

ProjetoPack®

em revista

TECNOLOGIA, DESIGN, GESTÃO DE EMBALAGENS FLEXÍVEIS, RÓTULOS E IMPRESSÃO

A EFICIÊNCIA DE **CUSTO\$** E SEU IMPACTO NA INDÚSTRIA FLEXOGRÁFICA



25
ANOS

BETA 8



A DIFERENÇA ESTÁ NOS DETALHES

- Sistema para troca rápida de camisa porta clichê e camisa Anilox.
- Sistema "gearless" sem engrenagem com o motor montado no eixo do cilindro central.
- CNC para posicionar o grupo impressor com motores de encoder absoluto.
- Estrutura do grupo impressor em chapa de aço laminado e revestida com chapa de aço inox.
- Mancais de impressão c/ duplo fuso de esfera e dupla guia linear.
- Ajuste de pressão progressiva.
- "POWEROFFSET" – Registro de cores com ajuste de pressão nos clichês com a impressora parada.
- Doctor blade com sistema exclusivo de regulação e revestimento antiaderente.
- Lubrificação centralizada automática programada.
- Controle remoto sem cabo.
- "Sistema Ecopower" de controle da secagem entre cores para reaproveitamento da energia.
- Dupla calandra de resfriamento.
- Troca automática de Entrada e Saída p/ diâmetro máximo de 1 metro.
- Conjunto de elevador para carga e descarga de bobinas.
- Sistema a Laser para alinhamento das bobinas.
- Sistema de troca simultânea automática com controle da emenda.
- Dispositivos elétricos e eletrônicos montados em um container climatizado.
- Unidade Central de água para controle da temperatura do tambor central, motor principal e das calandras.
- Sistema de vídeo inspeção com auto registro.
- Sistema de autolimpeza totalmente automático com viscosímetro automático acoplado.
- Carros para porta Doctor blade e depósito de coletores de tinta, transporte de balde tinta e transporte de camisa porta clichê e Anilox.
- Mesa de prova.
- Assistência técnica remota via internet.
- Gerenciador de produção.



Acesse o nosso canal e assista o vídeo da Beta 8.

FLEXOPOWER
Technology

FLEXOPOWER IND. COM. E REPRESENTAÇÕES LTDA.

Av. Paranapanema, 458 - 09930-450 - Jd. São Judas Tadeu - Diadema - SP
Tel/Fax: 55(11) 4043.4230 - depto.vendas@flexopower.com.br - www.flexopower.com.br



Tubominas
36
Anos
Inovação e Qualidade

LINHAS DE PRODUTOS E APLICAÇÕES:

Indústrias de Plástico, Indústria de Papel, Indústrias Têxteis, Indústrias Pirotécnicas, Siderúrgicas, Formas Circulares para a Construção Civil, Fitas Adesivas, Fitas de Arquear, Barricas de Papelão, Cantoneiras de Papelão.

Há 36 anos no mercado, a **Tubominas** é uma empresa inovadora que investe sempre em tecnologia e inovação, para desenvolver e entregar produtos com alto padrão de qualidade, praticidade e eficiência.

O tubete para indústrias de plásticos é um dos produtos pioneiros da Tubominas. Fabricamos tubos de papelão com diversos comprimentos, diâmetros e espessuras, visando atender as necessidades específicas de nossos clientes, de acordo com as características exigidas pelos diferentes setores industriais.

Fabricamos tubos de papelão em lâminas de papel prensado, multifoliado e usando adesivos aquosos, livres de solventes orgânicos, resultando em um produto 100% reciclável.

Opcionalmente, os tubetes podem ainda ser personalizados de acordo com as preferências do cliente, quanto ao projeto, dimensões, impressão da logomarca e acabamento, que pode ser plastificado, resinado, usando papel kraft pardo, branco ou colorido.

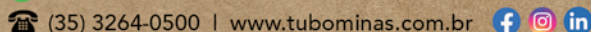
Dentre os segmentos que utilizam este tipo de tubete estão as **indústrias de embalagens plásticas, sacolas e sacos plásticos, filmes de polietileno, filmes de PVC, filmes de BOPP, papel celofane, bobinas plástico bolhas e outros.**

*A história da **Tubominas** reflete uma jornada de crescimento, caracterizada pela inovação e dedicação contínuas.*

Endereço: Avenida Elói Mendes, 281 – Distrito Industrial
Elói Mendes – MG – CEP: 37110-000

(35) 99749-5608 | (35) 99943-0006 | (35) 99852-0002

(35) 3264-0500 | www.tubominas.com.br



ISO 9001:2015
BUREAU VERITAS
Certification



Tubominas

EDITORIAL, POR AISLAN BAER

Já dizia Benjamin Franklin: “Tem cuidado com os custos pequenos! Uma pequena fenda afunda grandes embarcações.” Uma verdade incontestável que permeará não apenas a pauta desta edição 96 da ProjetoPack em Revista, mas também em grande parte o programa do nosso evento de 23 de agosto deste ano, o Flexo Roadmap 2023, em São Paulo.

Especialmente à indústria flexográfica, um sistema de impressão analógico de alta complexidade e sofisticação, “perder a mão” dos custos – *que escoam todos os dias pelos dedos da gerência sob a forma de aparas, retrabalhos, desperdício de insumos, desgaste prematuro de acessórios e máquinas, quebras, devoluções dos clientes, materiais danificados no manuseio, transporte, acondicionamento ou no limbo do estoque intermediário, nos tempos de acerto alongados, nos acertos desperdiçados por atravessamentos ao programa de produção, nas aprovações em máquina, no turnover, nas paradas no processo* – é algo fácil e corriqueiro à maio-

ria dos convertedores de banda larga, média ou estreita.

Ainda nesta edição você encontrará informações e análises preciosas sobre inovação nas colunas fixas da PackTech Ventures e Neuraflow, redigidas por Leila Malta e André Gazineu, respectivamente (saiba mais sobre o programa de inovação da Avery Dennison com a Leila, e sobre o impacto da publicidade tabu na atenção e retenção da atenção do consumidor).

Temos ainda articulistas convidados – diretores de associações-chave da indústria de embalagens, rótulos e gráficas – bem como especialistas em áreas adjacentes à gestão de uma indústria gráfica e/ou convertedora, que contribuem individualmente com um tijolo base para a construção deste enorme e sólido edifício de conhecimento, tão importante aos nossos estimados leitores e às empresas em que atuam.

Aproveitamos a moda da I.A. para criar uma sessão totalmente produzida e ilustrada por duas inteligências artificiais – claro, com a nossa curadoria prévia; os tex-

tos são gerados no ChatGPT, revisados pela equipe e ilustrados no MidJourney. Foi uma forma prática de testar o potencial das ferramentas. Os resultados são impressionantes, mas ao menos, por ora, nossa preferência é pelo talento e criatividade humana (talvez para coisas mais elementares como postagens em mídias sociais e resumos, o computador seja mais rápido e eficaz, mas não em textos tão técnicos e de nicho como os nossos).

Esperamos que a leitura seja proveitosa e que lições importantes possam ser apreendidas e incorporadas à rotina. Até breve!

**AISLAN BAER**

Fundador e CEO da
ProjetoPack & Associados;
Co-fundador da
Inovagraf; Editor Chefe
da ProjetoPack em
Revista; Especialista em
impressão e embalagens

Anuncie na ProjetoPack em Revista

A ProjetoPack em Revista é uma publicação especializada no mercado de conversão e impressão de embalagens flexíveis, etiquetas e rótulos, a mais respeitável revista técnica do segmento no país.



Para mais informações,
acesse o site

+55 11 3258-7134
revista@projetoack.com

Descubra seu **NX advantage**

Veja o que os provedores de serviços de flexografia ao redor do mundo já sabem... que o sistema **Kodak Flexcel NX** aumenta o impacto nas prateleiras e controla custos de produção, permitindo uma incrível melhora no desempenho da impressão, na qual se pode confiar diariamente.

Para saber mais sobre esta tecnologia transformadora, visite kodak.com/go/flexcel_nx

Cores consistentes.
Simplicidade comprovada.
Impressão Excepcional.



© Kodak, 2015. Kodak e Flexcel são marcas registradas da Kodak.



Revendedor Autorizado de Soluções **Kodak**

falecom@zanatto.com.br
www.zanatto.com.br
Curitiba (41) 3362-1415
São Paulo (11) 3775-2727
Porto Alegre (51) 3337-7637



8	A EFICIÊNCIA DE CUSTOS E SEU IMPACTO NA INDÚSTRIA FLEXOGRÁFICA
22	O IMPACTO DA PUBLICIDADE TABU NA ATENÇÃO DO CONSUMIDOR
30	CUSTO <i>VERSUS</i> VALOR <i>VERSUS</i> INOVAÇÃO
34	A TRIVIALIDADE DA EXCELÊNCIA
38	NOVOS CONTORNOS NA APREENSÃO DE PASSAPORTE E DE CNH POR DÍVIDA
40	“INOVAÇÃO ABERTA: OS SEGREDOS DOS PROGRAMAS CORPORATIVOS COM STARTUPS”
48	O ORÁCULO CHATGPT COMENTA O TEMA “TENDÊNCIAS DE EMBALAGENS”
52	FLEXÍVEIS, UMA INDÚSTRIA MADURA, TECNOLOGICAMENTE EQUIPADA E EMPODERADA PELA INOVAÇÃO
58	GERENCIANDO CUSTOS, PRODUTIVIDADE E PESSOAS NA INDÚSTRIA GRÁFICA
60	OS PRIMÓRDIOS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA: FAÇO SABER, POR ORDEM DE D. MARIA I, A LOUCA!

ProjetoPack®
em revista

Rua Borges de Figueiredo, 303
Edifício Átrio Giorno
Conj. 611 - Mooca - São Paulo/SP
CEP 03110-010

Edição 96 • Ano XVI
Publicação bimestral

EXPEDIENTE

Editor

Aislan Baer

Diretor de conteúdo

Prof.º Lorenzo Baer

Gerente de marketing

Andrea Gomes

Gerentes de contas

Deise Moraes
Roberto Lemes
Marcelo Fechio
Wellington Gomes

Projeto Gráfico

Patrícia Barboni (be.érre design)

Diagramação

Fábio Menchini

Revisão dos textos

Jorge Mussolin

Imagem de capa: Shutterstock

Comitê editorial

André Gazineu
Prof.º Antônio Cabral
Prof.º Bruno Cialone
Débora Higino Sodré
Erasmio Fraccalvieri
Guilherme França
Joaquim Moraes
Leila Malta
Liliana Rubio
Prof.º Lincoln Seragini
Marco Marcelino
Nestor Pires Filho
Rafael Melo Pedreira
Raquel Reolon
Wagner Delarovera
Wilson Paduan
Wilson Ramos Júnior

Contratos de publicidade e assinaturas

Para assinar ou adquirir edições anteriores e para participar como patrocinador da publicação, contate-nos:
revista@projetopack.com
(11) 3258-7134

Não é permitida a reprodução total ou parcial de textos ou matérias publicadas sem a prévia autorização da ProjetoPack em Revista. Para análise e autorização da reprodução, contatar a publicação por e-mail em **atendimento@projetopack.com**. Todos os artigos são assinados por seus autores e não refletem necessariamente a opinião desta revista.

Lâminas Cortantes Steelserv em parceria com a **LUTZ BLADES ALEMANHA**

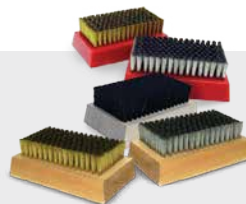


- ✓ Aço carbono
- ✓ Aço inox
- ✓ Fio revest titânio
- ✓ Fio revest cerâmica
- ✓ Fio revest tungstênio

W5.com.br

A **Steelserv**, em parceria com a **Lutz Blades Alemanha**, oferece uma gama completa de lâminas cortantes, capazes de fazer **cortes mais precisos e com maior agilidade em diferentes materiais**. Lâminas em aço carbono; inox; revestimento de titânio, tungstênio e cerâmica: cada uma para uma **necessidade diferente**.

TEMOS OPÇÕES EXCLUSIVAS PARA REFILE, REBOBINADEIRAS, EXTRUSORAS, ESTILETES E, AGORA, TAMBÉM PARA O RAMO DE RÁFIA.



DISTRIBUIDORA
EXCLUSIVA NO BRASIL:



Se você está procurando aliar qualidade e custo-benefício, já sabe onde encontrar. Entre em contato:

+55 (11) 3675-3053
vendas@steelserv.com.br



Rua Tito, 1.021
Vila Romana | São Paulo/SP
steelserv.com.br

@steelserv
oficial.steelserv
steelserv





Impressora Flexográfica **BOBST**, modelo **Master M5**

A EFICIÊNCIA DE CUSTOS E SEU IMPACTO NA INDÚSTRIA FLEXOGRÁFICA



AISLAN BAER

Fundador e CEO da
ProjetoPack & Associados;
Co-fundador da
Inovagraf; Editor Chefe
da ProjetoPack em
Revista; Especialista em
impressão e embalagens

Nos últimos meses, ao longo das nossas atividades de consultoria, percebemos um maior temor com o declínio gradual e contínuo das margens dos produtos impressos por parte de todos os nossos clientes, em especial na área de flexografia. Há uma dificuldade cada vez maior em repassar os aumentos dos custos, e a única forma de amenizar o problema é aumentar a eficiência da operação industrial: reduzir os tempos mortos, as perdas e o consumo de materiais em todas as etapas do processo produtivo.

Talvez você me pergunte: - Por quê a indústria flexográfica têm sentido mais este impacto?

A resposta, muito provavelmente, é uma soma de fatores. Um maior número de competidores em relação a outros sistemas de impressão, como a rotogravura e a impressão digital, é um deles. Mais ofertantes em disputa quase sempre resulta em menor valor percebido aos demandantes.

Outro aspecto não menos importante é que este maior número de competidores são indústrias relativamente mais novas do que as gráficas offset ou de rotogravura (já comento a diferença em relação às gráficas e convertedoras voltadas aos sistemas digitais), e que ainda estão engatinhando no tema de precificação e pós-cálculo. Isto é, em sua maioria, o que fazem é seguir o preço da concorrência ou baixá-lo sem critério técnico algum.

