado. Mas, se considerarmos que o papel é matéria-prima de si mesmo, o que confere ao produto uma forte elasticidade de preços, essas crises sempre tiveram origem no desbalançamento entre oferta e demanda por embalagens e sempre apresentaram curta duração, como pode ser visto no gráfico sobre a evolução dos preços.

Na verdade, a variação de preços sempre alternou topos e vales na curva e isso nos remete ao primeiro problema da crise atual, ou seja, os preços iniciaram o processo de alta antes de terem atingido um fundo, o que fez o aumento ser bem mais sentido.

Porém, o principal problema e que agora tivemos três pontos de ruptura na cadeia, sendo apenas um deles o que já estamos acostumados a enfrentar, ou seja, um forte

aumento na demanda por caixas de papelão ondulado, com a Associação Brasileira de Embalagens em Papel (Empapel) anunciando sucessivos recordes na expedição de caixas e chapas.

No primeiro momento da pandemia, o fechamento de shoppings, lojas de departamentos e fábricas reduziu substancialmente a disponibilidade de aparas e, em um segundo momento, registramos uma desestruturação dos sistemas de coleta, reduzindo ainda mais a quantidade de aparas disponíveis e, como dissemos anteriormente, em um terceiro momento, um forte crescimento na demanda por aparas, como consequência do crescimento no consumo de caixas de papelão ondulado. Sem dúvida, estas três rupturas fazem a crise atual ser a mais forte que o setor já vivenciou e, provavelmente, com condições de perdurar por mais tempo.

Para velhos problemas velhas soluções. Contudo, será que funcionarão? Historicamente, quando a demanda por aparas permanecia maior que sua oferta por um

período prolongado, os fabricantes de papel faziam uma grande importação de aparas, e o volume novo assim obtido rapidamente normalizava o abastecimento, e os preços entravam em queda. Isso está sendo feito e, desde dezembro passado, estamos importando cerca de 9 mil toneladas de aparas por mês, o que normalmente já seriam suficientes para estabilizar o mercado.

Neste momento esta solução enfrenta dois problemas. O primeiro é que os preços no mercado internacional estão em alta, e o material está chegando nas fábricas brasileiras por valores iguais aos praticados no mercado interno e, se as dificuldades para a coleta continuarem ocorrendo, e provável que estas aparas não voltem para a reciclagem e, neste caso, os preços da importação podem se transformar em preços de referência no mercado interno, pois, sempre que deixarem de ocorrer, as escassas aparas nacionais voltam a subir.

Para novos problemas novas soluções que, contudo, envolvem alguma ameaça para a indústria



nacional. Estamos observando um forte crescimento nas importações de papel reciclado para caixas, principalmente o papel miolo (fluting), mas, recentemente, também o testliner está vindo de outros países em solução encontrada pelos fabricantes de chapas e caixas não integrados para manter o abastecimento de seus clientes, encontrando um produto com qualidade e preços competitivos com o produto nacional.

Com estes fatos ocorrendo, entramos em um novo período de restrição ao funcionamento do comércio que, agora, ameaça, inclusive, a operação normal dos supermercados que, até então, se mantem como fornecedores de aparas em volumes normais, o que permite acreditar que poderemos viver uma situação extrema com os fabricantes de papel, tendo que conviver com uma matéria-prima cara, sem conseguir repassar preços em função da concorrência com o papel importado.

Como agravante, temos crescimento quase exponencial das vendas on-line, que estão levando mais caixas de papelão ondulado para as residências, onde sua recuperação fica mais difícil, desenhando um novo cenário para a reciclagem de papel no Brasil e que, acreditamos,

deve ser objeto de um estudo mais profundo, que permitia entender as mudanças que estão ocorrendo, e compreender ainda se estas mudanças estão criando um novo mercado para as aparas, que obrigará a procura por novas soluções para o abastecimento das fábricas de papel.

O consumo de aparas registrou um bom começo de ano, atingindo, em janeiro, o volume de 430 mil toneladas, um volume 5,7% superior ao verificado em janeiro de 2020, refletindo uma maior oferta que normalmente acontece no início do ano e, também, uma normalização na operação de comércio e indústria.

Esta melhor oferta, contudo, não foi suficiente para normalizar os preços que continuaram em alta e, em fevereiro último, as aparas de ondulado I e II foram comercializadas por, em média, R\$ 1.514,29 e R\$ 1.395,00, respectivamente, sempre considerando preços sob depósito sem impostos.

A principal origem das importações são os Estados Unidos, que são os grandes fornecedores mundiais do material. Interessante observar que, nos dois primeiros meses do ano, entraram em nosso País 70% de todo o volume importado em 2020.

O comércio brasileiro iniciou 2021 em ritmo lento, e, em janeiro, perdeu 0,3% do seu volume na comparação com igual período do ano anterior, e traz um dado bastante preocupante, que é o desempenho do segmento de livros, jornais, revistas e papelaria que pode ser considerado uma dimensão do volume de aparas brancas que os aparistas podem recuperar e que apresentou uma queda de 53,1% no comparativo com o primeiro mês de 2020, após perder 30,6% no comparativo do ano

de 2020 contra 2019.

O volume do comércio varejista nos estados registrou, entre os grandes geradores de aparas, que apenas Minas Gerais teve um bom desempenho, com um crescimento de 11,9% no período em análise e, depois de Minas, encontramos Santa Catarina e São Paulo, com incrementos de 0,5% e 0,4%, respectivamente, o que não implica em um maior descarte de embalagens para reciclagem.

Como previsto, o aumento nos preços da celulose fibra curta já está se refletindo no mercado de aparas brancas, e seus preços começam a registrar aumentos. Sem dúvida, teremos um ano difícil para o segmento, pois nada indica que o consumo aparente de papéis de imprimir e escrever volte a crescer.

Considerando o primeiro trimestre do ano, a matéria-prima virgem apresentou um reajuste de 25% nos seus valores em dólar praticados na Europa e, se adicionarmos a desvalorização do real, podemos avaliar quão difícil será o ano para os fabricantes de papel tissue que ainda são os maiores consumidores da fibra virgem e a reciclada como matéria-prima, gerando uma situação que fica ainda mais complicada com o desempenho do mercado de papéis de fins sanitários, nesse início de ano, registrando um movimento fraco, como há muito tempo o setor não via.

Em fevereiro deste ano, os estoques de aparas nas fábricas de papel apresentaram movimentos diferentes, com crescimento nos volumes de aparas brancas estocadas e queda, pelo segundo mês consecutivo, nos estoques de aparas marrons.

Fonte: Revista O Papel – Abril / 2021

FAÇA PARTE DA MAIOR REDE DE GRÁFICAS DO BRASIL.

JUNTANDO NOSSAS HISTÓRIAS, PODEMOS MAIS !

