empresário digital

edição 185
ISSN 1808-2319
9 771808 231002 00185



Fábio Moreno, da Versacolor, fala como revolucionou os padrões de produção

UM FUTURO QUE VIROU PRESENTE

NOVA IMPRESSORA HP LÁTEX 115

Mais economia, mais qualidade, mais produtividade.

Microempresários, donos de pequenas lojas de comunicação visual e copiadoras:
falem com a **Day Brasil** e impulsionem os seus negócios!



VANTAGENS QUE **FAZEM TODA A DIFERENÇA:**

- Operação fácil, rápida e intuitiva.
- Impressão seca, inodora e pronta para acabamento e entrega no mesmo dia, graças à tecnologia **HP Látex** à base de água.
- Impressão em seis cores para alta qualidade de imagem e transições suaves.
- Produção de alta qualidade com impressões de alta resolução entregues em até **1200 dpi** nativos em toda uma gama de aplicações.

O QUE DÁ PARA PRODUZIR COM A **NOVA HP LÁTEX?**

Etiquetas ▸ Roupas Personalizáveis ▸ Adesivos ▸ Decalques ▸ Materiais Visuais

Conheça também outras soluções **HP Látex.**
Uma delas cabe perfeitamente no seu negócio.

- HP Látex **315 e 335 com e sem Corte**
- HP Látex **365**
- HP Látex **115**
- HP Látex **570**
- HP Scitex **FB550 e 750**



www.daybrasil.com.br
+55 11 3613-7744

SIGA AS NOSSAS MÍDIAS SOCIAIS:

DAY BRASIL

DISPOSIÇÃO PARA OUVIR – E PARA CONSTRUIR

Parafraseando meu amigo e empresário baiano Aquino, nascemos com o compromisso de dar aos nossos clientes o que queremos receber dos nossos fornecedores. Mas é bem verdade – e aqui eu faço um mea-culpa – que algumas vezes aceleramos o discurso e acabamos atropelando as coisas.

Recentemente eu cometi um grave erro de comunicação. Após persistir bastante num conceito no qual acredito, descobri que as ideias tiveram uma percepção contrária ao que eu queria transmitir. E isso me deu mais um aprendizado: algumas vezes, ter a melhor solução pode ser tão somente uma crença se o sentimento do seu interlocutor não for o mesmo.

Um remédio pode ser o melhor do mundo, mas, se o paciente não entender que de fato precisa daquilo, o efeito pode ser nulo. Por outro lado, há gente que se beneficia da medicina alternativa e de pílulas de açúcar por acreditar na eficiência do tratamento. Muito produto ou serviço depende mais de uma boa comunicação do que da sua própria qualidade – estão aí os sanduíches das multinacionais de fast food que não me deixam mentir (no sabor, nos ingredientes e no preço, perdem de qualquer sanduba de padaria, mas fazem muito mais sucesso).

Isso tudo porque, para um produto funcionar devidamente, o processo começa na disposição do cliente para absorver a comunicação (voltando ao exemplo das medicinas alternativas, quem procura um homeopata já chega com a crença de que uma diluição quase infinita do medicamento vai, de fato, ajudar). Assim, é essencial que deixemos alguns dos nossos próprios conceitos um pouco de lado e nos coloquemos no lugar da outra pessoa. Será que a comunicação que eu estou promovendo é aquela que o meu cliente está mais predisposto a entender e a aceitar?

Outro aprendizado é que um determinado resultado – positivo ou negativo – não é construção de uma pessoa só, por maior que seja o empenho, a persistência e o talento desse indivíduo – ou a falta disso tudo. Na Fórmula 1, o melhor piloto do mundo é incapaz de chegar ao pódio se não contar com uma boa equipe nos bastidores. A soma dos fatores é que determina o resultado – seja nas corridas, seja na gestão de um negócio de comunicação visual. Gosto muito de uma frase dita pelo falecido Dr. Honda, da Sansuy: "O tempo do pole position de hoje será o do último colocado de amanhã".

Aprender com os erros é uma atitude difícil, que às vezes precisa ser tomada por todas as partes envolvidas. Assim como num casamento, os problemas de comunicação no mundo dos negócios tendem a ser resolvidos quando ambos os lados reconhecem o que pode mudar na relação. É preciso construir novos caminhos – com a soma das competências.

Voltando àquele ponto de vista, que mencionei no início deste texto, de tratar um cliente da mesma forma como você quer ser tratado pelo fornecedor, a grande verdade nessa abordagem é que, para se ter sucesso em alguma coisa, é preciso haver uma relação ganha-ganha, que beneficie as duas pontas. Pagar barato e vender caro é um comportamento egoísta, que transmite uma mensagem ruim e que, segundo os maiores administradores de grandes marcas no mundo, está fadado a morrer.

Os exemplos estão aí, em todos os nichos de mercado, inclusive no nosso. Para perceber, basta estar disposto a ouvir.



Marco Marcelino, diretor editorial

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



CAPA
Rótulos e etiquetas: um futuro que virou presente
Pág. 26

4 Novidades
6 Compliance
8 Técnico
10 Publicidade
12 Economia
14 Vendas
16 Out of home
18 Vendas
20 Marketing
24 Pessoas de Resultados
30 Impressão
34 Consultoria
36 Evento

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

Patrocínio: Claus Schmitd
claus@serinews.com.br

Marketing: Jéssica Câmara
jcamara@serinews.com.br

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

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

Redação: Fernanda Pilão
fpilao@serinews.com.br

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

Fotos de Capa e Matéria: Yuri Mine

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).

O QUE ESPERAR DA FEIRA DE JULHO

Como os eventos setoriais vão contribuir para o crescimento da comunicação visual no Brasil

Para os organizadores da feira Serigrafia Sign FutureTEXTIL, que acontece entre os dias 25 e 28 de julho, no Expo Center Norte, em São Paulo, a retomada da economia, confirmada por dados do IBGE e a confirmação de 90% dos espaços, mostra um clima favorável para os negócios.

O Brasil tem hoje pouco mais de 36 mil equipamentos de impressão e levando em consideração o ciclo de consumo, baseado na depreciação das impressoras, o segundo semestre de 2018 será marcado por uma boa temporada de vendas. Basta saber se a procura será por impressoras convencionais ou as empresas irão ousar por tecnologias mais evolutivas. Seguramente um ambiente presencial permite a comparação e potencializa a escolha. Em 2018 serão inúmeras as iniciativas dos expositores para conquistar novos clientes, a partir de promoções. E se os fornecedores de equipamentos estão ávidos por conquistar a sua atenção, o mesmo e mais acirrada é o comportamento dos que comercializam consumíveis como mídias e tintas. E além dos fabricantes, o evento tem a presença de canais de vendas de todo o Brasil.

"O evento em si é promissor devido à oportunidade de novos negócios e também pela visibilidade que as empresas ganham com uma feira tradicional como a nossa, porém, com a retomada de um cenário mais favorável é natural que cresça o interesse de novos expositores", comenta Liliane Bortoluci, diretora da feira.

A Unitrama, empresa de Maringá (PR) – que expõe pela primeira vez na feira – decidiu investir nesta edição por causa do ambiente mais positivo e também pela credibilidade e tradição que possui. "Conheço a expressividade da Serigrafia SIGN FutureTEXTIL e da capacidade de abranger públicos de diferentes localidades. Estes fatores foram essenciais para estar presente na edição 2018", conta Cristhian Baltieri, gerente comercial da empresa. Segundo o executivo, as expectativas da companhia são altas em relação ao evento. "Além de proporcionar mais visibilidade para a Unitrama e oportunidade para ampliar a carteira de clientes, a feira será um terreno rico para nos ajudar a escolher o local de nossa próxima filial", conta. Com cinco anos de existência, a empresa especializada em soluções para comunicação visual, destacará na feira seus três principais produtos: chapa de alumínio composto (ACM) para fachadas, lona para impressão digital para banners, outdoor, fachadas, empenas e painéis rodoviários e a linha de Vinil Autoadesivo.

Confiante diante do novo patamar e presente em mais de 520 impressoras em quatro anos, a Tecno Paint aguarda o evento para lançar uma grande novidade em termos de tintas digitais. "É seguramente um grande show que além de reunir os principais personagens do mercado brasileiro, ajuda as empresas no processo de escolha de seus fornecedores. Para nós da Tecno Paint é uma excelente oportunidade para celebrar o ano junto aos nossos clientes e demonstrar para novos e potenciais clientes, o porquê de comprar de um fabricante de tinta nacional", diz Ellington Britto, diretor comercial da empresa. De acordo com ele, a feira imprime um ritmo importante para o mercado brasileiro e figura como um dos mais relevantes eventos internacionais. Com um estande de 100 metros quadrados, a Tecno Paint espera destacar sua linha de tintas digitais, além das tintas para processos serigráficos, flexográfia, offset e tintas pulverizadas para aplicações industriais.

A 28ª edição da Serigrafia SIGN FutureTEXTIL traz na programação atrações que fizeram sucesso nas edições anteriores, porém, com conteúdo aprimorado e renovado. A Feira contará com o Fórum Serigrafia SIGN FutureTEXTIL que, no ano passado, abordou temas relativos a impressão digital têxtil, sublimação, além do futuro do mercado de comunicação social. Também está previsto o Circuito de Impressão Digital Têxtil – que apresenta o passo a passo da produção de uma estamparia digital têxtil, desde a definição e preparação da imagem a ser impressa, passando pela escolha da melhor tecnologia de impressão até o acabamento do tecido e a entrega do produto finalizado. Também haverá o DECOREXPRESS, projeto que destaca as infinitas possibilidades que as técnicas de impressão oferecem para a decoração de interiores. A cada ano, um novo ambiente é montado para demonstrar como o trabalho pode ser customizado com versatilidade, além de apresentar a evolução da impressão digital em novos

cmy
innovation



tel. (11) 3488 6363

www.cmybrasil.com.br

LUMEN IT implementa solução na Serilon

Crescimento da empresa, e consequentemente de seus processos, tornaram-se fator decisivo para otimização da rotina fiscal da distribuidora Serilon, com a implementação do ONESOURCE MASTERSAF SMART, da Thomson Reuters

Há mais de 30 anos no mercado, a Serilon é considerada a maior importadora e distribuidora de insumos e equipamentos para comunicação visual do Brasil, e oferece o que tem de melhor em solução de impressão digital. Com 29 lojas espalhadas de norte a sul do país, a Serilon encontrou na parceria com a Lumen IT, presente há mais de 19 anos no mercado de tecnologia com foco em gestão de processos e compliance fiscal, a solução para aperfeiçoar o sistema tributário e fiscal da empresa, que tem obrigações a serem entregues nas esferas: Estadual, Federal e Municipal, seguido do Sped Fiscal, Sped Contribuições, Sped Contábil, dentre outras obrigações acessórias.

A Serilon foi considerada, por cinco anos consecutivos, uma das pequenas e médias empresas que mais cresce no mercado brasileiro, e com toda essa grandeza, milhares de notas fiscais são emitidas por mês. É obrigação de toda empresa estar em dia com os trâmites fiscais e a Serilon chegou até a Lumen IT, por ter necessidade de uma ferramenta acoplada ao Dynamics AX da Microsoft, para que tivessem um efetivo controle da entrega das obrigações acessórias fiscais que suportasse todas as demandas geradas no ritmo que a empresa precisava, até que em parceria com a Lumen IT, foi instalada uma plataforma assertiva abarcada de tecnologia para suportar todas as necessidades do cliente.

O processo de implantação da solução ONESOURCE MASTERSAF SMART, da Thomson Reuters, somado a uma interface de comunicação com o Dynamics AX-2012, sendo esta interface desenvolvida e mantida pela Lumen IT, levou a Serilon a ter maior acuracidade e compliance dos dados que são encaminhados ao Fisco. A coordenadora Fiscal da Serilon, Andressa Zampieri, destaca que os maiores ganhos com a implementação da nova plataforma de gestão é a geração de forma segura das obrigações fiscais mensais e anuais da empresa.

"O fácil acesso à ferramenta também é um ponto forte porque é um sistema muito didático, qualquer relatório que eu preciso, independente da complexidade, eu consigo no ONESOURCE MASTERSAF SMART, assim, o sistema me auxilia no cruzamento das informações fiscais para as entregas das obrigações acessórias. O sistema gera tudo muito rápido e corretamente" conta Zampieri. Ela também ressalta o bom funcionamento do suporte estendido (AMS - application system manager) oferecido pela Lumen IT. "Eu não fico desamparada em momento algum, eles sempre estão acessíveis para ajudar em qualquer processo que eu solicite", comenta Andressa.

