empresário digital

edição 147 • Dezembro • 2014
ISSN 1808-2319



NEGÓCIOS INTELIGENTES

Tinta Topaz T51 HD AKM

Projetada especialmente para impressoras com cabeça RICOH Gen4 : Ampla

nUtec DIGITAL INK



5LITROS

Estabilidade única
Tinta de Alto Desempenho
Alta densidade de cores

Tintas Digitais NUtec
Procedência e Qualidade

PROMOÇÃO +3M

BRPROMO
SC PLUS
D1000 e D3000

Promoção Especial

PAPEL SUBLIMÁTICO

+ IMPRESSORAS

Conheça a SOLJET PR04 XF-640S, a mais rápida impressora da Roland. Até 122m²/h
Qualidade excepcional até 1440dpi - Nova cabeça de impressão Roland Gold Head
Equipamento robusto e durável com ótima performance em alta velocidade
Dois* Anos de Garantia livre de problemas - Lárgura máxima de impressão 1,625mm



RitRAMA · ORACAL · imprimax AUTO-ADESIVOS · Decoprint TEXTILE FOR DIGITAL PRINTING · 3M

www.digimais.com.br

(11) **2095-4846**

DIGI+ *Soluções para Comunicação Visual*



carta ao leitor

A formação de novas redes e possibilidades

Ser um empresário digital é, antes de tudo, usar os recursos da tecnologia para aumentar a capacidade produtiva, capacidade de entrega e fazer diferente. Centenas de empresas não teriam a possibilidade de atender à quantidade de clientes que atendem hoje se não fosse, por exemplo, a tecnologia dos sistemas. Já imaginou ter que emitir milhares de notas no talão de papel? Ou pintar manualmente faixas para mais de 1 milhão de pontos de venda? Ou ainda bordar à mão, milhões de camisetas? Ou ter tudo isso, mas não ter capilaridade para visitar e vender o equivalente aos números que as nossas empresas precisam faturar?

A realidade mudou e a revenda de produtos serigráficos que faturava em torno de R$ 60 milhões por ano, há mais de 20 anos, hoje atinge cifras de meio bilhão de reais, além de comercializar produtos para outros tipos de tecnologia. Fabricantes de Impressoras integraram Sistemas ERP e Business Intelligence para que a comunicação visual tenha um suporte aos negócios mais rentável. Empresas utilizam ferramentas para saber mais sobre os seus clientes e as vendas ganharam em automação. Mas é preciso dizer que nada disso ainda vive ou gera resultados sozinhos. A figura humana ganha valor pelo conhecimento que aplica nos processo. Ou pelo menos deveria receber esse reconhecimento.

O digital é amplo e merece uma reflexão para aproveitar as oportunidades que estão vindo em forma de onda, modismo ou tendência, depende de como cada um vai por em prática. Diferentemente do que muitos possam imaginar, a era digital permite uma nova formação de rede de contatos. Sim, você está conectado a 3,5 bilhões de pessoas e sua ideia pode chegar para quem você desejar. É preciso gerar conteúdo relevante, mas não para ter mais acessos em suas páginas e blogs.

Em 2014 assumimos uma nova identidade, Empresário Digital, mas não abandonamos nossas raízes. Entendemos sim que precisamos estender o conteúdo para novos leitores e compreende que precisávamos construir um Marketplace. A nossa missão sempre foi ajudar os negócios de nossos clientes e, mais do que nunca, entendemos que o caminho da simples publicidade ficou pra trás. Hoje temos tecnologia para ajudar nossos clientes na geração de LEAD's e estimular os nossos leitores a conhecer novos cases de sucessos, experiências e relação entre as escolhas de acordo com o potencial crescimento.

Deixar de lado o ego dominante e partir para um novo modelo de negócio foi muito desafiador. Mas decidimos partir para um sistema maior, com novas experiências e possibilidades. à começar pela edição digital em Tablets e Celulares com interações, links e vídeos que complementam as notícias, entrevistas e experiências geradas a partir de novos conteúdos.

A revista Empresário Digital passou a compor um sistema formado por empresas de Moda, Comunicação Visual, Indústrias, Arquitetura e Engenharia Corporativa. Para todos esses nichos há necessidades, demandas e oportunidades em termos de: Impressão, Digital Signage e Estratégias de marketing Digital. Ou seja, todas as empresas que compõem esse sistema precisam de produtos ou serviços de qualidade (tecnologia), Clientes em potencial (Leads) e uma forma de abordar (Estratégia de Marketing).

Bem vindo à era das "Coisas"

;-)

Marco Marcelino, diretor editorial



Twitter do editor: @marco_marcelino
Twitter da revista: @revista_ESD
www.empresariodigital.com.br (notícias todos os dias)



CAPA
Negócios Inteligentes
Pág. 26

04 notas
06 digital
08 pdv
10 pdvnews
12 têxtil
14 digital
16 sublimação
18 em campanha
20 sala vip
22 out of home
24 têxtil
30 vidro
32 tempo
33 web2print
34 jurídico

SERINEWS comunicação e marketing

Avenida Paulista, 1079 • 8° andar
Bela Vista • São Paulo/SP • Brasil
Fone/Fax: (11) 2787-6386
www.serinews.com.br

Diretor: Marco Marcelino {44.446}
mmarcelino@serinews.com.br

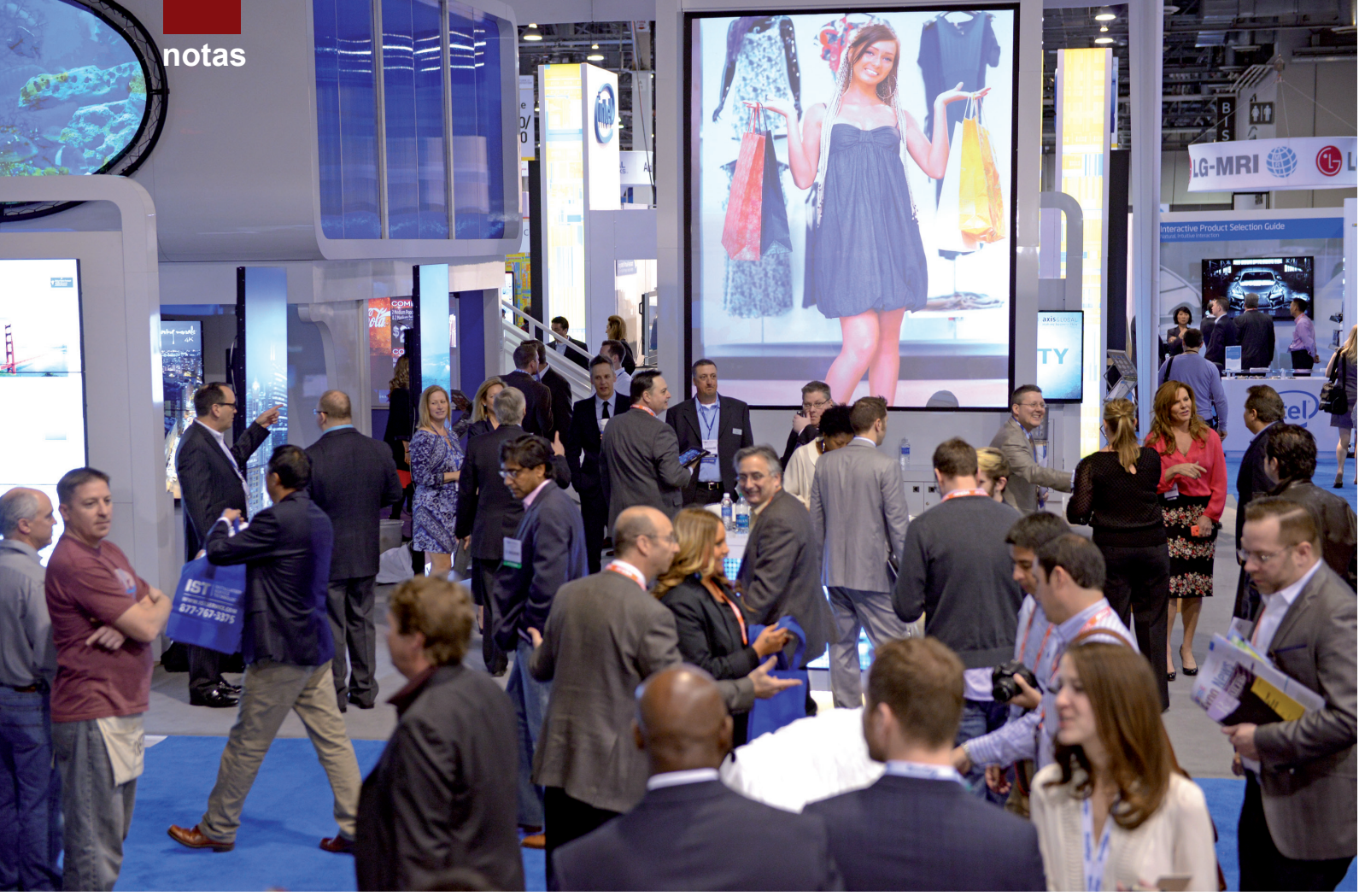
Gerente Editorial: Jorge Luiz Mussolin {15.978}
jmussolin@serinews.com.br

Assistente Executiva: Tatiane Oliveira
toliveira@serinews.com.br

Jornalistas: Alexandre Carvalho {44.252}
alecarvalho@serinews.com.br

Design: Patricia Barboni
patricia@be-erredesign.com.br

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora. O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98).



DIGITAL SIGNAGE EXPO CHEGA AO BRASIL

A BTS Informa, empresa que realiza as feiras Serigrafia, Sign Future Têxtil, acaba de divulgar a parceria com a operadora de eventos Exponation LLC, que atua com foco na área de Digital Signage e iluminação. Juntas vão promover a Digital Signage Expo no Brasil que terá o nome comercial de DSE South America. A primeira edição acontece em 2015 junto com as demais feiras de comunicação visual e têxtil da BTS, entre 21 e 24 de julho, no Anhembi em São Paulo.

A versão americana da Digital Signage Expo acontece de 10 a 13 de março, em Las Vegas.

