empresário digital

edição 154 • Julho • 2015
ISSN 1808-2319



Entrevista Exclusiva com Marcos Sapia e Bruno Sapia da Artfix

QUALIDADE QUE FICA

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.

Simplesmente Complexo

Os desafios de uma plataforma de comunicação vão muito além de ligar A/B como a grande maioria acredita. Esse talvez seja o motivo pelo qual a maioria continua fazendo muito do mesmo. O que funciona para todos, no meu entendimento, é o algoritmo que pode ser replicado matematicamente. Por outro lado, é fundamental que a forma de abordagem, bem como o conteúdo, precisa ser construído do zero para cada tipo de empresa, com variação em relação ao público-alvo, aos objetivos desejados, ao cenário do momento e a disponibilidade de recursos. E isso é complexo.

Se por um lado as empresas precisam de resultados mensuráveis, com ações cada vez mais focadas, por outro, é fundamental que a estratégia possa ir além de parâmetros básicos e previsíveis. Eu sempre acreditei que, para gerar valor é preciso construir uma cadeia (de valores) pensando em todos os reflexos que suas ações podem gerar tanto na atividade principal, bem como nas secundárias e também no antes e no depois. Ou seja, entender como as tecnologias e os fornecedores de insumos podem fazer a sua empresa produzir e entregar um benefício para que os clientes dos seus clientes consumam aquilo que eles desejam. Simples, não? Não!

Dentre as estratégias de marketing, poucos são os que consideram a construção de valores antes mesmo de classificar o foco, o objetivo e ações sistêmicas e até mesmo as metas. Neste ponto, acho que alguns filósofos têm total razão em dizer que estamos "nos tornando burros" e à espera de executar o que está na moda e fazer o que é mais simples. Isso talvez pela própria voracidade, urgência e necessidade de gerar resultados no menor tempo possível. A impaciência cria a descontinuidade de muitos bons projetos e pensamentos que poderiam, sim, impactar no posicionamento que idealizamos enquanto empresários.

Eu acredito que a maneira mais simples de explicar essa filosofia é mostrar casos e práticas de mercado que apontem a importância dos detalhes no processo de escolha e compra dos fornecedores, bem como na maneira como se constrói os valores para atender clientes que valem a pena. E é com muito orgulho que trago esse mês uma das mais incríveis entrevistas que já fiz em toda a minha carreira. Acho, inclusive, que muito do conteúdo exposto a mim pelo entrevistado possa ser expresso de uma forma plena e em detalhes, pela diversidade de enfoques e pela excelência na abordagem que eles adotam nos serviços da empresa.

A matéria de capa, feita com os empresários da Artfix, representa muito do que eu pessoalmente acredito que seja fundamental para uma empresa se denominar sustentável. Quiçá tenhamos mais empresas a caminho desse entendimento. Afinal de contas, o importante é viver bem e ser feliz. Minha lição é: simplificar a maneira complexa como vejo tudo isso.

Meu agradecimento especial aos entrevistados pelas experiências vivenciada por mim nessa matéria, aos nossos colaboradores, colunistas e anunciantes que prestigiam e confiam na associação de suas respectivas marcas a este complexo trabalho.

s

Até a próxima edição!

Marco Marcelino, diretor editorial



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



CAPA
Qualidade que fica
Pág. 24

04 serigrafia
06 dividindo ideias
08 marketing
10 banco de imagens
12 impressão
14 têxtil
16 tecnologia
18 gestão
20 sala vip
22 vendas
32 têxtil
34 gestão

SERINEWS comunicação e marketing

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

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

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

Gerente de Marketing: Danielle Santis
dani@serinews.com.br

Marketing: Priscila Patrício - *ppatricio@serinews.com.br*
Giselle Almeida - *gialmeida@serinews.com.br*

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

Redação: Mayara Flausino
mflausino@serinews.com.br

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

Capa: Claudio Tiharu Kuribayashi

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).

Por Ary Luiz Bon*

ANTES DE IMPRIMIR

Para conseguir atingir a longevidade do seu empreendimento com serigrafia, a primeira coisa que você deve levar em consideração é a resposta para a pergunta mais antiga da humanidade: Quem eu sou? Feita por "Aristóteles", famoso filósofo grego.

Existem dois lados para responder à esta questão. O primeiro é pensando em si como um fabricante de produtos, e não como apenas um "serígrafo". Neste caso, o fabricante procura não deixar nada do que se refere ao seu produto ao acaso. Procura ter controle sobre o que ocorre no seu ambiente de produção, e isto implica em registrar tudo. Existem muitas pessoas que fazem esse serviço, mas à partir deste ponto trava, e fica olhando os dados anotados como MacBeth olhava a caveira do pai na tragédia Shakespeariana.

A origem mais artística faz com que muitos serígrafos sigam para o outro lado, no qual ficam fazendo experimentações (como se fosse um gênio criador), só que em detrimento à qualidade do produto. Seu cliente não quer ser surpreendido, principalmente quando é em algo que ele explicou como gostaria que fosse. Tem hora de criar, e tem hora de reproduzir.

Juntando os dois lados, chegamos ao mandamento "não inventarás". Isto implica em transformar os dados coletados em informação, e essa informação fatalmente implicará em medir resultados quantificando as coisas. Esta primeira coisa de que estamos falando significa simplesmente padronizar sua produção.

Melhorias de processo ocorrem, e devem ser implementadas, mas não sem antes analisar o impacto que uma melhoria pontual terá sobre toda a forma estruturada de produzir. Não adianta aplainar a pista se para isto tiver que abrir um buraco mais à frente.

O milagre industrial japonês de após a guerra

Quando falamos de padronização e de disciplina nas ações, o exemplo japonês é gritante e imbatível. Como eles conseguiram erguer a indústria de um país detonado pela guerra mundial? Parte da resposta está na atitude, parte está com Walter A. Shewhart e William E. Deming e uma parte ficou tão escondidinha que passa despercebida pela maioria.

Muitos países altamente industrializados não tiveram o mesmo sucesso, embora a industrialização seja industrialização, infraestrutura seja infraestrutura, economia de escala seja economia de escala para todos e não exista "mágica" para o que se produza.

Deming pode ter "inventado" a filosofia estatística da produção, mas a indústria japonesa fez algo inédito - automatizaram o set-up. Não existe o sistema de administração da produção (o JIT - just in time), sem isso. Eles acabaram com o trabalho artesanal na preparação de máquina e isto é tão crucial que continua impactando as tecnologias gráficas, por exemplo, até hoje.

O tempo de "preparação de máquina" é o calcanhar de aquiles de qualquer produção com características de atendimento à demanda. Quanto tempo demora desde a emissão de uma ordem de produção até a partida real da tiragem? Quanto deste tempo é dedicado à preparação de máquina?

Porque é tão mais fácil fazer impressão digital do que serigrafia, offset, flexo ou roto? Muito simples, porque não existe tempo de preparação. O set-up está automatizado e embutido por construção nas impressoras digitais.

Pré-Registro

"Em cinco minutos cravados" é a frase mais falada por aqueles que gostam de se enganar. Para dizer isto, é necessário, no mínimo, de 20 dias como um mapa com anotações de cronômetro e amostragens. Só aí voltamos a conversar.

O melhor sistema que há para filmes é o de pinos - geralmente um par de furos sendo um redondo e um oblongo. Acertar no registro das cores nos filmes é mais fácil do que entre filme e tela, sem contar que isso poupa tempo na colocação para fotografia da tela.

Para telas e impressoras, existem os das marcas fabricantes e também sistemas modulares adaptáveis. Há com pinos, ranhuras, calços de encosto e outros.

Sistema de armazenamento de matrizes

Um dos aspectos mais relegados durante o trabalho é o do arquivamento. Tenho visto ambientes com mais de três mil telas, isso mesmo, mais de três mil, e que tenho certeza que pelo menos umas trinta "esquecidinhas" ficarão meses sem reutilizar.

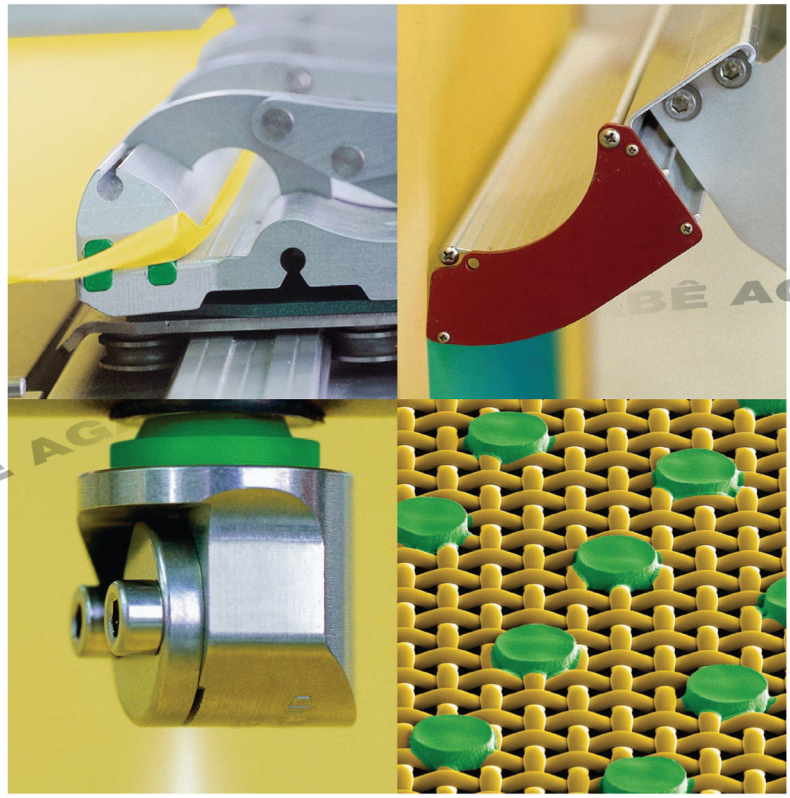
Agora imagine um ambiente com oito máquinas, com média de sete cores por máquina e uma programação de dois modelos de tiragem por dia por máquina irá precisar 112 telas operando naquele momento. Agora digamos que as telas do dia anterior estejam em recuperação e ainda: que telas para a produção do dia seguinte já estejam em preparação, isso significa que teremos no mesmo dia 336 telas disponíveis rodiziando.