No caso das gráficas munidas, total ou parcialmente de sistemas digitais, há uma precisão de cálculo maior do que as indústrias flexográficas (claro, há exceções à regra), uma vez que a maioria dos equipamentos possui recursos bastante precisos na estimativa do custo por metro quadrado impresso por trabalho executado – o que julgo ser uma das vantagens reais dos sistemas digitais, em relação aos analógicos. Boa parte das indústrias flexográficas sequer possui um software

de gestão que compile as informações de custos por O.P. (planilhas de Excel podem fazê-lo, mas não com o grau de automação e, por conseguinte, a confiabilidade e velocidade necessários).

A flexografia é um sistema de impressão complexo e dotado de uma profusão de elementos (variáveis a serem controladas, portanto): clichês, fitas adesivas dupla-face, lâminas raspadoras, vedações, cilindros ou camisas anilox e porta-clichês, além dos substratos, tintas e solventes, comuns à maioria dos demais sistemas analógicos de impressão.

Quanto maior o número de variáveis em um processo ou sistema, maiores os custos. Não apenas os custos ligados à compra, manutenção ou reposição por dano e desgaste pelo uso, limpeza e armazenagem dos componentes – insumos e ferramental – mas também por paradas de máquina ligadas a estes elementos.

Olhar os apontamentos impressos ou eletrônicos de uma indústria flexográfica diz muito sobre o sistema: além dos universais códigos de parada para acerto, encontraremos limpeza de clichês, recolagem de clichês, troca de lâmina raspadora, ajuste de secagem, troca de vedações, limpeza de tambor central e mais algumas dezenas de eventos como esse, característicos da flexografia.

Cada parada como essa gera, além do custo direto com hora-homem e hora-máquina (e o custo de oportunidade de estar se faturando uma certa quantidade de produtos a uma dada margem de contribuição), invariavelmente perdas industriais – quer sejam aparas lisas ou impressas, quer sejam impressos inaceitáveis ao cliente, que serão rejeitados em etapas subsequentes (revisão, por exemplo) ou, no pior cenário, expedidos e reclamados ou mesmo devolvidos. Há ainda o custo de retornar a máquina ao seu “ponto ótimo de produção” a partir do instante da parada.

Um número maior de variáveis em um sistema requer operadores

"Quanto maior o número de variáveis em um processo ou sistema, maiores os custos. Não apenas os custos ligados à compra, manutenção ou reposição por dano e desgaste pelo uso, limpeza e armazenagem dos componentes – insumos e ferramental – mas também por paradas de máquina ligadas a estes elementos".

qualificados, aptos a diagnosticar e implantar soluções rápidas e assertivas, contingenciando perdas físicas e tempos mortos. Como vimos na edição anterior, a indústria flexográfica vive hoje seu pior momento em termos de disponibilidade de mão de obra qualificada – fenômeno que agrava a geração de perdas e, desse modo, os custos envolvidos.

Em um ciclo vicioso e acachapante, a erosão das margens diminui também possibilidade de pagamento de salários e benefícios melhores, resultando em aumento do turnover (rotatividade de pessoal, que também gera custos), baixa atração e retenção de talentos e verbas para qualificação dos colaboradores. Em síntese, no nível do chão da fábrica trabalhar em

CUSTOS



www.clicheriab Blumenau.com.br



**CLICHERIA
BLUMENAU**
Soluções em Flexografia

Fornecedor líder de serviços de
pré-impressão de alta performance e
gravação de clichês flexográficos para
indústria de embalagens.



Automatização



Alta Consistência
e Repetibilidade



Retículas
Customizadas



Tecnologia
e Inovação



12 Unidades



Rastreabilidade



7 Especialistas
em Flexografia



18 Gravadoras
Flexográficas



Envolvimento
Circular

NOSSAS CERTIFICAÇÕES



MEMBROS:





flexografia acaba tornando-se algo de baixo retorno financeiro, face à complexidade e sofisticação que o métier exige.

Impressores mais juniores, em que pese sem o devido treinamento e mentoria, acabam sendo naturalmente mais improdutivos. Isto é, imprimem uma menor quantidade de material a cada turno, com níveis de perda maiores e com maior consumo de materiais, além de danificar mais grave e recorrentemente a máquina, seus acessórios e ferramental.

As indústrias quase sempre reagem à perda de capacidade produtiva ampliando o seu parque fabril (Capex, Capital Expenditure ou Despesa de Capital), endividando-se.

E, particularmente em momentos econômicos e políticos instáveis como o atual, aumentar a dívida é minar a saúde financeira da empresa no pagamento de juros aos bancos e outras instituições financeiras. Sem-

pre digo que onde se vê três impressoras produzindo, é bem possível que deveria haver apenas uma.

Outro aspecto bastante importante da situação atual em que estamos, e que onera sensivelmente os custos é a pressão por “não perder pedidos”. Há algumas semanas, visitando um cliente de offset no Caribe, o gerente industrial me disse a seguinte frase, ao referir-se às constantes interrupções no programa de produção para acomodar novas demandas imediatas: “em tempos de fome, lagartixa é caça”.

O fato é que a pressão sobre a área de vendas e a política de se vender a qualquer custo acaba incorrendo em algumas situações que impactam na performance da indústria flexográfica:

a) A área comercial acaba aceitando pedidos com lotes médios significativamente menores, sem grande ponderação se a infraes-

trutura industrial atual está apta a produzi-los com eficiência de custos (entenda-se por infraestrutura o número adequado de colaboradores, acessórios e peças sobressalentes para que se possa adiantar um acerto, máquinas com a tecnologia necessária para imprimir lotes reduzidos, bem como a organização e método apropriados);

b) A área comercial acaba prometendo lead times também mais enxutos; o problema é que ao não se “combinar com os russos”, os fornecedores habitualmente não acompanham os novos prazos de entrega (na consultoria, podemos ver um aumento vertiginoso de máquinas paradas por falta de material). Para amainar o problema, os convertedores acabam ou aumentando os seus níveis de estoque de matérias-primas e/ou utilizando as bobinas disponíveis, mesmo que com larguras sensivelmente maio-

WinFlexo

TINTAS FLEXOGRÁFICAS

Empresa especializada na fabricação de tintas a base de água, tintas UV, UV LED, vernizes, adesivos, metálicas e especialidades para flexografia banda estreita. Conheça abaixo nossas linhas:



ADITIVOS BASE ÁGUA



BASIC WIN, MAXX CLASS A,
PREMIUM WIN, FILM WIN, ESPECIALIDADES



TINTAS UV | VERNIZES UV



Sistema de Pantones

A **Win Flexo** disponibiliza a seus clientes um eficiente sistema para cálculo de pantones, o cliente faz a busca pelo pantone desejado e após informa quantos quilos deseja da tinta, assim o sistema apresenta toda a formulação necessária para a obtenção da mesma.

Produzindo Qualidade

Possui uma equipe de consultores especializados para melhor atender a cada expectativa ou necessidade de seus clientes. Nossa equipe está preparada para indicar a melhor solução adequada ao seu processo fabril.

ENDEREÇO PARANÁ



Rua José Mariano Dos Santos, 343
Estância Pinhais | Pinhais | PR
(41) 3667-6112 | 3669-0410

ENDEREÇO SÃO PAULO



Rua Araritaguaba, 285
Vila Maria | São Paulo | SP
(11) 2364-4235



www.winflexo.com.br

res do que a especificação. Nos dois casos, temos um aumento expressivo dos custos.

E, ao utilizar bobinas do estoque em caráter emergencial, aumenta-se também o risco de problemas de qualidade, principalmente no que concerne ao tratamento corona. Bobinas armazenadas há mais de seis meses costumam apresentar níveis de tratamento baixos, podendo gerar perdas (aparas) por falta de ancoragem das tintas ou impactar nos custos de forma indireta, reque-rendo aditivos (promotor de adesão, por exemplo) ou retratamento antes da impressão.

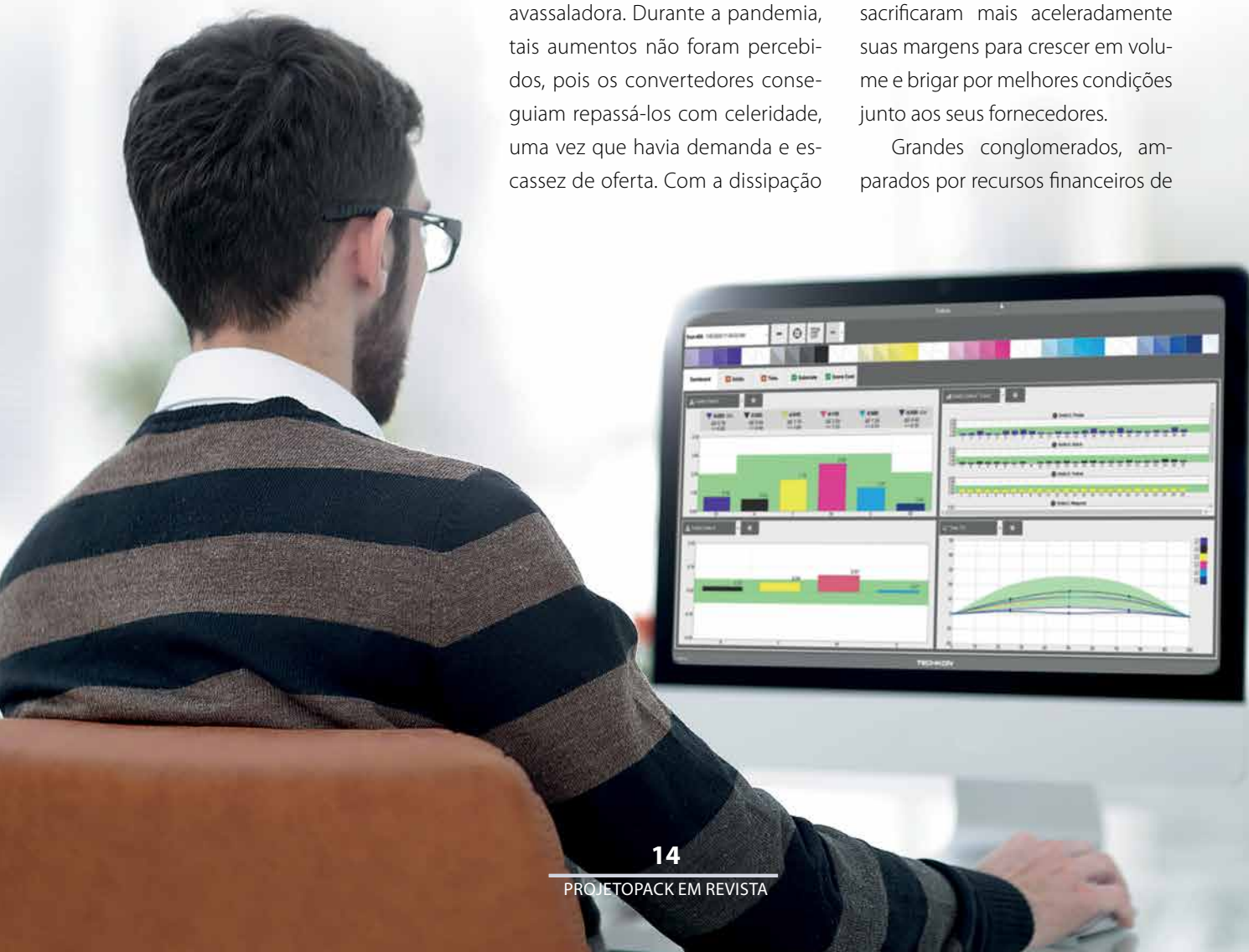
c) Atender o cliente a qualquer custo também implica em produzir com menos previsibilidade; isto é, “quando o cliente pede”. Os atravessamentos ao programa mestre de produção tem um custo imensurável, principalmente quando já foi executada a operação de setup externo (adiantamento dos itens para o próximo serviço). Hora-homem, hora-máquina, tinta formulada que volta ao estoque temporariamente, movimentação de materiais dentre outros gastos acabam sendo absolutamente desperdiçados.

Os custos das principais matérias-primas (tintas, solventes e bobinas) também subiram de forma avassaladora. Durante a pandemia, tais aumentos não foram percebidos, pois os convertedores conseguiam repassá-los com celeridade, uma vez que havia demanda e escassez de oferta. Com a dissipação

da pandemia, a regularização gradual do custo dos fretes, o reequilíbrio até a contração da demanda (em parte, pela erosão do poder de compra dos consumidores, endividados e desempregados), os convertedores começaram a sentir seus efeitos deletérios nas margens de contribuição.

A indústria convertidora vem respondendo a este aumento na participação das matérias-primas nos custos totais de fabricação de várias maneiras. Uma delas é aumentando a escala e, em razão disso, o poder de compra. Muitos convertedores e transformadores de embalagens flexíveis e rótulos sacrificaram mais aceleradamente suas margens para crescer em volume e brigar por melhores condições junto aos seus fornecedores.

Grandes conglomerados, amparados por recursos financeiros de





The Measure of Quality.

Você está pronto para isto?

Qualidade.

Todo mundo exige, todo mundo espera. Todo mundo oferece. Mas para os convertedores, a questão é: como entregar um excelente produto com lucratividade? Você deve começar com qualidade.

Se você é como a maioria dos impressores hoje em dia, está mais ocupado do que nunca. Com clientes obcecados por alta qualidade a preços baixos, sua tarefa é entregar ambos – trabalho após trabalho. Mas a qualidade não tem um botão liga/desliga: você tem que trabalhar para isso em cada tiragem. É aí que entra a Apex: **nós tornamos sua vida mais fácil.**



GTT Anilox
Int'l Patent



Technical
Innovation
Award



Technical
Innovation
Award



ABFlexo
Quality
Award



ABFlexo
Top 10
Supplier

QUALIDADE: GRAVAÇÕES GTT^{2.0} E ULTRACELL O premiado GTT continua a ganhar elogios por combinações chapados/traços, tinta branca, opacidade e previsibilidade de trabalho.