Fazendo parte da AlphaGraphics, nós podemos te ajudar com:

- .VENDER MAIS É O PRIMEIRO DESAFIO;
- .EQUIPE DE PONTA, SEMPRE;
- .MARKETING POR TODOS OS LADOS, TODOS OS DIAS;
- .INOVANDO SEMPRE;
- .NEGOCIAÇÕES EM CONJUNTO;
- .VOCÊ CONCENTRADO NA GESTÃO DE SEU NEGÓCIO;
- .FAZENDO PARTE DA ALPHAGRAPHICS, VOCÊ TEM ACESSO A PROCESSOS CONSOLIDADOS, MARCA FORTE E EXPERIÊNCIA DE 50 ANOS.

Foco e gestão de tempo são essenciais para o sucesso de um negócio.

Nós cuidamos do estudo de mercado, das tecnologias e do processo criativo. Além de configurar e disparar campanhas de marketing, treinar a sua equipe e negociar com o fornecedor. Tudo para que você possa se concentrar no dia a dia da sua empresa.

Fazer parte da Rede AlphaGraphics, é muito mais simples do que você imagina.

franquia@alphagraphics.com.br

alphagraphics®



Impressões 2021

Pesquisa sobre o mercado gráfico



José Pires, coordenador da Pesquisa

O programa Boas Impressões (boasimpressoes.com), conduzido e coordenado pelo professor José Pires de Araújo, apresentou, no dia 24 de março, os resultados da sua Pesquisa Impressões 2021 - Impactos financeiros e microeconômicos nas gráficas em 2020. O trabalho foi realizado com objetivo de encontrar as repercussões da pandemia nas finanças e nos negócios das indústrias gráficas durante o ano de 2020, com foco principal nas empresas de micro, pequeno e médio portes.

A investigação foi exploratória e totalmente anônima, realizada através de formulário online e visando entender a situação atual das indústrias gráficas no Brasil. A coleta dos dados foi realizada nos meses de fevereiro e março últimos, em gráficas de 17 estados, assim distribuídos: Sudeste - 57%; Nordeste - 22%;

Sul - 21%; Norte - 8%; e Centro Oeste - 1%.

Na participação por cargos, 69% dos entrevistados eram sócios-diretores de suas empresas.

Com relação aos segmentos de atuação das empresas, a liderança coube aos impressos promocionais, com 23%. Em seguida, vieram embalagens, com 16%; editorial - 14%; rótulo e etiquetas - 10%; envelopes - 8%; cadernos - 4%; pré-impressão - 4%; sublimação - 1%; cartões transacionais - 1%.

Quanto ao número de empregados, 43% das empresas pesquisadas possui de 0 a 9 empregados; 33% de 10 a 49

funcionários; 33% de 50 a 249 funcionários; 33%; 4% empregam mais de 250 funcionários.

Com referência ao faturamento em 2020, comparado ao do ano anterior, cerca de 1/4 disse que foi menos de 40%; e cerca de 20% disse que conseguiu superar 100%, ou seja, faturou mais em 2020 do que em 2019.

Sobre o endividamento da empresa, as gráficas informaram, em sua maioria (52%), que os impostos e taxas são os itens que mais pesam. Depois citaram endividamento em bancos (22%) e fornecedores (20%).

Entre os entrevistados, 25% disseram que não houve necessidade de contratar



empréstimos ou financiamentos dos recursos liberados pelo governo federal durante a pandemia, 35% relataram que solicitaram e não tiveram retorno ou não conseguiram; e 40% contrataram empréstimos ou financiamentos dos recursos.

Em relação às demissões de empregados durante a pandemia, 18% do mercado respondeu que não demitiu ninguém; 6% que não demitiu e está contratando; 18% não demitiu e nem tem intenção em demitir; 18% disse que demitiu, mas era algo programado; e 40% afirmou que foi uma demissão necessária e não programada.

Dados a destacar

Para o coordenador da Pesquisa, José Pires, “a pesquisa mostrou vários dados importantes, mas alguns chamam mais a atenção. Por exemplo, 76% das empresas que responderam foram do segmento de embalagens, 43% tinham até 9 funcionários e 33% tinham entre 10 e 49 funcionários. Mostra que atingimos o mercado que tínhamos como alvo e, também, que muitos devem ter migrado para embalagens”.

José Pires diz que “ainda não é possível afirmar que os empresários gráficos utilizaram a pesquisa, embora esteja disponível gratuitamente no site boasimpressoes.com, mas alguns números devem ser considerados e podem contribuir em algumas decisões”.

Ele cita, neste sentido, os dados coletados acerca dos segmentos que responderam ao questionário que mostra “onde vale a pena se organizar quanto ao caminho a ser seguido”. Pires destaca, ainda, os percentuais dos investimentos futuros: 27% vão investir em equipamentos de acabamento; 19% vão investir em equipamentos de impressão digital; e 29% vão investir em ERP (Sistemas Integrados de Gestão). “Há uma tendência de trabalho com mais controle da empresa e de agregar valor através dos acabamentos”, analisa.

Otimismo

Em relação aos resultados mais significativos para empresas de menor porte, José Pires lembra que “em primeiro lugar, a pesquisa mostra que 75% dos empresários acreditam na melhora do cenário econômico, mas o impacto financeiro da pandemia é muito forte, como mostram os dados sobre endividamento. O maior problema financeiro são os impostos e taxas, seguidos de bancos e fornecedores. Muito provavelmente, estes 52% de impostos e taxas estão relacionadas às flexibilizações dadas pelos governos, mas mostra também o peso do estado nas empresas”.

Pires chama atenção para o fato de que “40% das empresas tiveram que demitir para poder sobreviver, mas 60% conseguiram preservar os empregos, mostrando que o empresário

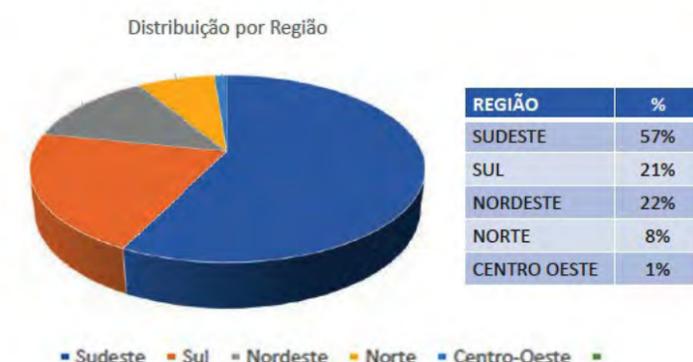
gráfico teve uma preocupação social de preservar a renda e a qualidade de vida dos empregados. Isso é muito relevante, já que a maioria dos empregos no Brasil vem justamente das micro, pequenas e médias empresas, o foco da nossa pesquisa”, concluiu.

Resiliência

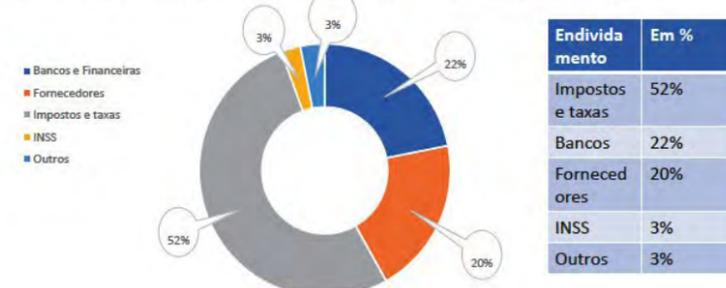
Para o presidente da ANDIGRAF, Roberto Moreira, “o modelo adotado pelos pesquisadores foi muito eficiente ao conseguir entrevistar empresários de todas as regiões, inclusive uma boa representação das regiões Norte e Nordeste. O nosso objetivo será ampliar ainda mais esse número nas próximas pesquisas. Os dados ficaram dentro do que estávamos esperando, especialmente na questão do endividamento. Acreditamos que o gráfico é bem resiliente e quer continuar, por isso vemos a quantidade de investimento em tecnologia”.