O segmento de Digital Signage está atraindo investidores além da impressão e do meio digital. A novidade também ganha força em eventos com foco mais amplo em termos de tecnologia, como caso da CES, um show de novidades tecnológicas que acontece em janeiro de 2015 em Las Vegas e reúne inovação do mundo inteiro. A fabricante Digital Signage China, vai expor 12 novos produtos, além da promessa de alguns novos projetos inovadores. www.digital-signage-china.com

MAIS UMA PARCERIA ANUNCIADA

A Roland DG Brasil e a NHS fecharam uma parceria visando trazer mais segurança aos equipamentos eletrônicos de seus clientes. De acordo com a Roland DG, a empresa investe não somente em seus produtos, mas também na escolha correta de seus fornecedores; e um deles tem grande importância para o pleno funcionamento dos equipamentos da empresa: são os fabricantes de no-breaks. Há 25 no mercado, a NHS está entre as cinco empresas preferidas pelo setor industrial nesta categoria e representa a escolha certa para quem precisa de sistemas de energia de alta qualidade com o melhor custo-benefício.

Em 1998, a NHS conquistou a Certificação do Sistema da Qualidade, ISO 9001, o que evidenciou o reconhecimento do compromisso da NHS com a qualidade, seja no processo produtivo ou no desenvolvimento de produtos.

A NHS apresenta uma solução integrada com a política de qualidade que os equipamentos da empresa exigem. Dentre os equipamentos homologados pela companhia estão os no-breaks NHS Senoidal PDV 1000, Nobreak NHS Senoidal Premium 2000, Nobreak NHS Senoidal Prime 3000. Os três produtos possuem faixa de entrada ampliada, onda senoidal pura, fatores de potência, bivolt de entrada e saída, placa SMT, Senoidal de baixa distorção harmônica, USB, digital signal processor e display digital

TINTAS para: Serigrafia - Solvente e UV - Tampografia - Flexografia UV
Offset UV - Industriais - Digitais base Solvente e UV/LED.



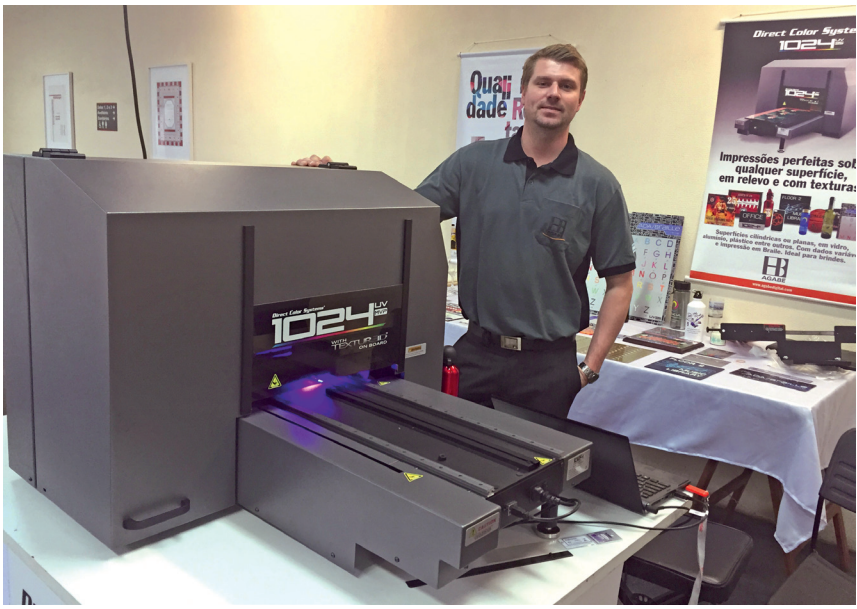
Não espere outra chance para causar uma boa impressão

TecnoPaint
Tecnologia em Tintas na Medida Certa

Nosso maior e principal desafio é atender as necessidades dos nossos clientes com Tintas de alta performance. Utilizamos os mais rigorosos padrões de qualidade e os melhores equipamentos. Investimos na capacitação dos nossos profissionais e acreditamos nas práticas de sustentabilidade.

Fábrica +5512 3644-1550 - Vendas +5511 2085-4876





IMPRESSÃO DIGITAL SOBRE QUALQUER SUPERFÍCIE

Imagine imprimir em madeira, metal, cerâmica, plástico, acrílico, vidro, peças industriais, produtos promocionais e muito mais? A Direct Color Systems ou DSC é uma impressora versátil que a Agabê Digital trás para o Brasil com a expectativa de atender novas aplicações de brindes para casamentos e Braille, bem como atuar na indústria com a produção de amostras sem a necessidade de parar a produção em escala. Outros segmentos, na área de material promocional também irão ser foco da empresa na abordagem em 2015.

Recentemente a DCS enviou o especialista Steve Dworak que treinou a equipe técnica da Agabê Digital para apresentar todas as aplicações práticas. É possível conhecer as inúmeras vantagens da tecnologia e como ela irá gerar novas oportunidades a partir de novas possibilidades e tecnologia inovadora. A impressora estará presente no Show Room da Agabê Digital na Mooca, São Paulo, onde a versão completa está a disposição para fazer testes dentro da realidade de cada cliente.

ESTUDO SOBRE O MERCADO DE IMPRESSÃO DE GRANDES FORMATOS

A empresa de análise e consultoria estratégica InfoTrends se prepara para realizar um estudo no mercado de impressão de grandes formatos e entender além das possibilidades de novos negócios, quais são as tendências em formatos, preços, critérios para compra e impacto que as mídias digitais terão de influência para os compradores. Para a direção da InfoTrends é fundamental o foco nos critérios de compra para investigar eventuais melhorias da indústria. Tempo de resposta, tiragens por imagens, aplicações, tamanhos, tipos de mídias, são alguns dos critérios a serem estudados.

Diante do avanço tecnológico entender o papel da impressão de grandes formatos junto ao "cross-media" é agir de maneira responsável aos investimentos e planejamento estratégico das empresas para os próximos anos. Se você quer saber mais sobre o estudo, pode entrar em contato com scott.phinney@infotrends.com.

FAMÍLIA BRITTO COMPRA DUBUIT PAINT

A Tecno Paint foi fundada em 1999 e se destacou pela agilidade na entrega de tintas especiais, além da renomada qualidade dos produtos. Em 2008 houve uma fusão com a multinacional francesa Dubuit S/A e juntas criaram a Dubuit Paint e Dubuit Digital. Em meados de 2014, as empresas iniciaram um processo de negociação que teve conclusão em outubro deste ano, quando a Família Britto, decidiu recomprar a parte da Dubuit Paint e Dubuit Digital, no Brasil.

"Decidimos também voltar a marca TECNO PAINT e tudo que de melhor tínhamos no passado. Obviamente, somado a uma importante experiência de multinacional, a qual aproveitamos para agradecer a todos da Dubuit S/A", comenta Ellington Eduardo Britto - diretor da TECNO PAINT.

A empresa sabe que para se manter como líder no mercado nacional basta somar as práticas e valores que levaram a família a uma posição de destaque no cenário Internacional. "Estamos prontos para continuar a nossa jornada e acreditar que o BRASIL precisa e merece, uma indústria 100% dedicada na forma única de pensar e agir. Sabemos como entregar tintas de qualidade para diferentes temperaturas do Brasil. Conhecemos a logística e as melhores práticas de políticas comercias para que cada região tenha sua vantagem competitiva e possa reverter nossas tintas, sob medida, em impressões de qualidade e altamente rentáveis", conclui Britto.

A TECNO PAINT conta com respeitados e renomados profissionais de mercado e espera estreitar o relacionamento com os seus clientes e prospects para entender e auxiliar com o desenvolvimento de produtos brasileiros e os mais altos níveis de padrão de qualidade. "Nós iremos criar boas e novas oportunidades a partir do conhecimento e infraestrutura, que em termos de fabricação de tintas é um dos mais modernos do mundo", afirma Hamilton Britto ,diretor de desenvolvimento da TECNO PAINT.

O negocio de tintas e vernizes para impressão e revestimento, agora com a marca TECNO PAINT continua sediada em Pindamonhangaba, São Paulo e atenderá a milhares de empresas por toda a América Latina e o portfólio inclui tintas de impressão para Serigrafia - Solvente e UV,Tampografia, Flexografia UV, Offset UV, Industriais, Digitais base Solvente e UV / LED.



NOVAS RESTRIÇÕES ÀS PROPAGANDA DE CERVEJAS



A pedido do Ministério Público Federal, o Tribunal Regional Federal da 4ª Região decidiu que a União e a Anvisa passem a aplicar uma série de restrições às propagandas de bebidas com teor alcoólico igual ou superior a 0,5 grau Gay Lussac. Até então, as principais limitações, previstas na Lei 9.294/96, valiam apenas para bebidas com mais de 13 graus, o que excluía cervejas e vinhos em geral.

A decisão se aplica a todo território nacional e terá validade a partir de 180 dias depois da publicação do acórdão. O prazo é para que sejam adequados contratos comerciais sobre propaganda de bebidas alcoólicas. Cabe recurso.

Entre as restrições, a publicidade em emissoras de rádio e televisão só pode ocorrer entre 21h e 6h, sendo que, até as 23h, apenas no intervalo de programas não recomendados para menores de 18 anos. Além disso, fica proibida a associação do produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou ideias de maior êxito ou sexualidade das pessoas. Também é vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda de bebidas alcoólicas.

Ainda, os rótulos das embalagens devem conter advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Álcool". Já na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deve ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção.

Em entrevista a um dos mais respeitados veículos de comunicação da publicidade, o Meio e Mensagem, Orlando Marques, presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), informou que a entidade vai recorrer em instâncias superiores da decisão de restringir a propaganda de cerveja a determinados horários, tomada pelo Tribunal Regional Federal do Rio Grande do Sul.

Você tem opção!

Chega de surpresas e falsas expectativas.

INOVE com Tintas de Qualidade





i9 inove

www.i9tintas.com.br | **Tel. (15) 3417.3051**

seja um canal de venda para tintas digitais

Por Renato Santhinon*

PERFORMANCE NO PONTO DE VENDA

Há muitos anos, e depois de muitas andanças pelo mundo afora, passei a fazer analises diferenciadas do varejo brasileiro pelo mundo. Uma delas é a que sofremos por uma forte influência do mercado Europeu e não do mercado Norte Americano. Outra é que evoluímos de forma incrível e dinâmica como em nenhum outro lugar do planeta. Portanto o que falta para o Brasil se tornar referência no varejo e sediar por exemplo uma Global Shop? Essa é uma boa questão para analisarmos a fundo.