Régis Lima, diretor executivo comercial da Lumen IT, destaca a importância de ter um cliente como a Serilon no portfólio da empresa e conta que o projeto durou pouco mais de quatro meses. "O cliente, elogiou muito a condução do mesmo, bem como os consultores envolvidos pelo conhecimento na ferramenta, e abordagem das melhores práticas de mercado que foi somado ao processo de implementação. É um cliente muito importante que temos muito orgulho de poder atender e oferecer soluções de compliance", conclui Régis Lima.

durst

IMPULSIONE
SEUS NEGÓCIOS

Flexibilidade ilimitada

Imprime em até

78ml/min

Tau 330 RSC



Rho P10 250 HS PLUS



A **Rho P10 250** define o padrão de qualidade em termos de impressão UV de grande formato, redefinindo os conceitos de produtividade e versatilidade em sua categoria.

Custo-benefício: 15% de economia em tinta

Versatilidade: Impressão em relevo - rolo-a-rolo - frente e verso

Endereço

Av. Antonio Artioli, 570 - Sala 8

Edifício Locarno - Swiss Park Office

Campinas (SP) - CEP 13049-900

Atendimento

55 11 3059-5900

55 19 3113-7450

contato@durst.com.br

www.durst.com.br



Por Cesar Augusto Rancura*

Vai que cola

Quando vamos imprimir arquivos em vinil autoadesivo, dificilmente pensamos na produção e no processo pelo qual passou até chegar ali. Nesse artigo, falaremos um pouco sobre o processo que não é simples.

O conceito de autoadesivo é, ser um material que adere sob pressão, não necessitando de cola no produto final e na superfície a ser aplicado. O processo de produção do auto adesivo começa na matéria-prima para a confecção do frontal, ou seja, o filme de pvc. As matérias-primas utilizadas darão o resultado final desejado: filme de pvc monomérico, pvc polimérico, fosco, transparente, coloridos, etc.

Depois desse processo inicial, temos a siliconização que basicamente é a aplicação do silicone no papel para se transformar no famoso liner que pode ser Glassine, Couchê ou outros similares. Depois disso, deixar seu tempo de cura, que dura em torno de 24 a 72 horas dependendo do tipo de silicone utilizado, porque existem uma variedade de silicones, com composições distintas. O liner tem uma função muito importante nos vinis para impressão digital, o bom liner tem pelo menos 130gr, pois quando ligado aos aquecedores garantirá uma boa estabilidade na hora da impressão.

Detalhe: apesar de ser jogado fora após a aplicação dos trabalhos, o liner tem uma função muito importante. Ele é responsável pelo transporte do frontal e do adesivo e sua confecção exige uma maior tecnologia e custos em sua produção, pois recebe pré-tratamento com a aplicação do silicone transformando-se em um papel antiaderente que serve para proteger o adesivo, mantendo sua flexibilidade e também garante a cola por muito tempo e sem aderir em definitivo a ele.

Com o frontal e o liner já prontos e preparados, é hora de juntar todos os elementos, processo chamado de "laminação". Este processo é a aplicação de cola - que pode ser de vários tipos - e com várias fórmulas, lembre-se o adesivo não pode colar no papel protetor.

Essa etapa é a junção do frontal com o papel já siliconado, duas bobinas jumbos que também são conhecidas como bobina mãe e são colocadas em equipamentos chamados laminadoras. O frontal recebe a camada de cola com suas especificações entra pela laminadora formando um "sanduíche": frontal, cola, e o liner siliconado. Passando por toda extensão deste equipamento e assim produzindo o material final, o vinil autoadesivo. Após este processo, as bobinas jumbos vão para a fase de acabamento, metragem e embalagem.

Existem empresas que investem em laminadoras de até dois metros de largura, isso é uma vantagem para quem possui equipamentos com boca de 3,20m de área de impressão com um maior aproveitamento em seus trabalhos impressos.

Outro detalhe importante é que: a cada passo da produção, são realizados testes e mais testes com diferentes amostragens para garantir a total qualidade do produto final, os testes são: espessura correta do frontal, tack inicial, adesão e de coasão, também conhecido como "shear", entre outros.

Em nosso mercado, existem vários tipos de adesivos para impressão, sendo eles: branco-branco, branco-azulado, branco-amarelado, cada um com sua finalidade específica tanto em durabilidade e qualidade final.

Neste caso um perfil de cores genérico não atingirá a excelência em cores, o ideal seria um perfil para cada tipo de mídia específica, garantindo qualidade e excelência em cores.

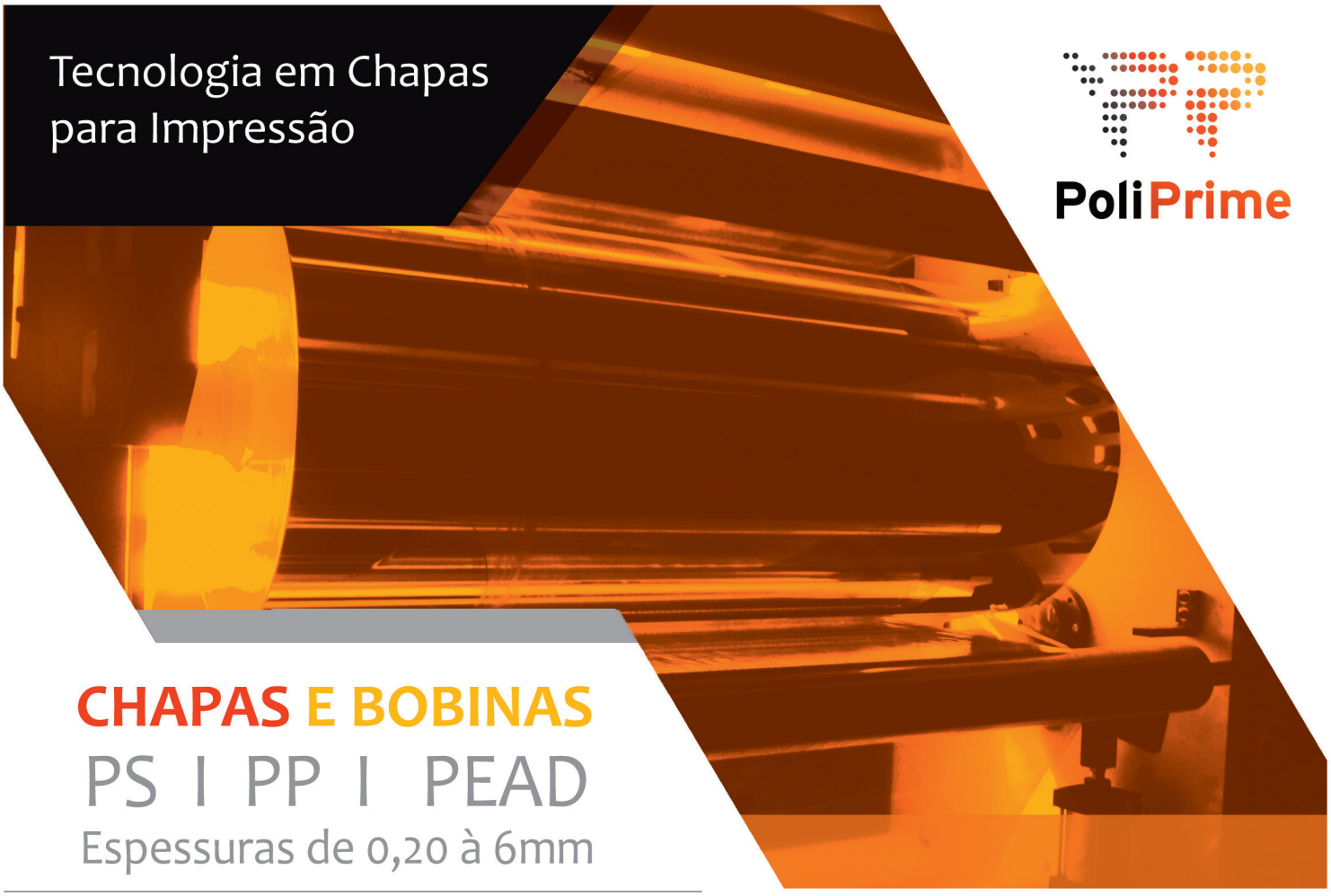
Ressaltando, para cada tipo de trabalho requer um determinado tipo de mídia, ou seja, não existe um tipo de autoadesivo que funcione para todo e qualquer tipo de superfície, o mesmo vale para perfil de cores.

Para termos bons resultados tanto em qualidade, durabilidade, aspecto final sempre devemos levam em consideração qual o tipo de superfície que será aplicado este adesivo, escolha corretamente o mais ideal para cada tipo de trabalho.

*Cesar Augusto Rancura é técnico e especialista em Impressão Digital – www.thecnicos.com.br

Tecnologia em Chapas para Impressão

PoliPrime



CHAPAS E BOBINAS

PS I PP I PEAD

Espessuras de 0,20 à 6mm

PS em chapas ou bobinas
Cristal / natural / branco / colorido / alto brilho / bicamada / tricamada / tricamada com alto brilho

PP em chapas ou bobinas
Transparente/natural/branco ou colorido
Texturas: liso , fosco , camurça ou liner

PEAD em chapas ou bobinas
Natural / branco ou colorido
Textura fosca ou lisa

UMA NOVA ESTRUTURA FABRIL E TECNOLOGIA CAPAZ DE PRODUZIR **MAIS DE 20 TONELADAS DE CHAPAS POR DIA**

A melhor matéria prima, criteriosamente selecionada por nossos valores de entregar qualidade aos nossos clientes.

Produção com agilidade para atender os mais complexos desafios e empresas em todo território nacional.

Alta capacidade produtiva e qualidade para receber tintas de impresão, pintura, corte, e termoformagem.

FLEXIBILIDADE E RESISTÊNCIA EM **CHAPAS E BOBINAS PLÁSTICAS**



Avenida Casa Grande, 140 - Diadema - São Paulo
Telefone: (11) 4066-1091 - www.poliprime.com.br

O **diferencial competitivo** das agências

FENAPRO firmou convênio com a Connectmix que garante às agências plano customizado, e com alto índice de desconto, na aquisição da única ferramenta que garante 100% da execução dos contratos publicitários

Florianópolis continua sendo referência quando o assunto é inovação e tecnologia. A Connectmix, que possui sua sede na capital catarinense e representação em diversos Estados, desenvolveu uma ferramenta tecnológica de inovação radical que, aliada a uma equipe qualificada, garante um déficit técnico zero, garantindo 100% da execução dos contratos publicitários. A ferramenta é única no país, e já é considerada indispensável para agências e anunciantes.

Para facilitar o acesso de um maior número de agências à ferramenta, a companhia firmou convênio com a Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro). Para o presidente da entidade, Glaucio Binder, a parceria vem de encontro aos objetivos da Fenapro de proporcionar às agências associadas acesso facilitado às ferramentas tecnológicas que proporcionem mais produtividade, menores custos e mais transparência. "Esta poderosa ferramenta também é uma grande aliada das empresas que estão em processo de implantação de compliance, pois além de fiscalizar os fornecedores, mostra o comprometimento da agência com os resultados do cliente. O sistema completo possibilita maior produtividade, agilidade, segurança e transparência", afirma Glaucio.

O sistema possui diversas funcionalidades, entre elas: Distribuir os conteúdos - spots e PI's de forma automatizada para todas as emissoras envolvidas na campanha; Controlar os donwloads dos materiais distribuídos e notificar automaticamente os que ainda não realizaram o download; Gerenciar o sincronismo das informações entre Emissora/cliente e agência; Ter em tempo real um mapa onde sua publicidade está sendo executada; Realizar censura retroativa, podendo ser customizado de modo a dispensar os incansáveis telefonemas em busca de relatórios e documentos para fechamento de campanha.

Neste convênio da Connectmix com a Fenapro foi criado um plano diferenciado e customizado para as agências associadas à entidade, com alto índice de desconto, conforme o volume de emissoras contratadas. Para Jair Demarco, "Contratar os serviços de verificação por empresas independentes, até então, sempre foi visto como algo muito oneroso tanto para os cofres públicos, quanto para anunciante da iniciativa privada, fazendo com que a maior parte dos relatórios ainda sejam emitidos pelos próprios fornecedores, ou seja, as emissoras que executam a publicidade. Queremos mudar este cenário e dar mais transparência ao mercado", enfatiza.