A Pesquisa Impressões 2021 teve apoio da ANDIGRAF, Afeigraf, APS Eventos Corporativos, Instituto CCA e PapoNet e foi desenvolvida no núcleo de pesquisa do Boas Impressões, composto pelo Paulo Addair (PapoNet), João Leodônio (Pari Sublimação), Robson Xavier (Cor e Processo) e José Pires de Araújo Jr, coordenador.

Por Região



5 — Quanto ao endividamento da empresa, você diria que o que mais pesa é:



X-Rite

Nova linha de gerenciamento de cores para a indústria de papel

A X-Rite anunciou seu novo ColorXRA 45, uma linha de espectrofotômetros sem contato desenvolvida especialmente para a indústria de papel. Ele integra um novo sistema óptico que permite obter mais estabilidade e precisão para identificar mudanças de cores ao longo de todo o processo de fabricação do papel.

Quando combinado com o software X-Rite ESWin Closed Loop Color Control, o ColorXRA 45 oferece um sistema completo de gerenciamento de cores para monitorar e fazer ajustes automáticos de cores sem parar a fabricação.

A resolução espectral é de 1 nm e pode capturar referências de cores em diversas etapas da produção do papel, como antes de bobinar, durante a estocagem do papel líquido, ou entre a prensa e sessão de secagem.

Outros recursos importantes do ColorXRA 45 incluem novo design que permite obter mais estabilidade no ponto de medição, otimização de performance com redução de falhas, limpeza automática da placa de apoio, simplificando a manutenção e aumentando o tempo de operação, sistema de detecção de sujeira que alerta os operadores quando o dispositivo precisa de limpeza e calibração e nova tecnologia de lâmpada e design óptico, que oferecem maior precisão de cores, fornecendo

iluminação circunferencial para minimizar os efeitos das diferenças de textura da superfície.

Inclui, ainda, sensor de temperatura para medir os efeitos da temperatura na cor.

Além disso, o ColorXRA 45 possui operação mais veloz, é compatível com dados antigos para uma transição perfeita para o novo sistema, possui conectividade com sistema de controle distribuído (DCS) e planejamento de recursos empresariais (ERP) para apoiar iniciativas da Indústria 4.0.

A ColorXRA 45 usa uma geometria de medição padronizada de 45 °: 0 ° que se correlaciona estreitamente com as medições de laboratório para manter tolerâncias de cores restritas. Ele pode medir a cor de base e os branqueadores ópticos separadamente para um controle ideal sobre cada componente e mantém medições estáveis quando o peso da base ou a opacidade mudam.

“Quando os instrumentos em linha são usados com software de controle de cores de ciclo fechado, os clientes veem um retorno sobre o investimento (ROI) médio em seis meses. As fábricas de papel podem melhorar seus resultados financeiros ao mesmo tempo em que mantêm a cor e o brilho em harmonia desde a medição em laboratório até a celulose, folha úmida



e antes da bobina”, diz Michael Saeger, gerente geral para soluções de medição em linha da X-Rite. “O ColorXRA 45 remove as suposições em torno do controle de cores em uma variedade de papéis, incluindo papéis laminados, testliner, de segurança, coloridos ou brancos, com ou sem OBA. À medida que as fábricas de papel adotam a transformação digital, o ColorXRA 45, junto com o software ESWin Closed Loop Color Control, fornece aos operadores as informações de cores em tempo real, necessárias para evitar erros caros na linha de produção. Isso ajuda os fabricantes a reduzir os tempos de inicialização e de mudança de tonalidade em até 50%, economizar no uso de pigmentos e minimizar o desperdício e retrabalho, economizando recursos de água e energia.”

Feira

ExpoPrint & ConvergExpo acelera preparativos

O maior evento de impressão das Américas, de 5 a 9 de abril de 2022, vai mostrar uma indústria pronta para atender os desafios de um mercado cada vez mais exigente, reunindo os grandes players globais com os principais empresários do setor

A indústria de impressão tradicionalmente gosta e está ansiosa por visitar uma grande feira do mercado, reunindo os principais fabricantes de equipamentos e insumos e mostrando lançamentos transformadores. Esse encontro já tem data e local marcados: 5 a 9 de abril, nos Pavilhões Verde, e Vermelho do Expo Center Norte, em São Paulo.

A ExpoPrint & ConvergExpo Latin America é considerada pelo mercado como o grande evento de impressão das Américas. A cada quatro anos, recebe empresários e profissionais do setor

do Brasil e de diferentes partes do mundo, que saem de suas empresas prontos para fechar negócios para aprimorar processos de suas empresas.

Na feira, estarão as novidades em impressoras, tintas, mídias, insumos, peças, softwares, fitas e chapas. Ou seja: equipamentos e soluções da pré-impressão ao acabamento. Toda e qualquer necessidade de uma empresa de impressão ou conversão estará presente na ExpoPrint & ConvergExpo.

Por ser a casa de todas as impressões, a feira vai mostrar

o que existe de mais relevante quando o tópico é impressão promocional, editorial, comercial, embalagens, rótulos, comunicação visual, sinalização, decoração, têxtil, sublimação de brindes, fotografia, 3D, envelopamento e muito mais, seja na tecnologia digital, offset ou flexográfica.

Visitar a ExpoPrint & ConvergExpo America é seguir a evolução e estar ao lado das transformações da indústria de impressão. Aproveite agora e já garanta a sua vaga gratuita: www.expoprint.com.br/pt/visitar/cadastro





Flexografia

Evolução e alta qualidade de impressão

Conheça a história da Finepack com a solução Kodak Flexcel NX

“Os mesmos clientes que exigiam impressos feitos em roto gravura, hoje pedem o trabalho em flexo, graças também à tecnologia Kodak Flexcel NX”. É assim que Edmur Batista do Carmo, fundador e diretor da Finepack, define o atual cenário da flexografia no Brasil. E, segundo ele, a tecnologia Kodak Flexcel NX desempenha um papel fundamental na elevação de

status atual da flexografia, tanto na empresa, como no mercado em geral.

“Desde que começamos a trabalhar com a solução Kodak Flexcel NX, os problemas que enfrentávamos na flexografia ligados à qualidade, agilidade e performance dos equipamentos foram praticamente eliminados. Hoje, os donos de marca solicitam que seja

utilizado o processo flexográfico em seus trabalhos, e não mais a rotogravura”, explica Edmur.

Mas nem sempre foi assim.