QUALIDADE: CAMISAS HD Você sabia que a Apex fabrica suas próprias camisas? Nós construímos as nossas camisas com as tolerâncias TIR / OD mais estreitas. Usamos anéis de aço inoxidável que não são colados, mas mecanicamente ancorados.

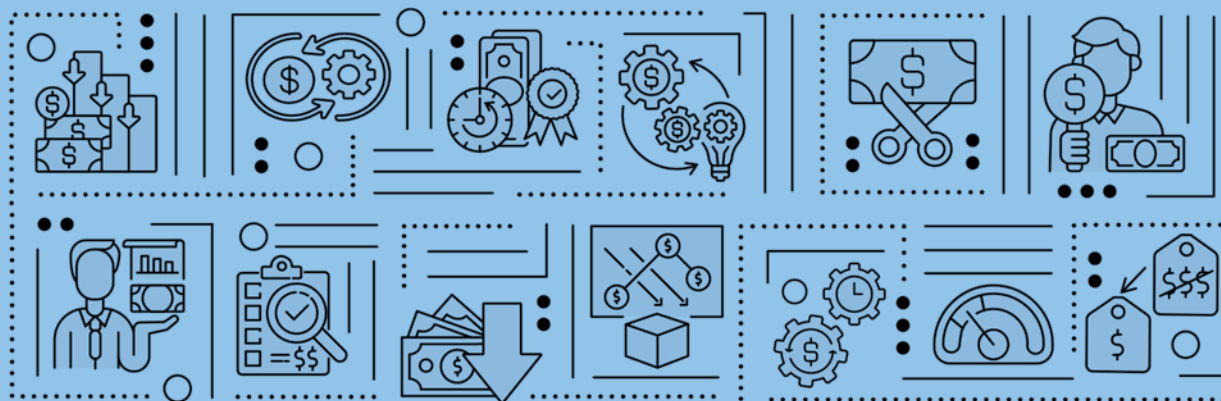
Internamente nossas camisas são resistentes a líquidos para combater a corrosão e a dilatação. Confiáveis, regráveis, precisas e duráveis.

QUALIDADE: SERVIÇOS Não apenas fabricamos e vendemos anilox, trabalhamos para garantir seu sucesso contínuo com nossos produtos.

Compartilhamos nossa experiência em flexografia e soluções em webinars, artigos e à moda antiga – pessoalmente ou telefonicamente.

Deixe-nos provar o porquê a Apex é Sinônimo de Qualidade.





fundos de investimento estão aproveitando o momento para escalar via aquisições. Para estes grupos capitalizados, é possível garimpar no Middle market por empresas com volume incremental e margens relativamente melhores do que as suas próprias.

Toda essa situação caótica que estamos falando, e que converge para uma baixa eficiência dos custos às indústrias flexográficas, também passa por um aumento do risco. Os donos e acionistas do nosso setor acabam por se expor a riscos maiores, com retornos consideravelmente menores. E isto, obviamente, muda profundamente uma série de dinâmicas que afetam o segmento.

A análise de risco para concessão de crédito às indústrias flexográficas, por exemplo, acaba sendo mais criteriosa por parte das instituições financeiras (e também pelos fornecedores). A própria dinâmica do Valuation (a estimativa de valor de uma empresa no momento da compra ou venda) é contaminada.

Pode parecer estranho o que vou dizer agora, mas com a economia global andando de lado em praticamente todos os ativos exis-

tentes – de ações, fundos, imóveis até mesmo ouro e criptomoedas – a economia real passa a ter naturalmente uma maior atratividade aos investidores qualificados. Portanto, todos os aspectos supracitados e este último devem atribuir novo ritmo às fusões e aquisições em nosso segmento neste, e nos anos vindouros.

Alguns novos hábitos herdados na pandemia também merecem um breve comentário, justamente por impactar na eficiência de custos da indústria flexográfica, tema do artigo.

Um deles é o afastamento do profissional de vendas em relação ao dono da marca (tema este muito bem ilustrado por uma profissional de vendas em artigos anteriores, a





SIEGWERK

Líder global na comercialização e desenvolvimento de tintas para embalagens flexíveis.

A Siegwerk fornece tintas de impressão, vernizes e primers.

Orientamos como alcançar eficiência e segurança em suas embalagens através dos nossos três pilares:

Orientação e suporte, performance de tinta e segurança de produto.



Orientação e suporte

Buscamos reduzir a complexidade de sua operação através de produtos inovadores de alta tecnologia, baseado em nossa experiência global no mercado de embalagens flexíveis.



Performance de tinta

Formulamos tintas de impressão de alto desempenho visando a melhoria dos seus processos e produtos.



Segurança de produto

Oferecemos produtos que garantam total segurança quando a proteção contra riscos regulatórios e contaminação do produto é necessária.

INK, HEART & SOUL



R. Luiz Lawrie Reid, 454/490 - Diadema - SP
+55 11 3568-6500 | www.siegwerk.com



Raquel Reolon). A nova realidade, agora mais “remota”, diminuiu a possibilidade de visitas presenciais de representantes comerciais e vendedores nas dependências do cliente, que prefere tratar dos temas por conferências virtuais ou serviços mensageiros como o WhatsApp. Visitar menos o cliente traz inúmeras consequências ao negócio:

a) Perde-se a percepção da sua participação com respeito à demanda total do cliente, assim como quais os novos entrantes que estão sendo homologados ou experimentados naquele momento;

b) As visitas comerciais muitas vezes servem como “assistência técnica preventiva”, antecipando possíveis problemas decorrentes de mudanças na equipe, nos equipamentos e no processo produtivo do cliente, que exigiriam eventualmente adequações nos produtos;

c) O custo de dizer não diminui, quando não se está cara a cara com o vendedor. Este talvez seja o principal efeito negativo desta nova

realidade de chamadas de vídeo, muitas vezes sem vídeo. Ao comprador, ficou muito mais fácil dar uma negativa ao fornecedor ou, ainda pior, pedir coisas literalmente inexecutáveis. O próprio papel do representante comercial está em transformação, em função deste aumento significativo dos custos e a dificuldade de performar bem.

O outro hábito digno de nota é o das compras online, que cresce-



ram e alçaram um novo platô quando os consumidores não podiam sair de suas casas e os comércios encontravam-se fechados ou parcialmente fechados. O aumento do e-commerce no Brasil e no mundo mal acostumou as pessoas a entregas imediatas. Entre o momento do pedido, do pagamento (cada vez mais instantâneo com tecnologias como a compra através de um clique e o PIX), e do recebimento da mercadoria, esperar mais do que um dia inteiro é desconfortável e até antiquado, démodé.

Pode parecer que não, mas este super imediatismo afeta toda a indústria, o que inclui os produtos

que não são comercializados no varejo eletrônico. Não basta mais ser eficiente no tempo de entrega, é preciso mais do que isso. É preciso ser "on time" (na hora). E isto também gera incremento nos custos.

Não poderíamos deixar de mencionar um dos maiores vilões nos custos totais das operações: a carga tributária brasileira, uma das mais altas do mundo – um verdadeiro grilhão no pé do empresariado. Apesar do debate sobre a reforma tributária, o clima geral (tanto para a sua aprovação na câmara no segundo semestre como para a eficiência econômica da propositura final), não é dos melhores. O atual gover-

no têm um viés declarado a favor do inchamento da máquina pública, o que invariavelmente traduz-se em aumento de gastos e impostos para cobrir os déficits (além de eventuais malabarismos contábeis e fiscais).

Navegar em meio a estes mares turbulentos exige um novo posicionamento por parte das indústrias flexográficas. Uma gestão sólida, técnica, estratégica e interdisciplinar para a apuração, monitoramento e controle dos custos em todas as suas facetas. Requer ainda a atração e retenção de talentos e o desenvolvimento de lideranças.

Sempre costumo dizer que o primeiro passo em direção a este



LAMINADORA SOLVENTLESS

NOSSOS PRODUTOS:

- Lavadora de Clichê
- Lavadora de Anilox
- Lavadora de Peças
- Viscosímetro Automático
- Recuperadora de Solvente
- Rebobinadeiras/Refladoras
- Bombas de Tinta
- Filtros Magnéticos
- Montadora de Clichê
- Dosador de Adesivos
- Sist. de Limpeza Automático



www.viscoflex.com.br
vendas@viscoflex.com.br

(41) 9.9896-7984
(41) 3364-7853



novo modelo de gestão é entender que uma indústria flexográfica não vende impressos, mas horas e frações de horas de máquinas e linhas de produção (fluxos produtivos), e que precisa encontrar, de forma ininterrupta, clientes e projetos dispostos a pagar o melhor possível por esta capacidade instalada.

Parece ser uma mudança de conceito simples, mas não é. Ao tratar uma gráfica ou convertedora como uma fábrica de produtos personalizados (o que, tecnicamente, está correto), abre um leque infinito de desculpas para aceitar a improdutividade: “esta arte é única e complexa”, “este material é complicado de rodar”, “este cliente é mais exigente”, e assim por diante.

É preciso tirar a passionalidade do chão da fábrica e gerir por números e resultados. Colocar a eficiência de custos no centro da gestão. Parar de olhar os setores de uma forma compartimentada, quase feudal, e discutir seus resultados de uma maneira sistêmica – discutir como cada um pode contribuir para maximizar a eficiência de custos da operação.

Em poucos anos, não mais do que uma década, o CMV – o Custo da Mercadoria Vendida, ou simplesmente tudo o que uma empresa gasta para comprar, produzir e estocar seus produtos até o instante da venda – saiu de 35% a 45% para exorbitantes 55% a 65% para a maioria das indústrias flexográficas, sejam

elas atuantes na banda larga, média ou estreita. A forma de salvaguardar o que restou das margens não está fora da indústria, mas dentro dela.

Este ano, completamos 18 anos (a maioria, portanto), assessorando indústrias flexográficas e de todos os demais sistemas de impressão no Brasil, e em cerca de 20 outros países, a melhorar a sua eficiência de custos e a rentabilidade do negócio em si. Dá trabalho, é estressante, mas é perfeitamente possível. Se você ainda não conhece o nosso trabalho e gostaria de aprofundar esse debate iniciado aqui neste artigo, entre em contato com a nossa equipe e saiba como podemos ajudar a sua empresa a superar estes desafios. ■

Com tesa® Flexo



tesa.com

Aponte a camera do seu celular e baixe gratuitamente um conteúdo exclusivo com os **4 Desafios da Impressão**



NOVIDADE
COLUNA
NEURAFLOW

O IMPACTO DA PUBLICIDADE TABU NA ATENÇÃO DO CONSUMIDOR



ANDRÊ GAZINEU

Engenheiro de produção pela PUCRS com pós em gestão da produção e qualidade na IMED, mestrando em ciências matemáticas na UPF. Passagem pela Ipiranga Produtos de Petróleo, é atualmente engenheiro de produção na Plastimarau e ministra engenharia de produção na CESURG. andre.gazineu@acad.pucrs.br

Para onde quer que olhem, os consumidores estão expostos às informações de marcas. Somos expostos a dezenas de milhares de anúncios todos os dias. Esse ambiente publicitário saturado deixa as marcas competindo constantemente pela atenção do cliente. A batalha pela atenção limitada torna mais importante do que nunca, para os profissionais de marketing **entender o que chama a atenção do consumidor**. Descobrir como as pessoas visualizam as informações da marca em um anúncio, o que atrai sua atenção mais rapidamente, o que prende seu interesse e como isso se traduz em lembrança da marca, pode ser uma tarefa árdua.

A publicidade provocativa, apresenta imagens visuais chocantes que abordam temas tabus na sociedade, é uma maneira de se destacar, frente a tanta competição. Temas tabus demonstraram aumentar a

atenção e a retenção de informações publicitárias. No entanto, esse aumento de atenção tem sido mais frequentemente avaliado por métodos qualitativos ou questionários. Para quem entende de epistemologia, utilizar questionários para pesquisas voltadas a foco de atenção é algo duvidoso. Pode ocorrer o viés de seleção, em que os respondentes podem não ser representativos da população em estudo, o que invariavelmente leva a resultados imprecisos e não generalizáveis. Ou o viés de resposta, em que os entrevistados podem não responder com sinceridade, seja por causa do desejo de agradar o pesquisador, seja por causa do medo de julgamento ou de outras razões. Ainda teríamos o viés de interpretação e questões limitadas.

Felizmente, os avanços na tecnologia de pesquisa de marketing, como o Eye tracking, permitem a medição direta da atenção aos es-

tímulos publicitários. Custa caro? Sim, carríssimo. Mas irei discorrer sobre alternativas.

As percepções do consumidor sobre tabus na publicidade afetam diretamente a capacidade de um anúncio de atrair e manter a atenção focada em informações importantes, como imagens de produtos e marcas. Além disso, avaliamos o impacto geral dos tabus na lembrança, juntamente com a forma como as medidas de atenção fisiológica contribuem para a lembrança da marca.

A literatura contém muitos termos relacionados a temas tabus na publicidade, provocação, publicidade ofensiva, apelos de choque, tabu e publicidade controversa. As-

suntos ou comportamentos tabus são aqueles considerados proibidos ou não mencionáveis em público ou por uma companhia educada.

Quando um anúncio viola uma norma tabu, ele gera reações de provocação, ofensividade ou controvérsia, embora a ofensividade seja mais ampla, pois os consumidores podem ser ofendidos por uma execução publicitária ou pelo produto anunciado. Os anunciantes usam intencionalmente apelos de choque para ofender os consumidores e atingir os objetivos de comunicação, como o de uma maior conscientização a um dado tema. O tabu é uma construção mais focada, mas um tema tabu pode gerar a reação chamada provocação, ofen-

sividade ou controvérsia, ou ainda criar apelos de choque.

Uma vez que um tabu envolve a proibição da discussão pública de um assunto, a publicidade tabu é definida como anúncios que incorporam temas tabus por meio de imagens, palavras, comportamentos, situações ou assuntos provocativos proibidos por normas sociais ou códigos morais, a fim de promover um produto que não é tabu.