A relação custo x benefício demonstrou ser muito grande. Os dados apresentados indicam que os atuais clientes da companhia chegaram a ter até 40% do seu volume inserções em desacordo com o contratado. "As principais falhas nas veiculações estão em troca de spots que não aconteceram, veiculações fora do horário contratado e queda de conectividade em emissoras de rede. Ao investir em monitoramento, o resultado impacta também nas vendas, já que o anunciante tem sua campanha executada conforme ele planejou", afirmou Jair.

Entre as agências e anunciantes que já utilizam a ferramenta estão Young & Rubicam, OneWG, Talent, Lew\Lara, dmc, Casas Bahia, Ponto Frio, Ultrafarma, NET, Claro, Embratel, Porto Seguro, Havan, Angeloni, Koerich, Governo do Estado do Rio Grande do Sul, Assembleia Legislativa de Santa Catarina e SEBRAE.

Para solicitar uma proposta customizada e com um super desconto para agências, basta preencher o cadastro no site www.connectmix.com/agencias

EXPOPRINT
LATIN AMERICA 2018



EM 2018, CRIE OPORTUNIDADES

A **ExpoPrint Latin America** vem superando as expectativas junto com a evolução do mercado de impressão global, que hoje busca por soluções inovadoras, com alta tecnologia e extrema eficiência. A feira vai apresentar um acervo imenso de ferramentas para o empresário gráfico otimizar processos e realizar novos negócios.

INSCREVA-SE NA EXPOPRINT
E CONCORRA A UM IPHONE.

WWW.**EXPOPRINT**.COM.BR

IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA

Afeigraf
Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica

aps marketing de eventos

SE É IMPRESSÃO É EXPOPRINT 2018!

O MAIOR EVENTO DE IMPRESSÃO DAS AMÉRICAS.

20 A 24 DE MARÇO, 2018 - SÃO PAULO - SP - BRASIL
EXPO CENTER NORTE - PAVILHÕES AZUL E BRANCO

EXPOPRINT
LATIN AMERICA 2018

11/01/2018

PARCEIRO DE SOLUÇÕES
MS PRINTING SOLUTIONS

APOIO ENTIDADES | ENTITIES SUPPORT | APOYO ENTIDADES
ABFLEXO · ABIEA · ABIGRAF NACIONAL · ABIMFI · ABL · abre · abro · ABTCP · ABTG · anatec · ANER · ANJ · SENAI

APOIO INTERNACIONAL | INTERNATIONAL SUPPORT | APOYO INTERNATIONAL
ANIDIGRAF · ATDL · CONLATINGRAF · FESPA · NPES · VDMA



Por Ricardo Amorin*

Dois pesos e duas medidas

O Brasil criou o péssimo hábito de não tratar a todos da mesma forma. Pior ainda, o costume ficou tão arraigado que já nem nos chocamos mais que alguns recebam tratamento de primeira classe enquanto a maioria é tratada com desdém. Enquanto funcionários públicos se aposentam com aposentadoria integral, a maioria dos brasileiros tem de se contentar com uma fração disso. Enquanto a Justiça para a maioria dos brasileiros é uma, para aqueles que gozam de foro privilegiado, é outra. Enquanto juízes e legisladores gozam de auxílio-paletó, auxílio-moradia, auxílio-isso, auxílio-aquilo a maioria dos brasileiros nem sabe o que é isso. Enquanto funcionários públicos têm estabilidade de emprego garantida, os brasileiros que pagam seus salários através do pagamento de impostos podem ser demitidos a qualquer momento.



O mais novo caso em que os mais fracos receberam tratamento de cidadãos de segunda classe no Brasil refere-se ao Refis, o programa de refinanciamento de dívidas do governo federal. Como é de conhecimento geral, o Congresso Nacional aprovou um projeto que beneficia grandes empresas com o parcelamento de dívidas tributárias com a União. Na sequência, o mesmo Congresso Nacional aprovou por unanimidade um projeto que estende o mesmo benefício aos pequenos negócios, nos mesmos parâmetros do que foi concedido às grandes empresas. A diferença é que o governo federal sancionou o projeto que concede os benefícios às grandes empresas, mas vetou aquele que concederia os mesmos benefícios às micro e pequenas empresas.

A justificativa para o veto presidencial foi que este projeto pioraria a situação já precária das contas públicas. A justificativa é verdadeira, mas é inaceitável que ela não tenha sido considerada no caso das grandes empresas e ganhe uma importância desproporcional no caso das micro e pequenas empresas. Além de não ser isonômico, este tratamento diferenciado é injusto e contraproducente. As micro e pequenas empresas, deixadas de fora do Refis, são responsáveis por mais da metade dos empregos no país e são mais vulneráveis que as grandes a uma crise econômica das proporções da que atingiu o país nos últimos anos.

Além disso, em um país em que a carga tributária é uma das mais elevadas entre os países emergentes e, ainda assim os serviços públicos deixam muito a desejar, fica claro que o problema essencial das finanças públicas não é falta de receitas, mas a corrupção e o excesso de gastos e desperdícios, incluindo, aliás, os diversos casos em que alguns recebem privilégios que não são estendidos a todos os brasileiros.

Seria bom se o Congresso Nacional começasse a reverter este quadro, derrubando o veto presidencial e garantindo que as pequenas empresas recebessem o mesmo tratamento que as grandes. Imagine o país que poderíamos construir se todos aqui fossem tratados da mesma forma.

#refispropequeno

*Ricardo Amorim é autor do bestseller Depois da Tempestade, apresentador do Manhattan Connection da Globonews, o economista mais influente do Brasil segundo a revista Forbes, o brasileiro mais influente no LinkedIn, único brasileiro entre os melhores palestrantes mundiais do Speakers Corner, ganhador do prêmio Os + Admirados da Imprensa de Economia, Negócios e Finanças, presidente da Ricam Consultoria e cofundador da Smartrips.co e da AAA Plataforma de Inovação.





DÊ VIDA AOS SEUS DISPLAYS



Fabricado no Brasil produzido com os melhores papeis do mundo

Placas de papel corrugado com o interior de papel kraft

FSC Forest Stewardship Council Certifed board

P.O.P. Maior facilidade de manuseio, ideal para trabalhos internos

Branco de ambos os lados e prontos para impressão

Totalmente reciclável e de total sustentabilidade

Custo altamente competitivo no mercado

Compatível com: UV cama plana digital, UV híbrida digital, serigrafia UV e latex.

ONDA E
Espessura: ±2,0mm
Comprimento: 2,2m
Largura: 1,53 - 1,55m
Peso m²: ±540g
Quant/caixa: 21 folhas
Peso/caixa: ±35Kg
Quant/pallet: 24 caixas

ONDA B
Espessura: ±3,0mm
Comprimento: 2,2m
Largura: 1,53 - 1,55m
Peso m²: ±550g
Quant/caixa: 14 folhas
Peso/caixa: ±26Kg
Quant/pallet: 24 caixas

ONDA EB
Espessura: ±4,5mm
Comprimento: 2,2m
Largura: 1,53 - 1,55m
Peso m²: ±900g
Quant/caixa: 10 folhas
Peso/caixa: 27Kg
Quant/pallet: 24 caixas

Há anos os **EUA** e a **Europa** demandam cartões corrugados em PDV em substituição de produtos não amigáveis ao meio ambiente, mas por questões de disponibilidade e custo, nunca foram viáveis no Brasil, ficando restrito às empresas com demanda suficiente para justificar importações em alta escala. Agora a **Wiprime** oferece o **"Dollar Photo"** como uma opção viável, com custo justo e disponibilidade local em quantidades adequadas para qualquer tamanho de empresa.

Cartão corrugado "Dollar Photo" está preparado para impressão digital por jato de tinta nos dois lados graças ao seu tratamento superficial com aplicação de revestimento químico que recebe a gota de tinta e estabiliza sua forma de maneira regular garantindo a definição e cores mais vivas. Totalmente reciclável, utiliza superfície tratada (fibra longa) e miolo resinado com baixa absorção de água para melhor estabilidade física. Chapas planas e totalmente brancas para realçar as cores. Fácil corte e dobra, fácil manuseio devido sua baixa gramatura se comparado com a maioria dos substratos rígidos disponíveis no mercado. Custo por metro quadrado compatível com a demanda do mercado.

SUA CARACTERÍSTICA ÚNICA ENTRE OS CARTÕES CORRUGADO QUE POSSIBILITA A IMPRESSÃO EM AMBOS OS LADOS PROPORCIONA TRABALHOS DE IMPRESSÃO MAIS RÁPIDOS E COM BAIXA DEMANDA DE MÃO DE OBRA OBTENDO REDUZIDO CUSTO POR M² NO FINAL DA OPERAÇÃO.

WIPRIME

wiprime.com

Y TAMBIÉN EN: EUA, VENEZUELA, COLOMBIA Y ESPAÑA

Rua Silva Bueno, 599
Conjunto 803 Ipiranga
São Paulo - SP - Brasil
CEP 04208-050
+ 55 11 30427 747
sac@wiprime.com



Por Iara Luz*

Por que temos tantas ideias e poucas saem do papel?

Você já se perguntou por que algumas pessoas têm ideias tão simples, mas ao mesmo tempo tão brilhantes? Ou como alguns conseguiram criar uma empresa de sucesso com pouco recurso? Pois é... a verdade é que todos nós precisamos de boas ideias o tempo todo, mas são poucas as pessoas que possuem um mindset favorável para atraí-las e executá-las.

E por falar em mindset, você sabe o que é isso? Mindset é uma palavra da língua inglesa que significa "Mentalidade" ou "Atitude Mental", ou ainda, "Modelos Mentais". É como a nossa mente está programada para pensar sobre determinado assunto. O mindset é formado por nossas crenças, ou seja, aquilo que realmente acreditamos.

O que eu acabei de explicar pode te parecer simples, mas é mais importante do você imagina. Pare um pouco para pensar que aquilo que acreditamos é o que gera nossos pensamentos. Os pensamentos são os que geram sentimentos. Os sentimentos, por sua vez, geram ações. E as ações são as responsáveis por nossos resultados! É por isso que o seu mindset precisa estar bem estruturado. Abaixo vou te ensinar um jeito simples de fazer isso.

Tenha um bom motivo

Comece tendo bem claro qual é o seu objetivo (profissional ou pessoal). Em seguida, pense um pouco mais além e saiba porque esse objetivo tem tanta importância para você. Como você se sentirá quando o atingir? Lembre-se que ninguém insiste em algo que não possui um bom motivo para mantê-lo. Por isso, definir o objetivo é o primeiro passo para qualquer início de atitude.

Planejamento é tudo

É impossível você conseguir cumprir algo sem ao menos saber o que é necessário fazer para conquistá-lo. O tema "deixa a vida me levar" só funciona no meio musical. Acredite em mim: na vida real, se você não souber planejar as ações, vai ser bem difícil alcançar o seu objetivo. De nada adianta você saber o que quer se não conseguir planejar quais as etapas para ter sua conquista.

A busca do prazer

Normalmente entramos em ação por dois motivos: evitar alguma dor ou até mesmo para buscar prazer. É fundamental que você saiba qual o seu objetivo para em seguida estar motivado para fazer de tudo para que ele aconteça. Sem saber porque você quer, você automaticamente acaba desistindo nas primeiras dificuldades. Você precisa estar ciente da importância do seu objetivo para estar forte o suficiente para superar as barreiras que encontrará no caminho.

O preço da mudança

Todos nós sabemos que as mudanças de hábito não são nada fáceis e isso leva tempo. Já foi comprovado que um novo hábito precisa ser repetido por pelo menos 3 meses para que vire um hábito consolidado. Por isso, é fundamental que você conviva com quem te incentiva. Busque apoio dos amigos e familiares. Não esqueça de mostrar à eles o quanto você está determinado a buscar seu objetivo e porque ele é tão importante para você. Isso fará toda diferença.

Espelhe

Busque pessoas que você admira e que já conseguiram o que você está procurando. Ou seja: veja o que eles fizeram, como são seus comportamentos, atitudes, rotina e competências. Tenha essas pessoas como as suas principais referências. Ir atrás dos comportamentos dessas pessoas impactará positivamente na sua motivação. Lembre-se: Se alguém já fez um dia, acredite que é possível.

Entre em ação

Não espere o cenário ideal para começar a tirar os seus sonhos do papel. Não espere por tempo, dinheiro ou maturidade para entrar em ação. Não há tempo melhor para começar do que o AGORA.

Procure orientação

Já ouviu a frase: Juntos somos mais fortes? Procure um profissional que possa apoiá-lo, seja ele um treinador técnico ou comportamental. Ter um profissional capacitado para direcionar todas as etapas acima deixará tudo mais fácil a ser alcançado. Então, que tal começar agora?