Vamos esticar mais o assunto, imaginando que tipos diferentes de telas sejam utilizados, e que, por exemplo, sejam 20% delas. Basta acrescentar, temos 403 telas. O pior caso - telas rasgam e tem que ser substituídas, e se rasgar uma tela por máquina por dia teremos 412 telas. E ainda assim estaremos longe daquelas três mil telas que fazem o operador ficar horas esperando ou o anotador ficar horas catalogando, ou algo que o faça igualmente perder tempo.

Mesmo depois disso você ainda pensa em guardar tela com imagem para reimprimir um dia? Seu tempo produtivo vale muito mais do que o preço da emulsão. Mas se ainda bater dó, me deixe lembrar um pequeno detalhe... Você assegura que a imagem está sem defeitos na tela armazenada? Em todas as telas armazenadas, em todas as três mil? Tem certeza absoluta que não vai perder hora com máquina parada esperando uma tela do jogo que apresentou um detalhe "estourado"? Por isso invista na sua garantia de qualidade e na padronização.

Pitti

AGABÊ AGABÊ AGABÊ



AGABÊ AGABÊ AG

Grünig

Equipamentos de alta tecnologia para tensionamento, emulsionamento, revelação, limpeza e reaproveitamento de matrizes serigráficas.



AGABÊ: Representante exclusiva Grünig para todo o Brasil.

Fabricados em Schwarzenburg, na Suiça, os sistemas automatizados Grünig para a pré e pós impressão garantem aos seus clientes um trabalho final de altíssima qualidade, o que se pode chamar de uma Tela Perfeita. A Agabê passa a dispor também de assistência técnica, venda de peças e treinamento. Agabê, soluções em preparação e recuperação de matrizes e tudo para serigrafia, silk screen e estamparia.

• Emulsões • Químicos • Tecidos Técnicos • Equipamentos • Acessórios

AGABÊ



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. EXCELÊNCIA EM SOLUÇÕES GLOBAIS.



Ideias Premiadas

Que o Brasil é um seleiro de oportunidades e mentes criativas não temos dúvidas. Todos os dias são comercializados centenas de milhares de metros quadrados em adesivos que passam por empresas de comunicação visual ou mesmo profissionais liberal que decoram, sinalizam e comunicam das maneiras mais diferentes e cativantes.

Pensando em valorizar os trabalhos feitos a partir de seus produtos, a Imprimax, fabricante nacional de materiais adesivos, criou o Dividindo Ideias. Sabe Sabe aquele trabalho que você e a sua empresa acabaram de entregar e que teve um resultado incrível? Esta a oportunidade perfeita para que você e a sua empresa se destaquem no mercado

O objetivo é criar um ambiente de conhecimento que compartilha os trabalhos e as possibilidades que os clientes promovem a partir dos adesivos. Enquanto você compartilha um trabalho, você concorre a premios a partir da votação online. A empresa já fez premiação com as materiais exclusivos de lançamentos e promove a empresa a partir das suas ações de mídia.

A Imprimax também visa de estimular seus clientes a produzirem peças diferenciadas e com valor agregado. Além disso, é uma maneira que o público tem de conhecer os mais de 150 produtos que a empresa lançou neste ano e todas as possibilidades de trabalho com eles.

São mais de 150 novidades entre cores, texturas e efeitos

A Imprimax, fabricante nacional de vinis adesivo, disponibiliza agora em seu portfólio 150 novidades entres texturas, cores e efeitos em seus produtos. Uma das linhas que ganharam novas opções é dos monoméricos, que são ideais para personalização veicular, comunicação visual em geral e decoração de ambientes.

Uma categoria dessa linha é dos jateados, que agora conta com 13 cores/opções, em seus produtos, como os jateados com gravação, e o 3D Transparente, disponível em 9 cores, sendo oito delas novas. Assista ao vídeo a seguir para conhecer as novidades entre os adesivos:

Além destas, confira abaixo as outras novidades dos monoméricos:

- Color Max (40 cores, sendo 17 cores novas) – agora com bobinas de 1,00 x 25m
- Color Max Fluorescente (3 cores) = lançamento
- Color Max Escovado (2 cores) - agora com bobinas de 1,00 x 25m
- 3D Opaco (agora uma linha completa de opções - 11 cores, sendo 9 cores novas)
- Cristal Color (transparente colorido - 2 cores)
- Transparentes para laminação a frio (diversas opções de acabamentos, larguras e espessuras)
- Fix Color (16 cores, sendo 2 brancos - brilho e fosco - e 1 transparente) – agora "coloridos" com bobinas de 1,00 x 25m

Ficou com vontade de participar? Acesse o site da campanha: www.dividindoideias.com.br

imprimax®
AUTO-ADESIVOS

POLIMÉRICOS
(Envelopamento Automotivo / Decoração / Impressão Digital / Comunicação Visual em Geral)

- Jateado Opaco (9 Cores) LANÇAMENTO
- Gold Fibra Metálico (7 Cores) LANÇAMENTO
- Jateado Metálico (7 Cores) LANÇAMENTO
- Gold Colméia Metálico (7 Cores) LANÇAMENTO
- Gold Croco (6 Cores) LANÇAMENTO
- Gold Escovado (8 Cores) LANÇAMENTO
- Madeiras (7 Opções) LANÇAMENTO
- Gold Max (41 Cores - 18 Cores Novas) NOVIDADES
- Highlight (30 Cores - 19 Cores Novas) NOVIDADES
- Gold Fosco (20 Cores - 18 Cores Novas) NOVIDADES
- Maxlux (13 Cores - 10 Cores Novas) NOVIDADES
- RevestWall (10 Texturas - 4 Novas Opções) NOVIDADES
- Gold Fibra Opaco (3 Cores)

MONOMÉRICOS
(Personalização Veicular / Decoração / Impressão Digital / Laminação / Comunicação Visual em Geral)

- LANÇAMENTO Color Max Fluorescente (3 Cores)
- LANÇAMENTO Fotoluminescente (2 Opções)
- LANÇAMENTO Antiderrapante (3 Cores)
- LANÇAMENTO Digi Master (2 Opções)
- AGORA UMA LINHA COMPLETA 3D Opaco (11 Cores - 9 Cores Novas)
- AGORA UMA LINHA COMPLETA 3D Transparente (9 Cores - 8 Cores Novas)
- AGORA UMA LINHA COMPLETA Jateados (13 Opções/Cores - 8 Novas Opções)
- NOVIDADES Color Max (40 Cores - 17 Cores Novas)
- NOVIDADES Color Max Escovado (2 Cores)
- NOVIDADES Laminação (Diversas Opções)
- NOVIDADES Fix Color (16 Cores - sendo 2 Brancos e 1 Transp.)
- NOVIDADE Dupla Face (1 Opção)
- Cristal Color (2 Cores)
- Refletivos (8 Cores - sendo 1 Branco para Impressão)
- Máscaras - Transferência ou Removível (3 Cores)

NOVIDADES 2015

MAIS DE 150 LANÇAMENTOS

Visite nosso site e SOLICITE SEU CATÁLOGO!

NOVO CATÁLOGO ✓
(GUIA DE SOLUÇÕES)

NOVA ESCALA DE CORES ✓



VOCÊ TRABALHA COM NOSSOS PRODUTOS E QUER DIVULGAR SUA CRIATIVIDADE PARA AGREGAR NOVOS CLIENTES?

DIVIDA SUAS IDÉIAS COM A IMPRIMAX E CONCORRA À BRINDES!

#dividindoideias
facebook.com/ImprimaxAdesivos
www.dividindoideias.com.br

www.imprimax.com.br

Nos acompanhe também nas redes sociais

Por Fabio Madia*

LIDERANÇA, UM SER EM EXTINÇÃO

Como disse Marshall McLuhan em sua consagrada frase, "Se alguém um dia descobriu a água, esse alguém não foi um peixe".

Essa frase retrata com precisão o momento atual do Mundo, onde milhares de startups estão reinventando negócios, mercados e setores sem serem notadas pelos líderes de cada setor, que por estarem com suas atenções voltadas para dentro e para seus concorrentes "conhecidos" não se dão conta que seus dias de vida podem estar chegando ao fim.

Não alimente o autoengano querido leitor e amigo; sim, o seu mercado de atuação esta sendo reinventado nesse exato momento e seguramente não pelos concorrentes conhecidos, mas sim, por alguém que por não estar imerso em seus desafios, dificuldades, burocracias e problemas, vê as oportunidades livre de restrições e julgamentos que você não consegue enxergar.

Duvida? Então trarei aqui alguns exemplos que poderão ilustrar a minha afirmação.

Em 29 de agosto de 1997 (a internet ainda engatinhava), cansados de pagar valores abusivos por atraso na locação de filmes, Reed Hasting e Marc Randolph fundaram na cidade de Scotts Valey a NetFlix, que trouxe o modelo de assinatura ilimitada de filmes, por um valor fixo ao mês onde o usuário poderia ficar em casa entre 1 a 8 filmes simultaneamente, serviço esse que ainda existe nos Estados Unidos e gradativamente desposicionaram e decretaram a morte da Blockbuster.

Em 1999, Shawn Fanning lança o Napster, que disseminou no Mundo o Peer-To-Peer, onde usuários trocavam livremente músicas entre si, que por ser julgado como plataforma de pirataria acabou sendo vendido em 2002 para a Roxio. Até então os únicos MP3 Player do mercado eram o MPMan F10 da coreana Saehen, que foi a pioneira no mercado com o seu em março de 1998 e outras concorrentes pouco conhecidas.

Em 9 de Janeiro de 2001 a Apple lançou o iPod, o MP3 Player da Apple, que através do seu sistema operacional iTunes revelou-se como a salvação do mercado, passando a representar um agente regulador e ético num mercado destruído pelos preços abusivos e pirataria.

Mal sabia a Apple que simultaneamente vinha sendo desenvolvida a plataforma Rhapsody, a primeira plataforma de streaming de música do Mundo. Hoje, alguns anos depois, o mercado da música é dominado pelas plataformas de streaming que juntas faturaram mais de 70 bilhões de dólares só nos EUA, enquanto os serviços de vendas de música não chegam a 600 milhões, e o líder mundial é de longe o Spotify com 51% desse mercado.

O que aconteceu? A Apple e Google, tardiamente, estão sendo obrigadas a entrar no território do streaming, se não quiserem ficar ainda mais para trás do que já estão. Mas e o Netflix que falei acima? Esse foi uma rara exceção de empresa que se manteve desruptiva. Soube entender o mercado e em 2007 disponibilizou parte do seu conteúdo, para que fosse consumido em seu portal, e, em 2009, inovou mais uma vez introduzindo o VOD (Video On Demand) em multiplataformas. Hoje a Netflix é a líder absoluto do mercado mundial do VOD, com mais de 60 milhões de assinantes, um faturamento em 2014 de 5,5 bilhões de dólares e um valor de mercado superior a 30 bilhões e presença em mais de 50 países.