Não sendo diferente de nenhum outro grande país, o Brasil acomoda as maiores indústrias do mundo como Unilever, Nestlé, P&G, Coca-Cola, etc, e também temos a maior cervejaria do mundo, a Ambev. Enfim o que fazer num mercado tão competitivo como este, e onde quem dita as regras são os gigantes da indústria e depois o varejista, que também tiram grande vantagem comercial do espaço oferecido no Ponto de Venda. Onde encontrar brechas para ter um bom resultado para empresas de médio e pequeno porte?

O Trade Marketing

A organização é fundamental e, por isso, há pouco mais de 10 anos, surgia o Trade Marketing. Muitos dizem que o departamento foi criado para que grandes distribuidores pudessem captar mais verba da indústria para investimento no PDV, mas vou colocar isso de maneira mais amigável. O Trade Marketing foi criado para ajudar a administrar, fiscalizar e positivar uma verba maior investida pelo fabricante no Ponto de Venda e analisar de maneira profissional o ROI da operação. Entretanto, ainda existe uma certa resistência no mercado em implantar o departamento de Trade Marketing. Entendo que faltam verbas e a cultura da necessidade, mas Trade eficiente é investimento com retorno praticamente garantido e não só custo. O bom Trade analisa, juntamente com a necessidade do comercial, como se comunicar com o Shopper usando a mesma linha de comunicação que o Marketing criou para divulgação em outros canais, como mídia por exemplo. O fato é que mesmo nos dias de hoje, Marketing e Trade ainda se falam pouco e muitas vezes não conseguem atingir 100% de performance nos investimentos por falta de entrosamento ou prejuízos que o varejo mal administrado pode gerar.

Comunicar é Preciso

Segundo as últimas pesquisas realizadas pelo Portal de Trade PDV News, 51% dos novos lançamentos foram descobertos no Ponto de Venda, sendo assim direto na gôndola e muitas vezes através de Ações Promocionais, contra 18% da internet e 31% na televisão. A briga está ficando cada vez mais acirrada e a comunicação no PDV depende, além de muita criatividade, acerto nos materiais ideais para uma boa comunicação com o Shopper.

Temos um universo enorme de produtos diferenciados. Numa gôndola de alimentos, por exemplo, não podem faltar Faixas de Gôndola, Stopper's, Wobbler's, Glorifier's, etc. A personalização é cada dia mais essencial, o Shopper exige ter experiência



de compra exclusiva, ele quer ser comunicado das novidades e das vantagens de determinados produtos, mas não é só na gôndola que isso acontece. Imagine-se dentro de uma loja de eletroeletrônicos sem os displays de celular, sem os ambientes onde você pode se sentar e ter a experiência de áudio e vídeo de um equipamento recém lançado. Você compraria sem essa experiência? Sem ter o prazer? Sem dúvida as coisas seriam muito diferentes e não teria a mínima graça o passeio pelo shopping nos fins de semana.

Se comunicar é preciso, o que devemos fazer para sair na frente, ou ao menos competir de igual pra igual com os líderes de mercado?

Treinamento da equipe de campo (Merchandising), manuais de Merchandising simplificados (sugestão aos modelos de bolso), com planogramas e pontos de ativação e sugestões de zonas quentes, incentivar o bom relacionamento com o Varejo (ser amigo do gerente ou supervisor da loja ou seção é fundamental). Isso é primordial para o aumento de resultados. Já presenciei muitas vezes excelentes promotores e vendedores conseguindo pontos extras para exposição de seus produtos em função do seu bom relacionamento e de seus argumentos. Estar bem preparado na hora de ativar um produto promocional dentro do Ponto de Venda é fundamental e muitas vezes ganhamos pontos que sem relacionamento custariam muito para a empresa expositora.



A Positivação

Uma parte fundamental da ação promocional é a Positivação. Exigir qualidade das indústrias nos materiais de PDV é fundamental, inovar para chamar a atenção do Shopper é obrigação, mas positivar de maneira correta é tão importante quanto.

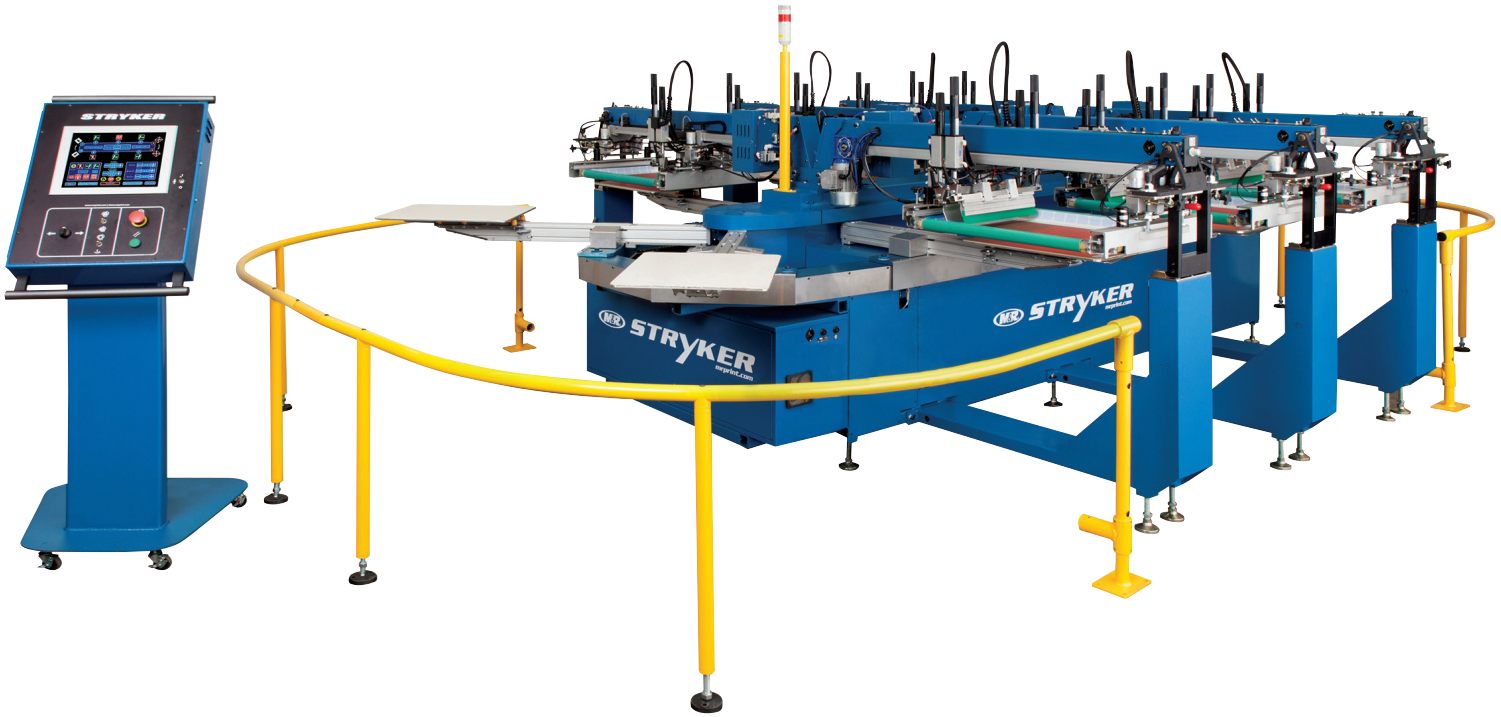
Imagine que cada material de merchandising tem que ter um ROI e a positivação bem feita é a maneira que esse investimento se paga. Portanto, um simples balcão de degustação deve estar bem montado, bem limpo, e a promotora deve estar de acordo, uniforme limpo, unhas cortadas, de preferência curtas e com esmaltes de cores sóbrias, um display também deve ser montado pensando em sua estabilidade. Displays bambos no PDV excluem consumidores, e somente pelo fato do Shopper perceber que o displays tem um balanço, já evita o contato.

Materiais de Merchandising são essenciais para comunicação na gôndola. Ter um planograma de ativação para saber qual a quantidade exata de materiais por gôndola é fundamental. O desperdício é muitas vezes pior que a ausência de materiais, pois vira um grande carnaval e só polui o ponto de contato com o produto. Você precisa expor o produto e não esconder ele atrás de um Wobbler.

Colhendo os resultados

Depois da necessidade comercial de implantar o produto no mercado (vendas), o marketing deve criar a campanha nas mídias, e o trade positivar. Depois vem a parte da manutenção, e é dai que os resultados surgem. Neste momento temos alguns ítens que devemos prestar muita atenção afim de não deixarmos os resultados correrem por entre os dedos. Um deles é um programa contínuo de treinamento para que os promotores abasteçam o PDV a ponto de não sofrerem Ruptura. A perda dessa venda é irreversível na maioria das vezes. Pense num produto de consumo imediato e que possui diversos concorrentes com o mesmo padrão de qualidade, enfim se a marca preferida não está na gôndola, o shopper simplesmente leva a outra que está ao lado. Portanto, essa venda foi perdida para sempre, pois não existe volta para consumo imediato. Manter as gôndolas cheias não é a única questão, pois o fator prazo de validade, que no Trade Marketing geralmente é chamado FEFO, do acrônimo inglês "First-Expire, First-Out" ou Primeiro que Vence é o Primeiro que Sai, é importantíssimo. O bom promotor não simplesmente abastece a gôndola ou o display, ele puxa os produtos que ficaram atrás e que geralmente possuem a validade mais próxima do vencimento para a frente e os produtos novos que acabaram de chegar, vão para a parte de trás da gôndola ou do display. Assim fazem com que não deixem produtos vencerem dentro do Ponto de Venda, fato que ainda trás muito prejuízo, principalmente no setor de alimentos.

*Renato Santhinon é Publicitário e Professor do Curso de Criação e Positivação de Materiais de Merchandising e Trade Marketing no Ponto de Venda. Especialista em Trade Marketing e Merchandising com ênfase na criação de materiais Promocionais, Execução e Positivação. Com mais de 16 anos de experiência no segmento, já participou de cases de sucesso com empresas renomadas do mercado como Matte Leão, Bianchi Vending, Coca Cola, Pepsico, Ambev, Nestlé, Ambev, JBS Friboi, Grupo Pão de Açucar, Mars Brasil, Farmina Pet Foods, entre muitos outros.
www.pdvnews.com.br



NOVA IMPRESSORA OVAL PROMETE PRODUTIVIDADE

As impressoras do tipo Carrossel Oval tem uma configuração diferente das convencionais e geralmente promovem uma produtividade mais eficiente, segundo a fabricante americana M&R. A empresa é representada no Brasil pela Silmaq e a nova versão foi lançada recentemente nos Estados Unidos. O equipamento além de ocupar menos espaço, tem um range maior de configurações de impressão. Tem área ampla de impressão de até 100 x 84 cm dependendo da escolha pela versão e assessórios. Chega a produzir cerca de 900 camisetas de 10 cores por hora e destaca-se pelas possibilidades de ajustes em diversos níveis de produção. Veja o vídeo da impressora em funcionamento.