*Iara Luz é Master Coaching pela Sociedade Brasileira de Coaching e fundadora da Direction Coaching, empresa preparada para guiar transformações positivas em pessoas e organizações. Atua há mais de 20 anos na área de liderança de equipes e trabalha como coach de vendas aplicando técnicas de Coaching e PNL com lideranças e equipes comerciais. LinkedIn www.linkedin.com/in/iara-luz

GLASS SOUTH AMERICA | TECNOLOGIA & DESIGN

ASSIM COMO O VIDRO, A FEIRA MAIS VERSÁTIL PARA GERAR BONS NEGÓCIOS.

09 A 12
MAIO • 2018
NOVO LOCAL!
SÃO PAULO EXPO



Exponha, visite e esteja entre os melhores do segmento vidreiro.

Venha participar do maior encontro da indústria do Vidro Plano da América Latina. Da produção e processamento aos produtos finais e acessórios, na Glass você encontrará as soluções, inovações e as tecnologias para deixar seu negócio cada vez mais versátil.

Garanta sua participação na feira em 2018:

glass@nm-brasil.com.br
11 3205-5000

Organização: NÜRNBERG MESSE

Parceria exclusiva: abravidro – Associação Brasileira de Distribuidores e Processadores de Vidros Planos

Local: SÃO PAULO EXPO Exhibition & Convention Center



out of home

Por Jorge Mussolin



Igo Estrela/Esp. Metrópoles

MEGA PAINEL DIGITAL EM BRASÍLIA

A cidade de Brasília passa a ter, agora, a maior e mais impactante peça Digital já instalada, equiparando-se a outros centros importantes como Times Square, em Nova York, e Piccadilly Circus, em Londres.

Quem passar pela fachada do prédio do Metrópoles poderá ver o painel de LED de altíssima resolução com uma tela de 246 metros quadrados exibindo as informações mais importantes do dia, além de mensagens comerciais.

O equipamento conta com 22,80m de altura e 10,80m de largura —, e pode ser visto na fachada do edifício Marita Martins, no Setor Bancário Sul, em frente ao Eixão Sul.

A tela exibirá as notícias mais importantes do dia, produzidas pela equipe de jornalismo do Metrópoles, além de informações sobre a situação nas principais vias do Distrito Federal, previsão do tempo, imagens da cidade enviadas por leitores e dados sobre o mercado financeiro.

O painel digital de alta definição apresenta mais de 1 trilhão de cores reproduzidas em uma densidade de 3.906 pixels/m^2, o que garante imagens em altíssima resolução e com grande impacto visual.

KANTAR IBOPE DIVULGA RESULTADOS DE 2017

O Kantar Ibope Media divulgou os resultados dos investimentos publicitários no Brasil, em 2017.

O mercado movimentou R$ 134 bilhões no ano passado, ante R$ 129 bilhões em 2016. A previsão é que os investimentos voltem a subir neste ano, por conta da Copa do Mundo.

No ano passado a participação da televisão voltou a cair em 2017, registrando 72,4% do total de investimentos (R$ 134 bilhões), contra uma participação de 73,8%, em 2016.

A TV por assinatura registrou um aumento de 7,6%. Na mídia rádio, verificou-se uma alta de 23%, alavancada pela inclusão de novas praças de aferição feita pela Kantar, bem como a ampliação do período de coleta (de 12 horas diárias para 16).

A mídia jornal registrou uma alta de 2%, com um total de investimentos de R$ 15,4 bilhões em 2017, enquanto o investimento para revistas ficou estável em R$ 4,7 bilhões.

A boa notícia do relatório ficou por conta da Mídia Exterior, segmento que registrou a maior alta no levantamento, com um incremento de 38,3% nos valores, atingindo R$ 3,9 bilhões. Boa parte da impulsão foi proporcionada pelas inserções de mídia em aeroportos.

ANUNCIANDO NOVIDADES

O produtor, músico, letrista, cantor, compositor e DJ escocês Calvin Harris parece querer mostrar ao mundo que seu mais novo lançamento pode acontecer nesta quinta-feira.

Calvin twittou o vídeo de um outdoor instalado na Times Square com essa data e a veiculação da imagem de um crânio, provavelmente antecipando o lançamento do seu mais novo trabalho.

De acordo com a Forbes, Harris se tornou o DJ mais bem pago em 2013 e em 2014, valendo 66 milhões de dólares (60 milhões de euros) em 2015. Recentemente, ele renovou seu contrato para mais dois anos de residência em Las Vegas, com cachê de £ 200 milhões.

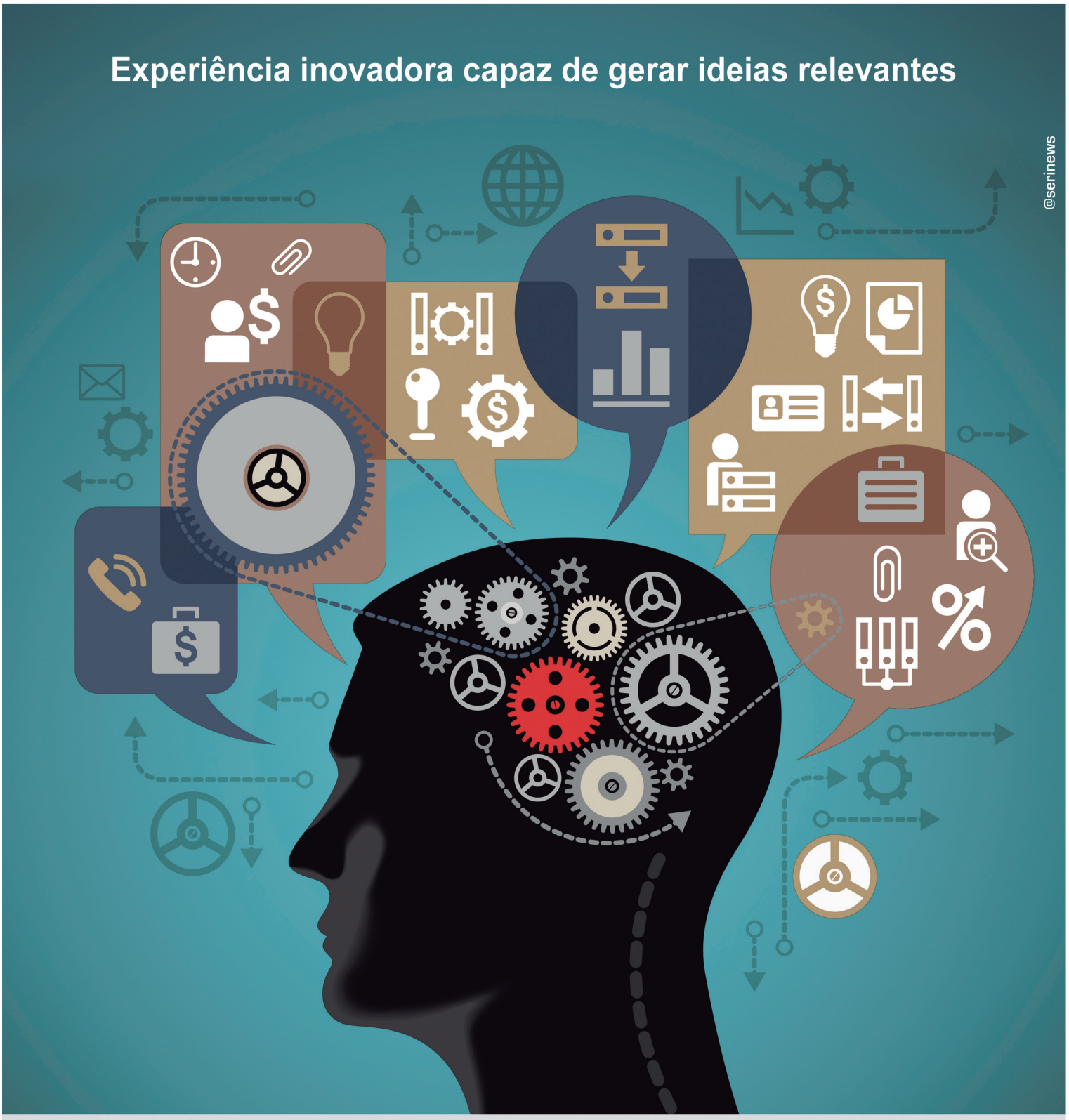
MOBILIÁRIO URBANO COM FOTOS DE PROCURADOS

Câmara do Rio aprova projeto que que permite divulgação de fotos de procurados pela polícia

No rastro da intervenção federal na cidade do Rio de Janeiro, a Câmara local acaba de aprovar um projeto do vereador Jorge Manaia (SD), que torna o mobiliário urbano plataformas para a publicação de fotos de criminosos que estejam sendo procurados pela polícia.

A justificativa para a aprovação da novidade é que as peças apoiarão as iniciativas do Disque-Denúncia, tornando-se uma ferramenta importante para a identificação de bandidos.

Experiência inovadora capaz de gerar ideias relevantes



A Clínica de Resultados vai propor

uma metodologia de marketing

capaz de descobrir valores, processos

e sugerir mudanças sistêmicas.

www.clinicaderesultados.com.br

Clínica de Resultados



Por André Romero*

O **impacto** dos eventos

A Páscoa é um desses eventos que sacodem o mercado. São inúmeras contratações para vagas temporárias, que vão da indústria ao comércio por todo o país. No comércio, ações promocionais aumentam as vendas, mostrando que os investimentos não são só no chão de fábrica. Quando falamos de um país que se recupera de uma crise econômica severa, a melhora e otimismo são motivo de comemoração.

A maioria das empresas que produz alimentos para a data já começou a se mobilizar desde outubro do ano passado. A montagem de ovos, bombons e outras guloseimas não pode esperar o ano começar. E não falamos apenas do segmento de chocolates. A indústria de peixes tem grande movimento também. Os mais de 172,2 milhões de católicos do país costumam consumir carne branca na época.

Em fevereiro, começam as contratações mais focadas nas redes de comércio. Estoquistas, repositores, promotores, gerentes, são inúmeros cargos chamados para lidar com um potencial aumento de 10%, em comparação a 2017, na arrecadação de Páscoa. As vendas vinham piorando nos últimos anos, mas 2018 se mostra otimista, sobretudo pela desaceleração da crise. A Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (Abicab) é quem traz os números.

A variedade deve focar em bolsos de tamanhos diferentes. Já são 130 novos produtos lançados, 10 a mais do que no ano passado, mas ainda menor do que em 2016 (147). No ano passado, foram produzidas 9 mil toneladas de chocolate para o período, algo em torno de 36 milhões de ovos. No ano anterior, o número foi de 14,3 mil toneladas, e em 2015, 19,7 mil toneladas. Os números vêm decrescendo nos últimos anos e só teremos certeza da recuperação de 2018 no final da época de vendas. Por enquanto, trata-se apenas de um potencial de melhora.

Muito dessa percepção vem do que diz respeito às contratações. Ainda são valores menores do que dos anos anteriores, mas a queda foi bem menor. São 23 mil vagas de trabalho temporário estimadas, de outubro de 2017 a março deste ano. Em 2017 e 2016, foram abertas 25 e 29 mil vagas, respectivamente. A queda na quantidade ocorreu, mas foi bem menor.

Essa é uma época que movimenta a economia, que gera empregos, que demanda ações criativas do varejo. É uma época onde o país começa a se movimentar a todo vapor. É um período que dita crescimento, já que é chave para, inclusive, ditar tendências de investimentos e ações, sobretudo de comércio para o resto do ano. Há uma grande colaboração entre RH e varejo nesse período, e quem ganha é o país.

Que 2018 trará bons números, não tenho a menor dúvida. Devemos ter a Páscoa da recuperação. Pode ser um pensamento otimista, mas não é um pensamento baseado em especulação, e sim em observação de potenciais mercados que alavancam a economia. A nós, resta torcer e trabalhar pela volta dos bons ventos.

André Romero é diretor da Red Lemon Agency, agência especializada em comunicação, field marketing e ações promocionais.

swissqprint

Sofisticada I Extremamente Rentável I Conceito Modular



O que há de mais tecnológico no mercado de impressoras LED UV de altíssima produção.
Com um conceito inédito de garantias a líder em vendas por 2 anos consecutivos no exigente mercado europeu e vencedora de 2 prêmios internacionais ADP awards na categoria Inovação, chega para colocar a sua empresa à frente nos negócios.