Atualmente sediada em uma estrutura de 13 mil m², na cidade de Itupeva (interior do estado de São Paulo), a Finepack é uma das principais empresas do setor no país, contando com 260 colaboradores (incluindo aqueles que

trabalham em sua empresa convertidora, a Finetech) e tecnologia de ponta para atender clientes dos quatro cantos do país em diversos segmentos como alimentício, bens de consumo, cosmético, fármaco, pet food, entre outros.

“Optamos por trabalhar com uma diversificada carteira de clientes de modo a não apostar todas as nossas fichas em um segmento apenas”, explica Edmur, que, em 1992, fundou a Finepack, na cidade de Diadema, localizada na Grande São Paulo.

Inicialmente, a empresa trabalhava como uma prestadora de serviços de impressão flexográfica para outras companhias, numa época em que a flexografia praticamente engatinhava. “Era um período em que a referência de qualidade era a rotogravura. Nada do que temos hoje existia. Para se ter uma ideia, quando a Finepack nasceu, nossa proposta era oferecer um serviço diferenciado e de alta qualidade em flexografia, mas o mercado brasileiro não dispunha de grandes recursos; não havia fornecedor local de anilox mecânico e dupla-face almofadada, por exemplo. Um cenário bem diferente de hoje. Também não havia parte de computação gráfica, tudo era feito em fotolito e fotorrepetidoras”, lembra.

Em 1996, diante de uma dificuldade muito grande de fornecedores de clichês de fotopolímero (carência de boas clicherias na época) a Finepack optou por abrir sua própria clicheria, dando origem à Finetech. “Quando montamos a clicheria, acabamos percebendo que o investimento não fora suficiente, e, se não houvesse um investimento mais robusto, não chegaríamos onde queríamos. A

partir deste entendimento, surgiu a Finetech, uma clicheria que existe até hoje. Na época, o objetivo era atender a Finepack, mas isso não era suficiente para que a empresa fosse lucrativa. Então, passamos também a vender clichês de fotopolímero no mercado”, conta Edmur. “Mas foi muito positivo. O fato de termos nossa própria clicheria nos permitiu evoluir tecnicamente com as impressões.”

Com o crescimento da Finepack no mercado de prestação de serviços de impressão em Flexo, houve também a necessidade de se investir em tecnologia. A partir de um único equipamento flexográfico de impressão de fabricação nacional, a empresa passou a expandir seu parque produtivo com tecnologia de ponta, construindo uma história de pioneirismo em soluções de produção, como, por exemplo, por meio da importação de uma das primeiras impressoras oito cores do país, em 1998 (no caso, da marca alemã Windmüller&Hölscher, que acabou se tornando a plataforma de impressão usada até hoje na empresa).

“Foi uma inovação porque, na época, a maioria das impressoras usada do Brasil era de seis cores. Também fomos pioneiros em sistemas CTP da marca Scitex (posteriormente adquirida pela Kodak) para gravação de clichês fotopolímero a laser, em 1999. Isto é, começamos a trabalhar com clichê digital, sem a necessidade de fotolitos”, ressalta Edmur.

Novos horizontes

De 2004 a 2010, a história da Finepack passou por mudanças importantes e significativas. A principal delas foi a mudança para o atual prédio, no interior do



estado de São Paulo, uma área construída sob medida para permitir o crescimento da empresa e a evolução tecnológica que viria nos anos posteriores.

Em 2010, a companhia deixou de ser prestadora de serviços de impressão para comercializar seu próprio produto impresso em flexo ou rotogravura, de acordo com a escolha do cliente. “Ainda nessa época, havia o paradigma de que a qualidade ideal era rotogravura. Por isso, optamos por passar a investir em ambas as tecnologias de produção”, explica Edmur.

Isso começou a mudar em 2013, quando a Finepack realizou seu primeiro investimento na tecnologia Kodak Flexcel NX. “De 2010 até hoje, a flexo seguiu uma caminhada evolutiva tecnologicamente, e desse processo faz parte essencial a chapa Flexcel NX, então desenvolvida pela Kodak”, diz Edmur. “Hoje, em termos de qualidade, a flexografia não deixa nada a desejar à rotogravura. Isso, com vantagens em termos de rapidez de set up, melhor custo, possibilidade de se trabalhar com bandas mais estreitas. Hoje, no mercado, os SKUs se multiplicaram, ou seja, um mesmo produto tem a mesma versão; um cliente tem várias versões de um produto. Nesse cenário, a flexo é um processo muito

mais viável. Aqui na Finepack, sem dúvidas trabalhos com tiragens de 30 a 100 mil metros são mais vantajosos de serem impressos em flexo.”

E o paradigma do mercado? “Mudou, sem dúvidas”, salienta.

A plataforma Kodak Flexcel NX também vem abrindo novas possibilidades de aplicações à Finepack. Uma delas é a vantagem de se trabalhar em heptacromia (ou gamut expandido), de modo a substituir o padrão CMYK + Pantone por sete cores de impressão, para obter, inclusive, cores especiais e cores de marca.

“As vantagens são inúmeras. Com a tecnologia Miraclon estamos desenvolvendo trabalhos em heptacromia, também conhecido como gamut estendido: trabalhos feitos com 7 cores, no lugar das quatro cores primárias, eliminando a necessidade de se trabalhar com cor Pantone. Isso barateia o processo e elimina a necessidade de se ter um estoque de tintas com vários Pantones especiais, e mesmo de limpar a todo o momento o sistema da

máquina, uma vez que a troca de tinta diminui”, ressalta Edmur.

Outra vantagem da solução Kodak Flexcel NX é a tecnologia NX Advantage, com a qual, segundo Edmur, a empresa passou a trabalhar com impressos de 60 linhas por centímetro (antes o limite era 48 linhas por cm em flexo), otimizando a qualidade. “Com rotogravura, chegamos de 70 a 80 linhas por centímetro”, diz. “A tecnologia NX Advantage oferece ângulos e pontos diferentes para diversas características dos trabalhos, como chapados, áreas de médias, áreas de altas luzes... Com isso, conseguimos aumentar muito a lineatura, sem ter problemas no processo de impressão. Com uma chapa comum, até conseguíamos fazer clichês de 60 linhas, mas na hora de imprimir havia alteração dos pontos e perda de qualidade.”