Auge. Tudo para serigrafia e sinalização num só lugar

IMPRIME EM VIDRO

Direct Color Systems®

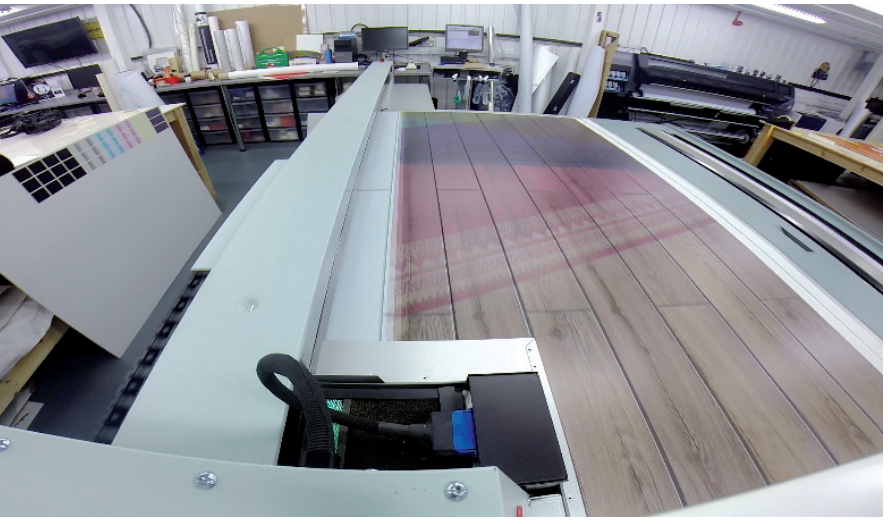
A mais completa linha de produtos para serigrafia e sinalização você encontra na Auge. Tecidos técnicos, caixilhos, emulsões, produtos químicos sustentáveis, tiras e tintas para impressão, equipamentos e acessórios. E agora a Auge traz para o Brasil a impressora a jato de tinta com tecnologia "Textur 3D" que permite imprimir em vários substratos. Em relevo e com textura, com dados variáveis e personalizados.

AUGE
Silk & Sign

Rua Madre de Deus, 733 - São Paulo - SP - Fone: (11) 2813-2333 - E-mail: augesilk@augesilk.com.br **www.augesilk.com.br**

ABRA OS OLHOS PARA A IMPRESSÃO

Uma das mais importante entidades do mundo, a FESPA, lança um desafio para conectar designers de interiores, arquitetos e profissionais criativos com exemplos inovadores de impressão de grande formato. Os resultados irão gerar palestras e exposições na feira de Maio de 2015 na Alemanha. A "Print Inspiration Rally" terá um onibus escolar estilo americano que irá parar em obras e construções com exemplos de aplicações da comunicação visual. Entre elas: a impressão em vidro, madeira e metal, têxtil, decoração de interiores, cerâmica e muito mais. Uma série de fabricantes contribuíram para o projeto - EFI, Epson, Roland e a Agfa. Acesse o hotsite rallyfespa.com e acompanhe a iniciativa.



NOVO GERENTE DE VENDAS PARA IMPRESSÃO DIGITAL



Formado em administração pela PUC São Paulo, Carlos Henrique de Paula Leão, deixa a Agfa Gevaert do Brasil para assumir um novo desafio na EFI. Nosso editor esteve com o executivo que demostrou otimismo com as possibilidades diante do portfolio amplo e a responsabilidade na implantação de novas estratégias para o mercado brasileiro. "A marca tem um excelente posicionamento global e meu desafio tem foco na comunicação com o mercado brasileiro", comenta o executivo. Uma das iniciativas será apresentar aos empresários brasileiros a possibilidade de intercâmbio para conhecer melhor as novas tecnologias, bem como a estrutura da empresa, que hoje desponta no desenvolvimento de tecnologia de impressão UV LED. "Além das impressoras e sistemas, temos uma tinta diferenciada como é o caso da SuperFlex, finaliza o Novo gente de vendas para impressão digital no Brasil.

PARCERIAS QUE FAZEM A DIFERENÇA

Buscando sempre um lugar de destaque e com o objetivo de oferecer sempre os melhores produtos em comunicação visual.
A ***Astral Digital*** fez uma importante aliança comercial com a ***Nutec*** nos tornando distribuidores da marca no Brasil, considerada uma das melhores tintas UV's e Solventes do mercado.



CONHEÇA NOSSA COMPLETA LINHA DE SUPRIMENTOS PARA COMUNICAÇÃO VISUAL

ASTRAL DIGITAL
Suprimentos para Comunicação Visual

Eficiência e Qualidade
Essa é a nossa Meta, essa é a nossa Obrigação
★★★★★

12 99139-9965
henrique@astraldigital.com.br
www.astraldigital.com.br



UNIFORME GERA POLÊMICA E É CONSIDERADO INACEITÁVEL PELA UCI

A impressão sublimática cresce a cada dia e a impressão digital multiplica os seus valores de consumo a cada ano. Todavia, estamos falando de um processo de impressão cheio de variáveis. A impressão primeiramente vai no papel para depois ser sublimado para o tecido por meio de calor. Investir no workflow de cores vai além da calibração da impressora. Além de ferramentas de medição e criterioso controle do processo é importante ter profissionais capacitados para garantir que a cor e a impressão gerem estampas atrativas com cores vibrantes e tons adequados, conforme criação inicial.

Recentemente, uma equipe feminina de ciclismo da Colômbia enfrentou criticas e teve de administrar a polêmica pelo uniforme utilizado durante as competições. Confeccionada nas cores da equipe IDRD - Bogotá Humana--San Mateo - Solgar, vermelho, amarelo, branco e ouro, o resultado deu o que falar.

A controvérsia vem desta cor ouro: no uniforme das atletas, ela ficou parecendo cor de pele e por estar localizada na cintura, dá a impressão de que as ciclistas estão nuas, o que fez as fotos se espalharem rapidamente pelas redes sociais. Segundo o presidente da União Ciclística Internacional (UCI), o inglês Brian Cookson, é inaceitável, por qualquer padrão de decência.

O assunto chamou a atenção de especialistas que acreditam numa soma de fatores que geraram tal resultado indesejado. A infelicidade fica como lição e deve servir de orientação para que haja um maior engajamento desde a ideia até a entrega da peça estampada. Como muitos dos processo são feitos a partir de terceirização, o índice de problemas tem de a ser maior. Por isso é fundamental gerar escala de cores e padronizar o processo para mostrar aos clientes o resultado final.

PIXEL PREPARA INOVAÇÃO PARA 2015

A Pixel Soluções é uma empresa idealizada a partir do desejo de fazer algo diferente e promete enfrentar os desafios de dizer a verdade aos usuários de sublimação no Brasil. "Para Rogério Takeshita, diretor da empresa, o mote da Campanha vai chocar, pois muito do que é dito no Brasil está incorreto e as empresas estão pagando um preço alto pelo uso inadequado da tecnologia. A ideia veio depois de uma série de viagens de intercambio cultural com empresas especializadas no assunto na Europa, Estados Unidos e Ásia. Atualmente a empresa distribuiu papéis especiais para sublimação. A empresa fechou com a revista Empresário Digital, um espaço para divulgar seus produtos, bem como artigos científicos sobre sublimação. www.pixelsolucoes.com.br

Escolha Genial

A nova VersaEXPRESS RF-640 possui a mais recente tecnologia de cabeça de impressão, tinta ECO-SOL MAX2 e velocidade de impressão de até **48,5m²**, proporcionando alta produtividade e qualidade de impressão impecável!

Com os novos recursos inteligentes você tem comodidade e ainda economiza tempo. A RF-640 possui um sistema de substituição de tintas em tempo real que garante produção contínua, além de um aplicativo desenvolvido para iPad que permite o gerenciamento remoto das principais funções do equipamento.

A nova VersaExpress RF-640 é muito mais que uma impressora jato de tinta

É realmente uma escolha genial.



VersaEXPRESS
RF-640

Entre em contato conosco através do e-mail
vendas@rolanddg.com.br

www.rolanddg.com.br

Imagine. Roland®



PUBLICIDADE DE ALTO IMPACTO

O anúncio recém criado para a Fundação Sueca de Crianças com Câncer já gerou milhões de compartilhamentos e demonstra a força da publicidade digital que tem a capacidade de engajar. O anúncio na estação de metro criado pela Garbergs, Stockholm, Sweden tem um início interativo e parece uma publicidade de shampoo, mas depois as pessoas se deparam com a dura realidade das pessoas com câncer. Muito impactante. O mote da campanha "A hair-rasing messageé" é arrecadar doações para a pesquisa contra o Câncer. A agência de publicidade ficou orgulhosa pelo reconhecimento do público, retorno da ação e de quebra recebeu nada menos do que duas pratas e dois bronzes na edição do Eurobest deste ano, a competição que premia o melhor trabalho realizado da Europa na domínio da publicidade. "Neste caso, queríamos aumentar a conscientização sobre o fato de que a cada dia uma criança é diagnosticada com câncer", diz o diretor de criação Petter Odéen. Aproveite o filme!

MATERIAL ADESIVO PROMOCIONAL

A Digimais anunciou sua estratégia para atender o mercado de impressão promocional com a linha de adesivos da 3M, IJ22 PLUS Blockout. A película calandrada polimérica foi desenvolvida para impressão digital solvente e PIJ-UV, mas também tem alto rendimento quando utilizado no processo de recorte eletrônico e serigrafia com tintas a base de solvente. Dentre as aplicações do produto, estão a adesivação de veículos, placas, geladeiras e freezers, vitrines, escadas de shoppings, porta de elevadores, além de outros materiais transparentes. O produto encontra-se disponível em estoque com larguras de 1,06, 1,27 e 1,52 metros em bobinas de 50 metros. www.digimais.com.br

MMS PLÁSTICOS

www.mmsplasticos.com.br



Chapas POLICLEAR G

A Chapa de PET G da MMS Plásticos

1. Excelente transparência - 2. Alta resistência ao impacto - 3. Excelente resistência química - 4. Maior resistência ao impacto que o acrílico - 5. Facilmente decorado com filmes de vinil adesivado ou silk-screen - 6. Pode ser usado em contato com alimentos - 7. Possui baixíssima flamabilidade - 8. Os riscos superficiais podem ser removidos com uma pistola de ar quente - 9. Menor custo que o policarbonato - 10. Podem ser dobrados a frio - 11. Fácil processo de termoformagem (vacumm-forming) - 12. Excelente maleabilidade - 13. Excelente versatilidade

As chapas Policlear G da MMS são feitas com um plástico extraordinariamente processável, perfeito para várias aplicações em diversos mercados como displays para ponto de venda, arquitetura e decoração, móveis, proteção de máquinas, segurança, materiais hospitalares, entre outros.