O segredo? Simples, experiência. Quanto melhor for a experiência do usuário, maiores serão as chances do negócio ser desruptivo. Entendam por experiência QUALIDADE, SIMPLICIDADE e ACESSIBILIDADE (tecnologicamente e financeiramente).

Outros exemplos? Muitos! AirBnB reinventado o mercado de hotelaria, 99Taxis e Easy o do Táxi, Uber o do transporte pessoal, Waze o do Trânsito, a Sontra Cargo e a Truck Pad da logística e isso é apenas o começo.

E você vai ficar sentado nos seus problemas observando a movimentação dos concorrentes conhecidos, ou será o agente desruptivo do seu mercado? Em épocas de "chega de MIMIMI", o melhor a se fazer é focar em inovação e nas oportunidades decorrentes. Para isso não é preciso "sair da caixa" como já cansamos de ouvir. Acredito verdadeiramente no poder da co-criação, colaboração e coletividade como principal agente de inovação nas empresas, independente do seu setor ou porte de atividade, pelo simples motivo que dois pensam melhor do que um, desde que o processo tenha um facilitador responsável pela sua organização, mas não um "chefe" tradicional que é responsável pela sua inibição.

É como disse Peter Drucker em 1964: Nem os resultados nem os recursos existem dentro da empresa. Ambos estão localizados fora.

Fabio Madia - Diretor de Planejamento e Atendimento
fabiomadia@madiamm.com.br

MMS PLÁSTICOS

www.mmsplasticos.com.br



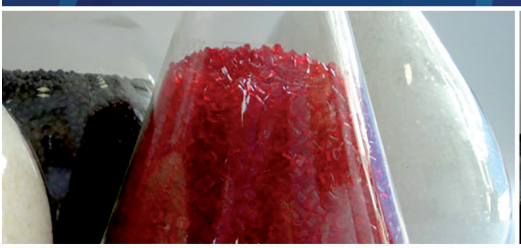
Chapas POLICLEAR G

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

Imagens via ADOBE STOCK



A Adobe lança o Adobe Stock, seu serviço de conteúdo "stock" (banco de imagens) integrado diretamente ao processo de criação e ferramentas que os profissionais criativos utilizam diariamente. Disponível por meio da Adobe Creative Cloud, segundo a empresa, esse novo serviço simplifica radicalmente a compra e o uso de conteúdo, incluindo fotos, ilustrações e gráficos. "O Adobe Stock eleva o valor da Creative Cloud como um facilitador de serviços no mercado global de imagens. Cerca de 85% dos clientes que compram stock images usam as ferramentas criativas da Adobe. A profunda integração com os últimos apps para desktop da Creative Cloud, incluindo o Photoshop e o InDesign, torna a compra e o uso de fotos de bancos de imagem extremamente fácil. Ao mesmo tempo, nossos clientes terão a oportunidade de contribuir com milhões de novas fotos e imagens para o Adobe Stock. Isso levará para outro patamar o processo de compra e venda de imagens", diz o vice-presidente sênior de Digital Media da Adobe, David Wadhwani.

A empresa informou que o Adobe Stock, um acervo com a curadoria de 40 milhões de imagens de alta qualidade que aumenta constantemente, está profundamente integrado às últimas versões do Photoshop CC, InDesign CC, Illustrator CC, Premiere Pro CC e After Effects CC. Também foi informado pela empresa que o Adobe Stock também está disponível como serviço stock independente (www.stock.adobe.com), onde designers e profissionais de marketing que não são membros da Creative Cloud podem fazer download, comprar e vender imagens stock.

O Adobe Stock está atualmente disponível em 36 países e em 13 idiomas. Os preços para clientes individuais e para Equipes da Creative Cloud são US$ 9,99 para uma única imagem; US$ 29,99 por mês para dez imagens (com direito de acumular o número de imagens não usadas); e

US$ 199 por mês para 750 imagens mensais. Há preços especiais para clientes Adobe Stock que não são membros da Creative Cloud.

A Adobe lança o Adobe Stock, primeiro serviço de conteúdo "stock" (banco de imagens) integrado diretamente ao processo de criação e ferramentas que os profissionais criativos utilizam diariamente. Disponível por meio da Adobe Creative Cloud, esse novo serviço simplifica radicalmente a compra e o uso de conteúdo, incluindo fotos, ilustrações e gráficos.

"O Adobe Stock eleva o valor da Creative Cloud como um facilitador de serviços no mercado global de imagens", diz David Wadhwani, vice-presidente sênior de Digital Media da Adobe. "85% dos clientes que compram stock images usam as ferramentas criativas da Adobe. A profunda integração com os últimos apps para desktop da Creative Cloud, incluindo o Photoshop e o InDesign, torna a compra e o uso de fotos de bancos de imagem extremamente fácil. Ao mesmo tempo, nossos clientes -- os melhores fotógrafos e designers do planeta -- terão a oportunidade de contribuir com milhões de novas fotos e imagens para o Adobe Stock. Isso levará para outro patamar o processo de compra e venda de imagens".

O Adobe Stock, um acervo com a curadoria de 40 milhões de imagens de alta qualidade que aumenta constantemente, está profundamente integrado às últimas versões do Photoshop CC, InDesign CC, Illustrator CC, Premiere Pro CC e After Effects CC. Os designers podem lançar o Adobe Stock diretamente desde o software do desktop e imagens com marca d'água para suas bibliotecas Creative Cloud Libraries, para depois acessar e trabalhar as imagens desde várias ferramentas para desktop. Quando os profissionais criativos estiverem prontos para licenciar suas imagens e trabalhos finalizados, podem fazê-lo diretamente, desde o software para desktop com o qual trabalham. Graças à tecnologia CreativeSync da Creative Cloud por assinatura, toda a edição realizada na imagem com marca d'água é aplicada automaticamente à nova imagem licenciada, economizando muitas horas e evitando possíveis retrabalhos.

O Adobe Stock também está disponível como serviço stock independente stock.adobe.com, onde designers e profissionais de marketing que não são membros da Creative Cloud podem fazer download, comprar e vender imagens stock.

Dentre os principais recursos do Adobe Stock estão:

Facilidade de gerenciar, trabalhar e comprar conteúdo. Os designers podem lançar o Adobe Stock diretamente desde seu software do desktop e imagens com marca d'água para suas bibliotecas Creative Cloud Libraries, para depois acessar e trabalhar com as imagens a partir de várias ferramentas de desktop e de dispositivos móveis. Quando estiverem prontos para licenciar suas imagens e trabalhos finalizados, os profissionais podem fazê-lo diretamente, desde o software para desktop com o qual trabalham. Os designers também podem editar uma imagem com marca d'água em um aplicativo do tipo Photoshop CC e, quando licenciada, a edição será aplicada automaticamente à imagem comprada em alta resolução.

Conteúdo criativo de alto impacto para projetos impressos, de apps da web ou móveis. O Adobe Stock constitui um amplo mercado de mais de 40 milhões de fotos, ilustrações e gráficos, cobrindo virtualmente todos os assuntos. Seja para encontrar uma imagem especial de um castelo escocês para um folheto de turismo, um jogo de vôlei para um site de esportes ou uma ilustração de menu de restaurante para um app móvel, o Adobe Stock tem uma enorme gama de possibilidades. A Adobe pretende acrescentar novas categoriais de conteúdo nos próximos meses, alavancando ainda mais o alcance e a experiência sem igual dos clientes da Adobe em diversos setores criativos.

Planos de preços simples e flexíveis. Com economia de até 40%, os membros da Creative Cloud obtêm o melhor valor quando acrescentam uma opção de plano anual do Adobe Stock à sua assinatura da Creative Cloud. Uma oferta inédita no setor de imagens permite que criativos que aderem a planos de 10 imagens por mês acumulem até um ano o direito de usar imagens não usufruídas mensalmente (a maioria dos planos de imagens exige que os criativos usem todas as imagens a que têm direito mensalmente para não perder o direito sobre as mesmas). Para clientes que não são membros da Creative Cloud, um serviço autônomo do Adobe Stock oferece a possibilidade de comprar imagens isoladas, além de planos para membros mensalistas e anuais.

Aquisições movimentam o mercado

Historicamente, o mês de julho sempre foi recheado de grandes revelações por parte das empresas, seja apresentando lançamentos, novas contratações ou novas alianças comerciais. Recentemente, foi a empresa EFI que aproveitou este período, e que também comemora 10 anos da aquisição da VUTEk, e despejou uma série de novidades que, nós, da revista Empresário Digital, unificamos todas elas a partir de entrevistas com CEO's, Executivos e clientes no Brasil.

O que mais nos chamou a atenção foi saber que a expectativa da empresa é crescer 20% em vendas, além de expandi-las para um nível acima do que conquistou nos últimos 10 anos. Isto demonstra que, além da demanda, as empresas de todo mundo estão ávidas por tecnologia e vão investir pesado em processos de impressão ainda mais competitivos, ou seja, soluções que permitam que as empresas deste segmento possam atender seus clientes em um tempo menor, e que possam gerar mais lucro.

Quando a empresa anunciou seus planos de adquirir a VUTEk, o CEO da EFI, Guy Gecht, classificou a empresa de Meredith, New Hampshire (EUA), como "a melhor aquisição para entrar no mercado de tecnologia jato de tinta digital" e complementou dizendo que "suas aplicações UV trazem vantagens competitivas para os clientes". "Dez anos depois, o resultados dos produtos VUTEk, Jetrion e Cretaprint comprovam, definitivamente, que nossa decisão foi acertada", afirma Gecht.

Durante os últimos anos, a empresa passou por muitas mudanças e atualmente vem se posicionando com foco na tecnologia de LED UV para a impressão no setor de comunicação visual. Além da impressão, a empresa acredita na gestão do fluxo de trabalho no processo, que compreende um conhecimento também em tintas, softwares e integração das soluções para um ecossistema de produção melhor.

A empresa não releva números específicos de quantas impressoras estão em funcionamento, mas classifica como milhares a quantidade de equipamentos comercializados em todo o mundo. Para a EFI, o desafio para os próximos 10 anos é saber lidar com as mudanças exigidas e acredita que a única forma de se manter na ponta é investindo em tecnologia.