Equipamentos de alto padrão, totalmente automáticos e com atenção aos detalhes que vão revolucionar o seu conceito de impressão digital.
Uma proposta diferente é possível e queremos apresentar ela para você.

Chegamos para inovar.

COMPONENTS Grupo

Rua Vinte e Cinco de Julho, 374 Centro | CEP: 89280-259 | São Bento do Sul | Santa Catarina
www.nanoprinting.com.br - (51) 3058-3963

Nenhum CRM é bom o bastante



Customer Relationship Management **é um termo em inglês que pode ser traduzido para a língua portuguesa como Gestão de Relacionamento com o Cliente. CRM é um conceito muito antes de ser um sistema que ajude no desempenho dos negócios**

Não importa o tamanho da empresa. Se você não tem uma forma de gerenciar a relação com potenciais clientes, é seguro que haja problemas na comunicação. E isso pode estar lhe rendendo alguns milhões por ano.

Nenhum CRM por sí só tem o poder de aumentar os resultados nos negócios. Se não houver uma significativa participação do seu time de vendas, o seu investimento vai falhar. Mas ou eles vendem ou eles preenchem o sistema. Certo?

Errado! Hoje, ferramentas americanas como a SharpSpring, comercializada no Brasil pela Serinews, usa o processo de automação de marketing, para contribuir para a gestão dos clientes e oportunidades. Sim, fazer automação, ajuda no relacionamento e diminui eventuais erros de comunicação.

Outro ponto é contar com especialistas em CRM pra ajudar o seu time de campo, que tem como principal objetivo, estar preparado para vender mais. Isso propõe que o departamento de marketing ajude o departamento de vendas na conquista específica dos clientes. Ambos têm a meta de gerar resultados.

Primeiro a empresa deve apontar com especificidade quem são os clientes a serem prospectados. Enquanto Marketing tem o objetivo de aumentar a percepção dos potenciais clientes, Vendas se prepara para entender a situação da empresa. Um dos métodos mais eficientes é o "SPIN Selling", que propõe entender para vender. Oferecer produtos que façam sentido na resolução de um problema de fato. Se não faz sentido para um cliente, procure uma empresa no qual o seu produto e serviço vá contribuir

www.tecnopaint.com.br
+11 2085-4876

Solução REAL
para IMPRESSÃO DIGITAL



SOLVENTE - ECO SOLVENTE - ULTRAVIOLETA

FABRICANTE **NACIONAL**
QUALIDADE INTERNACIONAL
CERTIFICAÇÃO **ISO 9001:2008**
< 220 mil litros/mês

TECNOPAINT®
Tecnologia em Tintas na Medida Certa

Por Daniela Triñanes*

O “achismo” é o que afasta os bons negócios

É vantajoso ou perda de tempo tentar participar de licitações públicas? Corro o risco de calote caso minha empresa ganhe uma concorrência? Minha margem sobre o valor pago por órgãos públicos é muito pequena ou consigo manter preço justo? É verdade que o governo compra baseado somente no preço, deixando de lado a qualidade? Se elencarmos todas as questões levantadas por inúmeras empresas dos mais variados segmentos, ficaríamos por mais algumas dezenas de linhas de texto, visto que as dúvidas e “lendas” são recorrentes e ainda permeiam o círculo empresarial.

Ouso afirmar que são exatamente essas incertezas e, acima de tudo, os “achismos” que deixam de fora das concorrências públicas – nas esferas municipal, estadual e federal – muitas organizações que seriam capazes de obter sucesso nos processos e, consequentemente, faturar muito mais com a vitória. Isso porque ainda há um imenso desconhecimento acerca da Lei de Responsabilidade Fiscal, que ampara quem fornece para o governo, que, sim, pode estender e atrasar pagamento, mas dificilmente poderá dar um calote. A administração pública é, portanto, um mercado como outro qualquer, mas com muito poder financeiro, que oferece baixo risco, recorrência, e o maior comprador de produtos e serviços do país.

Importante ressaltar que alguns segmentos já entendem o papel fundamental que as compras públicas desempenham às companhias. A exemplo disso, o setor farmacêutico – em grande parte – olha para o público com a mesma atenção em relação à iniciativa privada, sabendo diferenciar as peculiaridades de cada um e aplicando as melhores práticas.

A meu ver, com base em anos de atuação desenvolvendo estudos de mercado referentes às compras públicas para praticamente todos os nichos de abastecimento, o que tem faltado é a profissionalização do mercado público e também dos seus potenciais fornecedores. Falta conhecer as informações, o comportamento, o histórico, as tendências, os valores praticados, os períodos exatos, entre outros fatores. Inclusive, poucos prospectam a administração pública como o fazem com o setor privado. É preciso chegar à pessoa certa para ouvir sobre seu produto ou serviço e tentar aproximar-se para falar sobre suas ofertas, apresentar seus diferenciais e seu funcionamento. É preciso entender, de uma vez por todas, que o órgão compra de caneta a caminhões e equipamentos médicos de alta complexidade. Se algum fornecedor não se aproxima para demonstrar como e por que seu produto ou serviço deve ser comprado, com todas as diferentes características, valor agregado e, por fim, preços diferentes para produtos diferentes, dificilmente o governo – leia-se a pessoa responsável por compras – entenderá.

Hoje, as compras públicas movimentam mais de R$ 100 bilhões de reais ao ano, proporcionam muito mais volume de vendas e, inegavelmente, aumentam a visibilidade da empresa fornecedora, inclusive para o setor privado. Por fim, reitero que onde houver um órgão público que demande abastecimentos de origens variadas, haverá uma empresa com potencial para atendê-lo. E, em complemento a isso, paremos para refletir: o governo pode parar de comprar? Pode parar de abastecer o país? Pode fazer o país parar? É inconstitucional o governo deixar de assistir sua população nos mais vários segmentos. O mais óbvio é a Saúde – medicamentos, vacinas, testes etc. –, mas também é necessário construir, reformar, manter transporte funcionando, as ruas limpas, penitenciárias com alimentação, papel e caneta nas administrações. Empresários, a máquina é obrigada a continuar funcionando, sempre, com ou sem crise.

*Daniela Triñanes é diretora da IBIZ Tecnologia, co-criadora do IBIZ Licita, serviço pioneiro e único em obtenção, gestão e análise de dados para empresas que participam de processos de compras públicas e governamentais, com abrangência nacional e em países da América Latina.

SUBLIMAÇÃO

SOLVENTE

VERNIZ



Subli Eco
Royal Bag 2lt



Verniz de
Proteção WPV







Linha
DIGITAL



TINTAS DIGITAIS



Médio Solvente
Piezo FP (7pl à 80pl)



Ecosolvente
Piezo FPE (7pl à 80pl)



Sublimáticas Eco
(cabeças Epson à Kyocera)



Ecosolv Max Micro Piezo
(DX 4 a DX 7)

Cromajet
TINTAS PARA IMPRESSÃO DIGITAL

Fremplast tintas

+55 11 2489-6960
fremplast.com.br



Por Aline K. Molinari

Que tal turbinar o seu time

Os esforços para conquistar novos clientes são grandes. Mas depois da conquista, manter é um desafio que reúne expectativas e o que de fato é a entrega. Será que o seu negócio está bem alinhado?

Me desculpe parecer provocativa, mas a grande maioria das empresas precisam de ajustes finos e não à toa, profissionais como eu, tem sido contratada para aumentar o desempenho dos executivos. Muito além das competências explicitas pelos quais eles foram contratados. Um novo integrante assim como um cliente, também tem expectativas e muitas vezes, as informações que chegam para ele, são insuficientes.

Contratar uma psicóloga com habilidades de coaching e manejo em comportamento humano é uma vantagem competitiva. Enquanto engenheiros e técnicos estão focados em desenvolver o melhor produto e gestores financeiros estão criando as melhores condições matemáticas, ter um profissional que ajude a melhorar o desempenho do seu time é uma grande vantagem competitiva. Além de encurtar o tempo na escala de resultado é possível ajudar na retenção de talentos.

Quando um empresário tem um time alinhado com os propósitos de negócio e cientes dos valores da empresa as oportunidades são negociadas com um olhar diferenciado. O termo vestir a camisa não propõe, diferente do que muitos pensam, numa vantagem maior para a empresa do que para o cliente. Mas que, diante do entendimento das expectativas de negócios, vendedores e clientes terão uma relação honesta e de ganhos para ambas as partes. Um círculo virtuoso que permite ganhos e bons negócios para construir uma relação cada vez mais saudável num mundo completamente doente.

A era da venda com foco no preço já não tem mais espaço em casos onde a venda tem um valor agregado e precisa vencer várias objeções. A tal da venda consultiva não pode ser qualificada em empurrar o produto errado para uma empresa que tem potencial de consumo. Muitas empresas que fizeram isso no passado, hoje estão com os seus equipamentos parados. Vender uma solução tem mais haver com alinhamento de expectativas e foco, do que atirar para todos os lados. O que o cliente esperava não era compatível com o que a empresa oferecia ou com o que a empresa achava que o cliente esperava.

É bem verdade que alguns clientes compram acreditando na solução muito além do que a própria venda propõe como solução. Isso porque existe um certo encantamento na fase inicial e uma falsa expectativa de que tal solução resolva todos os demais problemas adjacentes. Quem nunca fez um investimento acreditando estar comprando algo e depois se decepcionou com o que comprou? Muitas frustações entre a empresa, o cliente e o seus funcionários podem ser evitados quando o seu time está bem preparado para lhe dar com um relacionamento maduro.

Quando as pessoas estão bem treinadas e são acompanhadas sistemicamente para ajudar com os objetivos, menor a distância entre as expectativas e frustrações. E o sentimento de que as cobranças são punitivas, surge um ambiente de sinergia. Quem fica pelo caminho são aquelas pessoas que pensam contrário aos valores da empresa.

Então, se você quer resultados para o seu negócio e você já investe em treinamentos para preparar as pessoas, em tecnologia para otimizar o tempo, e qualidade para garantir a sua entrega e mesmo assim tem o sentimento de que os negócios não decolam, precisamos conversar.

Uma profissional como eu, tem por objetivo ajudar os detalhes e turbinar o time, usando recursos da psicologia e atuando na comunicação para ajustar todas as expectativas. Muitas das competências não são explicitas e precisam ser tratadas pessoa por pessoa e entender que as relações mais humanizadas são as que garantem os melhores níveis de resultados. Faz sentido?

*Aline K Molinari é Career, Executive & Business Coach pela AKM Coaching - Whatsapp 11 9 7275-7732

MULTIPLIQUE O RETORNO SOBRE SEU INVESTIMENTO COM AS IMPRESSORAS DIGITAIS SINÔNIMO DE DESEMPENHO E DURABILIDADE.

Indiscutivelmente, as impressoras digitais AMPLA são reconhecidas por sua performance, baixo custo de operação e vida útil de dar inveja. Todos estes atributos, somados as suas tintas genuínas - com o melhor custo do mercado - fazem seus proprietários multiplicarem resultados a cada *"print"* na impressora.

Entre em contato conosco que auxiliaremos você a identificar o melhor equipamento AMPLA para seu negócio e descubra como nossas soluções em impressão digital multiplicaram os lucros de centenas de empresas ao longo da nossa história.





A MAIS COMPLETA LINHA DE IMPRESSORAS DIGITAIS DO BRASIL
NAS TECNOLOGIAS ECO SOLVENTE, SOLVENTE, LED UV E SUBLIMAÇÃO

41.3525.9300 | www.ampladigital.com.br

AMPLA

BNDES FINAME CDC PROGER Leasing Cooperativas de Crédito Consórcio Contemplado Ampla


durst
Tau 330E

RÓTULOS E ETIQUETAS: UM FUTURO QUE VIROU PRESENTE

Com a parceria da Durst, a Versacolor revolucionou os padrões de produção desse segmento, apostando na tecnologia digital

Há exatos 30 anos, o então adolescente Fábio Rodrigo Moreno começava a trabalhar na empresa de um tio: uma gráfica de rótulos e etiquetas. Foi quando tomou contato com o básico do básico desse segmento – e foi evoluindo. Da serigrafia manual para a tipografia, e então para a flexografia tambor central, off-set, flexo modular... Ao longo dos anos, foi desenvolvendo conhecimento a respeito de tudo que é associado à produção de rótulos e etiquetas, e assumiu a direção de sua própria empresa, a Versacolor – primeiro acompanhado por sócios até se consolidar como único proprietário do negócio.