CHAPAS PARA IMPRESSÃO DIGITAL, SERIGRÁFICA E OFFSET







Vendas Rio de Janeiro
mms-rj@mmsplasticos.com.br
Tel.: (21) 3860-6952

Vendas São Paulo
mms-sp@mmsplasticos.com.br
Tel.: (11) 2436-2910

Vendas Bahia
mms-bahia@mmsplasticos.com.br
Tel.: (71) 3627-4672

Por Marcelo Ponzoni*

DICAS DESAFIADORAS PARA A EQUIPE SAIR DA ZONA DE CONFORTO E DESENVOLVER NOVAS HABILIDADES



Você provavelmente deve conhecer pessoas que buscam o conforto em detrimento dos desafios da vida. Esses indivíduos têm o foco no "mais por menos", delegam sob o manto do "alguém faz isto por mim" e, assim, se escondem diariamente em uma mentira pessoal e velada.

O contágio dos comportamentos é verdadeiro dentro das empresas. As lideranças praticamente ditam o tom, como um maestro ou um técnico de futebol. No geral, somos carentes de lideranças competentes, responsáveis e justas, tripé de difícil alcance, mas de enorme cobrança dentro das corporações.

Tenho uma frase que sempre define as pessoas determinadas de verdade: "nunca desafie uma pessoa realmente determinada, você irá perder".

Aos que acreditam em suas capacidades e são determinados por natureza, seguem cinco dicas complementares ou reflexivas para potencializar as qualidades já existentes:

1. Crie desafios capazes de gerar frio na barriga, aqueles que possam dar medo, provocar receios, pois só assim estará fazendo algo revolucionário e realmente transformador em sua carreira ou ambiente em que atua;

2. Assuma e responsabilize-se por riscos. Em linguajar popular, segure a corda de verdade e só a solte após a tarefa concluída. Perceba que existem muitas cordas soltas por aqueles que deveriam segurá-las e com isso veja quanta oportunidade está a sua volta;

3. Não espere que alguém vá ajudá-lo. Esqueça essa possibilidade e tenha atitudes diárias sem espera. Atue como protagonista de sua vida e dos acontecimentos em que possa ser o líder;

4. Procure oportunidades na negação do outro. Como mencionei anteriormente, muitos deixam que você assuma a dificuldade por puro comodismo não percebendo que estão jogando no lixo a grande chance de se posicionar;

5. Seja sempre claro e aberto em suas intenções, ofereça ajuda com transparência e inclua as pessoas em suas buscas. Segundas e terceiras intenções são para os fracos e inseguros. As pessoas querem e esperam a verdade do início ao fim e, quanto mais isso for alinhado, mais reconhecimento você terá em sua carreira. Os trabalhos são passageiros e os resultados podem facilitar ou dificultar as próximas tarefas. Ninguém engana muitos por muito tempo, a verdade sempre será mais forte no final. Na vida não há esconderijo.

Desenvolver novas habilidades é como um processo de inovação pessoal e, para isso, é preciso estar muito aberto, desprovido de preconceitos ou preguiça. É preciso falar, ouvir, ler, provocar, aguçar, enfim, fazer acontecer de maneira íntegra, responsável e respeitosa. Gosto de uma colocação que com o tempo passei a acreditar piamente: "Em toda empresa e família existem os 7 anões e não adianta querer eliminar um deles, eles sempre irão se recompor na sua essência". Sábio Walt Disney!

*Marcelo Ponzoni é publicitário e diretor executivo da agência Rae,MP, que atua há 26 anos no mercado; e Autor do livro "Eu só queria uma mesa", da Editora Saraiva. (11) 5070-1294
marcelo@raemp.com.br - www.raemp.com.br

Invencível

Graças à melhor tecnologia HP Látex já vista!
Apresentamos a linha HP Látex série 300 que combina preços acessíveis e versatilidade incomparável. Com a recente 3ª geração da tecnologia HP látex, é possível fazer o acabamento de trabalhos imediatamente após a impressão para aplicações internas ou externas, sempre com a qualidade exigida pelos clientes. **A nova linha HP Látex série 300 marca o início de seu crescimento constante.**

Saiba mais: **hp.com/br/go/latex**





Impressora HP Látex 310

Impressora HP Látex 330

Impressora HP Látex 360

© 2014 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

A MAIOR TELA DIGITAL DOS EUA

O céu é o limite. Esse ditado tão conhecido parece definir as ambições de empresários de Publicidade Exterior dos EUA e, mais especificamente, os ligados à Clear Channel Outdoor.
Abrangendo um quarteirão inteiro da cidade, localizado na Broadway entre as ruas 45 e 46, o novo display oferece superioridade de tamanho, posicionamento e visibilidade. Esta exposição inovadora e diferenciada estabelece um novo marco icônico na Times Square.
Construído com tecnologia de ponta da Diamond Vision® e Mitsubishi Electric, as características do novo outdoor incluem:

- Mais de 25 mil metros quadrados de lona digitais sem costura;
- Densidade de pixels de 2368 x 10.048 - a exibição de vídeo de mais alta resolução de LED no mundo neste tamanho, superando 4K ultra-alta densidade de pixels de definição por 15 milhões de pixels;
- O maior contraste da tela LED nos EUA com o Real Black ™ tecnologia LED, produzindo profundos e ricos níveis de preto e ângulos de visão vertical insuperáveis, garantindo uma visão clara da tela quando perto e sob intensa luz solar
- Câmeras de multidão de alta definição;
- Interatividade, mídias sociais e capacidades de transmissão ao vivo.

Segundo o Traffic Audit Bureau (TAB), instituto regulador de audiência do OOH nos Estados Unidos, o novo display vai entregar mais de 2 milhões de impressões semanalmente. Times Square é o centro do universo do consumidor com até 460 mil visitantes diariamente, cerca de 500 mil circulações de veículos semanalmente e aproximadamente 400 mil colaboradores diretos e indiretos que passam pela rua em seu trajeto. Na véspera de Ano Novo, um milhão de pessoas ficarão para o tradicional 21h55 na Times Square comemorando e esperando a bola cair, enquanto mais de um bilhão em todo o mundo assistirá a festa televisionada.
O display estará disponível para anunciantes em janeiro de 2015.

OOH PLUS É VENDIDA PARA A DENTSU

A Dentsu Aegis Network anunciou, a aquisição da OOH Plus, uma das principais agências que atuam no mercado de Mídia Exterior no Brasil.
Com a operação, a agência passa a ser denominada como Plusmedia Postercope, permanecendo sob o controle de seus fundadores Marco Antonio de Souza, CEO, e Omar Sahyoun, CFO. Ambos responderão a Abel Reis, CEO da Dentsu Aegis Network Brasil.
Com cinco escritórios e sedes em São Paulo e Rio de Janeiro, e 60 funcionários em todo o Brasil, OOH Plus foi fundada em 2010 como holding das empresas Plusmedia, OOH Mídia e 2S Produções. Atualmente tem, entre seus clientes a Fox, a secretaria de turismo de Buenos Aires e a Coca-Cola, para qual realizou toda comunicação exterior de Copa do Mundo.
Com a aquisição, a Dentsu Aegis reforça o leque de serviços no Brasil, que já incluía agências como Isobar, LOV, NBS, mcgarrybowen, iProspect e Amnet. A Postercope internacional tem um faturamento anual de mais de US$ 2,2 bilhões, segundo comunicado, com mais de 700 funcionários em 27 países. Não foi divulgado o valor da compra da holding brasileira.

PREFEITURA AUTORIZA ANÚNCIOS ESPECIAIS EM SÃO PAULO DURANTE CARNAVAL

A Publicidade Exterior na cidade de São Paulo vai ficar mais visível no ano de 2015, com uma nova flexibilização da chamada Lei Kassab. O prefeito Fernando Haddad autorizou a colocação de material promovendo grandes eventos na Capital e, assim, arrecadar mais recursos para financiar a infraestrutura dos eventos. Pela medida, as empresas que desejem instalar faixas, balões etc deverão oferecer contrapartidas como, por exemplo, a instalação de banheiros químicos e o pagamento de horas adicionais aos guardas-civis metropolitanos escalados para a segurança.
Dessa modalidade, grandes magazines também receberam autorização para usar placas e luminosos com tamanho superior a 4 metros quadrados na fachada na época de Natal.

Impressoras flatbed com cura UV LED de alta precisão e qualidade!

*Imagens ilustrativas.



LANÇAMENTO 2014

Área máxima de impressão: 2,500mm x 1,300.
Veja também JFX500-2131 no tamanho: 2,100 x 3,100. Consulte nossos distribuidores.

Linha UJF



UJF-3042 FX
Área de Impressão: 300 x 420mm
Espessura máx. de Impressão: 5 cm



UJF-3042 HG
Área de Impressão: 300 x 420mm
Espessura máx. de Impressão: 15 cm



UJF-6042
Área de Impressão: 600 x 420mm
Espessura máx. de Impressão: 15 cm

Kebab
Impressão 360° direta em produtos cilíndricos.
*Acessório opcional das impressoras UJF-3042 HG e UJF-6042.



WWW.MIMAKIBRASIL.COM.BR
vendas@mimakibrasil.com.br | facebook.com/mimakibrasil

Mimaki™



CRESCE A EXPECTATIVA PARA O MERCADO TÊXTIL

O departamento de confecção da indústria catarinense e o setor têxtil definiram os caminhos para a construção do futuro até 2022. A Federação das indústrias de Estado de Santa Catarina reuniu um grupo de 77 pessoas, entre representantes da academia, do setor, do governo, além de empresários, coma expectativa de posicionar o setor.

A produção catarinense representa 20% do total do ramo têxtil e de confecção, com grande desenvolvimento e geração de empregos acima da média no Brasil. Com o intuito de que o departamento atinja níveis de inovação e competitividade em média de oito anos, o relatório aponta grandes investimentos no desenvolvimento e formação de profissionais, criação de infraestrutura de pesquisa e desenvolvimento, no fortalecimento de políticas públicas na integração de empresas do ramo e inovação como ações prioritárias.