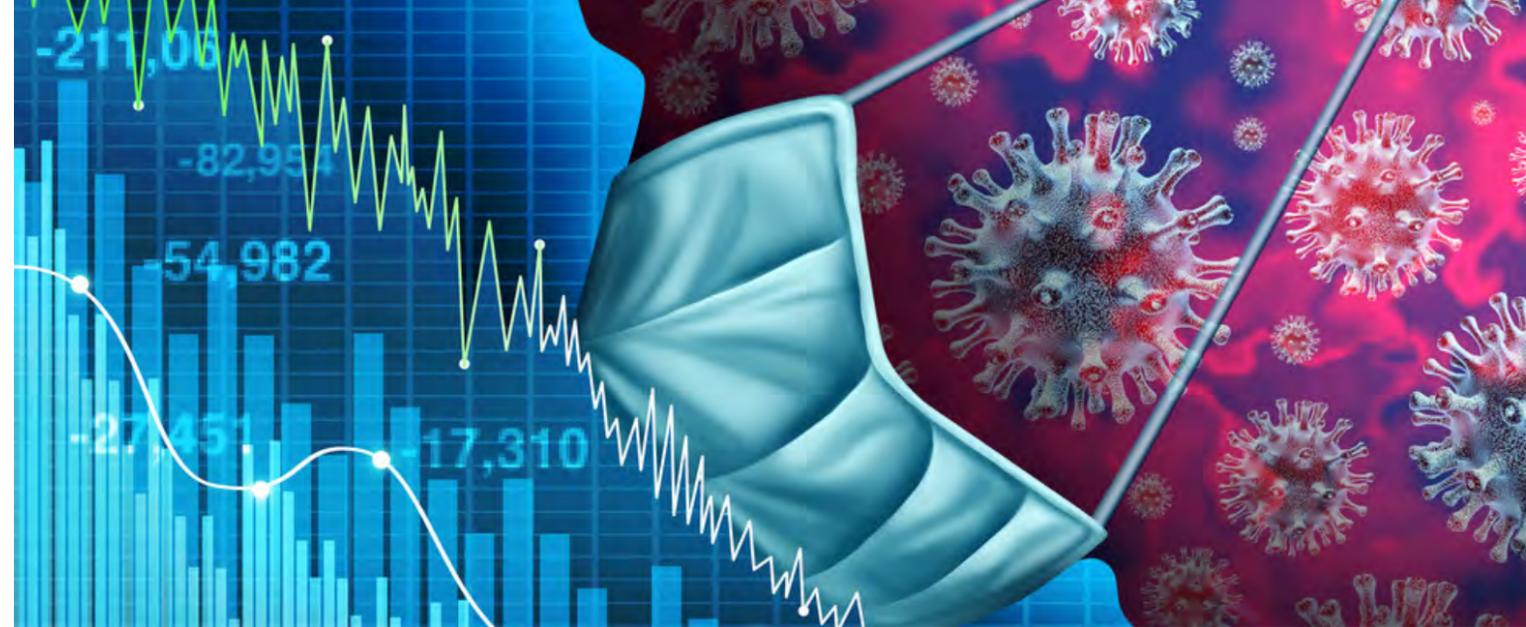
E acrescenta: “A chapa Flexcel NX trouxe tecnologia de impressão para a empresa e nos permitiu apresentar um produto de alta qualidade para o cliente usando a tecnologia flexo.”

Juntamente com as chapas



Flexcel NX, também está em operação o sistema de gravação Flexcel NX Mid System.

“Apesar de as outras chapas terem evoluído bastante, enxergamos na Flexcel NX aspectos interessantes, que envolve justamente a tecnologia NX Advantage. Com a Kodak Flexcel NX conseguimos obter repetibilidade e áreas de mínimas, que eram uma das grandes dificuldades, e, agora, são impressas sem problemas, como entupimento ou queda de ponto. E melhor: temos conseguido fazer uma flexo com a mesma qualidade da rotogravura. O consumidor final não consegue ver a diferença”, finaliza.



Especial Financiamento da retomada econômica

Em 21 de janeiro aconteceu o encontro “Financiamento da retomada da economia: a experiência internacional e uma proposta para o Brasil”. O evento foi uma iniciativa do International Insolvency Institute (III), com a organização de Felsberg Advogados

POR THAIS SANTI Especial para O Papel

Há mais de um ano iniciava-se uma crise totalmente atípica, impactando diretamente as economias dos países. Por se tratar de uma pandemia, as medidas restringiram as atividades econômicas e sociais, trazendo sérias dificuldades para que as empresas pudessem continuar suas operações. Cada governo passou então a assumir ou deliberar ajuda financeira, adotando pacotes e medidas emergenciais, além do que empresas e instituições prestaram auxílio aos colaboradores e às comunidades,

a fim de superar os desafios impostos pelo cenário atual.

Neste contexto, o International Insolvency Institute (III), uma organização internacional sem fins lucrativos, credenciada com agências das Nações Unidas, criou um grupo de trabalho com seus membros com o objetivo de aprimorar internacionalmente as práticas de reestruturação e a recuperação de empresas em dificuldades financeiras. No Brasil, Tomas Felsberg, sócio fundador da Felsberg Advogados, representou o País nessas discussões, que são acompanhadas por um profissional sênior do FMI, junto aos

demais especialistas de várias outras regiões do globo.

Um dos objetos de análise desse grupo é a situação brasileira. Essa análise está definindo dificuldades e soluções, em comparação com experiências, como a japonesa, a norte-americana e outras – inclusive a do próprio FMI em vários países. Isso porque algumas características peculiares da nação evidenciaram o alto grau de dependência econômica de muitas empresas brasileiras, faltando-lhes recursos básicos, como capital de giro para operar, especialmente dentre as pequenas e médias que compõem a maior fatia do mercado.

Compartilhando abertamente as visões e perspectivas sobre esse tema, no dia 21 de janeiro último o grupo realizou um encontro virtual denominado “Financiamento da retomada da economia – a experiência internacional e uma proposta para o Brasil”. Novos critérios e uma modernização das ferramentas de recuperação, por meio da transformação digital, permitiu acelerar o processo em alguns países, bem como a iniciativa das instituições financeiras e bancos de desenvolvimento, em auxiliar na capacitação dos gestores das empresas, contribuiu para estruturar a tomada de decisões, auxiliando-as a se tornarem saudáveis novamente.

Como tendência, ficou claro que será cada vez mais presente a operação de venda de dívidas dos clientes dos bancos para empresas de investimentos. Ao realizarem essa venda com desconto, a dívida é recebida à vista pelo banco, que economiza em tributos, em recursos humanos e tecnologia. Por sua vez, tais instituições podem atuar em conjunto com as empresas na sua recuperação de maneira mais intensificada. Foi destacado, ainda, se o momento atual também seria

propício para uma seleção mais criteriosa sobre quais empresas devem ser recuperadas e quais oneram ainda mais o sistema.

Donald Bernstein, presidente do escritório de reestruturação Davis Polk & Wardwell LLP, de Nova York (EUA), destacou que uma das soluções para crises já enfrentadas foi a criação, pelos governos, de agências de reestruturação emergenciais para direcionar recursos e assistência, bem como conselhos profissionais, a exemplo do realizado nos Estados Unidos na grande depressão, em 1929, e mais recentemente, na crise de 2008. No Japão, essas agências já são comuns desde a década de 1990.

Richard Gitlin, presidente do escritório Gitlin & Company, Delray Beach (EUA), desenvolveu um artigo sobre o tema. Na ocasião, ele destacou alguns pontos. Dentre eles, sobre o diferencial desta crise das demais. “Muitos países alavancaram suas economias depois de 2008, pois as taxas de juros eram baixas, e o FMI emitiu títulos exigindo uma correção por conta do endividamento em excesso. Quando essa pandemia chegou, esses mesmos

países responderam com capital injetado para trazer estabilidade. Porém, muito desse capital entrou como empréstimos. Ou seja, a crise atrapalhou de tal forma que muitas empresas precisaram reestruturar seus negócios, bem como as suas dívidas. Nesse momento, um enorme programa é necessário a partir de um olhar sobre quais empresas deveriam receber capital ou não, devido a sua viabilidade e modelo de negócios”, contextualizou Gitlin.