Já a expansão mundial da empresa se dá a partir de duas grandiosas aquisições:

a Matan Digital Printer, empresa desenvolvedora de tecnologias para aplicações de impressão industrial e a Reggiani Macchine, empresa conhecida por sua extensa linha impressoras de jato de tinta industriais no setor têxtil.

A tecnologia de jato de tinta da Reggiani, que agora passará a se chamar EFI Reggiani, aborda por completo o escopo da impressão têxtil avançada, com impressoras versáteis e compatíveis com tintas de impressão de corantes à base de água, dispersas, ácidas, pigmentadas e reativas. Em seus mais de 60 anos, a Reggiani é destaque em inovações com soluções industriais para fabricação têxtil, incluindo impressoras de alta qualidade para tecidos de decoração e moda, com um portfólio abrangente que cobre desde as tecnologias originais de serigrafia rotativa da empresa até seus equipamentos e tintas de impressão têxtil de jato de tinta. Além disso, a Reggiani firmou relações com muitas das empresas têxteis líderes em todo o mundo e fornece uma oferta integrada que inclui equipamentos para todas as fases do processo de impressão em tecidos, com foco nas suas impressoras digitais a jato de tinta para tecidos.

"Essa aquisição proporciona à EFI uma posição de liderança imediata em uma das maiores indústrias, passando pela transformação de impressão analógica para digital do mundo. O mercado de impressão têxtil está no começo das transições, o que permitirá aos fabricantes optarem pela fabricação sob demanda, ao invés de longo prazo, e isso atende ao aumento nas demandas de produção de tiragens curtas e customizações", diz Guy Gecht, CEO da EFI. "A aquisição da inovadora equipe da Reggiani e sua tecnologia de impressão em tecidos "Made in Italy", renomada mundialmente, permitirá o crescimento contínuo do setor têxtil industrial da EFI, além da possibilidade de crescimento de seus clientes para a impressão eletrônica de gráficos de mostruário usando as impressoras industriais a jato de tinta à base de água da Reggiani", completa.

Já a Matan, que tem foco na produção de equipamentos com aplicações gráficas e industriais de impressão bobina, ganha com o novo acordo em inovação e suporte, afirma Hanan Yosefi, ex-presidente e CEO da empresa.

No Brasil, o anuncio mais importante vem da nova força de vendas a partir da distribuidora Serilon, empresa com cerca de 30 anos de mercado, que une forças como canal de vendas junto com a Alphaprint. Segundo Carlos Henrique de Paula Leão, gerente de vendas da Linha EFI Inkjet para o Brasil e Conesul, a qualidade do atendimento tem que ser uma busca constante e acredita que juntas, Alphaprint e Serilon, irão contribuir para os desafios de apresentar as soluções da empresa por todo o país.

Para alguns clientes no Brasil, as mudanças são positivas e geram um sentimento de que a marca voltara a ter um status de liderança no país. Eles acreditam que o nível de atenção é também um fator determinante pelo investimento que as empresas fazem quando escolhem uma tecnologia hi-end.

efi® Impressoras de Grandes Formatos

Tecnologia e Qualidade

que você precisa, com o preço que você sonhava.

Maior oferta, melhores margens, novos mercados e o mais alto nível de satisfação pelo melhor custo de aquisição de sua categoria.

H1625 LED

- Soluções completas
- Cura UV LED
- Impressão Multicamada
- Economia no consumo de tintas
- Gotas Variáveis com grayscale



Conheça outras soluções EFI para impressão de grandes formatos:

H2000 Pro Ultradrop



GS2000LX Pro



GS3250LX Pro



GS5500LXr Pro



HS100 Pro



carlos.henrique@efi.com
+55 (11) 99335-9925

rodrigo.bardini@alphaprint.com.br
+55 (11) 96605-4760

alphaprint
Sempre as Melhores Soluções

Por Mayara Flausino*

Explore o mercado de roupas e artigos esportivos

Embora não seja necessário ser nenhum atleta para produzir e comercializar roupas esportivas, é essencial que os empresários que desejam investir neste mercado conheçam e pesquisem sobre os materiais e tecidos, sem descuidar da moda.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria do Esporte (Abriesp), o mercado de roupas e artigos esportivos vem se mostrando bastante próspero movimentando valores em torno de R$ 5 milhões ao ano. De acordo com a Associação, trata-se de um mercado crescente no cenário brasileiro, muito impulsionado pelos grandes eventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas. Outro fator significante é o número cada vez maior de brasileiros que decidem se dedicar a algum esporte, motivados pela busca por uma vida mais saudável. Se você está procurando um diferencial para o seu negócio e vê esta área como uma boa oportunidade, fique atendo as variáveis que afetam este tipo de empreendimento e como o mercado se comporta, a seguir.

Conforto + funcionalidade

Hoje em dia, grande parte das empresas deste setor tem como prioridade a busca por conforto e funcionalidade em seus produtos, entregando um vestuário que agrade tanto pela comodidade quanto pela estética.

Para garantir que este resultado seja alcançado, a indústria da estamparia vem se adequando a essas necessidades. Hoje já podemos encontrar no mercado estampas respiráveis e que não prejudicam o conforto térmico da peça.

Uma tendência que vem se instalando é a utilização do power film e do sport film para personalizar as roupas esportivas. Além de serem versáteis, é possível aplicar em tecidos sintéticos ou de algodão, ambos permitem a sua utilização em diversas cores, proporcionando custo benefício ao empresário. Para a aplicação de marcas, números e desenhos em geral, esses filmes permitem que sejam inclusos detalhes coloridos, o que resulta em um visual atual e com alta durabilidade.

O objetivo principal deste material é atingir cada vez mais consumidores, que não estejam necessariamente preocupados com performance ou resultados um atleta profissional. Por isso, o enfoque nessas produções será sempre a funcionalidade do material.

Inovações

Para se manterem atualizados, o mercado está em constante desenvolvimento de novas tecnologias para entregarem um produto final que atenda as necessidades específicas de cada consumidor. Um destas inovações, que deu origem a uma infinidade de tecidos disponíveis no mercado, foram os tecidos de secagem rápida, como o dry fit, por exemplo, que proporcionam o conforto térmico ao usuário.

Outra novidade, e que vem fazendo sucesso no mercado, são os tecidos com proteção solar ou com propriedades bacteriostáticas. Quem deseja atuar no mercado é fundamental ficar atento e ajuste a modelagem e os tecidos à necessidade de cada esporte. Tecidos com boa elasticidade, resistente a diversas lavagens, toque agradável, boa troca de calor e proteção contra odores estão caindo no gosto do público.

Embora muitas vezes seja encontrado por altos valores, o vestuário esportivo costuma ter uma boa venda e encontra consumidores dispostos a pagar um valor mais alto pela sua funcionalidade.

Para quem quer entrar para esse mercado, uma dica é investir no nicho de acessórios, que mesmo com um público bastante específico, necessita de empresas que atuem nesse ramo do negócio.



NÃO CORRA RISCO PARA SUA PRODUÇÃO TÊXTIL, USE O PACOTE DE **SOLUÇÕES IDEAL**

AGORA FABRICADO NO **BRASIL**



modelo	Descrição
GAD 1601	1,60 m c/ 1 cabeça de impressão (Sublimação e/ou Eco Solvente)
GAD 1801	1,80 m c/ 1 cabeça de impressão (Sublimação e/ou Eco Solvente)
GAD 1802	1,80 m c/ 2 cabeças de impressão (Sublimação e/ou Eco Solvente)
GAD 2204	2,20 m c/ 4 cabeças de impressão (Sublimação)
GAD UV LED	1,80 m c/ 2 cabeças de impressão (Roll to Rool & Flatbed)





modelo	largura	comprimento
HTD	610 mm	200 mts
HTD	914 mm	200 mts
HTD	1100 mm	200 mts
HD	610 mm	200 mts
HD	914 mm	200 mts
HD	1100 mm	200 mts
HD	1600 mm	300 mts
HD	1800 mm	300 mts
HD	2000 mm	300 mts

- Rua Bélgica, 1094 • Igapó • Londrina-PR
- www.pixelsolucoes.com.br
- comercial@pixelsolucoes.com.br
- +55 43 **3342 0152**
- +55 43 **3342 8195**

pixel



Menor impacto ambiental

A HP Brasil apresenta as novas impressoras de grandes formatos HP Scitex FB550 e HP Scitex FB750 com tintas UV. As novas impressoras vêm complementar o portfólio da empresa, que já possui as impressoras com tecnologia de tinta Látex à base de água.

As tintas com cura UV oferecem muitos benefícios para a impressão em grandes formatos: elas são ideais para aplicações variadas, podem produzir alta qualidade de imagens, aumentar a produtividade e abrir o caminho para redução de tempo e custo operacional. Além disso, a impressão com cura UV oferece oportunidades para reduzir o impacto da impressão no ambiente em relação à impressão à base de solventes.

Além de ambientalmente sustentáveis, as novas impressoras atendem a uma ampla variedade de aplicações em grandes formatos para ambientes internos e externos, incluindo, entre outros, outdoors, faixas, sinalização interna, imagens para vitrines, decoração, pôsteres e materiais de ponto de venda.

Os equipamentos aliam boa produtividade a um baixo custo, além de proporcionar mais versatilidade de impressão em materiais rígidos e flexíveis. Eles foram projetados com uma nova plataforma que facilita a operação e a manutenção, aumentando o ganho de seus clientes e economizando espaço físico. Também permitem um fluxo de trabalho eficiente para carregamento, impressão e coleta de mídia simultaneamente, contando ainda com um suporte de rolo sobre a mesa para substratos flexíveis, que possibilita a impressão fácil, rápida e eficiente de pequenas tiragens.

A HP Scitex FB550 aceita materiais de até 1,62m de largura, operando a uma velocidade de impressão de até 18,5 m2/h (199 pés2/h), enquanto a HP Scitex FB750 aceita materiais de até 2,50m, imprimindo até 21,1 m2/h (277 pés2/h) – no modo de impressão de comunicação visual para ambiente interno. Ambas permitem o gerenciamento de grandes tiragens (com cartuchos de tinta HP de 3 litros) e oferecem maior qualidade de imagem e sangramento total em larguras máximas com a mesma capacidade de impressão em praticamente qualquer mídia rígida ou flexível1 (até 2,5").

As impressoras ainda ampliam a produtividade em 12%2 no modo de impressão de sinalização para ambiente interno e produzem pedidos rapidamente ao carregar, imprimir e coletar mídia simultaneamente.