O panorama atual aponta que o Vale do Itajaí e o Litoral Norte são grandes no setor de importação e exportação. Porém o grande volume de compra de produtos asiáticos, na China, resultou em déficit de US$ 995 milhões em produtos têxteis e de US$ 705 milhões de confecção no setor comercial de 2013. O relatório também aponta que faltam investimentos na formação de especialistas e recursos para o desenvolvimento de pesquisas.

SUA IMPRESSORA VAI TIRAR UMAS FÉRIAS?

As dicas são da equipe técnica da J-Teck tintas e produtos para sublimação e impressão direta em tecidos. Primeiramente verifique com Test Print se há alguma falha ou desvio de jato. Equipamentos que utilizam Bulk Ink devem ter as mangueiras fechadas ou válvulas para evitar pressão ou refluxo da tinta. Não deixe garrafas de tintas em locais com temperatura elevada, bem como locais que batem sol ou tenha umidade. Verifique se todas as tampas estão bem fechadas. Retire as garradas do J-feeder. Lembre-se de deixar a sua impressora fora da tomada ou No-Break. Cubra o equipamento para evitar acumulo de poeira. Retire a bobina de papel da impressora e boas festas.

Pitti



EMULSÕES AGABÊ.
AGILIDADE COM RESULTADOS EXCEPCIONAIS.



As emulsões pré-sensibilizadas Unifilm à base de fotopolímeros, já vêm prontas para usar. Garantem alta definição e resolução, não sendo necessário adicionar qualquer sensibilizador e reduzem o tempo de exposição, tornado o processo mais ágil e proporcionando uma qualidade excepcional. Agabê, soluções em emulsões e tudo mais para serigrafia, silk screen e estamparia.

• Emulsões • Químicos • Tecidos Técnicos • Equipamentos • Acessórios

Rua Madre de Deus, 719 - São Paulo - SP - Tel.: 55 11 2813-4600 - Fax: 55 11 2813-4601
e-mail: agabe@agabe.com - **www.agabe.com**

AGABÊ



AGABÊ. EXCELÊNCIA EM SOLUÇÕES GLOBAIS.

capa



StartUp

NEGÓCIOS INTELIGENTES

Todo empresário antenado já ouviu falar, ou pelo menos sabe um pouco o que é uma startup, e alguns até mesmo sonham em começar um negócio com uma ideia inovadora através dessa opção.

A ideia de startup não é tão antiga e muitos até apontam o seu início durante a bolha da Internet que bombou o mercado entre 1996 e 2001, mas a mecânica desse tipo de negócio já existia nos EUA há muitas décadas. No entanto, o próprio termo já traduz a ideia de iniciar um negócio, uma empresa.

Mas, para conceituar o processo, podemos dizer de forma mais simples que uma startup é como um grupo de pessoas que trabalha na busca de um modelo de negócios, com uma ideia diferente, que pode gerar bons lucros e negócios, trabalhando em condições repetível e incertas. Ou seja, produz-se produtos em sequência mas a incerteza contida nessa definição significa que o negócio nem sempre pode dar certo Naturalmente, os novos negócios tem um pouco de Hype em alguns aspectos, onde muitos acreditam criar algo milionário a partir de uma ideia, como ocorreu com o Facebook. Logicamente essa ideia não pode ser identificada como as que surgiram durante a bolha da Internet, afirmando que a onda vivida nos dias de hoje é um modismo. A verdade é que alguns negócios ainda encontram dificuldades para serem rentáveis enquanto outros já passaram do ponto. Mas a pergunta que sempre fica é: o que uma aceleradora pode, antes de mais nada, deixar de valor para os empreendedores?

Trocando em miúdos, o que todo mundo quer saber é como a startup gera valor - ou seja, como transforma um determinado tipo de trabalho em dinheiro? Cada um tem um modelo de negócios para gerar receita e podemos citar alguns para dar exemplos. O mais conhecido e invejado pelo sucesso que obteve, provavelmente é o Google, que tem sua receita pelo click nos anúncios que sua pesquisa mostra aos internautas. Cada ideia tem uma característica própria e, entender essas nuances e transformá-las em modelos de negócios bem rentáveis talvez seja o maior desafio.

Por isso conversamos com Pedro Waengertner, fundador da Aceleratech, um profissional que, além de toda a bagagem



e experiência nessa área, também reúne a experiência de ter criado uma empresa pioneira no segmento de reservas online: o Zuppa foi comprado pelo Peixe Urbano em 2012 e hoje Waengertner tem um novo desafio ao lado do sócio Mike Ajnsztajn.

"Logo após a venda da empresa nós continuamos no mercado como investidores (chamados de anjos) e tivemos muita dificuldade para encontrar empresas prontas para receberem essa iniciativa. Foi quando surgiu a ideia de fazer essa preparação em escala, começando a estudar o modelo de aceleradoras americanas", comenta Pedro.

Lembrando que cada aceleradora tem um perfil de Startup e, para a Aceleratech, o olhar para as dificuldades nos quesitos de monetização, marketing e vendas foi o foco competitivo.

Para se ter uma ideia da importância da Aceleratech no mercado, a ABStartups, juntamente com a Microsoft, realizou no Case 2014, o maior evento para startups da América Latina, o evento Spark Awards, uma premiação para escolher os melhores do mercado de startups no país. Os vencedores foram escolhidos por meio de uma votação online e quem elege são os próprios empreendedores. Como melhor aceleradora do país, a escolhida foi a Aceleratech, que além desse prêmio, já havia recebido a premiação de melhor aceleradora pelo grupo Brazil Founders em maio deste ano.

Fundada em novembro de 2012, a Aceleratech foi criada para fomentar o ecossistema empreendedor do Brasil focando em crescimento e estruturação das startups para que elas se tornem grandes empresas. Para isso, conta com uma metodologia exclusiva de aceleração para startups que buscam a escala de seu negócio pelo país.

Crenças fundamentais

Os fundadores da aceleradora acreditam que para empreender é preciso coragem e perseverança, mas também é necessário educação, preparação, parcerias estratégicas de pessoas com experiência para dividir, ensinar e inspirar. "Nosso objetivo é criar empresas sólidas e capazes de impactar o PIB brasileiro", comenta Pedro. É claro que de nada adiantaria tanto esforço para não ter esses fundamentos. E, por isso, essas crenças são difundidas como valores essenciais para o trabalho.

O programa de aceleração de startups da Aceleratech foi desenhado com uma metodologia própria desenhada por empreendedores seriais, "pensando em todas as ferramentas necessárias para que você se torne um empreendedor de sucesso: aulas especialmente formuladas para desenvolver as suas habilidades e dar todo o conhecimento que você precisa para gerenciar

o seu negócio; mentoria de profissionais experientes e especialistas em diversas áreas estratégicas de negócios, que vão aconselhar e ajudar com suas principais dificuldades, e o apoio da equipe de gestão. São quatro meses de aceleração para rever e validar todo o modelo de negócio e criar a fundação da startup, passo a passo", exemplifica o empreendedor.

Esse programa de aceleração, que deu início à Aceleratech, tem como parceiros a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e um sócio de peso que é a Microsoft Ventures. "Temos 36 empresas no portfolio de aceleração, devendo chegar até 42 até o final de 2014. Estamos trabalhando para criar empresas que faturam muito. Não queremos Startup da moda. Não acreditamos que o próximo Instagram virá do Brasil. Do Brasil talvez venha uma 'SalesForce', que consegue automatizar vendas e gerar valores. Não investimos em e-commerce, mas acreditamos no E-commerce como parte do processo", comenta Pedro.

Para Pedro, a inteligência tem que estar no negócio. E para garantir isso, a Aceleratech conta com mais de 150 mentores que contribuem para o processo na forma Probono. Um exemplo é o fundador da Locaweb, diretor de grandes empresas como Netshoes, Buscapé e muitos outros. Apostamos nesse formato por acreditarmos que é uma forma de devolver toda a experiência que obtiveram para formar novos cases de sucesso. Nossa empresa também mantém relacionamento com cerca de 400 investidores de diversos portes, que ao final, passam a conhecer o negócio e a possibilidade de fazer investimentos.

METODOLOGIA



Requisitos da Aceleratech

Que afinal de contas está na mira da Aceleratech? Uma série de requisitos são precisos como define o próprio Pedro que faz suas considerações para que os "criativos" avaliem se estão enquadrados nelas.

1. Buscamos mercados imensos, com alto potencial de faturamento. É importante que, ao dimensionar seu mercado, você avalie o tamanho do mercado que você consegue, realmente, atingir em curto prazo. Se mesmo essa fatia for grande o suficiente, provavelmente você está em um mercado grande.

2. Buscamos times incríveis, com alto potencial de realização, motivação, sinergia e vontade de crescer. A Equipe deve ter condições de entregar o produto— não adianta pensar em terceirização da parte técnica. Precisamos de equipes completas para conseguir cumprir com o programa;

3. O modelo de negócios precisa fazer sentido — é fundamental que o time entenda perfeitamente a sua proposta de valor, quem são seus clientes, como a empresa ganha dinheiro, quais são os concorrentes e todas as informações necessárias para que consigamos entender porque deveríamos acelerar este modelo.

4. Percebemos, ao longo das acelerações, que as empresas que já tinham um MVP, produto no ar, ou clientes, podem se beneficiar muito mais de nosso processo de aceleração de startups e crescer a taxas ainda melhores.

Por isso, levamos também em consideração a evolução e maturidade de sua startup durante nosso processo de seleção.

A Aceleratech tem hoje um braço corporativo que conversa com as grandes empresas e que querem StartUps. Essa é uma grande tendência que irá diferenciar a empresa no futuro próximo. Levando em consideração que as empresas precisam gerar inovação, as grandes empresas podem ter um favorecimento imediato com o investimento em Startup.

Pedro relata que "uma StartUp ainda não descobriu o modelo de negócio e está testando abordagens até que se torne uma empresa rentável. Se no caso a empresa já tem mais de 4 a 5 anos e não conseguiu chegar a um tamanho que tenha atraído a atenção de algum fundo, o negócio pode ter um problema ou diferente propósito que não esse", alerta.

"Geralmente investimos em negócios de um a dois anos. Quando a empresa tem muito



tempo é mais difícil mudar as características de negócio ou mesmo o produto em relação ao mercado", diz Pedro.