Contribuindo com sua experiência, o executivo contou que sua empresa atuou diretamente com o governo dos EUA e a indústria automobilística no passado, sendo uma grande responsabilidade a determinação de quais as empresas eram ou não viáveis para injetar capital. Naquele momento, muitas empresas passaram pelo processo de falência, mas foi algo que precisou acontecer. “Dentre as lições, aprendemos que o governo deve estabelecer as políticas econômicas olhando para o futuro e, o mais importante, é que seja feito por profissionais especialistas em recuperação e que possam tomar decisões sobre esse aspecto. Também aprendemos que ao



indicarmos uma empresa para investir, devemos saber determinar e compreender o tempo necessário para essa empresa retomar o mercado. Outra lição é que esse processo tem que ser realizado rapidamente em situações de crise e isso é um ponto crítico diante de todas as variantes. Ao mesmo tempo, precisamos entender quanto tempo esse investimento levará para retomar seu mercado”, apontou o especialista.

Gitlin também sinalizou outras questões bastante presentes, inclusive para o cenário brasileiro. “Quanto às implicações tributárias, deve-se fornecer um alívio às empresas para que voltem a crescer. Os bancos, no Brasil, são mais fortes e é possível que esse programa possa tributar o capital. Dessa forma, o governo precisa atuar com os bancos para estabelecer uma plataforma para o crescimento. Diferentes soluções são necessárias de acordo com o tamanho das empresas”, disse. “Os países que executam isso com foco terão sucesso no futuro e, por isso, é importante saber para onde se quer ir”, completou.

Shin Abe, advogado e fundador do escritório Kasumigaseki

International, em Tokyo (Japão), apresentou detalhadamente como quatro tipos de programas atuam no país, como o Revic, que lida com a revitalização econômica e foi criado com a finalidade de verificar os empréstimos dos bancos que não estavam performando devido à desaceleração da economia, e ainda com o objetivo de reabilitar as grandes empresas, sendo o governo o financiador de 50% do montante. “Neste caso, mesmo que exista pressão pública para resgatar uma empresa, apenas a endividada pode requerer ajuda, e então será realizada a negociação com os seus credores. É fato que 30% dos casos de insolvência no Japão foram de empresas com dívidas acima de 50 milhões de dólares”, destacou.

Para as pequenas e médias (PMEs), conselhos foram localizados em todas as prefeituras no Japão (equivalente a divisão por estados nos EUA), fornecendo consultoria, com objetivo de reabilitação e renegociação com banco. Mais de 47 mil empresas buscaram esse apoio entre 2003 e 2020. Com a pandemia do novo coronavírus, foi criado um plano de reestruturação, e essas empresas puderam retardar ou pausar os empréstimos por um

período de um ano. Outros dois modelos foram apresentados, um deles com injeção de capital e vendas das empresas e o outro a própria empresa financiadora do governo, a Japan Finance Corporation. “O requisito nesse caso para a empresa obter o empréstimo é criar e monitorar um plano de recuperação. Nesse período de pandemia, o governo injetou 100 bilhões de dólares para auxiliar os negócios”, contou Abe.

Em território nacional

A partir desses exemplos, Guilherme Ferreira, sócio-diretor da Jive Investments, em São Paulo, comentou algumas medidas adotadas no Brasil. “O efeito da Covid-19 para a maioria das empresas foi de perdas de receitas, gastos de reestruturação não planejados, relacionados a questões de saúde e proteção sanitárias, e mudanças de mercado e adaptação das demandas e serviços. Como resultado, elas estão com dificuldades para continuar operando e devem acumular mais dívidas. Além disso, muitas empresas estão tentando se adaptar ao novo normal, em que suas receitas e geração de recursos são menores que antes. Com os empréstimos e o passivo, há muito pouco fluxo de capital para reiniciar as operações,





colocando-os em uma situação muito frágil. As PMEs que começaram com pequenas reservas também são menos sofisticadas com a reestruturação do seu processo e têm menos acesso ao crédito e, mesmo se tiverem acesso, ele é mais caro. Logo, sanar a dívida nesse período se torna insustentável, gerando tensão dos bancos, que estão enfrentando muita inadimplência”, detalhou.

Outro ponto interessante abordado pelo executivo é o de que as equipes de grandes bancos também estão com foco nas maiores empresas, para tentar encontrar uma solução. “A realidade mudou mesmo para empresas que performavam bem, com bons serviços e produtos, com boa gestão e financeiramente saudáveis, mas que de forma repentina encontraram dificuldades. Nesses casos, precisamos encontrar uma maneira para que continuem operando, pagando os impostos, permitindo que trabalhem em suas áreas”, contextualizou sobre os desafios dos bancos em gerenciar tantos casos.

Como solução, Ferreira apontou as instituições de investimentos, como a sua empresa, que compram empréstimos dos bancos com desconto. “Por

termos esse desconto podemos compartilhar diretamente como tomador do empréstimo e reestruturar a sua empresa com mais tempo. Como não estamos na área de fazer e fornecer serviços, mas na área de investir, podemos concentrar 100% da energia, podendo aceitar pagamentos, multas com vários recursos para monetizar e converter em ativos. Como não somos um banco, não temos reserva de capital e provisionamento como os bancos têm. Como credores também fornecemos o nível de assistência ao tomador. Entre outras soluções também podemos comprar todos os empréstimos dessas empresas com os demais bancos para atuar na reestruturação. Isso é mais rápido e mais barato que uma falência e um empréstimo. Essa solução mantém muito mais facilmente o valor da empresa”, destacou.

Débitos das pequenas e médias empresas

Atualmente, existem mais de 6 mil PMEs no Brasil com pelo menos uma conta ou um empréstimo inadimplente. “O paradoxo é que a pandemia ajudou a orientar a tecnologia e reduzir os custos que se levava para reestruturações, trazendo automação com documentos eletrônicos, com

dados on-line e permitindo muito mais informações do devedor podendo, de forma eficaz, avaliar centenas de dívidas”, sinalizou o executivo da Jive Investments.

Tudo isso exigiu que novos critérios e uma modernização das ferramentas de recuperação fossem implementados para avaliar e facilitar auxílios emergenciais, como o acesso ao crédito. Além disso, houve a iniciativa das instituições financeiras e bancos de desenvolvimento em auxiliarem na capacitação dos gestores dessas empresas, bem como no auxílio para as tornarem saudáveis novamente. O volume de recursos injetado na economia pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) foi de R\$ 200 bilhões desde o início da pandemia, alcançando um universo de 400 mil empresas e preservando 10 milhões de empregos.

Contudo, na experiência de Sergio Gusmão Suchodolski, presidente do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), as instituições se posicionaram de forma a cumprir e a ampliar a oferta de crédito diante da crise, além de terem mantido conversa com os governos e Banco Central para pensar e viabilizar programas especiais. “Segundo o

Sebrae, desde novembro de 2020, 92% das pequenas empresas em Minas Gerais foram afetadas. A expectativa é de retração de 3,9% do PIB do estado em 2020 frente a uma retração de 4,3% do PIB nacional. Existe um grande cenário de incerteza dos clientes se manterem adimplentes, ao mesmo tempo que a demanda por crédito novo, principalmente capital de giro, aumentou para fazer frente à paralisação das atividades”, pontuou o executivo, afirmando que existe um grande esforço para atender a todas as empresas.