A publicidade tabu é comum. Por exemplo, produtos de moda não são tabus, mas quase um terço da publicidade de moda de luxo transgredir algum tipo de tabu. **É corriqueiro no universo da moda propagandas que façam alusão à violência sexual, por exemplo.**



Há mais de três décadas
entregando excelência
em insumos para flexografia



Lâminas raspadoras
Fitas dupla face acolchoadas 3M
Lâminas de refil • Solução para limpeza de anilox



Único fabricante na América do Sul com tecnologia sueca de lâminas raspadoras auto-afiandes para Rotogravura e Flexografia.



Distribuidor Autorizado
Produtos para Flexografia

(11) 4221-9913
www.steelknife.com.br



TABU NA PUBLICIDADE

Os tabus podem ser universais ou específicos da cultura. Assuntos tabus comuns incluem sexo, nudez e erotismo; violência; morte; vulgaridade e obscenidade; e tabus religiosos. Publicidade tabu apresentando sexo, nudez ou erotismo tem recebido algum interesse de pesquisa.

O erotismo leve é definido como nudez total ou quase total, combinada com atividade sexual aberta, mas sem mostrar a genitália, e é mais comum do que a publicidade altamente erótica. Acredita-se que os consumidores em geral achem sexo, nudez e erotismo menos provocativos do que no passado. No entanto, as atitudes do consumidor em relação ao sexo e nudez preveem suas percepções de ofensividade publicitária.

Algumas pesquisas mostraram que sexo e nudez levam a atitudes mais positivas em relação ao anúncio. **Outras pesquisas mostraram que sexo e nudez podem aumentar o interesse, mas diminuir as avaliações. Em um novo cenário, pesquisadores descobriram que imagens sexuais explícitas em listagens do eBay aumentavam o tráfego, mas diminuía os lances vencedores.**

Um segundo tipo de publicidade tabu apresenta violência. A violência é definida como ameaça ou força aberta contra uma vítima, como dano físico, abuso emocional, dano material ou estrutural, ou

símbolos associados a danos.

Anúncios que transgridem tabus inerentes à violência, como violência contra mulheres ou estupro, podem enfraquecer tabus ao mostrar repetidamente as suas violações. A publicidade tabu altamente violenta diminui as atitudes da marca e as intenções de compra. Uma forma branda dessa publicidade tabu apresenta violência cômica.

Alguns tabus publicitários violam as normas sociais contra a vulgaridade ou obscenidade. Vulgaridade envolve linguagem grosseira, enquanto obscenidade envolve referências a funções corporais, como funções excretoras, infecções, doenças ou parasitas. Adicionar linguagem vulgar ou obscena à publicidade aumenta a atenção sustentada em termos de processamento elaborativo.

Ainda há os tabus da publicidade que violam tabus religiosos. Os tabus religiosos normalmente

"As percepções do consumidor sobre tabus na publicidade afetam diretamente a capacidade de um anúncio de atrair e manter a atenção focada em informações importantes, como imagens de produtos e marcas".

envolvem o uso inapropriado de símbolos, espirituais ou sagrados, objetos ou rituais. Foi demonstrado que o uso de símbolos religiosos na publicidade aumenta as avaliações entre alguns consumidores fortemente religiosos, mas diminui as avaliações entre outros consumidores fortemente religiosos. Diferenças sobre se o anúncio transgrediu tabus religiosos podem explicar esses resultados contraditórios.



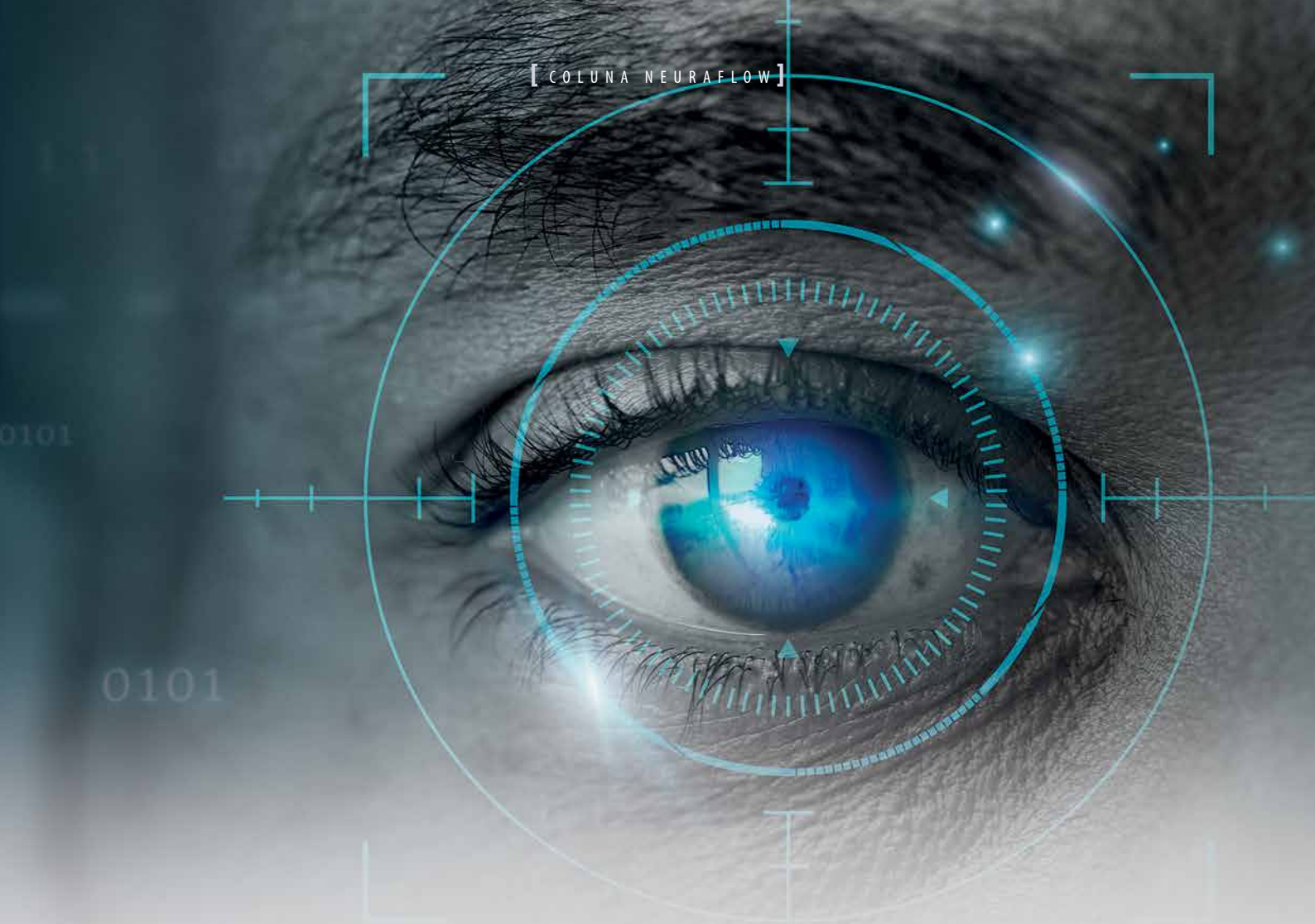
SurePress[®] L-6534VW

Impressão digital de rótulos e etiquetas
com verniz digital brilhante e/ou fosco simultâneos



Converse com nossos especialistas e conheça
essa inovação em impressão digital para label.

VISITE www.perfilcg.com



COMO ESTUDOS COM EYE TRACKING E O ALGORITMO DA NEURAFLOW SE ENCAIXAM NISSO?

Os pesquisadores de publicidade geralmente definem a atenção como a capacidade de atrair o espectador a processar um anúncio colocado em um ambiente ou contexto geral.

No desenvolvimento do algoritmo da Neuraflow, foram utilizados muitos proxies de atenção como informatividade de uma imagem, excitabilidade e relevância. Devido à concorrência de marcas em um mercado moderno e desordenado, muitas vezes há mais informações acessíveis no ambiente de publicidade do

que um receptor pode processar com eficiência.

Diante dessa competição, a atenção visual desempenha um papel fundamental no que os consumidores percebem e escolhem processar. Dada a importância da atenção na captação de respostas a estímulos visuais, a aplicação de métodos de rastreamento ocular permite aos pesquisadores medir diretamente os anúncios e componentes de anúncios aos quais os consumidores dedicam sua atenção.

O algoritmo de Neuraflow foi treinado com milhares de imagens de resultados reais de Eye tracking. As métricas de rastreamento ocu-

lar lançam luz não apenas sobre a atenção visual e o envolvimento da atenção por meio do número de fixações e da duração do tempo gasto na visualização, mas também sobre a eficácia de um anúncio ou elemento publicitário em atrair a atenção inicial com o tempo até a primeira fixação.

Todavia, percebemos durante o desenvolvimento que apenas tempo de fixações não basta. Da mesma maneira, o tempo para a primeira fixação tem sido usado para aproximar o quão bem um elemento atrai a atenção, uma vez que os olhos são atraídos e fixados em áreas que são surpreendentes, salientes ou relevantes.

CONCLUSÃO

A utilidade da publicidade tabu continua a ser debatida, pois a crescente concorrência global incentiva os anunciantes a ultrapassar os limites para atrair a atenção às suas mensagens publicitárias. Possivelmente você, leitor(a), terá alguma opinião sobre a utilização da publicidade tabu.

Por um lado, porque assuntos tabus são impensáveis em público, constrangedores ou ofensivos; a publicidade tabu pode desencorajar fixações, avaliações favoráveis ou retenção de memória. Em apoio a esse argumento, foi demonstrado que anúncios que violam tabus produzem atitudes negativas em relação ao anúncio, atitudes de marca,

intenções de compra, ou reações negativas gerais. Da mesma forma, as notícias da televisão com imagens que provocam nojo impactaram negativamente a memória de reconhecimento em comparação com o controle e outras imagens que provocam raiva ou medo.

Minha opinião é de que a publicidade tabu envolve uma tentativa deliberada de chamar a atenção por meio da criação de anúncios diferenciados que eliminam a confusão competitiva. Embora muitas vezes repulsivos, os consumidores são despertados e curiosos sobre as transgressões de tabus na publicidade. Essa maior atenção deve facilitar a elaboração e retenção da mensagem, e beneficiar as atitudes da marca.

Fica evidente que a publicidade tabu produz maior interesse e melhor recordação. Outro ponto é que dentro dos componentes do anúncio, é possível analisar quais símbolos ou elementos estão retendo por mais tempo, e com maior qualidade, a atenção dos consumidores. Elementos como o logotipo, por exemplo, que podem ser isolados através do algoritmo da Neuraflow.

Existem outros fatores determinantes da atenção visual. Características incluindo complexidade visual, originalidade e familiaridade podem influenciar a atenção visual dos consumidores. É possível mensurar essas características criando modelos mais precisos, utilizando machine learning e deep learning. ■

Ganhe alta produtividade com baixo custo operacional.

DANTEX
GROUP



A Dugraf traz para a América Latina, o novo lançamento digital da Dantex, uma das maiores marcas do mundo em equipamentos gráficos de última geração. É uma novidade que chega abrindo infinitas possibilidades de crescimento para empresas brasileiras de flexografia, com o melhor custo-benefício do mercado. **Fale com a Dugraf!**

DANTEX PICOJET 1200S HYBRID
Lançamento Mundial

DANTEX uma das maiores marcas do mundo em **FLEXOGRAFIA DIGITAL**.

Master Dealer
DUGRAF DIGITAL
Print the Future

Agende uma +55 (11) 91294-6142
apresentação: +55 (31) 99800-1218

[dugrafgroup.com/
dugraf-digital](http://dugrafgroup.com/dugraf-digital)





CUSTO *VERSUS* VALOR *VERSUS* INOVAÇÃO

A pretensão do título deste texto é trazer à tona aquele que considero um dos maiores dilemas dos gestores das indústrias fabricantes de embalagens. Dosar, na medida correta, o “sempre presente” programa de redução de custos, mantendo a atenção a todos os movimentos que adicionem valor ao que se fabrica, sem deixar escapar as oportunidades de inovação que pululam diariamente à frente. Trata-se, realmente, de uma tarefa hercúlea! Desconheço a existência de alguma fórmula mágica para transformar essa angustiante situação num caminho iluminado que permita chegar à solução. Quero, portanto, convidar o leitor e a leitora a refletirem sobre esse assunto.

Contabilidade de Custos (o Mun-

do dos Custos) é o tradicional sistema utilizado para controlar as empresas e há uma série de normas e leis que precisam ser obedecidas. Uma das mais aguardadas situações organizacionais é quando são apresentados os resultados mensais consolidados exibindo um desempenho positivo. É, sem dúvida, um momento de felicidade!

Por outro lado, sempre à espreita, há mais um Plano de Redução de Custos que objetiva, segundo quem o implantou, dar sequência ao trabalho anterior porque se trata de um procedimento contínuo. Algumas perguntas se repetem: por que tantas cores na impressão? Por que usar essa estrutura de embalagem que é superdimensionada?

Melhores resultados, talvez, pudessem ser obtidos se fosse lançado



ANTONIO CABRAL

Coordenador dos Cursos
de Pós-Graduação em
Engenharia de Embalagem e
em Indústria 4.0
Centro Universitário do
Instituto Mauá de Tecnologia
(CEUN/IMT)
antonio.cabral@maua.br
acdcbra@gmail.com

um olhar crítico sobre as estratégias que embasam os indicadores utilizados. Por exemplo, se a empresa comprou um equipamento para concorrer no mercado de grandes tiragens, sem se dar conta de que os exigentes consumidores privilegiam marcas que constantemente mudam as versões dos seus produtos, pode ser que o tempo de set up não seja mais um indicador crítico.

Ser eficiente (produzir bem), e conduzir uma salutar gestão dos custos é essencial, mas essa atitude pode levar a decisões equivocadas se não se pensar na eficácia (entregar os pedidos nos tempos corre-

tos), que pertence ao mundo dos ganhos. No limite, fechar a fábrica pode eliminar definitivamente os custos industriais, mas essa não parece ser a vontade dos acionistas.