Pedro explica que o programa da Aceleratech é estruturado em três pilares: Conexão com o Mercado, Apoio na Obtenção de Investimento e aplicação da Experiência empreendedora. A partir de cada modelo de negócio é selecionado a um programa de crescimento. Segundo ele, toda a semana, por exemplo, um cliente vem para práticas de apresentação do negócio e treinamento para corrigir o negócio como um todo.

O processo da empresa tem uma espinha dorsal que conta com um SCORE e o trabalho essencial é aumentar o Score por prioridades. "Determinamos que mentores vão trabalhar com ela e qual rede de contatos será selecionado para a empresa, além de Parceiros Nacionais e Internacionais que oferecem produtos e serviços gratuitos ou subsidiados", explica o executivo. "Nosso foco é levar a empresa a um patamar de faturamento, com base no crescimento. O que está faltando para a empresa crescer? Como podemos tirar as amarras e quais os estímulos podem ajudar no crescimento? O trabalho é muito focado no crescimento. E nossa base é marketing e vendas."

A Aceleratech conta com três formas de captar e convidar empresas para serem aceleradas. A primeira é a partir do Startup Brasil que é do governo, depois pelo site da empresas por uma ficha de inscrição e a terceira forma, participando ativamente da procura por negócios que sentimos que tem aderência com a metodologia aplicada pela empresa. As empresas sentam juntas e acabam se relacionando de maneira a dividir experiências.

Sobre o trabalho a ser feito pelas agências de propaganda que auxiliam no crescimento dos negócios, ele diz não acreditar que uma agência consiga fazer tudo. Para ele, o marketing digital é apenas um meio para se crescer. E aconselha: "não se limite ao canal que o seu concorrente usa e tente baixar o custo de aquisição de clientes. O que a gente faz é tirar a subjetividade no inicio. Nós queremos saber onde ele conseguiu chegar sozinho com as próprias pernas e saber até onde ele foi. Olhar o que a empresa fez é mais importante!", completa Pedro.

Para finalizar, Pedro afirma que irá se aproximar das grandes empresas para ajudar a inovação brasileira e os novos negócios e StartUps no qual acreditamos. Essa, sem dúvida, é a grande oportunidade para o mercado que tem como gerar inovação para grandes empresas. Isso talvez seja o modelo de negócio capaz de gerar resultados a curto prazo. Uma aceleradora talvez tenha mais a oferecer em termos de conhecimento, metodologia, organização e rede de contatos para alavancar os negócios. Fale conosco!

J-TECK 3 TM

TINTAS E PRODUTOS PARA SUBLIMAÇÃO DIGITAL

Para papel transfer e impressão direta em tecidos, para plotters com cabeça de impressão Piezo: Epson, Mimaki, Roland, Mutoh, Prismajet, Xerox, E-Jet e D-Gen, etc.

Com as tintas J-Teck você tem:

+Cores +Tecnologia (Cluster e Nano) +Secabilidade +Rendimento

Fique atento à:

Lacre de Segurança

CLUSTER TECHNOLOGY

NANODO TECHNOLO

LOTE



Equipamentos de grande formato

Impressora de 1,60m de largura com preço de 1,10m

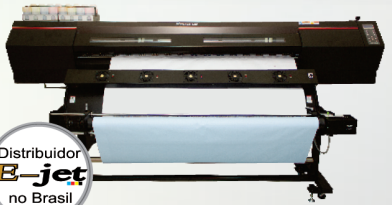
E-Jet V0



Distribuidor d·gen no Brasil

- Painel eletrônico de fácil ajuste
- Rebobinador incluso
- Uma Cabeça DX5
- Melhor custo-benefício

Papyrus Black



Distribuidor E-jet no Brasil

- 1,80 m de largura de impressão
- Maior produção
- Velocidade de até 64 M²/H
- Duas Cabeças DX5
- Secador frontal
- Rebobinador

*Garantia de 1 ano pela J-Teck Global sendo de 6 meses no circuito de tinta desde que sejam utilizadas as tintas J-Teck e 1 ano no restante do equipamento (para maiores informações vide contrato).

vendas@j-teck3.com.br - www.j-teck3.com.br - Fone: 47 3267-8400 | 9945-8752 | 9945-8753

Rua Panamá, 333 - Bairro das Nações CEP: 88338-185 Balneário Camboriú - SC



A MAIOR IMPRESSORA DIGITAL PARA VIDROS

A Dip-Tech é fabricante da AR18000, a maior impressora digital para vidros que combinam a durabilidade de tintas de cerâmica, com a versatilidade e a qualidade da impressão digital. A impressora Dip-Tech tem um impressionante comprimento de 18m (59 pés), mais do que o dobro do comprimento da segunda maior impressora da Dip-Tech, e pode imprimir um único painel de vidro com uma área total de até 64 m2 (688,89 pés2). As aplicações típicas de impressão digital com tintas de cerâmica incluem um vidro arquitetônico com impressão colorida para projetos em ambientes externos, bem como vidros para o uso em interiores e de meios de transporte.

O PixelBlaster é o software de produção e acabamento utilizado pela impressora. Segunda a fabricante do software SA international, o motor PDF abrange etapas da criação à produção e é um software genuinamente completo, projetado para reduzir os gargalos de produção, simplificar os fluxos de trabalho e aumentar a rentabilidade para os usuários. A SAi e a Dip-Tech já desfrutam de uma colaboração estabelecida, na qual a SAi desenvolveu o exclusivo software PixelBlaster Dip-Tech Edition para abordar especificamente determinadas características e desafios únicos das impressoras em vidro da Dip-Tech.

Como a tecnologia da Dip-Tech usa tinta pigmentada natural e não usa o conjunto de cores CMYK (em vez disso, ela usa laranja, vermelho, azul, verde, preto e branco, assim como qualquer cor especial necessária), o PixelBlaster é usado para colocar os arquivos CMYK em uma linguagem que as impressoras Dip-Tech entendam.

"Ambas as equipes de Pesquisa e Desenvolvimento da Dip-Tech e SAi continuam trabalhando de forma próxima para atender as necessidades exclusivas de imagem e de fluxo de trabalho de nossos clientes e cumprir os objetivos no campo das aplicações de vidros arquitetônicos impressos", conclui Edry.

No Brasil o mercado de vidro para decoração é pequeno diante das possibilidades e está basicamente na fase de impressão serigráfica, pistola ou rolos com tintas dos tipo esmalte.



AGFA GRAPHICS

O melhor portifólio de soluções inkjet UV do mercado.

studio61.com.br

* Família :Jeti

DISPLAYS: PDV **SINALIZAÇÃO:** COMUNICAÇÃO VISUAL **EMBALAGEM/LENTICULAR:** GRÁFICAS COMERCIAIS
DECORAÇÃO: CENOGRAFIA **INDÚSTRIA:** MOVELEIRA, COURO, METALGRAFIA, ETC.





Jeti Titan S e Titan HS
até 160 m²/h • 6 cores + branco

Eleita Melhor Impressora Flatbed/Híbrida pela **EDP 2014**

Eleita Produto do Ano pela **SGIA 2014**

* Família :Anapurna

DISPLAYS: PDV **SINALIZAÇÃO:** COMUNICAÇÃO VISUAL **DECORAÇÃO:** CENOGRAFIA **FOTOGRAFIA:** FINE ARTS





:Anapurna M2540 FB (Flatbed)
até 45 m²/h



:Anapurna M1600 (Híbrida)
até 46 m²/h



:Anapurna M2050i (Híbrida)
até 101m²/h



:Anapurna M2500i (Híbrida)
até 115m²/h



:Anapurna M3200i (Rolo-a-rolo)
até 123m²/h

:Asanti

- **Fluxo de trabalho PDF automatizado para qualquer aplicação;**
- **Funções integradas;**

Agilize o seu fluxo de trabalho; torne-se mais eficiente; mantenha a consistência; otimize a produtividade; utilize vários dispositivos integrados; elimine erros e retrabalhos.

*Confira a linha completa de equipamentos inkjet e o maior portifólio de tintas UV do mercado em nosso site **www.agfa.com**

Agfa Graphics
marketinggs.br@agfa.com
Tel.: 11 5188.6400
ISO 9001 • ISO 14001 • ISO 50001 • OHSAS 18001

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Por Rodrigo Moreti

Deixe alguns hábitos no passado

Estamos em dezembro e você não deve ter parado ainda para fazer um balanço do ano. O primeiro passo é não esperar a motivação cair do céu para iniciar um projeto ou uma tarefa nova. 2015 começará independente de você estar pronto(a) ou não. Mas isso não é motivo para se desgastar. Nós te damos uma mãozinha! Aqui estão seis hábitos equivocados que você deve ter cometido este ano e que poderão ameaçar seu controle de tarefas. Aproveite para fazer a avaliação do ano que passou agora que o recesso ainda não chegou. Porque quando chegar, você só vai querer saber de sombra e água fresca...

1. Fazer mil coisas ao mesmo tempo

Acredite: é mais vantajoso fazer intervalos regulares de descanso a cada bloco de tempo dedicado a uma só tarefa do que passar horas alternando entre várias atividades. Ser mais produtivo não significa trabalhar mais, pelo contrário, significa ter mais tempo para lazer por ter concluído suas tarefas. Trabalhando um pouquinho em cada uma, você pode levar o dia todo sem entregar nenhuma. Um "truque" para você se sentir mais produtivo é resolver na hora várias tarefas pequenas, que levam menos de 3 minutos, como uma ligação ou um e-mail. E o que é urgente mas não é importante, delegue.

2. Levar tempo demais com e-mails

Você está na hora mais potente do seu dia quando chega para trabalhar. Nossa dica é que, assim como Tim Cook, CEO da Apple, e Robert Iger, da Disney, você use parte dessa energia para lidar com seus e-mails. Ao adiantar ou despachar tarefas para sua equipe, você se animará para começar o trabalho duro. Dica preciosa: se sua empresa tem o péssimo hábito de colocar em cópia no e-mail várias pessoas que não necessariamente têm a ver com a tarefa, líderes existem justamente para concentrar a responsabilidade e o diálogo entre aqueles que importam.

3. Ficar só apagando incêndio

Quando muitas tarefas parecem urgentes, você precisa rever seu planejamento. Quando você segue uma ordem de prioridade, ou seja, faz as tarefas importantes primeiro, você evita que as urgentes se multipliquem. Por isso é tão importante o planejamento, no sentido de prever obstáculos que poderão atrasar as tarefas. Policie-se para não perder tempo com o que não é nem urgente nem importante. Você pode se perguntar por que perderia tempo com isso, mas celular e redes sociais são as distrações mais contraproducentes. Pausas para descanso devem, sim, existir, mas com tempo definido, como sugerido no item 1.