Suchodolski compartilhou que o Banco Central tem atuado para ampliar o capital e liquidez, citando algumas ações. Entre elas a redução do recolhimento compulsório de poupança, a redução do adicional de conservação de capital principal, a dispensa do aumento das provisões nos casos de suspensão de pagamentos nos prazos de até seis meses, bem como melhoria das condições para captação de recursos no mercado por meio dos depósitos a prazo com garantia especial. “Essas medidas foram acompanhadas pelo Banco Central. Essas duas últimas medidas somaram em 2020 mais de R\$ 600 milhões para o estado de

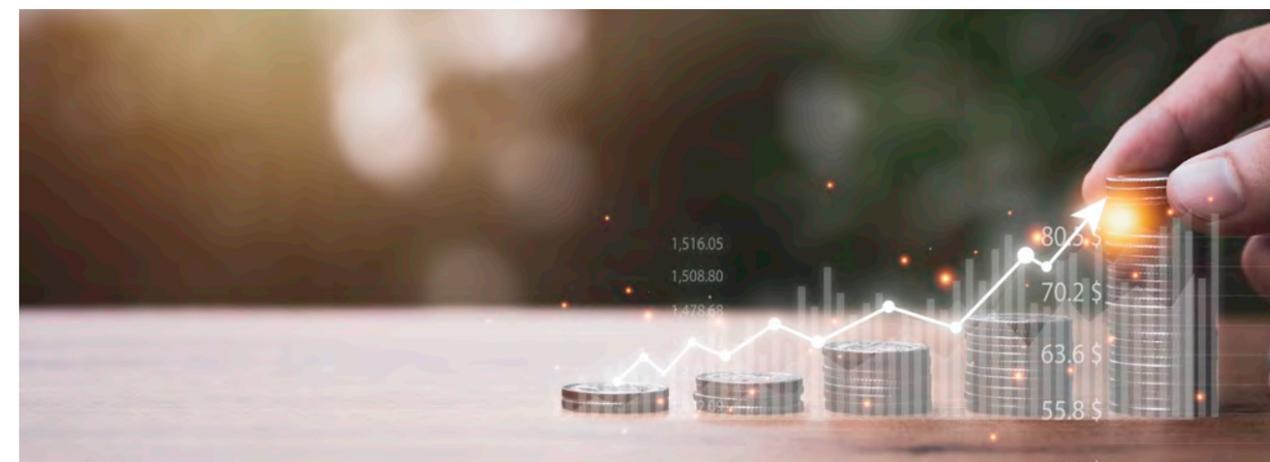
Minas Gerais”, afirmou.

Entre outras ações citadas, uma tendência para as empresas se prepararem é que na retomada da economia os bancos voltados ao desenvolvimento, como o BDMG, possuem o seu planejamento estratégico voltado para o desenvolvimento sustentável. “Esse posicionamento foi essencial para que o banco expandisse a captação de recursos e 2020 foi recorde de desembolsos e captações, que somaram mais de R\$ 2,3 bilhões. Em dezembro último, foi feita a primeira emissão de sustainable bonds por um banco público brasileiro no valor de US\$ 40 milhões para financiar projetos com enfoque ambiental e social. O BID Invest adquiriu a totalidade dos títulos. Isso demonstra que os projetos que focam em recuperação econômica e desenvolvimento sustentável têm maior potencial de atração de investimentos estrangeiros e nacionais”, concluiu Suchodolski.

Bruno Laskowsky, diretor de Participações, Mercado de Capitais e Crédito Indireto do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), destacou que o banco foi muito ativo nesse cenário em meio à pandemia: “entre dinheiro direto e estruturas

de produtos, disponibilizamos perto de R\$ 200 bilhões para irrigar a economia no momento mais crítico e uma série de iniciativas de movimentos antecipando algumas tendências”, citou. Dentre estas, Laskowsky indicou que houve um momento transformacional na estrutura de crédito do País, relativo aos seguros de crédito. “O Fundo Garantidor de Investimentos (FGI), que era incipiente em torno de R\$ 4 bilhões, foi aproveitado na economia principalmente para o pequeno e o médio empresário, chegando próximo dos R\$ 94 bilhões. Também fizemos um Standstill (prazo de pausa para financiamentos), entendendo o momento crítico. Tivemos uma série de iniciativas que são emblemáticas para tornar possível a saída mais rápida das empresas que tenham dificuldade de crédito, mas que vemos possibilidade em torná-las saudáveis novamente, renovando a carteira do BNDES”, comentou.

O tema da digitalização para a área de “crédito digital”, que foi ampliada e melhorada, segundo o executivo do BNDES, também permitiu que 400 mil empresas fossem beneficiadas. “Nós gerenciamos hoje algo em torno de R\$ 40 bilhões em carteira de ativos problemáticos, então a insolvência



é um grande problema, mas nós não temos que criar uma área de consultoria, mas uma série de mecanismos e parceria com as agências privadas. Ou seja, não injetar recursos, mas inteligência de gestão e transformação nas empresas sem inchar a máquina pública”, opinou.

Em seguida, Tomas Felsberg aproveitou para comentar sobre as regulamentações que podem contribuir para esse desenvolvimento, como a lei de Falência e Recuperação recentemente alterada (Lei 14.112/20 de 24 de dezembro de 2020). “Essa alteração mudou o pêndulo, trazendo equilíbrio entre devedor e credor – levando eficiência na recuperação da empresa que, por sua vez, é a melhor forma de recuperar o crédito. O peso das decisões com relação ao crédito passa para os credores. Eles que apresentarão o plano e poderão determinar ações. Espera-se também uma evolução cultural de não privilegiar os pequenos ganhos de curto prazo, mas sim a recuperação das empresas em prol dos retornos necessários a uma mais sadia recuperação de crédito. É significativa essa operação. Espero que alguns dos vetos colocados pela presidência possam ser afastados pelo congresso especialmente na parte tributária, pois são obstáculos colocados na recuperação das empresas que não aumentam, mas ao contrário, diminuem a arrecadação. Sabe-se que as empresas recuperadas pagam seus impostos, ou seja, que essa mudança seja mantida sem os vetos do governo”, pontuou. O evento contou ainda com a