Contabilidade de Ganhos (o Mundo dos Ganhos) é o “outro lado” da contabilidade de custos (mundo dos custos), porque é focada na adição de valor como explicam NOREEN e colaboradores (1996)¹, num livro clássico que aborda o tema sob o ponto de vista da Teoria das Restrições (em inglês, *Theory of Constraints* - TOC).

Segundo eles, quando se trabalha focado apenas na eficiência de

todos os equipamentos, sem olhar de forma sistêmica e crítica para a restrição (equipamento com menor capacidade que dita o ritmo do processo), é possível que o resultado seja aumentar o estoque em processo. Explico: primeiro, há que se modelar a sequência das operações envolvidas num processo (com os tempos de entradas, processo e saídas), e não considerar cada uma delas isoladamente. Os estoques intermediários também devem fazer parte desse modelo. Feito isso, a restrição é identificada com facilidade e nela devem ser concentrados todos os esforços da gestão, porque ela

Produtos de qualidade e excelência para o mercado de Solventes

Nossa Gestão de Qualidade dos Processos possui Certificações ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001.

- Solventes Propílicos (NPP)
- Solventes Flexo
- Solventes Roto
- Solventes para linha cerâmica
- Solventes industriais

Tudo com uma assistência técnica **personalizada** para atender as **suas necessidades!**



contato@uniplastic.com.br
(19) 3404-3240
(19) 98373-0134
uniplasticindustria

Rua Abelardo Pinto de Lemos, 2258
Distrito industrial São Lucas II
Rod. Limeira/Cosmópolis - Limeira/SP



uniplastic

mkt

pode interromper o fluxo de processos, grande responsável pela adição de valor ao negócio.

Empresas que seguem a TOC controlam: o pulmão na frente da restrição para assegurar que ela não fique vazia; o tempo de uso e o tempo parado na restrição porque isso significa ganho; o pulmão de expedição para ter certeza de que os produtos demandados foram entregues a tempo. Elas priorizam administrar o fluxo de caixa (mundo dos ganhos) a controlar meticulosamente os custos de cada etapa da produção (mundo dos custos). Nelas, os gerentes executivos passarão a avaliar seus gerentes de produção pelo lucro que geram, e não somente pela eficiência com que trabalham.

Uma pergunta: você, leitor ou leitora, recolocaria em operação um velho equipamento, com pouquíssimo uso nos últimos tempos, que faz as mesmas funções do gargalo, e que trabalha com eficiência ao redor de 50%, para atender a uma nova demanda urgente de um cliente, apresentada por ele “justamente agora

que o gargalo está trabalhando *full*”? Minha resposta: sim! Atender à demanda esporádica (ser eficaz e ganhar \$\$), é mais importante do que ser eficiente (perder o pedido em nome da eficiência). Essa lógica pode e deve ser sempre discutida, mas não me parece correto ouvir “não, porque o custo de operar aquele equipamento é muito alto”. Ora, se o custo de operar é maior do que o do gargalo, mas haverá um incremento no ganho, por que rejeitar a proposta? E os futuros pedidos que poderão vir como consequência desse bom atendimento ao cliente?

Inovação, tema abordado em detalhes pelo Manual de Oslo², é definida como *“um produto ou processo novo ou aprimorado (ou combinação deles) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade, e que foi disponibilizado para usuários po-*

tenciais (produto), ou colocado em uso pela unidade (processo)”.

Inovar nem sempre custa caro. No entanto, em função das exigências de tempo a que todos os profissionais são submetidos atualmente, tem sido cada vez mais difícil gerar ideias que possam se transformar em valor. É preciso conclamá-los a sair da velha “caixa de sugestões” e criar Ambientes BA³, entendidos como aqueles em que há “um contexto compartilhado em movimento no qual o conhecimento é compartilhado, criado e utilizado”.

Em síntese, numa empresa fabricante de embalagem, a inovação não pode ser tratada “solta como um balão à mercê dos ventos”, nem focada apenas em um dos dois mundos (ganho ou custos). Ela deve ser vinculada a ambos e deve ser

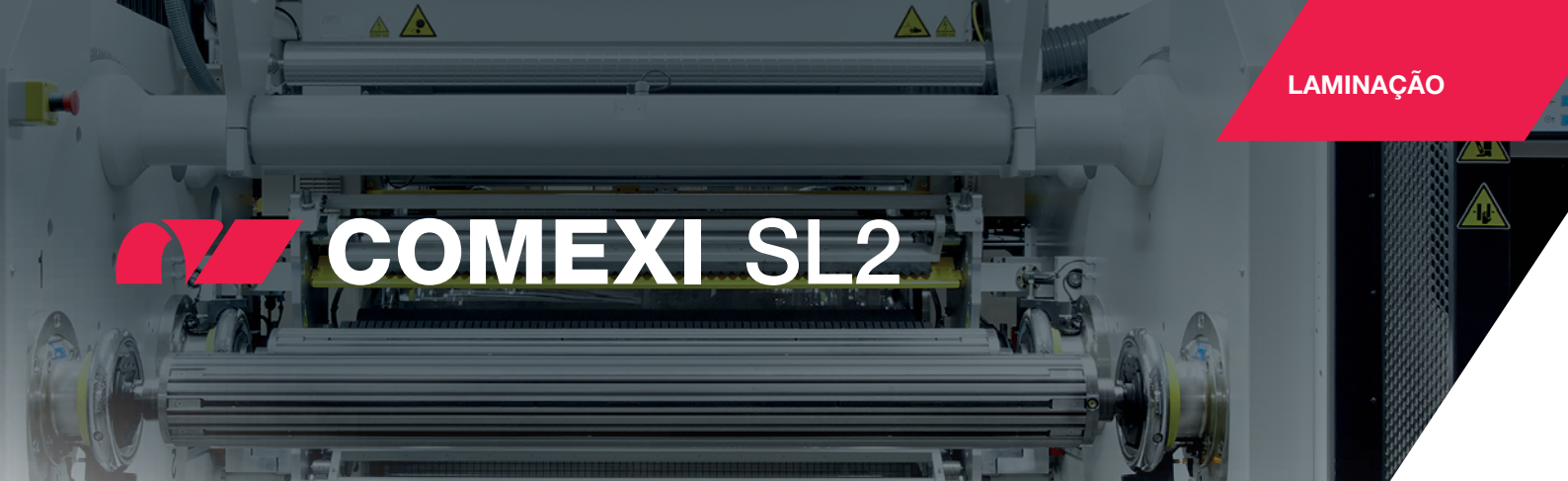
tratada com especial olhar ao valor que pode gerar. Como dito no início deste texto, não existe fórmula mágica! ■



¹ NOREEN, E.W.; SMITH.D.; MACKEY, J.T. A Teoria das Restrições e suas implicações na contabilidade gerencial: um relatório independente. Tradução: Claudiney Fullmann. São Paulo: Educator, 1996.

² OSLO MANUAL - GUIDELINES FOR COLLECTING, REPORTING AND USING DATA ON INNOVATION. 4TH EDITION - disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018_9789264304604-en, último acesso em 10 de abril de 2023.

³ TAKEUCHI, H. e NONAKA, I. - Gestão do Conhecimento, tradução de Ana Thorelli. Porto Alegre : Bookman, 2008. 320p.



COMEXI SL2

A solução perfeita para laminações sem solvente



Excelente aplicação

A motorização independente no corpo aplicador permite variar as diferentes velocidades entre os rolos aplicadores, dosificador e alimentador, podendo trabalhar com qualquer tipo de adesivo. Além disso, agiliza a operação de limpeza minimizando os tempos de setup.



Produtividade

A Comexi SL2 possui diferentes configurações possíveis com os desbobinadores e rebobinador sem eixo e ou com trocas automáticas em qualquer de suas posições.



Rápido Setup

A tecnologia de camisas no rolo dosificador minimiza o esforço do operador facilitando a troca de trabalho (setup) que é realizada na própria máquina, graças ao seu exclusivo design.



Flexo Printing · Offset Printing · Digital Printing · Laminating · Slitting · Digital Services

Comexi Brasil Rua Buarque de Macedo nº 4499, Bairro Faxinal,
CEP 95780-000, Montenegro, RS, Brasil
comexi.com · comexitec.com



A TRIVIALIDADE DA EXCELÊNCIA

A excelência é o amontoado de comportamentos que, isoladamente, nada tem de extraordinário.

O mundo atual e sua urgência, sua extrema necessidade de buscar por atalhos, caminhos mais rápidos, "hacks", e toda essa busca constante por inovação e soluções criativas, têm falhado miseravelmente nas ações básicas, nas atitudes primordiais para se obter bons resultados a longo prazo. É muito comum

ouvirmos profissionais de diversas áreas dizendo que o "mercado está saturado"; no ramo da indústria de embalagens não é muito diferente, pois todos têm urgência em resultados, e pouca profundidade em construir bases sólidas. Mas será que o caminho para construirmos negócios de valor é esse?

Existe um antropólogo, chamado Daniel Chambliss, que fez um estudo visando descrever a rotina de atletas olímpicos. Nesse es-



RAQUEL REOLON

Representante Comercial de Embalagens Plásticas Flexíveis. Experiência de 20 anos (15 deles atuando na Gestão Comercial). Formada em Administração de Empresas com Habilitação em Marketing pela PUC-GO, MBA em Marketing e Inteligência de Mercado pelo IPOG e estuda Marketing Digital
raquelreolon@hotmail.com
 Instagram: @raquelreolon_embalagens
 Linked In: Raquel Reolon



Bellissima
DMS
ULTRA
HIGH-DEFINITION
FLEXO



Tecnologia de formação de retículas em tom contínuo, sem as famosas “rosetas”. Os pontos são modulados por frequência, causando aparência de impressão digital.

Benefícios

- ✓ Aparência visual equivalente a 137 LPC
- ✓ Qualidade de imagem inigualável!
- ✓ Fácil imprimir e controlar na impressora
- ✓ Impressão de qualquer tipo de trabalho
- ✓ Pontos de altas luzes abaixo de 1%
- ✓ Eliminação do moiré e da roseta



TECNOLOGIAS
PARA SUA **EXCELENTE**
IMPRESSÃO



tudo, após observar essas pessoas que vivem em alta performance e evolução constante, ele chegou a uma conclusão óbvia, porém que chamou a atenção de muitos, que é: **A excelência é trivial**. Simples assim. Daniel diz que se fizermos um filme com a vida desses atletas, a maioria das pessoas vai dormir ao assistir, vai achar muito chato, pois é uma rotina repetitiva: todos os dias eles fazem a mesma coisa, acordam cedo, comem as mesmas coisas, treinam muito e dormem. Repetidamente, dia após dia, é isso o que eles precisamente fazem por muito tempo.

Trazendo esse pensamento para a realidade da indústria, fica mais fácil saber onde não devemos falhar. Se o departamento de vendas fizer o básico: ter uma agenda, fazer anotações, não esquecer de dar retorno, atender seus clientes com cordialidade e agilidade, ter organização, escrever corretamente e resolver problemas, já vai se destacar e – arrisco até a dizer – estará com certa folga à frente da maioria dos seus concorrentes.

A alta performance é uma estratégia para que consigamos fazer o mais simples repetidamente por bastante tempo. Não devemos atribuir o fato de ser simples à incapacidade desse básico gerar excelentes resultados.

Uma indústria de embalagens vai se destacar se conseguir manter uma rotina de repetição fazendo o básico bem-feito. É nesse momento que logramos fazer parcerias de qualidade com clientes que valorizam quesitos que vão além do preço mais baixo.

É bom e necessário que você conheça mais a fundo tudo o que o rodeia, que busque inovar, se atualizar, mas é na rotina ordinária, por mais simples ou “insignificante” que ela pareça ser, que você encontrará o sentido extraordinário do seu trabalho e da sua vida.

Já dizia o filósofo Aristóteles: “Nós somos o que fazemos repetidamente. A excelência, portanto, não é um ato, mas um hábito”. ■

"Uma indústria de embalagens vai se destacar se conseguir manter uma rotina de repetição fazendo o básico bem-feito. É nesse momento que logramos fazer parcerias de qualidade com clientes que valorizam quesitos que vão além do preço mais baixo".





A qualidade que a sua empresa precisa!

A **PP Filme** oferece filmes técnicos funcionais para a sua empresa, que potencializam processos e aumentam resultados.

É o caso do PP Filme Cirúrgico, ideal para o uso odontológico, médico e hospitalar, criado por blendas de polipropileno de qualidade, esse produto possui ótima selabilidade e é resistente à temperatura.

Ligue agora no **(11) 4514-9597** ,
ou envie mensagem para **contato@ppfilme.com.br** ,
e **aumente suas vendas hoje.**

Siga-nos no **@pp_filme.**



NOVOS CONTORNOS NA APREENSÃO DE PASSAPORTE E DE CNH POR DÍVIDA



A inadimplência financeira pode gerar consequências desagradáveis, entre elas, a apreensão do passaporte e da Carteira Nacional de Habilitação (CNH) como forma de garantia do pagamento da dívida. Essas medidas coercitivas já existiam na lei, mas com a confirmação da sua constitucionalidade pelo STF, é provável que sejam mais usadas pelos tribunais. É importante lembrar, no entanto, que os direitos dos cidadãos precisam ser respeitados.

O Supremo Tribunal Federal (STF) julgou recentemente a constitucionalidade da aplicação de medidas coercitivas para o cumprimento de ordens judiciais. Entre essas medidas está a apreensão da Carteira Nacional de Habilitação (CNH) e do passaporte.

O Código de Processo Civil (CPC), em seu art. 139, IV, prevê que o juiz pode tomar medidas atípicas para assegurar que a ordem judicial seja cumprida, inclusive a apreensão da CNH e do passaporte.

Após análise da ação, o STF decidiu pela constitucionalidade do inciso IV, do art. 139 do CPC. Segundo a Corte, os magistrados têm a prerrogativa de fazer valer suas decisões, mas devem agir com proporcionalidade e razoabilidade na aplicação dessas medidas.