Os novos equipamentos ajudam os clientes a se especializarem com efeitos de tinta branca3, fosco/brilhante e texturizados, além de apresentarem uma das estruturas mais compactas do mercado.



TINTAS PARA IMPRESSÃO

CORES IMPRESSIONANTES



TINTAS PARA **SERIGRAFIA**
E IMPRESSÃO DIGITAL
SOLVENTE E UV.

TECNOPAINT®
Tecnologia em Tintas na Medida Certa

Nosso maior e principal desafio é atender às 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



Por Tom Coelho*

A farsa do Facebook

“É mais fácil enganar uma multidão do que um homem.”
(Heródoto)

Vou pontuar desde o início: este artigo é direcionado a todos que investem no Facebook como instrumento de marketing digital.

Esta mídia social, e muitas outras, são canais incríveis para cultivar relacionamentos. Desde os tempos do falecido Orkut, tive a oportunidade de resgatar amizades perdidas ao longo dos anos graças a estas redes sociais.

Com mais de 1 bilhão de usuários ativos no mundo, é natural que se procure gerar e potencializar negócios através do Facebook. Assim, empresas passaram a utilizar o chamado Face Ads, destinando uma verba mensal para promover seus “posts”, buscando aumentar o número de “seguidores” e de “curtidas”. A pergunta é: “Qual a efetividade desta estratégia?”.

Vamos aos fatos. Primeiro, não importa quantos seguidores você tenha, o alcance chamado “orgânico”, ou seja, sem ônus, de qualquer mensagem postada, tem sido cada vez mais irrisório. Então, você opta por investir na publicação, deparando-se com números de alcance estonteantes – e falsos. Vou apresentar alguns dados estatísticos para respaldar minha tese.

Analisei apenas os últimos 10 posts patrocinados em minha página. O valor médio investido foi de R$ 17,32. O alcance médio de cada um foi de 14.639 pessoas. Então, você pode concluir que é um ótimo número, ou seja, gastar menos de vinte reais para atingir quase 15 mil pessoas, correto? Ledo engano, pois apenas 16 pessoas foram, de fato, impactadas na média, o que representa uma taxa de retorno de apenas 0,11% e um custo médio, por pessoa, de R$ 1,10.

Esta análise é possível porque todos os posts continham link para acesso através do qual o internauta poderia baixar um e-book, participar de um congresso virtual ou de eventos presenciais, tudo gratuitamente. Portanto, note o seguinte: eu não estava vendendo nada, não estava fazendo qualquer apelo comercial. O propósito de cada mensagem era compartilhar conhecimento ou entregar um benefício, sem qualquer ônus.

Os defensores deste instrumento poderão argumentar que R$ 1,10 por pessoa continua sendo um investimento mínimo. Porém, note que o fato de uma pessoa ter clicado no link não significa, evidentemente, que uma vez na página para a qual foi remetida, ela venha a consolidar o interesse naquele produto ou serviço.

Por fim, ressalto que tenho utilizado filtros na definição do perfil do público, segmentando-o com base em palavras-chaves específicas. Em um destes casos, em um post direcionado a profissionais de RH, o alcance atingiu 19 mil pessoas (lindo!), porém com apenas 12 míseros cliques, ao custo de R$ 3,93 cada!

Pessoalmente, tomei a decisão de não mais investir no Face Ads. Sinto-me ludibriado e lamento por quem se ilude com os números apresentados. Isso não significa que esta mídia não possa trazer resultados. É claro que pode, desde que se coloque um caminhão de dinheiro. Mas grandes investimentos geram resultados de qualquer forma, em qualquer iniciativa de marketing.

*Tom Coelho é educador, palestrante em gestão de pessoas e negócios, escritor com artigos em 17 países e autor de oito livros. E-mail: tomcoelho@tomcoelho.com.br

DÊ MAIS VIDA AS SUAS CORES

J-teck, há 12 anos oferencendo os melhores produtos para **Sublimação Digital**. Com a **J-teck** seus produtos terão as **cores mais vivas**, **alta velocidade de impressão**, mais **secabilidade** e **melhor rendimento**. **J-teck,** muito mais tecnologia e **economia** para seu negócio.

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, D-Gen, etc

- **SPECIAL BLACK**
- **TINTAS FLUO**
- **J-CUBE** (para cabeça de Impressão Ricoh e Kyocera)
- **EQUIPAMENTOS DE GRANDE FORMATO**
- **PAPÉIS, CHIPS E CARTUCHOS**
- **TOALHAS E TECIDOS**

Lacre de Segurança · J-TECK CLUSTER TECHNOLOGY · NANODOT TECHNOLOGY · ECOLOGICAMENTE CORRETO



(47) 3267-8400 | (47) 9945-8753 - vendas@j-teck3.com.br

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

Inscreva-se em nosso site e receba novidades

FABRICADO NA ITÁLIA

J-teck Global Tintas Digitais · (47) 9945-8752 · J-teck3 · j-teck3.com.br

J-TECK™

Por Marcelo Ponzoni*

Quer se manter no mercado?
ENTÃO DEMITA-SE OU ALGUÉM O FARÁ.

É comum na vida de um empreendedor, gestor, presidente, CEO, entre outros casos que vivem no topo da pirâmide, acostumarem-se a conviver com uma espécie de solidão do cargo. Poucos falam sobre o assunto, mas muitos convivem diariamente com este fantasma.

Com o tempo, vamos nos acostumando a conversar conosco mesmo, e digo que esta é uma das conversas mais francas que um ser humano pode ter com alguém, pois esta sim é aberta ao extremo, não a 0,1% de mentiras ou esconderijos, ali o papo é reto mesmo, frente a frente com todas as cartas na mesa, principalmente para aqueles que já têm alguns cabelinhos brancos com 25, 30 ou mais anos nesta atividade.



*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

Diante da nua e crua realidade é comum haver uma cobrança ainda mais excessiva sobre quem conhece todas as informações envolvidas, de quem você pode fazer comparativos reais de performance a qual é muito difícil de comparar entre os concorrentes ou membros da equipe.

Costumo questionar os outros sobre o quanto existe de vontade, coragem e determinação pessoal, se está num nível de 1 ou 10, mais ou menos, muito ou pouco. Como definir parâmetros sem conhecer os reais referenciais de vida que podem distorcer totalmente esta mensuração?

Uma das maiores buscas pessoais é o reconhecimento da importância perante a sociedade, os chamados crachás ou medalhas das quais passamos muito do nosso tempo nos esforçando para ganhá-las, seja na empresa, entre os amigos, no mercado e assim por diante.

O fato de estar ilustrando este assunto está diretamente ligado ao tema proposto. Será que não está na hora de fazer uma real avaliação dos seus referenciais de atitudes e comportamentos. Pare um instante e retorne em sua escalada e reveja os níveis de pontuação que existiam nos anos em que estava galgando seus patamares de vida, recorde-se a intensidade de sua vontade, sua entrega pessoal, seus níveis de determinação e persistência e, principalmente, a sua coragem diante dos mais variados desafios pelos quais precisou passar para chegar onde está.

Conquistou cargos, posses, medalhas, status, construiu um legado, construiu ao seu redor admiração, se tornou um exemplo, para alguns superou o posto de ser comum e alçou status de mestre, professor da matéria entre tantas outras conquistas.

Merecido, verdadeiro, justo, não há quem possa tirar estes méritos e créditos, pois foi você quem lutou para que essas conquistas fossem sólidas e reais.

E agora?

Neste momento em que vivemos, será que todos esses atributos fazem parte do SER ou do TER?

Somos ou somente temos todos estes atributos? Fazer o comparativo destes níveis, podem trazer à tona muitas respostas das quais estamos com dúvidas. Reavaliar níveis destes atributos podem nos mostrar em quais campos deixamos de ser aquilo que por anos nos levou ao topo de nossas vidas.

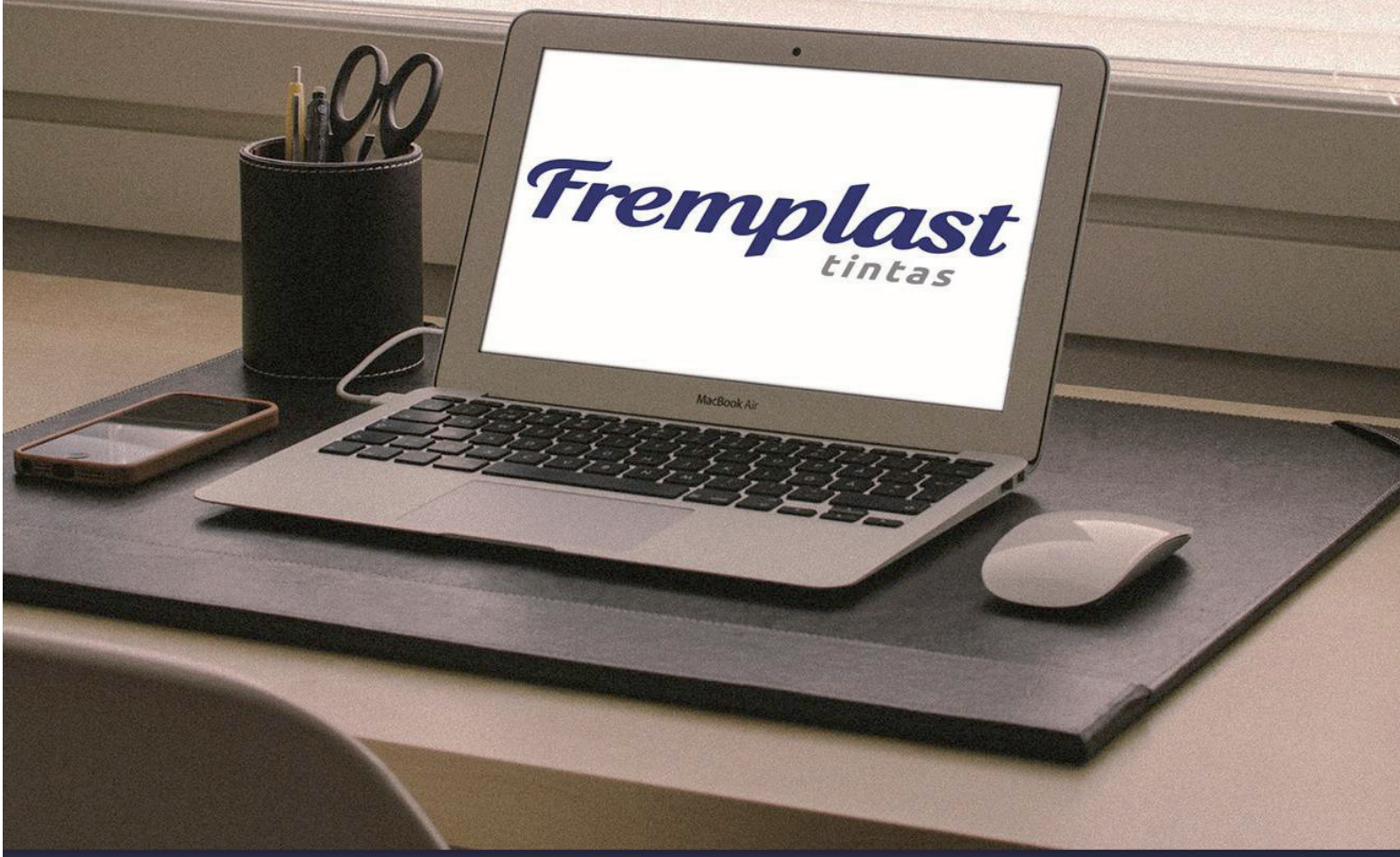
Normalmente são os nossos líderes, gerentes, diretores, professores, pais e mães que costumam chamar a atenção para esse assunto. Será que não chegou a hora de VOCÊ assumir a liderança de sua vida e ter esta conversa com VOCÊ mesmo, sem esperar que terceiros venham despertar e empurrar a sua carroça? Por natureza o ser humano tende a se acomodar e assim ficar levando a vida e quem sabe aguardando algum superior vir cobrar mais empenho, mais vontade, mais isso, mais aquilo, tudo que você já sabe, mas que às vezes deixa adormecer dentro do ego e da vaidade.