Nessa trajetória, Fábio aprendeu muito por iniciativa própria e enfrentou alguns períodos de dificuldade – "Quebrei, duas ou três vezes, é só assim que se aprende. Mas sempre estive convicto dos meus caminhos, nunca passou pela minha cabeça que não fosse dar certo", diz ele. Hoje, após três décadas no setor, é possível dizer que tanta resiliência, empenho e inteligência para os negócios foram amplamente recompensados. A Versacolor, empresa com sede na região da Vila Formosa, em São Paulo, conta com um parque gráfico de 1.800 metros quadrados, e é reconhecida, por clientes e até pelos concorrentes, como uma referência na produção de rótulos, etiquetas adesivas, termoencolhíveis e peças técnicas. Uma conquista que, claro, não se deu da noite para o dia.

Foi há cerca de dez anos que o diretor da Versacolor se sentiu mais experiente, mais a par das novidades do mercado, e decidiu mergulhar de vez na modernização do seu empreendimento. Um salto que resultou, há um ano e meio, numa inovação extraordinária para o segmento em que atua: a adoção da tecnologia digital.

Sim, porque, se a impressão digital já é uma realidade em diversos setores, como o de grandes formatos, na área de rótulos e etiquetas não costuma ser vista como uma possibilidade viável. Tanto que, segundo Fábio, um dos grandes desafios do seu dia a dia, hoje, é convencer os novos clientes de um fato que a experiência já lhe provou: que a tecnologia digital consegue, sim, ser superior à flexografia para esse tipo de produção. "O cliente tinha na cabeça dele que o processo digital é caro, demorado e não

permite produzir grandes quantidades de rótulos", explica o empresário. "Precisamos todo dia provar que é o contrário disso. Então, o que a gente faz? Para alguns clientes de grande potencial, na hora de discutir orçamento, a gente já leva uma amostra impressa e cortada. Porque o nosso processo permite isso. Com flexo, nem pensar, precisa de clichê e ferramental... Com o meu processo digital, o cliente não está vendo uma prova; ele está vendo a realidade do que ele vai receber."

Claro que não foi uma mudança fácil – e muitos não entenderam o posicionamento do empresário num primeiro momento. "Quando tomei essa decisão, o segmento achou que eu estivesse ficando maluco. Eu praticamente abandonei o processo convencional de produção de rótulos e etiquetas e me engajei totalmente no digital. Hoje, quase 80% do meu negócio está concentrado no digital. Mas foi quase que uma exigência de uma situação de mercado complicada: ou eu fazia algo diferente e inovador para oferecer para o cliente ou eu fechava. A competição ainda está naquela mesmice: flexografia, off-set... Então eu tinha de fazer alguma coisa diferente para dar continuidade na empresa. E foi isto: a Versacolor se firmou como inovadora no segmento de rótulos e adesivos."



Apesar de ainda contar também com um sistema de flexografia (modular, de oito cores, todo UV), a Versacolor fez de fato uma guinada sem volta rumo à tecnologia digital – mais especificamente, de inkjet UV. E com isso conseguiu elevar de forma incrível sua velocidade, padronização e qualidade geral do processo.

Para se ter uma ideia, antes da digital, a empresa atendia com serigrafia a um pedido de 60 mil unidades de uma capa para maquininha de cobrança de cartão. Levava seis dias para concluir o trabalho e envolvia seis pessoas nessa produção. Hoje, para o mesmo pedido, o trabalho é concluído em apenas três horas (sim, de seis dias passou para três horas), e agora envolvendo um único funcionário. "Atendemos hoje num tempo que realmente impressiona o cliente, e cortamos muitas etapas do processo produtivo", esclarece Fábio. "Quando o cliente tem uma necessidade de urgência, a tecnologia digital tem uma resposta muito forte."

Durst: parceria essencial para a transição

Essa guinada contou com uma parceria extremamente importante para a Versacolor: foi a Durst, uma multinacional especializada em tecnologias avançadas de produção digital, que ofereceu a processo para a empresa de Fábio Rodrigo Moreno. Assim que essas tratativas começaram, o empresário brasileiro foi à Itália conhecer de perto a fabricação da Durst e ficou impressionado – tanto com a estrutura da companhia quanto com a atenção que recebeu de todos por lá. "Isso fortaleceu ainda mais a minha confiança no processo Durst para digital. Você visita muita empresa que diz que fabrica máquina, mas só monta máquina; já a Durst fabrica mesmo. Ela produz a peça, ela usina a peça. Por conta disso, o carinho que eles têm pela



máquina é tremendo. Mesmo a impressora estando aqui, na minha empresa, eles consideram como se fosse máquina deles. Estão sempre perguntando como ela tem desempenhado, se não temos nenhum problema…"

Outro fator que tem deixado Fábio muito satisfeito é a assistência técnica fornecida pela Durst: 90% das questões relacionadas aos equipamentos são resolvidas via contato remoto, Brasil-Itália. "Na opção pela tecnologia digital, isso também é um diferencial. Você não tem mais o mecânico aqui dentro. Quase tudo é resolvido via acesso remoto", comemora Fábio.

O fato é que, com a aquisição de duas impressoras UV da Durst, a Versacolor ganhou velocidade, uma largura maior e uma definição de 1.200 dpi. E mais vantagens: "Hoje eu não preciso tratar material, não preciso dar verniz, o aspecto do produto fica muito melhor", explica. "Isso porque o processo da Durst já é uma tecnologia digital mais evoluída. Com o processo digital antigo, você tem de tratar o material e laminar depois do rótulo pronto, porque não dá aderência, e o rótulo acaba saindo e também perdendo a cor."

Além das duas impressoras Durst, a Versacolor hoje conta com um sistema de corte a laser, o que aumentou muito a agilidade da empresa — e a capacidade de atender a pedidos urgentes. "Um cliente acaba de me pedir 200 mil rótulos com um prazo de menos de 24 horas, e conseguimos fazer. Por quê? Porque temos todo um processo de preparação e de recebimento de arquivo. O trabalho foi para a máquina, nós imprimimos e já cortamos no laser. Então, todo aquele processo de entrar a arte, fazer o clichê para a matriz de impressão, essas coisas da flexografia, nós cortamos. Só nisso eu já levaria três dias. Um ferramental de corte, dependendo da maneira que for fazer, se for rotativo, leva 10, 12 dias… Então é incrível o que nós reduzimos de tempo."

Sem guerra de preço e sem "jeitinho"

Vale dizer também que a atitude de tornar sua produção 80% digital não é inovadora apenas pela questão tecnológica. É também uma questão de posicionamento diante de uma concorrência que, muitas vezes, adota comportamentos questionáveis para atrair o cliente. Principalmente no que diz respeito à questão fiscal. "A Versacolor paga seus impostos em dia, não é optante pelo Simples, tem todos os seus funcionários registrados", orgulha-se Fábio. "Mas a maioria dos concorrentes não tem essa prática, o que torna a competição bastante complicada. Muitos abrem várias empresas no sistema Simples para escapar de vários impostos. O resultado é que eles transformam esse jeitinho brasileiro em descontos para os clientes, conseguindo oferecer preços mais convidativos. Ainda assim, prefiro seguir a linha correta, mesmo que a situação fiscal do Brasil não seja fácil — hoje a carga tributária direta sobre o produto é de 30%."

Além de chegar a essa situação de empresa consolidada, uma referência no mercado, sem "flexibilizar" condutas para entrar em guerra de preço, a Versacolor não se encolheu com a crise econômica do país. Pelo contrário, fez a primeira aquisição de uma Durst UV no auge da turbulência geral e, para este ano, vai continuar investindo. Para deixar sua estrutura ainda mais completa, Fábio planeja investir, no segundo semestre de 2018, em sua área de In Mold Label e termoencolhíveis.

O empresário defende sua posição de continuar investindo mesmo com a consciência de que este ano ainda será de instabilidade, por conta de um cenário eleitoral confuso, que deixa o empresariado ressabiado — o líder nas pesquisas de intenção de voto para a Presidência pode ser preso a qualquer momento, por exemplo. "Esses meus 30 anos de atividade me mostraram que as turbulências são sazonais. Se você só fala de problema, você permanece no problema. Um dia eu escutei que investir na crise seria a melhor saída, comprei a ideia e tem dado muito certo para o meu negócio", conclui Fábio Rodrigo Moreno. "Mesmo que muita gente ache que eu fiquei maluco."

Por Ana Cristina*

Futura, sinônimo de sucesso que se renova a cada dia

Fundada em março de 1998, a Futura Imbatível - uma das maiores gráficas online do Brasil - atuou durante os primeiros quatro anos no segmento de embalagens, rótulos e etiquetas. Fundada e dirigida pelos irmãos Willington e Wellington Martins de Souza, a partir de 2004 foi planejada para o atendimento online e presencial de gráficas, designers e revendedores.

Willington e Wellington são sinônimo de garra e persistência. Começaram a atuar como vendedores de uma pequena gráfica e tiveram como mentor o pai, o saudoso Sr. Jorge Eustáquio, que preparou os filhos para todos os desafios da vida profissional e pessoal. Hoje Willington atua como diretor executivo e Wellington como diretor comercial da Futura, que possui 15 lojas físicas - localizadas na capital paulista, grande São Paulo e interior do estado, além de uma filial na cidade do Rio de Janeiro e outra em Belo Horizonte (MG). Conta com uma equipe de 450 colaboradores, que atendem a mais de cem mil clientes em todo o país.

A Futura é cliente da AMPLA desde 2015 e possui atualmente em seu portfólio duas Impressoras Plotter com 3,2 m de largura de impressão. A parceria com a única fabricante nacional de impressoras digitais é definida pelos sócios como essencial para o sucesso do negócio: "Os equipamentos da AMPLA ampliam nosso portfólio de produtos, garantido aos nossos revendedores a possibilidade de imprimir tudo em uma única gráfica com a certeza de qualidade impecável, devido ao gerenciamento completo dos sistemas de calibração de cores", declara Willington. "As impressoras digitais AMPLA operam nos três turnos de produção da gráfica, durante seis dias na semana, garantindo qualidade e agilidade nas impressões graças ao ótimo desempenho e à tecnologia dos equipamentos", completa o empresário.

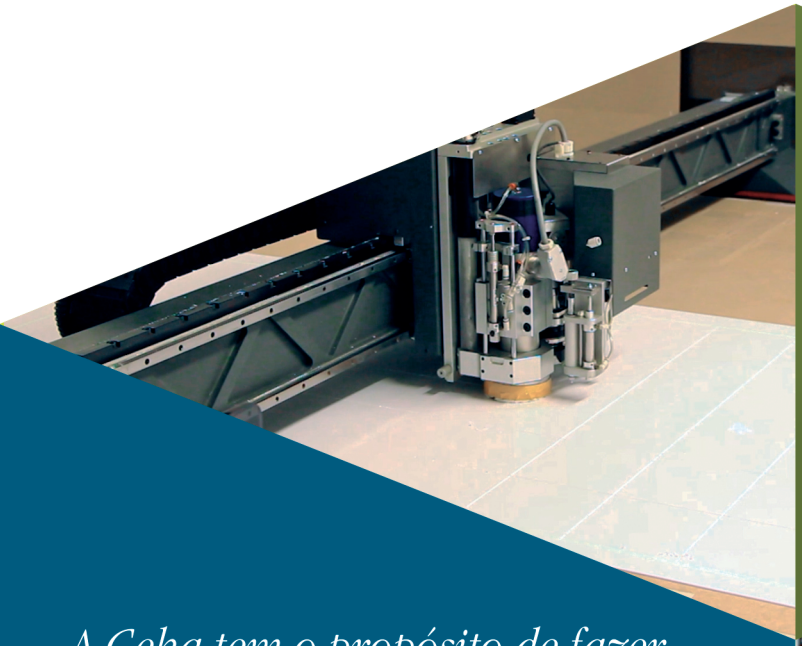


E o sucesso dos irmãos Willington e Wellington deve se consolidar cada vez mais: a Futura - que já é imbatível em qualidade, preços e agilidade - está se reposicionando de forma mais moderna, impressionante e impactante junto aos seus revendedores. No dia 19 de fevereiro, lançou um novo site com navegação muito mais rápida e fácil. O nome da empresa foi alterado para FuturaIM Gráfica Online, que ganhou também um novo logotipo. E, para marcar toda essa mudança, a empresa realizou um evento, no dia 17 de fevereiro, para apresentação da nova filosofia de trabalho para todos os colaboradores da empresa, que ganhou também um novo slogan: "FuturaIM. Você pensa, a gente imprime".