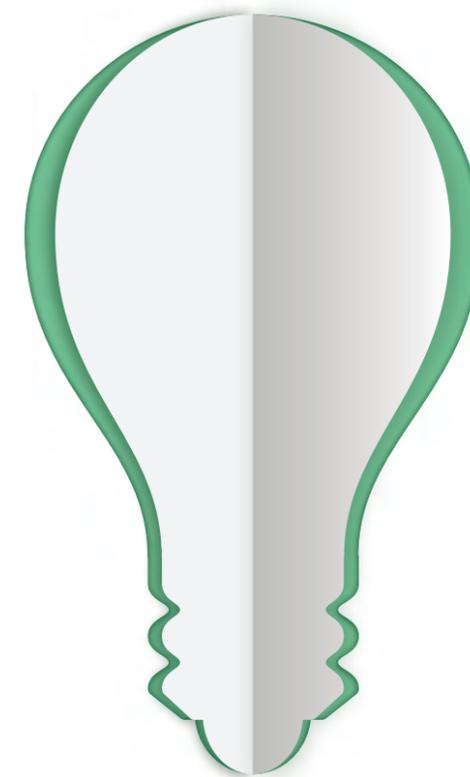
participação de Ariane Di Iorio, do Banco de Investimentos IFIC. Segundo Ariane, “com a evolução, a lei pode facilitar a identificação de atuantes que tragam mais confiança ao sistema e ao mercado de dívidas e recuperação de empresas. É um período longo, mas agora vemos mais segurança jurídica e proteção aos investidores”. Ariane explicou que o IFIC tem o papel de identificar e trabalhar com os governos em boas práticas, mas também busca retorno. “Ao mesmo tempo em que temos um papel catalisador, também somos investidores. Com a evolução da crise temos um ambiente de juros menor e, logo, a atratividade dos ativos aumenta. Existe todo um monitoramento e esperamos uma nova fase para esse mercado de dívidas, o qual estamos presentes com a Jive. Haverá competição por recursos internacionais? Sim, mas a liquidez está favorável. É um timing muito importante para nós”, apresentou.

Para José Garrido, conselheiro Sênior do Fundo Monetário Internacional (International Monetary Fund / Washington), a grande pergunta agora é determinar qual a extensão dessa crise. “Cerca de 10% das empresas na Europa têm menos de seis meses de caixa, ou seja, serão insolventes. O bloco injetou 1 trilhão de euros. Isso significa que o debate está na transição de diferentes módulos. Um programa ambicioso será decisivo e muitos países terão espaço fiscal para esses programas de insolvência, mas alguns países têm que parar de apoiar zumbis. É um desafio técnico e isso está sendo bastante estudado no momento.

Devemos pensar ainda que, dado o atual cenário, precisamos auxiliar o máximo possível essas empresas fora dos tribunais, que já estarão inchados no pós-crise”, sinalizou.

Ao final, o ex-ministro da Fazenda, Joaquim Levy, atual diretor de Estratégia Econômica e Relações com Mercados do Banco Safra, comentou que o banco esteve envolvido desde o começo nessa resposta. “Atuamos primeiro nos grandes clientes, evidentemente liberando as linhas de crédito, o que deu conforto, e isso se dará até a economia retomar, e depois seguimos com os programas direcionados às pequenas e médias”, resumiu. Com relação à nova lei, Levy a considera bastante encorajadora, pois reduz desde a parte judicial, como dá mais tempo aos credores. Balanceamento é importante inclusive no tema do financiamento. Essa lei facilita a volta da pessoa que teve uma dificuldade no mercado para retomar os empreendimentos. Ela permite que o devedor possa voltar a trabalhar – especialmente porque o que veremos lá na frente será diferente do período de boom que vivenciamos no passado. Veremos a recuperação e as consequências dos avanços tecnológicos que a Covid-19 trouxe, como a flexibilidade de as empresas fecharem e abrirem, e tudo isso protegendo os investidores. A velocidade da realocação de capital e a flexibilidade é fundamental para o crescimento e especialmente de aumentar a produtividade para se adaptar aos novos desafios e criar oportunidades”, concluiu.

Fonte: Revista O Papel – Março/2021



PAPEL É POWER

No Brasil, 90% da energia usada pelas indústrias de base florestal tem origem renovável. Papel vem de matéria-prima renovável: árvores plantadas.

A campanha LOVE PAPER é uma criação original de Two Sides. Acesse lovepaper.org.br e saiba mais.

Two Sides é uma organização global, sem fins lucrativos, criada na Europa em 2008 por membros das indústrias de base florestal, celulose, papel, cartão e comunicação impressa. Two Sides, a mais importante iniciativa do setor, promove a produção e o uso conscientes do papel, da impressão e das embalagens de papel, bem como esclarece equívocos comuns sobre os impactos ambientais da utilização desses recursos. Papel, papelcartão e papelão são provenientes de florestas cultivadas e gerenciadas de forma sustentável. Além disso, são recicláveis e biodegradáveis.



www.lovepaper.org.br



www.twosides.org.br

TENHO DITO!

"Sucesso e lucratividade são resultados de focar nos clientes e funcionários, não em objetivos"

Jack Ma



"Se você realmente quer fazer algo, você encontrará uma maneira. Caso contrário, você encontrará uma desculpa"

Jim Rohn



"Sempre entregue mais do que o esperado"

Larry Page



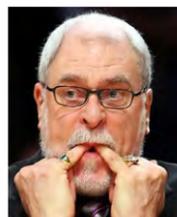
"Liderança é saber quando apoiar-se nos outros e deixá-los se apresentar e brilhar"

Michelle Peluso



"A força da equipe é cada membro individualmente. A força de cada membro é a equipe"

Phil Jackson



AGFA Agfa



restart

CONSULTORIA PARA O SEU NEGÓCIO

LANÇAMENTO
2020



AGFA Agfa

**EQUIPE
ALTAMENTE
QUALIFICADA**

**+ EFICIÊNCIA
+ QUALIDADE
+ ECONOMIA**

CONHEÇA
A NOVA **AGFA!**

Consultoria para o seu negócio.

Tempos de crise exigem transformações e recomeços. A AGFA já vinha se preparando para mudanças. Agora chegou a hora do RESTART.

Com um novo serviço de consultoria, estaremos ao seu lado em todos os momentos do seu negócio, otimizando e melhorando seus processos. Tudo para gerar mais agilidade, economia e eficiência para sua empresa.

É a AGFA trazendo uma equipe altamente qualificada para a excelência do seu negócio.

Conheça esta novidade AGFA.

WWW.AGFA.COM

Natal /RN

PRÊMIO JC CORDEIRO

12º Prêmio de Excelência
Gráfica José Cândido Cordeiro

2021

24 SET



Galo de Campina

REALIZAÇÃO

SINGRAF | RN
Fortalecer a indústria gráfica é o nosso papel

ANDIGRAF

PATROCINADORES

RIOBRANCO
COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPIIS LTDA

MAQTINPEL
MAQUINAS E MATERIAS GRÁFICAS LTDA

alphagraphics

Papirus

BREMEN
SISTEMAS

AGFA *Agfa*

DELL
Technologies

CAOMA
TECNOLOGIA

xerox

APOIO

**CIDADE DO
NATAL**
Comissão Municipal de Turismo - 2021/8

FIERN
Federação das Indústrias do Estado do RN
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA

aps eventos corporativos

**FESPA
BRASIL
2021**
100º Aniversário

PP PORTAL do papel

TWO SIDES
twosides.org.br

COORDENAÇÃO E AUDITORIA

**SINDUSGRAF
PERNAMBUCO**

ABTG ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
TECNOLOGIA
GRÁFICA
150 1901.2009