Bem, se existe uma hora para que isto aconteça, faça esta ser a hora, ACORDE, LEVANTE, ERGA-SE, retorne às suas origens, aquelas que fizeram de você o que VOCÊ é. Não perca esta oportunidade de não ficar à deriva no universo profissional, pois nem sempre as condições serão favoráveis para este momento.

Quer se manter no mercado sem empreender esforço para isso? Então demita-se antes que alguém o faça, simplesmente, por VOCÊ!

UMA NOVA LOGOMARCA PARA INOVAR!

Nova logomarca, novo site e novas embalagens
Tudo isso com a Confiança, Credibilidade e Integridade em tintas serigráficas, digitais e acessórios que oferecemos para os nossos clientes



"A missão, visão e valores da **Fremplast** permanecem alicerçados em nossa cultura e continuaremos viabilizando os sonhos de nossos clientes internos e externos, com responsabilidade, criatividade e comprometimento, garantindo a satisfação de suas necessidades com excelência, através da qualidade diferenciada de nossos produtos e serviços."

Jose Roberto Andreasi - Presidente Executivo

Fremplast tintas

fremplast.com.br

Por Carlos Cruz*

ACERTE O RITMO DE SUA EQUIPE DE VENDAS

"Devemos dançar conforme a música", já dizia o pensador sobre as situações cotidianas. A velha máxima que pode ser aplicada a quase tudo na vida também se faz presente no mundo das vendas. Assim como um músico pode modificar o ritmo, o gestor de vendas pode fazer com que sua equipe seja mais rápida ou devagar no processo das negociações. Isso é o que podemos chamar de cadência nas vendas.

Para cadenciar o comportamento de uma equipe, o gestor deve ser dotado de disciplina para alinhar seus vendedores de acordo com o que quer extrair deles. Ele deve ter a percepção para conduzir reuniões com base no passado, com análise de resultados, de olho no presente, nos negócios em andamento, para definir os caminhos futuros, ou seja, as metas do final do período. Apenas com técnicas de percepção, a equipe terá estratégias e objetivos traçados passo a passo.

Todo esse planejamento tem que ser feito a partir de fatos e dados, observando os números e o desempenho dos vendedores. Deve-se ficar atento ao ciclo das vendas, mensurando e ajustando, por meio de intervenções junto ao cliente, o tempo entre o primeiro contato e o fechamento do negócio.

Para planejar as ações da equipe de vendas, o gestor deve dividir esse ciclo em etapas: como um mês tem quatro semanas, a primeira deve ser utilizada para resgatar tudo o que sobrou do mês anterior e alinhar com o restante do mês; na metade da segunda semana, ele precisa acompanhar se tudo o que foi decidido está sendo cumprido; e, entre o final da terceira e última, deve ocorrer o direcionamento para os principais negócios, que apresentam as melhores condições para que a meta seja batida. Tudo isso começa com a definição da meta, se a empresa não tem uma meta para cada vendedor bem definida, é difícil fazer gestão dos recursos.

Assim, aquele pensamento de "fiz contato e vou fechar o negócio" nem sempre pode dar certo. O gestor deve fazer todo um planejamento e colocar cadência, ritmo, em sua equipe e fazer com que ela trabalhe as técnicas, as variáveis e as métricas de vendas. Ajudar os colaboradores a conquistar os resultados e a sempre bater metas é o papel do gestor. Saber qual música deve tocar para seus vendedores dançarem em cada momento é fundamental para o sucesso de cada um, da equipe e da empresa como um todo.

*Carlos Cruz é diretor do Instituto Brasileiro de Vendas (IBVendas) - www.ibvendas.com.br



VENHA CONHECER OS LANÇAMENTOS MIMAKI!



VISITE NOSSO ESTANDE
RUA F | ESTANDE 065

SERIGRAFIA SIGN 2015 FUTURETEXTIL

A Mimaki oferece soluções para:

TÊXTIL

COMUNICAÇÃO VISUAL

INDÚSTRIA GERAL

Possuímos equipamentos profissionais para impressões de estampas em tecidos, banners, uniformes esportivos, transfers, acrílicos, PVC, placas de metal, madeira, entre outros. Além disso, temos a solução completa para cortes em diversos tipos de materiais, tais como: Vinil / adesivos, Foam Board, borrachas, resinas, policarbonatos, papelão ondulado, entre outros materiais.
Entre em contato com os representantes de sua região.

ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM TODO TERRITÓRIO NACIONAL

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

Mimaki™
ALÉM DAS EXPECTATIVAS...





QUALIDADE QUE FICA

A

Artfix completou 20 anos de atividade. Desde o início, com o objetivo de atender a demanda por grandes impressões do mercado publicitário e promocional. A empresa 100% brasileira investiu em tecnologia, especialização e soluções de ponta para tornar a marca uma referência em qualidade, agilidade e inovação.

Hoje, com mais de 210 colaboradores, 6.200m² de área produtiva e capacidade para atender todo o Brasil, a Artfix oferece soluções completas em comunicação visual compreendendo projetos especiais e eventos; materiais de merchandising e ponto de venda e adesivagem de frotas.

Para saber mais sobre essa empresa que vem quebrando paradigmas no mercado de comunicação visual, a reportagem da Revista Empresário Digital conversou com Marcos Sapia e Bruno Sapia, diretores da Artfix.



Envelopamento
Restaurantes
McDonald's Copa
Fifa 2014

RED: **O que mudou na empresa do início até hoje?**

Marcos Sapia: Em relação ao mercado muita coisa. Em relação ao sonho que eu tinha quando montei a empresa, e no que ela se transformou, muito mais. Comecei na serigrafia, chegando a ter 32 impressoras serigráficas, mas minha vontade era ter mais máquinas.

Lembro que, na época, achava que o grande empresário era aquele que estava bem equipado. Depois fui percebendo que mais do que a tecnologia, a gestão de pessoas e controles fazem a diferença.

RED: **Você inclui nessas prioridades os fornecedores também?**

Marcos Sapia: Hoje estudamos muito como qualificar os possíveis fornecedores, em relação à qualidade, preço, questões legais, valores, suporte de venda e identidade bem formada. São pontos que valorizamos muito. Muitos ainda dizem que só o preço importa. Realmente é importante, mas não compramos o produto considerando somente o preço. Tem que ser um conjunto de fatores que inclui o atendimento e a garantia. Sempre tivemos grandes parceiros e diria que as decepções, em todos esses anos, foram poucas.

RED: **E os clientes?**
Bruno Sapia: Nosso foco é o cliente. Temos um nome com forte qualidade, agilidade e inovação de produtos e serviços, o que facilita a fidelidade que temos hoje do mercado.

RED: **E cases? Você pode falar sobre alguns importantes?**
Marcos Sapia: Temos vários cases em nossa história, no qual atendemos agências como também o cliente diretamente. O que faz esta parceria dar certo para os dois lados? Temos clientes bastante exigentes em termos de qualidade e que precisam de uma empresa com muita agilidade, pois as campanhas são desenvolvidas dependendo da necessidade da venda ou alavancagem de um produto. Com esse cenário, você precisa ter um bom estoque de matéria-prima, equipamentos poderosos para imprimir e muita qualidade. Por conta da exigência, precisamos emitir centenas de notas em curto período, e isso necessita de um sistema de informação para controle, e não só de produção. Isso se deve a um trabalho complexo que desenvolvemos ao longo de anos, quando fomos conhecendo o processo todo e aprimorando até chegarmos aqui.

RED: **E quais são os volumes de produção?**
Marcos Sapia: Em termos de chapas e rolos, produzimos entre 8 e 12 mil metros quadrados por dia, pulverizado entre vários clientes.
Ao longo do tempo percebemos que para fazer sucesso é preciso oferecer qualidade, ter agilidade, contar com uma capacidade produtiva muito grande, e nos preparamos para isso, inclusive com turno de 24 horas. Outro fator importante que interfere é a confiabilidade. Um dos nossos clientes tem todo um conjunto de ações programadas, não só mídia impressa e, por isso, eles necessitam de um fornecedor de confiança, que entregue o que pediram no prazo e qualidade adequada, chegando tudo corretamente em cada ponto de venda ou em cada ponto de distribuição. A exemplo desse cliente, que temos a parceria de 11 anos, nós nunca entregamos uma campanha com atraso.

RED: **Como é a sua estrutura de atendimento?**
Marcos Sapia: Atuamos em três mercados: projetos especiais e eventos, merchandising e ponto de venda; frotas e commodities: repetições e grandes volumes. Os clientes serão atendidos por profissionais especializados para ter todas as suas necessidades atendidas.