De acordo com a Lei, a apreensão do passaporte e da CNH pode ser solicitada pelos credores em caso de inadimplência por parte dos devedores. A medida tem como objetivo forçar o pagamento da dívida, já que impede o devedor de viajar para o exterior ou dirigir um veículo.

No entanto, a medida é controversa e tem gerado muitas críticas. Há quem acredite que a apreensão de documentos é uma forma de coação e que fere o direito de ir e vir dos cidadãos. Além disso, muitos especialistas questionam a eficácia da medida, argumentando que ela não é capaz de solucionar o problema da inadimplência.

Estas críticas são superadas pelos parâmetros adotados pelos tribunais, em especial, a excepcionalidade da medida, sendo utilizada apenas quando as vias típicas não viabilizarem a satisfação do crédito, bem como os devedores possuírem condições favoráveis à quitação do débito.

Recentemente, o Tribunal Superior do Trabalho (TST) adotou um novo entendimento em relação às medidas executivas atípicas. De acordo com a decisão, essas medidas devem ser aplicadas especialmente em situações em que há indícios de que o devedor possui sinais exteriores de riqueza, o que pode sugerir ocultação patrimonial. Essa mudança foi feita no processo de número TST-ROT-1087-82.2021.5.09.0000.

Esse mesmo entendimento também foi adotado pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ/SP). Na decisão do TJ/SP, foi determinado que a medida só pode ser aplicada em casos pontuais, após a adoção de outras medidas menos graves que não tiveram efeito na quitação do crédito. Além disso, deve haver indícios de que o devedor possui patrimônio capaz de saldar a dívida em questão. A decisão foi tomada no processo de número A.I. nº 2254675-26.2022.8.26.0000, em que foi verificado que o devedor mantinha um padrão de vida incompatível com a ausência de bens demonstrada nas pesquisas.

Conclui-se, que a decisão recente do STF estabelece que a suspensão do passaporte e da CNH como medidas para garantir o cumprimento de decisões judiciais só deve ocorrer em situações excepcionais e será cancelada assim que o devedor pagar a dívida. Isso significa que, embora essas medidas possam ser tomadas para garantir o cumprimento de uma ordem judicial, os direitos dos cidadãos devem ser sempre respeitados. ■



MARCELO FONSECA BOAVENTURA

Advogado, Sócio do Escritório Fonseca Boaventura Advogados, Mestre em Direito Pela PUC/SP, Professor Universitário, Juiz Conselheiro do Conselho Municipal de Tributos do Município de São Paulo 2010/2014, possui Trabalhos Publicados pela Editora Revista dos Tribunais e em revistas especializadas.
boaventura@fboaventura.com.br



contato@packtechventures.com
www.packtechventures.com

No último dia 08 de março, participamos do **AD Stretch Day**, promovido pela Avery Dennison. O AD Stretch é um programa global para a aceleração de startups que apresentam soluções para o setor de rótulos e etiquetas. Nesta primeira edição do programa, 200 aplicações de startups foram avaliadas, provenientes de mais de 35 países, e que buscaram responder a seis desafios propostos pela empresa, organizados em 3 pilares:

- Maximização das experiências de consumidores:

(1) Conectando consumidores a marcas através de novas experiências;

(2) “Menos é Mais” para consumidores e marcas.

- Cadeias de valor sustentá-

veis, responsáveis e eficientes:

(3) Rotulagem e embalagem sustentáveis;

(4) Aprimorando a sustentabilidade do desperdício de alimentos através da rotulagem e embalagem.

- Materiais e embalagem 2.0:

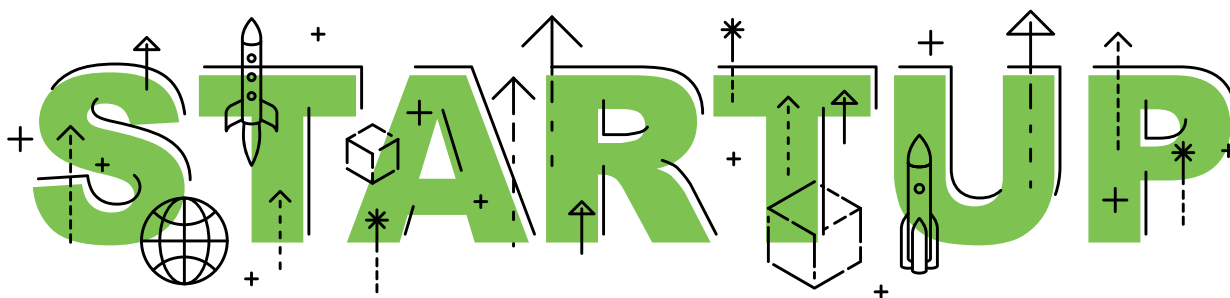
(5) Confiável e conectado;

(6) O futuro da embalagem e do delivery.

Algumas soluções apresentadas durante o evento, baseadas em software, são claras evoluções de soluções já existentes e utilizadas em outros setores econômicos, como o uso de plataformas e realidade aumentada associadas a smart tags, e/ou aplicadas à gestão da informação. Entretanto, destacamos três startups que foram além do lugar comum:

Arylla – fundada em 2016, na cidade de Kitchener, Canadá, e atualmente baseada em Milão, Itália, utiliza uma tinta proprietária para imprimir identificadores (tags) “invisíveis” (como QR Codes). Qualquer smartfone pode se conectar a essas tags, sem demandar o download de novos aplicativos. Sua plataforma de tags integra-se com software de terceiros, oferecendo p.ex. novas experiências ao cliente, combate a falsificação de produtos, e melhorias na rastreabilidade. Segundo a startup, trata-se de uma solução 10 vezes mais barata e muito mais escalável do que outras alternativas (p.ex. etiquetas NFC). Para maiores informações, visite o site: <https://www.arylla.com/>;





Varcode – fundada em 2014, em Israel, e atualmente baseada no estado de Illinois, EUA, traz uma solução completa para rastreamento de variações de temperatura ao longo do tempo, durante o transporte e armazenamento de produtos sensíveis a essas variações. O sistema de coleta de dados da Varcod é composto por: Smart Tag™ proprietário, dinâmico, personalizável e patenteado; aplicativo para smartphone; e sistema de gerenciamento habilitado para blockchain, baseado em nuvem. Trata-se de uma importante evolução tecnológica para o acompanhamento de mudanças de temperatura na cadeia logística. Para maiores informações, visite o site: <https://www.varcode.com/>;

FL Technology – proveniente do sudeste asiático, sua equipe combinou a ciência de materiais poliméricos com a fisiologia de plantas, para então criar um nano material que pode, simultaneamente remover o etileno gerado no processo de amadurecimento de frutas, e, com isso, inibir o crescimento de bactérias que causam seu apodrecimento. **Nota:** não foram encontradas informações de contato desta startup (website ou email), e o programa também não disponibilizou maiores informações.

O programa **AD Stretch** se diferencia de outros programas de inovação aberta devido ao seu foco: ao invés de buscar soluções para os seus próprios problemas técnicos, operacionais e/ou administrativos, a Avery Dennison buscou soluções para ajudar seus clientes a resolverem problemas, criando valor para o seu negócio. Este é um dos melhores exemplos de programa que temos em andamento no nosso setor econômico, e que nós – da PackTech Ventures™ – buscamos desenvolver e fomentar na nossa região.

COMO AUMENTAR AS CHANCES DE SUCESSO DE PROGRAMAS DE INOVAÇÃO ABERTA?

Há quase 20 anos comecei a trabalhar com Inovação Aberta (Open Innovation): integrei a equipe global que pilotou o que hoje se chama Unilever Ventures, braço de investimento em novas ideias, que poderiam resolver problemas da empresa e gerar novos negócios (naquela época, a palavra “startup” não era um jargão comum, embora o conceito de startup e investimento de risco fossem conhecidos há algumas décadas).

Voltei a trabalhar com Inovação Aberta, da maneira como p.ex. o programa **AD Stretch** atua, somen-

te em 2018, após a minha imersão no Vale do Silício. Em parceria com outras consultorias, colaborei com a criação, gestão e operacionalização de programas em empresas como M. Dias Branco, Braskem, Klabin e Roche, e atuei como facilitadora na relação com startups para a Danone. A partir dessas experiências, e da minha vivência em diferentes ecossistemas empreendedores, compartilho aqui observações e recomendações para aumentar as chances de sucesso de programas de Inovação Aberta:

- **Evite desafios genéricos:** a maneira como o desafio é proposto às startups não deve ser genérico demais (um escopo aberto demais, que acaba impactando na qualidade de captação das aplicações de startups ao programa), nem específico demais (a ponto de revelar questões estratégicas e/ou deficiências da empresa). Há uma maneira adequada de se expressar o problema a ser resolvido pelas startups.

No caso do programa **AD Stretch**, acredito que há oportunidades de se aprimorar a redação dos desafios propostos, o que provavelmente vai aumentar a qualidade das aplicações sem reduzir o volume de aplicantes. No setor do Capital de Risco (Venture Capital), há uma regra

VISCOSÍMETROS AUTOMÁTICOS

100% NACIONAIS

ALTA QUALIDADE E TECNOLOGIA



FVC 3000/6000



FVC 7000



FVC 1500

Os viscosímetros automáticos, disponíveis nos modelos **FVC 1500, 3000, 6000 e 7000**, podem controlar de 1 a 10 cores. São equipamentos com a mais alta tecnologia de medição e controle da viscosidade.

Garantia de manutenção da tonalidade e viscosidade da tinta

Controle da viscosidade com visualização em tempo real

Alta precisão e fiabilidade na medição e controle da viscosidade

Medição efetuada diretamente no reservatório da tinta ou em linha

Telas de fácil operação

Economia de tinta

Buscamos soluções para a satisfação e facilidade dos nossos clientes.

FLEXOLINEA
ACESSÓRIOS PARA FLEXOGRAFIA

flexolinea@flexolinea.com.br

Rua Cruzeiro do Sul, 857 • Pinhais • PR • Fone: 41. 3653-2979

www.flexolinea.com.br

empírica de investimento chamada “100-10-1”: é necessário buscar 100 startups, para selecionar ao menos 10 com potencial de negócio para serem nutridas/investidas, para então eventualmente encontrar 1 que vai ter muito sucesso e custear todo o investimento no processo para chegar nessa startup. Por conta dessa regra, o risco de quem investe em startups (como p.ex. investidor Anjo ou Série A) é 99%. Claramente, desafios bem redigidos reduzem o risco envolvido na atração e busca ativa por startups que possam resolver os problemas propostos;

- Selecione startups que você compreende a solução proposta: um conselho que recebi de investidores no Vale do Silício foi o seguinte: “invista somente naquilo que você compreende e tem correlação com o setor econômico que você atua”. Isso não significa que você tem que ser um especialista em toda e qualquer solução para investir nela, mas que você precisa compreender o racional por trás da solução apresentada.

Alguns integrantes da equipe da Avery Dennison, que participaram da seleção das startups aplicantes, comentaram que muitas startups não foram selecionadas porque não conseguiram expressar com clareza do que se tratava a solução, dificultando a compreensão dos selecionadores.

Normalmente, o primeiro filtro de seleção deve ser realizado pelos gestores do programa, e um grupo de opções mais refinado é então apresentado para seleção da equipe

da empresa patrocinadora do programa, com aconselhamento dos gestores do programa na tomada de decisão. Para o setor de Embalagens e Rótulos & Etiquetas, ter um aconselhamento com embasamento tecnológico e mercadológico para essa tomada de decisão, faz a diferença – e, nós fundamos a PackTech Ventures™ para apoiar nossos clientes do setor em seus programas de Inovação Aberta;

- Não divulgue o orçamento para o piloto: o programa *AD Stretch* declara em seu website que até USD 100 mil estariam disponíveis para financiar testes pilotos. Você pode comunicar que os pilotos serão financiados pelo programa, mas não é recomendado divulgar o valor a ser disponibilizado, pois isso retira qualquer possibilidade de flexibilização na seleção de startups que passarão para a fase piloto.

É importante mencionar que, entre a aplicação e a realização do piloto, há uma fase intermediária onde as startups desenvolvem a proposta de teste piloto, sob supervisão dos gestores do programa e especialistas da empresa patrocinadora, e orçam o quanto será necessário para a execução.

Se o programa declara abertamente o limite orçamentário, as startups tendem a orçar valores próximos do limite. Se o programa não declara, forçando o exercício orçamentário por parte das startups, então “folgas” são geradas no orçamento do programa, e isso permite que a empresa patrocinadora possa

selecionar mais startups, que eventualmente ficariam fora da fase piloto por conta do esgotamento do espaço orçamentário.

Eu geri um programa onde o orçamento destinado para a fase piloto pela empresa patrocinadora previa a seleção de até 8 startups; entretanto, por conta do exercício orçamentário das startups na fase de desenvolvimento da proposta de piloto, a empresa patrocinadora conseguiu que mais 2 startups tivessem suas propostas de piloto aprovadas e incluídas na etapa seguinte, somando um total de 10 startups aceleradas no programa;

- Os pilotos devem ter KPIs claros: quando os pilotos são desenhados na fase de orçamento, é vital a determinação de indicadores de sucesso (KPIs) a serem verificados ao final dos testes. Esses indicadores precisam ser numericamente quantificáveis, ou seja, não são válidos indicadores do tipo Sim/Não ou 0/1, e precisam ter limites inferiores e/ou superiores para aprovação. Sem KPIs, pilotos não devem ser aprovados nem executados. A avaliação desses KPIs é o que determina – além do comportamento dos empreendedores – se a relação com a startup deve prosseguir ou não ao término do programa;

- Os colaboradores da empresa patrocinadora precisam estar disponíveis para participar do: a Avery Dennison deu um excelente exemplo de participação de seus colaboradores: desde os C-levels (Vice-Presidências e Diretorias) até os

primeiros níveis gerenciais (incluindo coordenadores), o alto grau de comprometimento e dedicação de todos ficou muito evidente, e seguramente foi determinante para o sucesso alcançado com as startups apresentadas no evento.