Wellington resume os objetivos com o reposicionamento da empresa: "A expectativa é atrair um público mais jovem, ampliando nosso marketshare. E a AMPLA irá contribuir principalmente no quesito agilidade, pois oferece equipamentos ágeis, com desempenho superior à média oferecida por outras soluções encontradas no mercado".

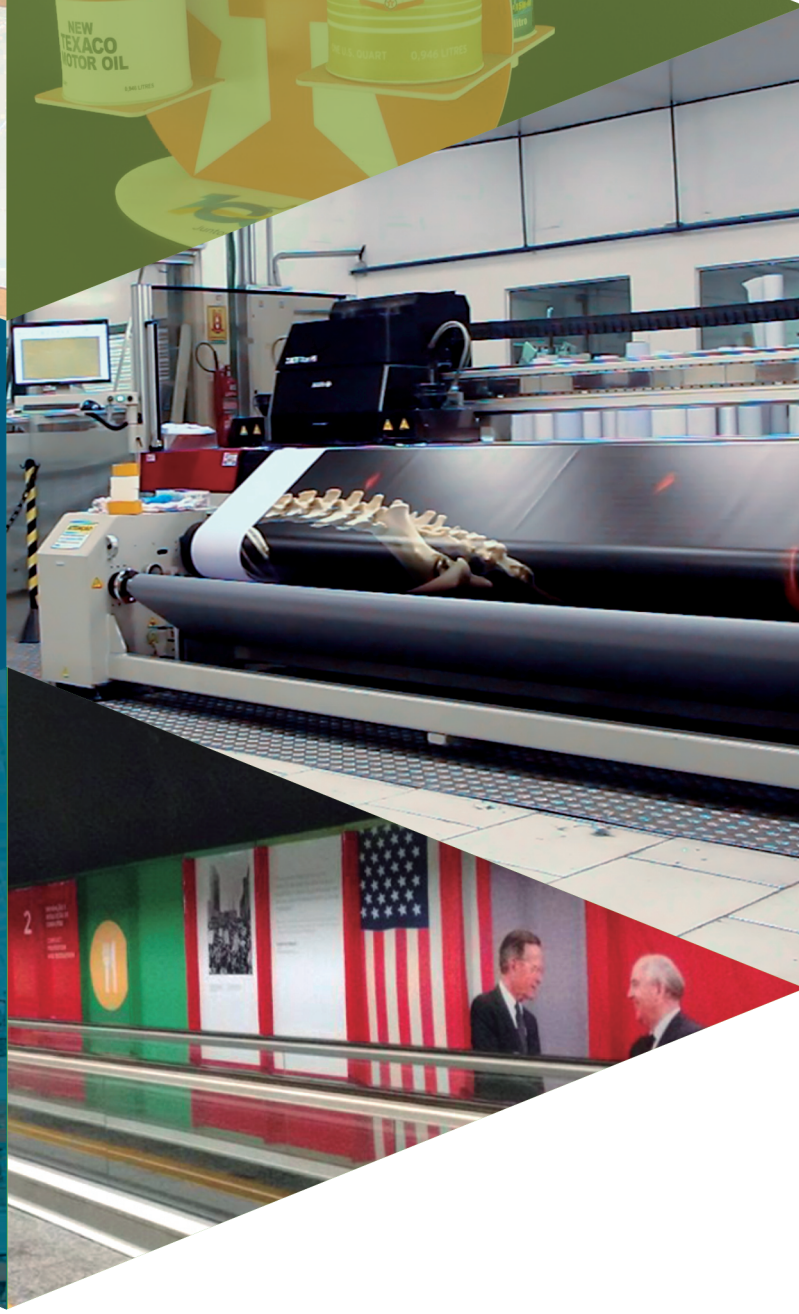
*Ana Cristina é jornalista e diretora da Persona Consultoria de Comunicação

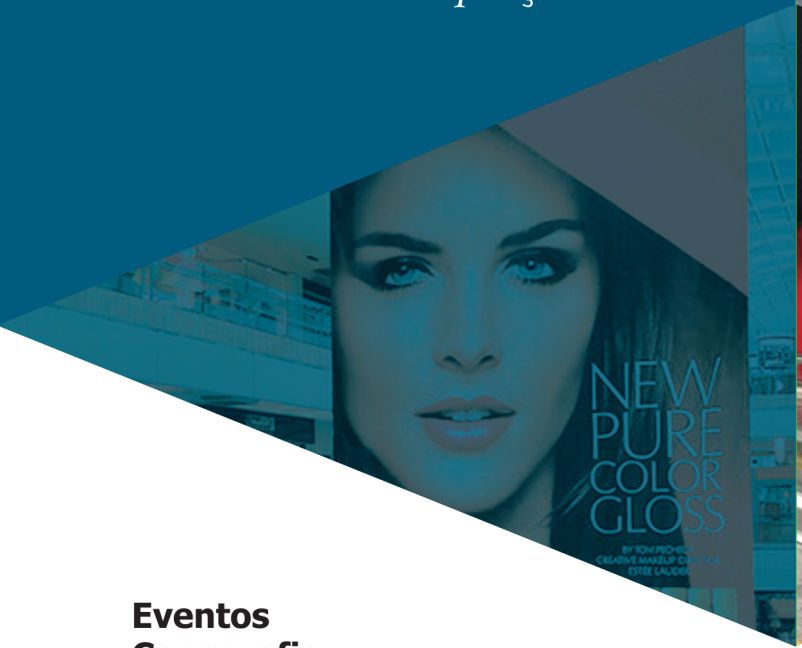
www.geka.com.br
+55 21 3850-2600





A Geka tem o propósito de fazer o melhor para a sua marca, atendendo suas reais necessidades, *com qualidade, no menor tempo* *e com o melhor preço.*

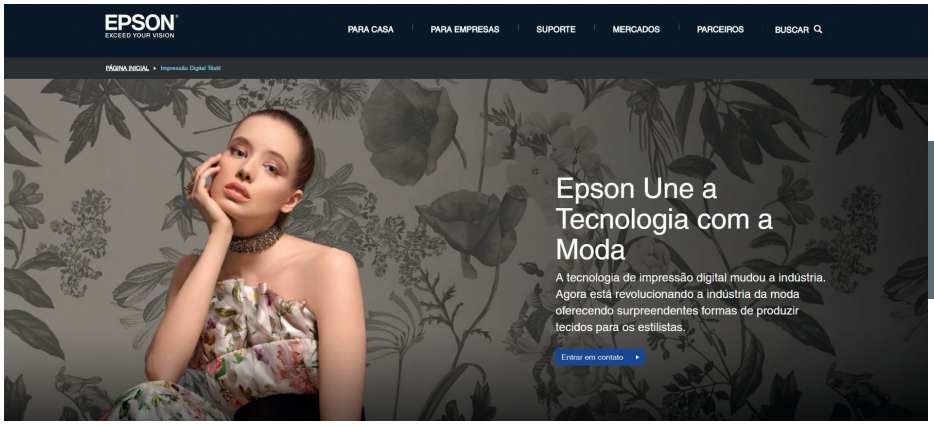




Eventos
Cenografia
Soft Signage
Materiais para PDV
Embalagens
Decorações de Ambientes
Mídias OOH
Sinalização

geka

Epson lança hotsite para **designers e empresários de moda**



De olho nas novas tendências em tecnologia de impressão digital

A tecnologia de impressão digital não para de evoluir, assim como a moda. De olho nas últimas tendências desses dois mercados, a Epson apresentou no dia 6 de fevereiro, durante o evento Digital Couture Project 2018 em Nova York, o novo hotsite "Epson Une a Tecnologia com a Moda", criado para aproximar designers e empresários de moda da tecnologia de impressão digital têxtil. O hotsite oferece, de forma prática, orientações sobre as soluções de impressão digital em tecido, incluindo sublimação de tintas, impressão direta em diversos tipos de tecido e peças de roupa com impressoras digitais de tecido para ajudar a promover a integração da tecnologia de impressão digital nos fluxos de trabalho de design de hoje.

"A tecnologia de impressão digital vem gerando impacto positivo em diversos segmentos da indústria e, recentemente, está revolucionando a indústria da moda ao oferecer inúmeras opções para que os designers possam dar vida aos seus projetos, em uma grande variedade de tecidos", disse Mark Radogna, Marketing Estratégico da Epson América.

A tecnologia de impressão digital em tecido da Epson oferece aos designers de moda muitos benefícios em relação a outros métodos tradicionais de impressão de tecidos:

- **Qualidade de imagem brilhante:** A impressão de tecidos digital produz impressões de alta qualidade com opções de cores e design praticamente ilimitadas.
- **Desempenho confiável:** Na maioria dos casos, uma impressora têxtil digital tem a capacidade de executar projetos de moda em apenas sete dias úteis, muito mais rápido outros métodos, que podem levar semanas ou até mesmo meses.
- **Design sem limites:** Com a tecnologia de impressão digital de tecidos, as opções de design são praticamente ilimitadas - quase tudo o que pode ser projetado no computador, pode ser impresso em tecidos.
- **Impressão em diversos tipos de tecido:** A Epson possui uma solução de impressão digital para praticamente qualquer tipo de tecido - desde poliéster e tecidos mistos até fibras naturais, como seda, algodão, linho, lã e rayon.
- **Melhor para o meio ambiente:** A impressão digital têxtil proporciona reduções significativas no consumo de água (até 90%) e eletricidade (até 30%) em comparação aos métodos tradicionais de impressão de tecido.
- **Solução acessível e escalável:** A impressão digital em tecido oferece uma excelente relação entre desempenho e custo, com produtividade confiável para atender às necessidades das empresas.

O hotsite "Epson Une a Tecnologia com a Moda" está disponível em epson.com.br/impressao-digital-textil. Para obter informações adicionais sobre a linha de impressoras digitais de tecido da Epson, incluindo a nova impressora de sublimação Epson SureColor® F9370 e a impressora de produção direta em tecido de algodão Epson SureColor F2000, visite epson.com.br.

FEBRATEX

FEIRA BRASILEIRA PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL

prodv

2018

21 a 24
de agosto de 2018
das 14h às 21h
Parque Vila Germânica
Blumenau/SC

www.**febratex**.com.br

Apoio: ABIT, ABIMAQ, ABIT Têxtil e Confecção

Agência de viagens oficial: FEIRATUR Agência de Viagens www.feiratur.com.br

Empresa Associada: UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras

Promoção: Fcem Feiras e Congressos | FEBRATEX GROUP



IKIGAI e o seu propósito

Todos nós precisamos encontrar o propósito da nossa existência, quando ele for encontrado seremos mais felizes. Se você já encontrou, parabéns. Se ainda está buscando ou não sabia, que precisava buscar, te convido a ler esse breve artigo.

Estou completando 5 anos na carreira de consultor, a decisão aconteceu aos 45 anos, mas tudo já existia no meu íntimo, fazia muito tempo, mas uma série de fatores limitavam a tomada de decisão. Eu não sou uma exceção, estou mais para uma regra.

Sentia que faltava uma ligação entre o que eu fazia e o meu verdadeiro propósito de vida, um alimento para alma e uma fonte inesgotável de felicidade. Afinal, não trabalhamos apenas pelo dinheiro. Não é mesmo?

Foi então que algum tempo depois e já na carreira de consultor, que conheci o IKIGAI. E tudo começou a fazer sentido...

Por este motivo, eu gostaria de dividir com você algumas informações sobre esse conceito japonês tão poderoso.

"A palavra IKIGAI, originada na Ilha de Okinawa, no sul do Japão, deriva de IKI, que significa vida e KAI, realização de desejos e expectativas. Ou seja, os moradores desse arquipélago (denominado de ilhas Ryukyu) encontraram uma maneira singular de ver e viver a vida que propicia o encontro de sua "razão de ser" ou "o motivo pelo qual acordam todas as manhãs". Esta maneira, por todos os benefícios que propicia, tem sido estudada por diversas universidades, buscando entender e replicar o modelo que está na base da filosofia de vida IKIGAI. De acordo com os japoneses, todos têm um IKIGAI. E descobrir qual é o seu requer uma profunda e, muitas vezes, extensa busca de si mesmo. Porém, essa busca é extremamente importante porque, somente a partir dela, é possível trazer satisfação e significado para sua vida. Não é à toa que nessa ilha, e devido também a esta filosofia, as pessoas tendem a viver além dos 100 anos de idade!"

4 pontos importantes no IKIGAI:

O que eu amo fazer?
O que eu posso fazer bem feito?
O que eu posso ser pago para fazer?
O que é bom para o mundo?

Quando eu parti para a consultoria, não conhecia o IKIGAI, mas estava harmonizado com ele.