RED: **Como é feito o controle para entregar a cor que o cliente deseja?**
Marcos Sapia: Criamos, há algum tempo, perfis de cores para cada equipamento e matéria-prima. Temos uma central que se comunica de forma didática, no qual o monitor do pré-impressor mostra se a cor visualizada é a mesma que vai sair na máquina. Com isso garantimos a fidelidade das cores.
Outro cuidado importante são as tintas. Usamos somente tintas originais. Preferimos não arriscar. Podemos ter um custo inicial maior, e manter isso rigidamente controlado também tem um custo, mas faz com que tenhamos a garantia da cor exigida pelo cliente. Se o cliente precisar repetir uma peça, sairá exatamente igual.

RED: **O que você tem de equipamentos?**
Bruno Sapia: De impressoras temos 5 Vuteks e 1 Durst Rho 1312. De máquinas de corte, temos 3 Zunds e 1 Esko. Temos ainda uma Fotoba, uma lazer e uma máquina Vitor Ciola.
A nossa capacidade de impressão comporta até 15 mil m2 por dia. Somos uma empresa que aceita desafios. Por exemplo,



Painel Citibank
100 anos

recentemente tivemos 14.700 mil peças impressas e acabadas, com três dobras em dois dias. O pedido entrou às cinco e meia da tarde de quarta-feira para ser entregue na sexta. Para atender pedidos como esse, precisamos ter uma empresa muito bem estruturada com equipamentos potentes e todo processo produtivo bem controlado, além de pessoal treinado.

RED: **Como estão enfrentando a crise econômica?**

Marcos Sapia: Já passamos por várias nesses 20 anos. E toda crise traz aprendizados e oportunidades. Hoje escutamos de nossos clientes que precisam otimizar os custos nas campanhas com velocidade de entrega. Aí é onde enxergamos a oportunidade, pois estamos preparados para atendê-lo.
Tivemos uma redução em relação ao ano passado, mas pelo que vejo no mercado, estamos conseguindo bons resultados.

RED: **O que você espera do mercado?**

Marcos Sapia: A tomada de decisão para o investimento em publicidade hoje está mais lenta, mas quando definida temos que ter agilidade. Apesar de tudo, estamos otimistas.

RED: **Fale um pouco sobre o case do McDonald's na Copa do Mundo Fifa 2014.**

Marcos Sapia: Conforme divulgado em nosso canal no Youtube, envelopar 12 restaurantes em 18 dias em 9 cidades diferentes pelo Brasil, foi um grande desafio. Seria como vestirmos uma noiva da noite para o dia, sem deixar o vestido com "rugas", curto e sem caimento (risos). Tem que ser muito estruturado, mas ao mesmo tempo tem que ter jogo de cintura. E para conseguir fazer tudo isso é necessário ter uma grande equipe, com todos os documentos e seguindo as normas de segurança. Imagina ficar sabendo de um desafio desses dez dias antes?!

RED: **O que você pode comentar sobre opções de substrato?**

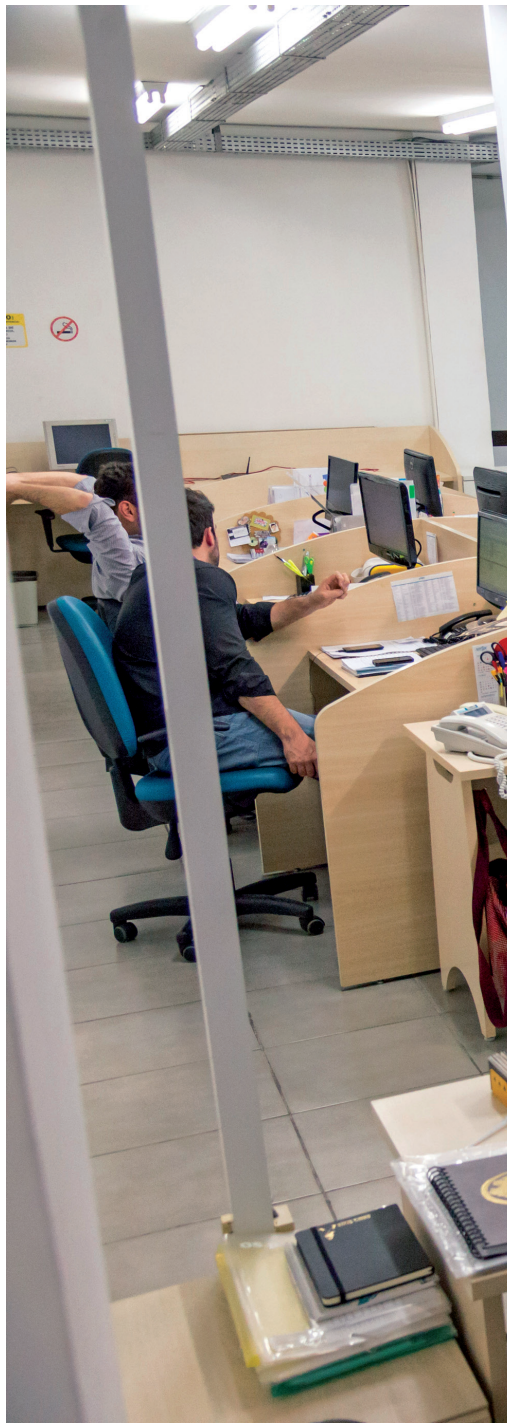
Marcos Sapia: Isso é um desafio, porque quando viajamos, incluímos no roteiro visitas a empresas do segmento. Recentemente, Bruno e eu estivemos em países da Europa, Ásia e América do Norte. Percebemos que o preço que cobram pelo trabalho versus o custo da máquina, tinta e etc, são preços melhores que os praticados no Brasil, com matérias-primas de primeira linha. Algumas lonas que eu compro são fabricadas exclusivamente para a Artfix. Um substrato de má qualidade pode comprometer a qualidade do produto final.

RED: **Manter-se fiel a um posicionamento é difícil?**

Marcos Sapia: Sempre batemos forte em nossas reuniões semanais com a equipe de vendas no sentido de reforçar que precisamos de preço, prazo, qualidade e atendimento. Sabemos que precisamos buscar pelo menos duas dessas estratégias. Temos clientes bem exigentes, como os de cosméticos, por exemplo, e somos muito elogiados pela qualidade que temos, e pela complexidade de cada pedido, no qual é necessário profundo conhecimento de impressão.

RED: **Novos investimentos em equipamentos estão sendo considerados?**

Marcos Sapia: O ponto da virada foi quando entendi que preciso atender bem os meus clientes. Hoje tenho um planejamento para os próximos cinco e dez anos. A nova Durst Rho 1312 está dentro do planejado. Ela foi um investimento bastante alto, e mais a máquina de corte. Já tínhamos um parque bem montado, mas ficamos ainda melhor. O que o mercado reconhece na Artfix é que



temos capacidade para continuar mantendo nosso padrão com os pilares que sempre tivemos: pessoas, estrutura, gestão, controle. Tecnologia sempre foi algo que estivemos atentos para contribuir com bons resultados.
Bruno Sapia: Identificamos na Durst Rho



1312 exatamente isso: uma máquina confiável por ter qualidade e velocidade na impressão, ser robusta e versátil. Uma máquina inédita que combina alta velocidade com alta qualidade de impressão. Vem superando nossas expectativas.

RED: **Como vocês cuidam dos treinamentos** das equipes?

Marcos Sapia: Esse é um ponto fundamental. Temos um RH muito forte, que está muito atento a essa necessidade, já que temos uma equipe que está conosco há muitos anos com um "turnover" baixo. Tenho funcionários que estão aqui desde a abertura da Artfix. De certa forma temos aqui uma estrutura familiar, mas extremamente profissional, no qual as pessoas sabem qual é a estratégia da empresa, qual o objetivo

que temos e aonde queremos chegar. Tudo é muito claro para os colaboradores. Em cima desses objetivos são criadas metas, que são medidas e, se não estiverem de acordo, temos um processo de melhoria para poder fazer com que sejam atingidas. Esse processo é contínuo, sempre temos algo para melhorar.

RED: **Você acredita na impressão sustentável?**

Marcos Sapia: Acredito que existem duas vertentes. Uma delas é a mídia impressa que sempre irá existir. O estático tem um forte apelo e valor, mas a beleza da impressão gráfica é diferente da imagem em um monitor. Temos o aspecto do investimento que é um pouco caro, mas mesmo que se viabilize o custo, eu realmente acredito que a impressão gráfica nunca vai deixar de existir, porque isso embeleza o ambiente, o ponto de venda. Acredito que ambas irão conviver harmoniosamente. É isso que o cliente deseja. Nesse cenário, hoje temos máquinas como a Durst Rho 1312 com tintas totalmente ecológicas, com as quais podemos entrar em contato já que é inofensiva a saúde. Nesse sentido, a tecnologia melhorou, até pelo meio ambiente. Tudo o que pudermos fazer para preservar a natureza e as pessoas, faremos.

RED: **Como é o seu planejamento para o futuro?**

Bruno Sapia: Acredito que a Artfix tem um futuro muito promissor. Ter o controle dos custos nos processos é fundamental, e nosso desafio diário é cada vez mais a profissionalização, buscar um caminho que seja amigável ao meio ambiente, com os clientes, com os colaboradores aqui dentro. Acredito que é muito importante ter todo mundo trabalhando feliz. Fizemos uma pesquisa na Artfix e percebemos que 99% das pessoas que trabalham aqui, trabalham felizes. Acho que esse é o segredo para se ter bons resultados, você ter um ambiente legal.

RED: **E a concorrência? O que pode falar?**

Marcos Sapia: Já escutei no mercado coisas como "Como é que vocês conseguem crescer e fazer isso tudo, porque isso custa dinheiro?!". Controles e boas práticas custam dinheiro, mas o retorno que trazem, é muito bom. Então, fazendo as coisas certas, pagando os impostos em dia, usando as tintas corretas, substrato de acordo, bom ambiente de trabalho, tudo vale a pena. Considero todas essas boas práticas um investimento, e por outro lado, consigo a garantia de um bom resultado

O que percebemos é que com a qualidade e agilidade que entregamos, somos muito competitivos. Para termos tudo isso, é preciso ter disciplina, organização, gestão e uma equipe bem preparada.