4. Não planejar o dia

Em 2015, transforme em rotina fazer o planejamento do seu dia e da sua semana. Faça uma lista de tarefas para cada dia da semana. Você as ordenará por prioridade e com um tempo estimado para cada uma. No final do dia, faça uma revisão. Imite este post e tenha uma lista de tarefas para não fazer. Steve Jobs, por exemplo, dizia que a Apple se tornou a Apple graças aos projetos que ele decidiu ignorar. Outros grandes gênios, como Thomas Edison e Stephen King, adotaram uma rotina para trabalhar melhor. Segundo Gretchen Rubin, autora de The Happiness Project, a frequência diminui a insegurança e os bloqueios, tornando mais fácil começar o trabalho. Além disso, quando você repete um hábito, sente necessidade de inovar. Inevitavelmente, a sua produtividade deve aumentar.

5. Desorganização

É importante ter um horário para começar e concluir os trabalhos, mesmo que você trabalhe remotamente. Você pode se organizar usando post-its para tarefas e a agenda (de papel, do e-mail ou celular) para compromissos. Não existe coisa pior do que atrasar uma reunião! Assim, você toma consciência do que é tarefa e do que é compromisso. Por falar em consciência, você está satisfeito com a quantidade de pastas espalhadas em seu computador? Tenha um critério para facilitar a busca de arquivos – caso o cliente ligue ou alguém na equipe precise acessá-los. Agora, quanto à sua mesa, ela não precisa ser um brinco, mas cuide para que suas coisas não invadam a mesa dos outros.

6. Não usar um gerenciador de tarefas

2015 pode ser um ano muito melhor do que 2014 se você pensar no trabalho da sua equipe tanto quanto pensa no seu. Mas isso não quer dizer trabalhar mais ou por eles, muito pelo contrário. A ideia é que você possa ter um controle de tarefas completo e em tempo real, sabendo em que sua equipe está trabalhando e quando os projetos serão entregues. Se é disso que você precisa para bater as metas em 2015, experimente o Runrun.it. O software gerenciador de tarefas que pode te dar um dia a mais na semana, graças ao aumento de produtividade. Teste grátis: http://runrun.it

É POSSÍVEL ENCONTRAR QUALIDADE

Mesmo na era da internet e do digital, para muitas coisas ainda dependemos de papel e de impressão. Em qualquer tipo de networking, seja relacionamentos pessoais, comerciais ou profissionais, é necessária a utilização de cartões de visitas ou de convites. Além disso, as microempresas e os profissionais liberais também utilizam blocos de notas, envelopes, papel timbrado ou carta, flyer, folheto, receituário, entre diversos outros offsets. Mas, até nisso, as pessoas não querem mais perder muito tempo, pois o ideal é que seja rápido e profissional.

Mas, se a internet ainda não substitui o papel como um todo, ao menos ela facilita e muito o nosso trabalho e já existem empresas Web-to-Print, ou gráfica on-line, onde é possível fazer encomendas sem sair do escritório ou de casa. Mas, mesmo com a rapidez da solicitação de serviço on-line, é necessário prezar pela qualidade e profissionalismo do material impresso, pois infelizmente há muito trabalho de design e papelaria amadora no mercado, seja on-line ou não, que pode fazer o desserviço ao invés de valorizar uma pessoa, marca ou profissional, ou seja, passar uma sensação errada. É importante ter em mente que quem recebe um cartão ou um folder, entre outros materiais, terá a princípio uma percepção visual quanto a beleza e qualidade, e depois se atentará à informação contida no papel. Por isso, passar no teste de qualidade pode garantir o retorno comercial desejado.

Segundo Gustavo Loureiro, gerente de e-commerce da PrintBross, empresa do segmento que tem dois anos de mercado, a grande diferença é que muitas empresas terceirizam a impressão e não acompanham todo o processo de formatação do material. "Quando a gráfica on-line desenvolve todo o processo sem depender de terceiros, facilita a vida do usuário final, e faz com que ele fique menos dependente de um birô ou pequenas empresas especializadas em pré-impressão e fotolitagem para criar o material, e depois enviar para uma gráfica terceirizada. A nossa ferramenta permite que a pessoa faça o envio de sua arte ou ainda utilize os mais de mil templates grátis do site, com modelos de design diferenciados, que serão produzidos num parque gráfico com aproximadamente 9.500 m^2 e certificação ISO 9001.03", finaliza.

Quem testa o serviço vê que realmente é fácil, pois com a ferramenta é possível escolher toda a papelaria com o design desejado, fazer a customização necessária com os dados comerciais ou pessoais, revisar e depois solicitar a quantidade de impressão, que será produzida em um parque gráfico próprio, sem precisar retirar no local, pois será entregue em endereços de todo Brasil. Uma vantagem interessante para os profissionais liberais ou empreendedores que estão começando um negócio é que acabam economizando e reduzindo os custos, sem precisar de uma agência pequena ou um birô, que também demorariam muito mais tempo com o serviço, para divulgar a empresa e alavancar as vendas.



Por Marcio Lopez Benítez*

O VALOR JURÍDICO DO E-MAIL

Atualmente, com a disseminação da internet e o avanço de seus meios eletrônicos de comunicação, a utilização do e-mail como forma de efetiva de comunicação é amplamente utilizada, não somente entre particulares, mas também âmbito empresarial.O Direito brasileiro estabelece claramente quais os meios de provas que se podem produzir, tais como: depoimento da parte, confissão, prova pericial, prova documental, inspeção in loco pelo juiz, e testemunhos. Permite também que outros meios de provas possam ser utilizados, sem a previsão legal, desde que necessários e que não afronte aos usos e costumes.



O e-mail impresso se constitui em meio documental e, portanto, previsto na legislação brasileira.

Assim, grosso modo, o e-mail tem força jurídica e pode ser utilizado para provar fatos, desconstituir alegações, constituir em mora, ou até mesmo provar confissão.

Ainda que possa ser utilizado plenamente, o caso concreto é quem fazer dizer se o e-mail deve ser afastado como prova ou se ao contrario, conseguiu convencer o juízo.

O problema do e-mail é sua fragilidade quanto à falsificação, adulteração, e não confirmação do recebimento de forma clara e consciente. Além disso, é questionável a autoria. Mas como documento, sem dúvida alguma, é passível de se constituir em prova (ainda que com baixo grau de confiabilidade), já que a troca de e-mails pode sinalizar negociações, acordos, obrigações e etc.

Em 2001, foi edita a MP 2200, afirmando que os documentos eletrônicos são considerados documentos para os fins legais, e se for assinado digitalmente com certificado digital emitido pela ICP Brasil, garantiu-lhe a presunção de veracidade. A importância de se garantir a veracidade do e-mail é aumentar sua força probatória e impedir impugnações injustificadas.

Recentemente o TST — Tribunal Superior do Trabalho - afastou o pedido de vínculo empregatício pleiteado por um prestador de serviços ao seu tomador, com base nas trocas de e-mails estabelecidas entre as partes, mostrando que o prestador de serviços possuía autonomia plena e não subordinação ao tomador. Além disso, o STF - Supremo Tribunal Federal - já entendeu que documento não representa apenas o papel, mas igualmente o arquivo eletrônico.

Ainda que se questione a fragilidade da prova produzida por e-mail, em razão das infinitas possibilidades de adulteração, é fato indubitável, que se constitui em prova. Como qualquer outra prova, poderá sofrer impugnação pela parte contrária, possibilitando até mesmo se constituir prova pericial para tentar provar a veracidade ou não do e-mail. A impugnação, inclusive, poderá conseguir afastar a prova produzida por e-mail, dependendo do caso concreto e do seu conteúdo. Mas ainda assim, se constitui em prova admitida.

*Marcio Lopez Benítez é economista e advogado, especializado em direito empresarial. Sócio da Andrade Silva, Ueda & Benítez advogados Associados. marcio.benitez@terra.com.br.

SILMAQ®

Só quem vende e importa de verdade consegue manter 50mil máquinas em estoque e ainda oferecer ofertas exclusivas para sua empresa.



Overlock 737k



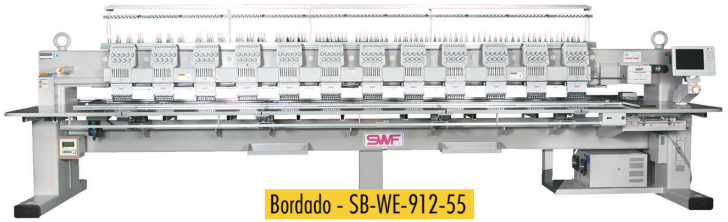
Reta Eletrônica KM-250 AL-7S



Cortadora Automática D8002



Caseadeira Automática LBH1790



Bordado - SB-WE-912-55



SILMAQ®

REVENDAS AUTORIZADAS EM TODO O BRASIL.

www.silmaq.com.br

/SilmaqSa /silmaq_sa /silmaqsa

GARANTIA DO MELHOR PREÇO
47 3321 4444
PODE CONFERIR NA SILMAQ
COBRIMOS QUALQUER OFERTA

Sua empresa merece aumentar a produtividade e manter a qualidade, exija as melhores marcas!

A Silmaq é distribuidora das melhores máquinas de costura e equipamentos têxteis do mundo, não se deixe enganar com cópias das nossas marcas. Nós mantemos em nosso estoque mais de 50mil máquinas para atender a demanda no tempo que a sua empresa precisa.

Maringá - 44 3268-4111 / Recife - 81 2126-0260 / São Paulo - 11 3331-0335 / Blumenau - 47 3321-4444

M&R veit Kannegiesser Bullmer SunStar SWF SIRUBA JUKI®

Gênesis®

TINTA DIGITAL SUBLIMÁTICA

SUBLITOP

MICROPIEZO DS.8000 INTENSO DS.8500
MAX DS.9000 PIEZO 7-14 DS.6000



Baixe o aplicativo da Gênesis e acompanhe nossas novidades e informações em seu tablet ou smartphone.

Tel (11) 2171 8000 ISO 9001 ISO 14001
www.genesistintas.com.br

Google play

App Store



www.web2sales.com.br

2015



LOADING...

Um novo conceito de marketing digital

web2sales

empresário digital

NOVAS IDEIAS, NOVOS IDEAIS.