Programas de Inovação Aberta são corridas contra o tempo: para o planejamento ser cumprido sem atrasos e dentro do orçamento, a disponibilidade da equipe da empresa patrocinadora é fundamental para facilitar a realização dos pilotos dentro da organização. A gestão macro do projeto e a comunicação dos avanços das atividades junto à liderança da companhia é de responsabilidade dos gestores do programa; entretanto, questões de ordem prática, como p.ex. pagamento de notas de serviço,

autorização de entrada de visitantes nas dependências da empresa, recebimento de materiais para teste etc., são de responsabilidade de membros da equipe da empresa patrocinadora, que devem atuar como facilitadores das startups dentro das empresas, bem como a orientação no desenvolvimento do teste piloto e apoio na discussão dos resultados obtidos. O envolvimento dos colaboradores da empresa patrocinadora nas etapas do programa é um eficiente instrumento de vivência da cultura de inovação dentro das organizações;

- Os departamentos jurídico e financeiro devem ser “ligeiros”:

antes do início do desenvolvimento das propostas de piloto, é mandatório a assinatura de um acordo de confidencialidade entre as partes

envolvidas – ou seja, os representantes legais da startup e da empresa patrocinadora.

Muitas empresas utilizam sistemas eletrônicos, onde um contrato é aprovado em diferentes níveis, chegando à Presidência (dependendo do valor envolvido). Esse tipo de aprovação em programas de Inovação Aberta deve ocorrer num prazo muito pequeno de tempo – no máximo, em 2 semanas. Por isso, todas as pessoas envolvidas no rol de aprovadores precisam ser orientados a priorizar a aprovação desses contratos.

Uma vez que a startup tenha sua proposta de piloto selecionada, um novo contrato de prestação de serviço deve ser assinado entre as partes envolvidas, com o desenho do piloto aprovado em anexo: sem a aprova-

PLÁSTICO BRASIL

FEIRA INTERNACIONAL DO PLÁSTICO

Entre os dias 27 e 31 de 2023, o São Paulo Expo Exhibition & Convention Center, em São Paulo, recebeu a **Plástico Brasil 2023**.

A feira foi uma oportunidade para empresas, profissionais e estudantes do setor de plásticos conhecerem as principais tendências e novidades em máquinas, equipamentos, matérias-primas, tecnologias e serviços relacionados à indústria do plástico, apresentados pelos mais de 800 expositores presentes no local.

Os mais de 51.000 visitantes presentes durante os 5 dias do evento, foram apresentados a aplicações variadas do plástico em diferentes indústrias, tais como embalagens, construção civil, saúde, eletroeletrônicos, entre outras. A feira também contou com palestras e workshops ministrados por especialistas em plásticos, que discutiram temas relevantes e atuais para o setor.

O evento também é uma oportunidade para empresas do setor fecharem negócios, trocarem experiências e se atualizarem sobre as últimas tendências e tecnologias do mercado. Além disso, a Plástico Brasil é uma plataforma de networking para profissionais e estudantes interessados em se conectar com as principais empresas e instituições do setor de plásticos.

A Plástico Brasil 2023 é organizada pela Informa Markets, empresa líder



em feiras de negócios, em parceria com as principais associações do setor de plásticos, como a Associação Brasileira da Indústria do Plástico (ABIPLAST) e a Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ).

Anotem em suas agendas, a **Plástico Brasil 2025** já tem data marcada! Deverá acontecer entre os dias **24 e 28 de março**.

ção desse tipo de contrato, o setor financeiro não consegue aprovar o pagamento de notas de serviço/despesas decorrentes das atividades do piloto. A orientação e coordenação dos colaboradores jurídico e financeiro como facilitadores nesses processos internos são importante para o andamento do programa. Lembrem-se: startups tem fluxo de caixa curto. Não conseguem esperar mais de 30 dias para receber o reembolso de uma despesa. Recordo do programa de uma grande empresa que, devido a uma série de burocracias internas, tardou mais de 6 meses para reembolsar despesas das startups participantes de seu programa. Infelizmente, isso gerou um feedback extremamente negativo sobre essa empresa patrocinadora junto ao ecossistema empreendedor;

- Esclareça a natureza de relacionamento que será criada pós-programa: para evitar mal entendidos ao final do programa e/ou maiores frustrações entre os participantes, deixe claro desde a chamada pública do programa qual será o tipo de relacionamento a ser estabelecido ao término do mesmo.

Há 2 tipos de relacionamentos que podem ser desenvolvidos entre as startups e empresa patrocinadora: sociedade ou fornecimento. Em sociedade, temos a empresa patrocinadora fazendo um *valuation* (estimativa comercial do valor da startup), e fazendo uma oferta de investimento em troca de uma porcentagem do capital social da startup, tornando-se sua sócia (nor-



malmente, minoritária, deixando o controle acionário com os fundadores). No caso de fornecimento, a empresa patrocinadora estabelece um contrato com a startup, que prestará serviços por tempo determinado (p.ex. 1 ano), passível de revisão de extensão contratual ao término do período. Demonstrar clareza e comprometimento na relação a ser desenvolvida ao término do programa é muito valorizado pelas startups, que buscam segurança para investir seus recursos e esforços por vários meses num programa de Inovação Aberta.

OS PROGRAMAS DE INOVAÇÃO ABERTA VÃO SALVAR O CAPITAL DE RISCO?

A situação econômica mundial, agravada pela guerra na Ucrânia no pós-pandemia da Covid-19, fez com que houvesse uma retração no investimento direto em startups – tanto por parte de investidores de risco (investidores-anjo e fundos de investimento), quanto das corporações que possuem unidades de investimento em startups (unidades CVC – *Corporate Venture Capital*).

A falência do Silicon Valley

Bank é considerada como um evento pontual, fruto da má gestão do banco, que afetou a operação de várias startups, mas não afetou o ecossistema empreendedor como um todo. Diante desse cenário, os programas de Inovação Aberta têm demonstrado resiliência, e menor risco financeiro às empresas patrocinadoras em comparação ao CVC: isso é devido às etapas existentes dentro dos programas, bem como sua gestão, que ajudam a direcionar os recursos para as soluções que possuem maior chance de sucesso.

É esperado que mais startups comecem a aplicar a esses programas, em busca de investimentos, e, muitas vezes, da própria sobrevivência. Por isso, é importante trabalhar com os parceiros certos na criação e gestão desses programas. Conte com a PackTech Ventures™ para uma gestão especializada no setor de Embalagens e Rótulos & Etiquetas em programas de Inovação Aberta: entre em contato conosco através do site:

<https://www.packtechventures.com>
ou email:

contato@packtechventures.com ■



ERP especializado para a indústria de embalagens e etiquetas para maximizar a eficiência e apoiar a tomada de decisões em tempo real

Fornecer funções de negócios vitais, como custos, informações de estoque, gerenciamento de pedidos, cotação, planejamento e gerenciamento de produção.



“O Metrics fornece informações e incentiva você a tomar decisões inteligentes, oferece uma visão de números precisos, indicadores que você pode cruzar e distinguir quais produtos precisam aumentar as vendas para aplicar estratégias e garantir que a produtividade esteja na capacidade máxima.”

Lucía Mandragón,
Diretora Administrativa, Grupo Gama



**Solicite
uma demo**



O ORÁCULO CHATGPT

COMENTA O TEMA “TENDÊNCIAS DE EMBALAGENS”



Olá, leitor! Se você é daqueles que adora acompanhar as tendências do mercado, então este artigo é para você. Hoje vamos falar sobre as tendências de embalagens para 2023. O mundo das embalagens está em constante evolução e, cada vez mais, a busca é por soluções que atendam às necessidades dos consumidores e do meio ambiente.

Uma das principais tendências para 2023 é a sustentabilidade. As empresas estão cada vez mais

preocupadas em oferecer embalagens que sejam ecologicamente corretas e que possam ser recicladas ou reutilizadas. Além disso, as embalagens biodegradáveis, que se degradam rapidamente após o descarte, também estão ganhando espaço.

Outra tendência que vem ganhando força são as embalagens inteligentes. Essas embalagens possuem tecnologias que permitem o monitoramento da qualidade dos produtos, a identi-

ficação de possíveis fraudes e até mesmo a interação com os consumidores por meio de códigos QR, por exemplo.

Além disso, as embalagens cada vez mais estão sendo utilizadas como ferramentas de marketing. As empresas estão apostando em embalagens criativas, com designs diferenciados e que chamem a atenção dos consumidores. As embalagens impressas com imagens atraentes e acabamentos sofisticados são um exemplo disso.



A Uniplastic é sinônimo de **alta qualidade, rendimento e comprometimento** com os nossos clientes.

Ao completarmos **25 anos**, lembramos de nossa trajetória e de todos os clientes que fizeram parte dela.

Ao completarmos esse marco, algo que inspira credibilidade e confiança de um mercado que não para de crescer no Brasil e no mundo, a Uniplastic mostra que tem uma capacidade sem igual de se adaptar e evoluir conforme as necessidades!

Para corresponder e manter esta reputação, destacamos:

- Parcerias com líderes globais nos segmentos de Tintas e Solventes;
- Infraestrutura, Capacidade, Instalações modernas e Segurança;
- Equipe de técnicos especialistas em cada segmento, para o acompanhamento de todo o processo produtivo;
- Modernos laboratórios onde se realizam as pesquisas, o desenvolvimento e todo o controle de qualidade, garantindo a performance final dos seus produtos;
- Atendimento personalizado com profissionais qualificados através de Departamento Comercial;
- Gestão de Qualidade dos Processos possui Certificações ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001.



✉ contato@uniplastic.com.br
☎ (19) 3404-3240
(19) 98373-0134
📱 uniplasticindustria

📍 Rua Abelardo Pinto de Lemos, 2258
Distrito industrial São Lucas II
Rod. Limeira/Cosmópolis - Limeira/SP



Outra tendência que deve crescer nos próximos anos é o uso de embalagens flexíveis. Essas embalagens são mais leves, ocupam menos espaço e são mais fáceis de transportar. Ademais, elas são mais versáteis e podem ser usadas em diversos segmentos, como alimentos, cosméticos e produtos de limpeza.

Por fim, vale destacar a impor-

tância da funcionalidade das embalagens. Os consumidores buscam embalagens que sejam práticas, fáceis de usar e que permitam que os produtos sejam armazenados por mais tempo, sem perder a qualidade. Por isso, as empresas estão investindo em embalagens com fechamentos mais seguros e que possam ser abertas e fechadas com mais facilidade.

Enfim, essas são algumas das tendências de embalagens para 2023. Como você pode ver, a sustentabilidade, a tecnologia, o design e a funcionalidade são os principais pilares que devem nortear o desenvolvimento de embalagens nos próximos anos. Fique de olho e acompanhe as novidades por aqui! ■

ChatGPT, Versão 14.

AO EQUIPAR SUA IMPRESSORA
FAÇA A ESCOLHA CERTA,

PRODUTOS LASERFLEX

A melhor jogada!

+ CILINDROS E CAMISAS PARA FLEXOGRAFIA,
Com tecnologia exclusiva e o
melhor suporte técnico.

MÚLTIPLOS PRODUTOS, UM SÓ FORNECEDOR!

LASERFLEX
INDUSTRIAL LTDA



contato@laserflex.com.br



www.laserflex.com.br



+55 (41) 3301-7300

UMA INDÚSTRIA MADURA, TECNOLOGICAMENTE EQUIPADA E EMPODERADA PELA INOVAÇÃO



ROGÉRIO MANI

Rogério Mani é empresário
e Presidente da ABIEF
(Associação Brasileira da
Indústria de Embalagens
Plásticas Flexíveis)
presidente@abief.org.br
www.abief.org.br

Independente do cenário macroeconômico no qual estamos inseridos, cabe às entidades que representam um setor, como a ABIEF, trazer para seus associados *insights* que norteiem estratégias e decisões sobre os negócios e desenvolvimento de novos produtos. E para isso, acompanhar consultorias nacionais e internacionais e garimpar estatísticas e tendências é mais do que necessário.

Sobre números de nossa indústria, pesquisa da MaxiQuim, feita com exclusividade para a ABIEF, indica que o setor sofreu uma queda de 8,5% no faturamento em 2022, fechando o ano próximo a R\$ 40 bilhões. A produção, ao contrário, registrou alta de 1,4%, chegando a 2.170 mil toneladas num universo cuja capacidade pro-

ductiva está estimada em 3.400 mil t.

Os números não mentem e, infelizmente, desvendam uma perspectiva mais conservadora para 2023. Contudo, existem as entrelinhas que, na prática, podem ser entendidas como a análise das tendências. Justamente quando uma indústria não está em seu desempenho máximo é que precisamos estar atentos aos movimentos do principal cliente, o consumidor final.

Pesquisa, recém-divulgada por uma empresa de soluções de software de pré-impressão, indica que as marcas e seus fornecedores de embalagens precisarão se tornar mais ágeis para permanecerem competitivos, e prosperarem diante dos novos desafios do mercado. Por sua vez, os profissionais de embalagem precisarão perpetuar e expandir o relacionamento pessoal entre suas marcas e seus consumidores.

Além disso, para abraçar novas oportunidades será preciso avançar em temas como sustentabilidade. Será preciso ainda maximizar o uso de tecnologias, racionalizar as operações da cadeia de fornecimento, incorporar práticas de design de embalagens alinhadas às tendências, e gerar eficiência.

Especificamente o design de embalagens, as preferências dos consumidores e as tendências tecnológicas devem ser entendidas de forma interligada a fim de criar o mercado do futuro. E este ambiente é – e continuará sendo – influenciado pelo comportamento do consumidor que, por sua vez, influenciará na forma como as

marcas operam. Caberá à tecnologia promover a conexão entre essas marcas, fornecedores, consumidores e seus ambientes.

Cabe ainda entender que quando o assunto é tecnologia, os principais *drivers* para a nossa – e qualquer indústria – serão: automação, análise de Big Data, robótica, embalagens inteligentes e conectadas, realidade virtual e 3D, inteligência artificial e *machine learning*, computação em nuvem, e metaverso. Sem tecnologia, nada se cria e também nada se copia!