Os 4 pontos importantes do IKIGAI, estavam sendo atendidos no exercício da consultoria, pois ela me oferecia:

1. Liberdade para fazer exatamente o que eu gosto;
2. Ser muito bem remunerado pelo meu trabalho, podendo contribuir com a evolução das pessoas e negócios do meu cliente;
3. Toda a minha experiência poderá estar à serviço da humanidade;
4. Poderei trabalhar até quando eu decidir e na intensidade que eu desejar.

A consultoria é uma das profissões que mais crescerá no futuro, o que a torna muito atraente. Para muitos dos executivos, não decidimos por essa profissão no início da nossa carreira, grande maioria das vezes, mas sim no meio da nossa jornada de trabalho. A vantagem desta decisão ser feita no meio da nossa carreira profissional é poder usar o conhecimento e a experiência adquirida, o que a propósito, são os pontos mais valorizados pelos clientes ao contratar uma consultoria. Posso afirmar que a consultoria é uma das profissões do futuro.

Estou muito feliz com as escolhas que fiz, e é claro, com as renúncias também. Portanto, reflita sobre os próximos passos na sua carreira profissional, considere e a planeje tendo como base o seu IKIGAI.

SERIGRAFIA SIGN 2018 FUTURETEXTIL

25 A 28 JULHO 2018

13H ÀS 20H
SÁBADO, 10H ÀS 17H

EXPO CENTER NORTE | SP – BRASIL

TRADIÇÃO EM IMPRIMIR RESULTADOS

GARANTA JÁ SUA PARTICIPAÇÃO E AMPLIE SEUS NEGÓCIOS PARA 2018!

EXPOSITORES

Impressão digital têxtil • Impressão em grandes formatos • Materiais promocionais, brindes e personalização • Serigrafia • Sinalização • Sinalização Digital • Softwares • Sublimação • Substratos

VISITANTES

Agências de publicidade • Birôs de impressão / gráficas • Comunicação visual • Designers gráficos • Estamparia / indústria têxtil • Materiais promocionais • Revendedores

Serigrafia SIGN Future TEXTIL 2018, o maior e mais completo palco dos lançamentos e novidades em tecnologias de impressão.

www.serigrafiasign.com.br

/SERIGRAFIASIGN

Apoio

ABTG Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica ISO 9001:2008 · Abit 60 anos · ABIGRAF Nacional · ABIGRAF-SP · Sindigraf São Paulo · Assintecal · indac · Pro Cor Associação Pró-Cor do Brasil · SENAI São Paulo · SEBRAE SP · FIESP

Local EXPO CENTER NORTE Centro de exposições e convenções

Promoção e organização informa exhibitions

Filiada à UBRAFE União Brasileira dos Promotores de Feiras

Fernanda Pilão



SUMMIT BRASIL
discute liderança no mundo atual

"Nós não nascemos líderes, nos tornamos líderes, e conforme vamos trabalhando em nós mesmos aperfeiçoamos essa liderança". Essa é a principal mensagem que o Summit Brasil quer passar para seus participantes.

O Summit Brasil faz parte do Global Leadership Summit, iniciativa da Willow Creek Association. O objetivo do evento é capacitar pessoas para a liderança, mostrando e discutindo as ferramentas necessárias para um líder. O Global Leadership Summit quer capacitar mais de 400 mil líderes ao redor dos 120 países pelos quais passa o Summit.

Durante a semana passada, dias 01, 02 e 03 de fevereiro, aconteceu o Summit Barueri, com diversas palestras de especialistas em liderança. A primeira palestra, do fundador da Willow Creek, Bill Hybels, falava sobre a trajetória de um líder.

"Quando foi a primeira vez que você se pensou como um líder" questionou Hybels. "A primeira pessoa que plantou a semente da liderança na minha mente, foi uma professora. Até hoje me lembro da conversa que tivemos onde ela me mostrou que eu poderia ser um líder. E isso é um momento importante na vida

de uma pessoa, quando você planta a semente da liderança nela". O fundador da Willow Creek discutiu um pouco a importância de mostrar para os jovens que eles podem ser líderes.

Outro ponto da palestra de Bill Hybels foi a liderança em tempos de divisão e desrespeito. Passamos por um momento em nossa sociedade em que todas as opiniões divergentes são motivo para discussões acaloradas, e desrespeito com o próximo. Hybels discutiu o papel do líder em situações como essa. O líder serve como exemplo e também para impor as regras de respeito no local de trabalho. O ideal para preservar o respeito no ambiente é criar uma série de diretrizes que permitam a discussão, mas não tolerem o desrespeito.

Como último assunto de sua palestra, Bill Hybels falou sobre sucessão. Em algum ponto de sua carreira, um líder terá que escolher alguém para tomar seu lugar. É importante escolher a pessoa correta, que entende as necessidades da empresa e a conhece. Hybels contou sobre sua experiência com a sucessão da Willow Creek, e como ele está passando por esse processo. O quão importante é o planejamento desse momento, e também o quanto é importante não arrastar o processo mais do que o necessário. Pensando nisso, Bill deixou três dicas:

1. Montar um documento de sucessão bem pensado.
2. Deixar as políticas de fora da escolha.
3. Não deixar o processo se alongar, para não prejudicar sua empresa.

A última palestra do primeiro dia de evento, foi com Sheryl Sandberg, COO do Facebook. Sheryl começou seu discurso com um assunto importante e muito em voga no momento: mulheres no mercado de trabalho. Assim como Bill Hybels, Sandberg comentou sobre a primeira vez em que se sentiu líder. O momento só veio para ela quando ela já tinha assumido um cargo de liderança em uma grande empresa, mas ela sempre teve o espírito de liderar, desde a infância. Só que, ao contrário do que acontece com muitos meninos, Sheryl sempre foi descrita como "mandona" ou "com grandes habilidades administradoras". O que a trouxe ao principal ponto de sua palestra: precisamos mudar a identificação de meninas como líderes. Devemos incentivar, não só mulheres, mas todas as minorias a liderança.

Foi pensando nesse incentivo que Sandberg criou o projeto "Faça Acontecer", um livro que deu origem a círculos de incentivo para mulheres líderes. Os homens que procuram entender melhor a situação da mulher no mercado deveriam ler também. Além disso, procurar dividir as tarefas do lar com suas esposas, para trazer equilíbrio.

Além do assunto da diversidade no mercado de trabalho, Sheryl compartilhou sua experiência no desenvolvimento da resiliência. Há poucos anos, o marido dela faleceu, e ela teve que lidar com o luto e para conseguir seguir produzindo teve que desenvolver sua resiliência. Sheryl deu conselhos para quem passa pela situação de estar do lado de uma pessoa com problemas. "Geralmente, quando uma pessoa em nosso local de trabalho está passando por uma situação difícil nós tiramos trabalho dela. Mas percebi que tirar o trabalho de alguém é dizer que ela não consegue mais fazer aquilo. Trabalhando com Mark (Zuckeberg) descobri que é importante nós mostrarmos que a pessoa está fazendo um bom trabalho, mesmo em um momento difícil. Isso nos dá mais força e motivação" explica.

Sobre essa situação de superação, a COO do Facebook escreveu o livro Option B. No livro, ela explica como podemos transformar a tristeza, falha ou perda em um momento de crescimento.

A primeira palestra do segundo dia, foi com Fredrik Härén, autor sueco e especialista em criatividade empresarial. Fredrik falou sobre a importância da criatividade em um líder, o quanto é importante desenvolver a criatividade dos funcionários. Ele definiu uma ideia como uma pessoa pegando duas coisas conhecidas e transformando em algo novo. Agora, a percepção das ideias é a habilidade do mercado de observar que a indústria muda. Fredrik usou a ideia do próprio livro, que combina livro e um





espaço para anotações. E conseguiu vender três vezes mais do que qualquer livro sobre negócios. Em seu discurso, Fredrik diz que devemos procurar incentivar as pessoas a tomarem decisões criativas. Como líderes, devemos procurar sempre incentivar a criatividade.

Andy Stanley, autor, comunicador e pastor, foi a segunda palestra do dia. Seu discurso falou sobre ser um líder excepcionalmente melhor, e o que é ser excepcionalmente melhor. Começa seu discurso dizendo que ao invés de focar somente no que aprendemos com nossos erros, devemos aprender com nossos acertos também. Procurar em nossas decisões o que foi que deu certo e procurar até melhorar o que fizemos de bom. "Normalmente não fazemos uma autópsia em nosso sucesso, criticamos e falamos sobre nossos erros. Porém, também olhar para onde acertamos, isso pode nos ajudar a prevenir um erro no futuro", explica.

Além disso, Stanley discutiu a diferença que faz um líder que busca sempre o excepcionalmente melhor. O que é o excepcionalmente melhor? É escolher um serviço e entregar um serviço único, que procura fazer o que foi projetado para fazer melhor do que a concorrência. Se for excepcionalmente melhor, as pessoas irão até você pelo seu produto. Toda a atividade compartilha pressupostos. Uma organização bem-sucedida que não está lutando com esse problema não está procurando ser o melhor. As organizações estão sempre procurando sair do pressuposto ou ir além dele.



Então, toda a organização deve reconhecer que precisa mudar sem oferecer resistências. Se observarmos tudo e criticarmos e torcermos o nariz imediatamente, não estamos aprendendo. Um bom líder procura sempre aprender com seus erros, com o mercado e seus concorrentes. Devemos manter os olhos e a mente abertos, e estarmos abertos a novas ideias. Incentivar nossos funcionários a seguir dando ideias pode tornar o negócio excepcionalmente melhor.

A última palestra do segundo dia de Summit, foi com Bryan Stevenson. Bryan é advogado, formado pela Escola de Direito de Harvard, e fundador da Equal Justice Iniciative. Seu discurso falou sobre liderança social. O mundo passa por momentos de divisão, de muito julgar e pouco ouvir e se aproximar das minorias. Bryan Stevenson contou como se aproximaram dele, e o motivaram a entrar na faculdade e ir cursar direito para se aproximar das comunidades mais pobres e ajudar aqueles que não tem quem os defendam.

Bryan fala que líderes conseguem se aproximar dos necessitados e mudar a narrativa, como ele mesmo fez. Temos o poder de mudar a história daquelas pessoas que não tem meios, e plantar sementes para um futuro com mais igualdade. Para alterarmos narrativas, temos que ter esperança que o que fizemos tornou uma vida ou até mesmo o mundo um lugar melhor. Vemos muitas pessoas reclamando da falta de liderança no mundo atualmente, e alguns de nós precisamos nos levantar e liderar.

Um ponto principal da liderança é sair da nossa zona de conforto. Fazer coisas desconfortáveis pode te tornar um líder melhor, por prover ferramentas que você não tinha antigamente. Fazer coisas desconfortáveis te faz alcançar um novo patamar.

Eles contam tudo

sobre os negócios da comunicação na RECORD NEWS

Grandes Nomes da Propaganda

DOMINGO às 10h30

RN RECORD NEWS



Canal aberto: SP 42 / RJ 52 / BH 27 / DF 46 / SC 06
TV por Assinatura: 19 SKY / 78 NET / 55 e 86 VIVO TV
14 OI TV / 14 CLARO TV
Demais localidades e operadoras consulte:
www.recordnewstv.com.br

/portalgnp @ProgramaGNP
grandesnomesdapropaganda.com.br

P&D Comunicação

Apoio:

CONTATO futurelab bureau de tecnologia M|Checon cenografia Adstream

identificação

DE CRACHÁS, CARTÕES E CORDÕES



Cartões Inteligentes
Sistemas RFID
e Tecnologia HDI

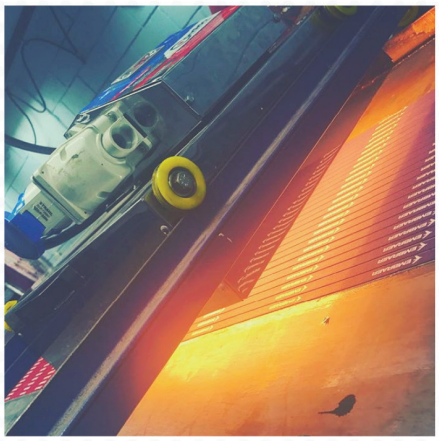


Personalize
a Comunicação
da sua Empresa



Dados Blindados
para Segurança
de Reprodução

Venha Conhecer
as Soluções de
identificação da Activa



Rua Bento Sabino dos Reis, 548
Vila Ema - CEP: 03277-000 - São Paulo
www.activabrasil.com - 11 2024 7374

ACTiVA
solução em identificação