Carregador de sangue
Fundação Pró-Sangue

NOVOS NEGÓCIOS NOVAS OPORTUNIDADES

FEIRA DE EQUIPAMENTOS
E SERVIÇOS PARA A INDÚSTRIA
DE IMPRESSÃO DIGITAL, GRÁFICA,
SINALIZAÇÃO E SERIGRAFIA

Signs Nordeste

EVENTOS SIMULTÂNEOS:

XXVI CNTT ABTT
CONGRESSO NACIONAL DE TÉCNICOS TÊXTEIS

FEIRA DE MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS, SERVIÇOS E QUÍMICA PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL
Maquintex

FEIRA DE MÁQUINAS PARA A INDÚSTRIA COUREIRO-CALÇADISTA
Femicc

Plotter de Recorte;
Plotter de Impressão Digital;
Máquinas de Solda Eletrônica;
Fabricantes de Lona;
Fabricantes de Adesivos;
Fabricantes de Adesivos;
Importadores de Substratos e

Tintas para Impressão Digital;
Fabricantes de Máquinas de
Serigrafia para Comunicação Visual;
Quadros e Rolos;
Tintas;
Substratos;
Fabricantes de Ponteiros e Bastões;

Complementos Pré-Impressão;
Rotogravuras;
Fabricantes de Equipamentos de
Formulário Contínuo;
Produção Gráfica;
Arte Final;
Processos Químicos e Fotográficos;

Colas;
Flexografia;
Sinalização;
Etiquetas e Brindes;
Celulose, Papel e Papelão;
Embalagens;
Publicações Técnicas;

Feira de negócios consolidada como referência na região nordeste. **Participe!**

18 a 21
DE AGOSTO
2015
CENTRO DE EVENTOS DO CEARÁ
Pavilhão Oeste
15h às **21h**

INFORMAÇÕES:
www.**signsnordeste**.com.br

Apoio:
abramaco · ABIT · ABTT · ABIMAQ · SINDCALF · indac · SINDGRAFICA · SINDINDÚSTRIA
SindConfecções · SindRoupas · ABIACAV · Sinditêxtil · SindiCouros · ABIGRAF - CE · ABTG · UBRAFE

Empresa Associada:

Promoção:
Fcem FEIRAS E CONGRESSOS

Crie sua própria moda usando camisetas estampadas

Da próxima vez que sair nas ruas repare no que as pessoas estão vestindo. Quantas pessoas não estão usando uma camiseta estampada? Não precisa de muito de tempo observando para perceber que as camisetas estampadas, sejam com frases ou desenhos, continuam em alta.

A roupa é encarada por muitos como um elemento de identidade social, e as estampas, e já consolidada no mercado, são objeto de desejo tanto das pessoas que se interessam por moda tanto das que buscam individualidade na hora de se vestir e as empresas que recorrem a camisetas para divulgar o seu negócio. Para suprir essa constante demanda, as empresas do setor tem que estar sempre antenadas nas novidades do ramo.

Para atender esse público, a Embaplan, em parceria com Stahls' International, empresa norte americana que produz números e letras para personalização de peças, conta com um amplo portfólio de produtos, incluindo o Sport Film Print®, que possibilita a criação de estampas divertidas com personagens conhecidos por todos.

O Sport Film Print® é um filme de PU para plotters de recorte e impressão preparado para ser impresso e transferido por termo transferência sobre tecidos tintos, sejam eles sintéticos ou de algodão, permitindo personalizar camisetas, bonés, shorts, agasalhos, moletons, entre outros.

A aplicação do produto é simples. Basta pré-aquecer a base da prensa e o tecido a ser estampado e posicionar o seu recorte impresso. Para tecidos de algodão ou algodão ou poliéster tinto, a fabricante recomenda utilizar uma temperatura de mais ou menos 145°C, com média pressão e intervalo de tempo entre 6 a 10 segundos. Para secagem completa, é necessário 24h para então retirar a máscara de transferência nas condições especificadas para o produto em utilização.

Para conservar a peça, lave o local onde o Sport Film Print® foi transferido pelo avesso e evite amassá-lo. Não passe o ferro por cima da estampa, e passe sempre pelo avesso, utilizando preferencialmente uma tábua de passar forrada com uma manta siliconada.



Foto ilustrativa

VERSÃO OEM
PARA REVENDAS
DE TODO O BRASIL
CADASTRE-SE

www.bnpapel.com.br

BN Papeis
ESPECIAIS

ÚNICA FÁBRICA DE PAPEL PARA SUBLIMAÇÃO



Da Celulose ao Papel para Impressão com Tinta Sublimática

BN Papel Catarinense Ltda
Estrada BNV 447, s/n | Caixa Postal 47 | Benedito Novo, SC - 89124000
Fone/Fax: 47 3385.2000 - 3385.2002

Por Christian Barbosa*

O impacto das atitudes negativas na sua carreira

Com as instabilidades do mercado, muitas empresas começaram a olhar para dentro e buscar meios de otimizar os processos, melhorar suas estratégias e fazer a diferença. No entanto, muitas vezes, por mais esforços que elas façam, com investimento em desenvolvimento tecnológico e aprimoramento dos processos, elas acabam esbarrando em profissionais com atitudes capazes de prejudicar o desempenho de uma equipe inteira.

Um exemplo de como uma atitude faz toda a diferença está no profissional que, apesar de ser competente e cheio de talento, sempre diz que nada vai dar certo, gosta de enrolar, reclama de tudo e fica de mau humor com qualquer coisa que acontece. Essa é uma pessoa com atitudes tão negativas, que são capazes de contaminar a todos.

Muitas vezes você não percebe, mas será que você está indo para o trabalho com uma atitude positiva? Eu sei que nem sempre conseguimos isso, mas você acredita que uma pessoa com uma atitude negativa vai conseguir ter tempo? Claro que não, profissionais com esse perfil costumam ser o famoso braço curto, aquele que nunca tem tempo, que não prioriza nada, sempre reclama de tudo e é a vítima do ambiente de trabalho. Por isso, diante de uma crise, essa é a pessoa que deve ser cortada. Isso por que contratamos pelas competências, mas demitimos pelas atitudes.

Apesar disso, o ponto positivo é que nossas atitudes são totalmente mutáveis, ou seja, podemos mudar o nosso comportamento a qualquer instante. Se você não está bem, tenha uma atitude diferente, pense em pontos positivos, projete o seu futuro e avalie como você pode colocar os seus valores e competências dentro do seu ambiente de trabalho. Porém, se não tiver jeito de mudar, é melhor pedir para sair e não atrapalhar o restante da equipe. Existem profissionais que ficam enrolando e não percebem que abrir mão da atual situação ajuda a abrir portas lá na frente. Em determinados momentos, sair da zona de conforto e sentir medo do inesperado se torna um fator motivacional e ajuda a enxergar novos caminhos para um futuro melhor, com mais qualidade de vida.

Já para os líderes e diretores que têm um profissional na equipe com uma atitude errada, a minha sugestão é observar a situação. Existem muitas pessoas com atitudes erradas que são muito competentes e sabem como fazer a diferença no time. Nesse caso, a saída é planejar e tentar engajar a equipe para mudar isso. Porém, se nem assim as coisas funcionarem, infelizmente, você terá de tirar essa pessoa.

Claro que você não vai demitir um profissional de uma hora para outra. Tudo deve ser feito de forma bem pensada para que seja um processo positivo para todos. No fundo, essa pessoa pode ser importante lá na frente, talvez ela só esteja em um momento errado e com uma atitude ruim. Nesses casos, a minha sugestão é: não destrua as pontes, apenas coloque as pessoas nas pontes certas. Esse é melhor caminho.

> **“Se não tiver jeito de mudar, é melhor pedir para sair e não atrapalhar o restante da equipe”**

*Christian Barbosa - Especialista no Brasil em administração de tempo e produtividade, é CEO da Triad PS - www.triadps.com.br

Foto: Jairo Goldflus



UM VESTIDO NÃO PODE CUSTAR UMA INFÂNCIA.

FUNDAÇÃO ABRINQ

Save the Children

Saiba quais empresas são livres de trabalho infantil em fundabrinq.org.br

FEIRA BRAZIL PROMOTION. UMA EXPERIÊNCIA INESQUECÍVEL EM TODOS OS SENTIDOS.

VISITE A MAIOR FEIRA DE MARKETING PROMOCIONAL E DESCUBRA UM MUNDO CHEIO DE POSSIBILIDADES, NOVIDADES E TENDÊNCIAS PARA SUAS PRÓXIMAS CAMPANHAS, EVENTOS, AÇÕES PROMOCIONAIS E DE MERCHANDISING NO PONTO DE VENDA.



SÃO PAULO

04 A 06 DE AGOSTO 2015

HORÁRIO: DAS 13 ÀS 20 H

- 16.188M² DE FEIRA E MAIS DE 200 EXPOSITORES
- SEMINÁRIOS
- SHOWROOM DE IDEIAS
- XI ENCONTRO DE TOP BUYERS
- TEST-DRIVE DE SERVIÇOS PARAEVENTOS
- BRAZIL PROMOTION LIVE RETAIL

FAÇA AGORA MESMO SUA PRÉ-INSCRIÇÃO PARA VISITAR A FEIRA: VISITAÇÃO GRATUITA.

BRAZILPROMOTION.COM.BR

facebook.com/brazilpromotion twitter.com/brazilpromotion freeshop.com.br/blog

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER
PAVILHÕES C,D E E
AV. DR. MÁRIO VILLAS BOAS RODRIGUES, 387
SÃO PAULO - SP - BRASIL

Brazil Promotion

Proibida a entrada de menores de 18 anos, inclusive crianças de colo, mesmo acompanhados pelo pais e/ou responsáveis.

PATROCÍNIO:

MIBGROUP mibgroup.com.br · Promoview · Facility doc · duovozz inteligência · studio THEOBRASILIO · VIRTUALGATE inteligência de varejo · Raizler MAGNÉTICOS Boas ideias que ficam · DMC MEDIA rádio indoor e comunicação corporativa

APOIO DE MÍDIA:

rádio ampro · propmark · MKT MAIS · acervo publicitário O acervo mais criativo da internet · serinews · NEGÓCIOS · cidade marketing · PDV ATIVO · REDE FEIRAS · PORTAL eventos · LiveMarketing · Revista O Mundo do Varejo · FREESHOP · media mundo marketing · media marketing school · SM SUPERMERCADO MODERNO · falando de varejo · AGILE PROMOTER · feventos

CIA AÉREA OFICIAL: LAN TAM

PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO: forma promocional

OPERADORA OFICIAL: MIST TOUR

ASSESSORIA DE IMPRENSA: luciafaria comunicação corporativa

APOIO INSTITUCIONAL:

ampro · POPAI · EVENTOS BRASIL · SÃO PAULO · São Paulo turismo · PREFEITURA DE SÃO PAULO · um dia · ABRASA · AFRAC · SBVC Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo · AEBCOMM · UNIVERSO VAREJO · ABIESV · BTR · ABRAL