E continuamente precisamos lembrar que o mercado, seja ele local ou global, tem sede de inovação, especialmente as ligadas à sustentabilidade e economia circular. E na nossa indústria podemos materializar este desejo em embalagens plásticas flexíveis mono material de alta barreira, embalagens menores e novas tecnologias de reciclagem. E uma das vedetes deste novo cenário é, sem dúvida, a embalagem plástica flexível desenvolvida com material PCR (reciclado pós-consumo).

O mundo pós pandemia é diferente, mas as oportunidades para os flexíveis só aumentaram. Até porque estamos falando de uma indústria madura, tecnologicamente equipada e empoderada pela inovação. É a partir destas ferramentas, e de todo o empreendedorismo de nossos empresários, que certamente driblaremos crises e continuaremos a mostrar nosso potencial de crescimento contínuo e sustentável, com foco em atender às necessidades da sociedade e dos vários mercados. ■

CAST & CURE®

Película Holográfica Reutilizável

Crie acabamentos holográficos em seus substratos impressos, sem precisar de laminação.

Principais Benefícios:

- Aplicação total ou em reserva;
- Prevenção de falsificação com hologramas personalizados;
- Alto valor agregado e custo menor do que outras tecnologias (Ex.: cold foil, laminado holográfico);
- Aplicação em bobinas (em banda estreita);
- Aplicação em diversos tipos de materiais (Couche, BOPP com ou sem apoio);
- Ideal para impressão de etiquetas, rótulos e sleeves termo encolhíveis.

Tipos de padrões disponíveis:

- Holográficos (inclui lentes ou 3D);
- Fosco resistente a atrito.
- Vários padrões (registro);
- Padrão de Segurança.

(11) 2667-0624 | 2476-9759 | 2061-8494

Whatsapp: (11) 98759-7424
atendimento@nathalgraf.com.br

www.nathalgraf.com.br

Rua Vemag, 178 - Ipiranga -
CEP 04217-050 - São Paulo - SP

RÓTULO BULA



SOLUÇÃO PROJETADA PARA O MERCADO AGROQUÍMICO

Rótulos para embalagens do agronegócio além de destacarem a marca do produto, devem conter recomendações e precauções de uso, primeiros socorros, advertências, classificação toxicológica, cuidados com o meio ambiente e dados do fabricante.



Agilidade e exclusividade:
temos um time preparado e qualificado



Produção conforme programação do cliente:
nossa estrutura permite que o prazo de entrega seja definido pelo planejamento do cliente



Excelente printabilidade:
devido à nossa larga experiência, entregamos um produto de alta qualidade



A Mega Rótulos utiliza material adesivo com excelente performance de adesão para embalagens de defensivos agrícolas.

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

- ◆ impressão em até 09 cores
- ◆ aplicação da bula com laminação total ou parcial
- ◆ frontais em BOPP ou couchê
- ◆ liner em filme ou papel (com ou sem numeração)
- ◆ rótulos bula especiais com frontais sobrepostos
- ◆ quantidade de páginas e tamanhos de acordo com o projeto do cliente

☎ (19) 9 8339-4374
✉ vendas2@megarotulos.com.br
☎ (19) 9 8427-0163
✉ vendas5@megarotulos.com.br
☎ (19) 9 8317-1706
✉ vendas3@megarotulos.com.br
✉ vendas@megarotulos.com.br



MEGA
R Ó T U L O S

☎ (19) 3101-0515 megarotulos.com.br

**LUCIANO BEZERRA**

Luciano A. Bezerra é um profissional com mais de 18 anos de experiência na indústria gráfica, com foco em rótulos e etiquetas adesivas. É empresário e administrador da Aaron Rótulos e atual presidente da Associação Brasileira da Indústria de Etiquetas Adesivas, a ABIEA.



GERENCIANDO CUSTOS, PRODUTIVIDADE E PESSOAS NA INDÚSTRIA GRÁFICA

Não é de hoje que a indústria fala em reduzir custos e melhorar a produtividade. Muito sabemos, porém pouco fazemos. Acredito que o primeiro passo é mudar o contexto de reduzir custos e aumentar a produtividade para “gerir custos, produtividade e o principal, pessoas”. Gerir impli-

ca em criar e manter um hábito de excelência, ao passo que reduzir ou melhorar pode ser apenas uma ação isolada, cujos ganhos se perdem no tempo. E, para que se possa gerir algo, é preciso “gerir as pessoas e o seu desenvolvimento de competências nas organizações.

Nosso segmento precisa de um

trabalho de qualificação relevante, para que possa formar uma mão de obra de base em número e qualidade suficientes para sustentar seu crescimento, como citei na edição anterior. É no chão da fábrica que os custos incorrem e geri-los é ferramenta de sobrevivência. É preciso método e um sistema de gestão

integrado, uma boa e completa ferramenta de software que permita o melhor uso do "peopleware".

Na prática, precisamos fornecer recursos para que a equipe possa se sentir capacitada e engajada em suas funções. Sem isso, cobrar metas é algo vazio, desmotivador e insustentável. Além disso, é importante reconhecer as habilidades e experiências individuais de cada colaborador, e colocá-las em prática em benefício da empresa.

Uma das vantagens de se ter um bom sistema integrado é ter uma maneira de monitorar continuamente a eficácia dos processos na organização, e fazer ajustes quando necessário. Ajustes que

passam, portanto, num redesenho dos programas de qualificação dos colaboradores que executam tais processos – com maior ênfase nas suas dificuldades, dúvidas e disparidades entre os resultados e os objetivos da empresa.

Sumarizando, gerenciar custos, produtividade e pessoas na indústria é um desafio constante. É necessário um gerenciamento abrangente que inclua a gestão das pessoas e dos processos, promovendo a melhoria contínua.

Ao investir-se em uma equipe bem treinada e engajada, e implementar sistemas de gestão integrados e metodologias de controle de processos, as empresas podem

melhorar significativamente sua eficiência e, ao mesmo tempo, criar um ambiente de trabalho mais positivo, retroalimentando a retenção destes talentos qualificados. É importante destacar que o gerenciamento deve ser constante, buscando sempre novas formas de melhorar e inovar, uma vez que as pessoas modificam hábitos, comportamentos, desejos e formas de ver o mundo e a si mesmas no entorno. Gestão nunca foi nem será algo estático, passível de ser reproduzida por um algoritmo. Gestão é uma habilidade essencialmente humana – de uma pessoa para outras, num ciclo que esperamos, seja sempre virtuoso. ■



Tecnologia nacional de precisão e expertise que tornam nossa marca referência em qualidade e confiabilidade em sistemas de impressão com tambor central no Brasil e nos 5 continentes.

SOLUÇÕES FLEXO DE TAMBOR CENTRAL QUE SÃO SUCESSO EM TODO O MUNDO!



Conheça nossas soluções nas duas principais feiras do setor:

EXPOPRINT
LATIN AMERICA 2022
5-9 de abril
ExpoCenter Norte / SP

**Flexo
Labels
2022**
24-27 de maio
Pro Magno / SP

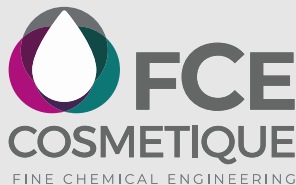
O que seria de
um produto sem
a embalagem
adequada e o
rótulo ideal



**ENTRADA
GRATUITA**



EVENTO
REALIZADO
DENTRO DA



COSMETIC Packaging & Label

S U M M I T

15 DE JUNHO

13h30 às 18h30

Chegou o Summit que irá apresentar um novo conceito para o mercado de rótulos e embalagens na indústria cosmética!

Participe e tenha acesso a um conteúdo extremamente importante para quem quer ingressar na área ou aprimorar o conhecimento através de tendências, inovações e cases de sucesso.

E lembre-se: ao participar dessa experiência, você também terá acesso à exposição.



**Garanta já sua participação
de forma gratuita!**



Saiba mais em: fcescosmetique.com.br/cosmetic-packaging-label-summit



@fcescosmetique

Organização & Realização

NÜRNBERG MESSE



melhor
A PRIMEIRA
IMPRESSÃO
É A QUE FICA.

Faça manutenção
de suas impressoras
com qualidade.



Somos uma empresa especializada em solução integrada para serviços de assistência técnica e vendas de peças de reposição em flexografia, e contamos com um corpo técnico atuante no mercado flexográfico a mais de 20 anos. Mantemos nossa base na ética e inovação, para proporcionar à vocês serviços modernos e de alta qualidade.

PEÇAS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA IMPRESSORAS E LAMINADORAS:

Solution;
Millennium;

Sleeve - Gearless;
Laminadoras;

Solventless e
Base Solvente.



Profissionais
altamente qualificados

- ▶ IHMS e PCs industriais;
- ▶ Controles remotos para ajuste de cores;
- ▶ Retrofit em impressoras e retífica de tambor central;
- ▶ Engrenagens, motores de passo, molas-prato para mancais hidráulicos;
- ▶ Vedações.

- ▶ Travamento hidráulico individual;
- ▶ Diagnóstico de defeitos;
- ▶ Suporte técnico;
- ▶ Remoção de equipamentos com agilidade, conhecimento e segurança.



OS PRIMÓRDIOS DA INDÚSTRIA BRASILEIRA: FAÇO SABER, POR ORDEM DE D. MARIA I, A LOUCA!



D. Maria I

Imagem: Wikipédia

Nada contra as Marias, muito menos D. Maria I, "A Piedosa" e "A Louca", Rainha de Portugal e Algarves de 1777 até 1815 e também Rainha do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarves a partir do final de 1815 até sua morte. Em 5 de janeiro de 1785, ela promulgou um alvará determinando que todas as fábricas e manufaturas fossem "extintas e abolidas por qualquer

parte em que se acharem em meus domínios do Brasil".

Em 1808, 23 anos depois do alvará e poucos meses após a transferência da Corte portuguesa para o Brasil, coube ao príncipe regente D. João VI revogar o alvará, dando alforria e liberdade para o surgimento da indústria no Brasil Colônia. Até então, apenas pequenas atividades industriais – manufaturas têxteis, para fabricação

de panos grossos para uso dos escravos e trabalhadores, as do ferro – eram permitidas, evitando, assim, concorrência com os produtos do Reino e o desenvolvimento econômico da Colônia.

Com a revogação do alvará foi autorizada a instalação, em 1811, de duas fábricas de ferro, uma em São Paulo e outra em Minas Gerais. Mas o processo de industrialização não vingou, devido à forte presença de produtos britânicos – de melhor qualidade e com preços competitivos – que bloqueavam a produção de similares no Brasil.

Em 1810, num ato de fuga e covardia, ou, para muitos, de esperteza, com o propósito de manter sua Coroa, D. João VI assinou com os ingleses, a troco de proteção contra a fúria de Napoleão Bonaparte, o “Tratado de Aliança e Amizade”, e o “Tratado de Comércio e Navegação”, concedendo aos produtos ingleses importados pela Colônia uma tarifa preferencial de 15%, contra a de 16%, para os produtos portugueses, e a de 24%, para países amigos do Reino. Assim, matava “de vez” as raízes da indústria brasileira.

O Brasil permaneceu agrícola até sua independência, no ano de 1822, quando a riqueza gerada pela economia cafeeira propiciou investimentos em outras atividades econômicas, como as industriais. Foi nesse cenário de prosperidade que surgiram empresários como o Visconde de Mauá (Irineu Evangelista de Souza, 1813 – 1889), investindo no desenvolvimento de estradas de ferro e infraestrutura necessária para o crescimento do País.

As primeiras indústrias foram instaladas no final do século XIX e início do XX, com pouca participação na economia nacional da época. O Brasil importava da

Europa praticamente todos os produtos industrializados que aqui se consumiam. Foi durante os governos dos presidentes Getúlio Vargas, nos anos 1930, e Juscelino Kubistchek, nos anos 1960, que o Brasil se industrializou, de fato.

O livro *Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas* (1710), do jesuíta italiano André João Antonil (Giovanni Antônio Andreoni, 1649 – 1716) – considerado o que de melhor se escreveu sobre as condições sociais e econômicas do Brasil no início do século XVIII – trata em 17 capítulos das minas de ouro brasileiras. A obra foi “inteiramente” confiscada e destruída, em 20 de março de 1711, por decisão do rei D. João V, após recomendação do Conselho Ultramarino (órgão criado em Portugal no ano de 1642 durante seu reinado, com atribuições em áreas financeiras e administrativas), que a considerou um perigo, por conter informações de interesse aos inimigos da Coroa portuguesa. Da edição original do livro de André João Antonil restam catalogados apenas seis exemplares.

A queima da publicação é emblemática do secreto desejo, na época, de o Brasil permanecer “eternamente” como uma colônia de Portugal. Em 1861, por recomendação do Padre Antônio Vieira, André João Antonil veio para Salvador, na Capitania da Bahia, apaixonou-se pelo País e aqui permaneceu até sua morte, em 1716.

A obra *Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas* foi reeditada em 1837, tornando-se, desde então, fonte de estudo e pesquisa para aqueles interessados no Brasil Colônia e nos impedimentos econômicos e políticos, do tardio desenvolvimento da indústria no Brasil. Em 2011, foi reeditada uma versão eletrônica, pelo Senado Federal do Brasil. ■



JOÃO SCORTECCI

Escritor, editor, gráfico e livreiro. Nasceu em Fortaleza, Ceará, em 1956. Veio para São Paulo em 1972, onde reside até hoje. Autor premiado (Prêmio do Sesquicentenário da Independência do Brasil e Prêmio Itajaí de Poesia) com 23 títulos publicados e mais de 40 edições. É Diretor Presidente do Grupo Editorial Scortecci, Presidente da Abigraf, Regional São Paulo, Membro do Conselho Eleito da CBL - Câmara Brasileira do Livro e Membro do Conselho Técnico Editorial do SNEL - Sindicato Nacional dos Editores de Livros.
scortecci@gmail.com

Agora a indústria gráfica e convertedora tem mais uma opção para seguir investindo



Modalidade especial de consórcio para compra de impressoras, laminadoras, extrusoras, máquinas de acabamento e acessórios

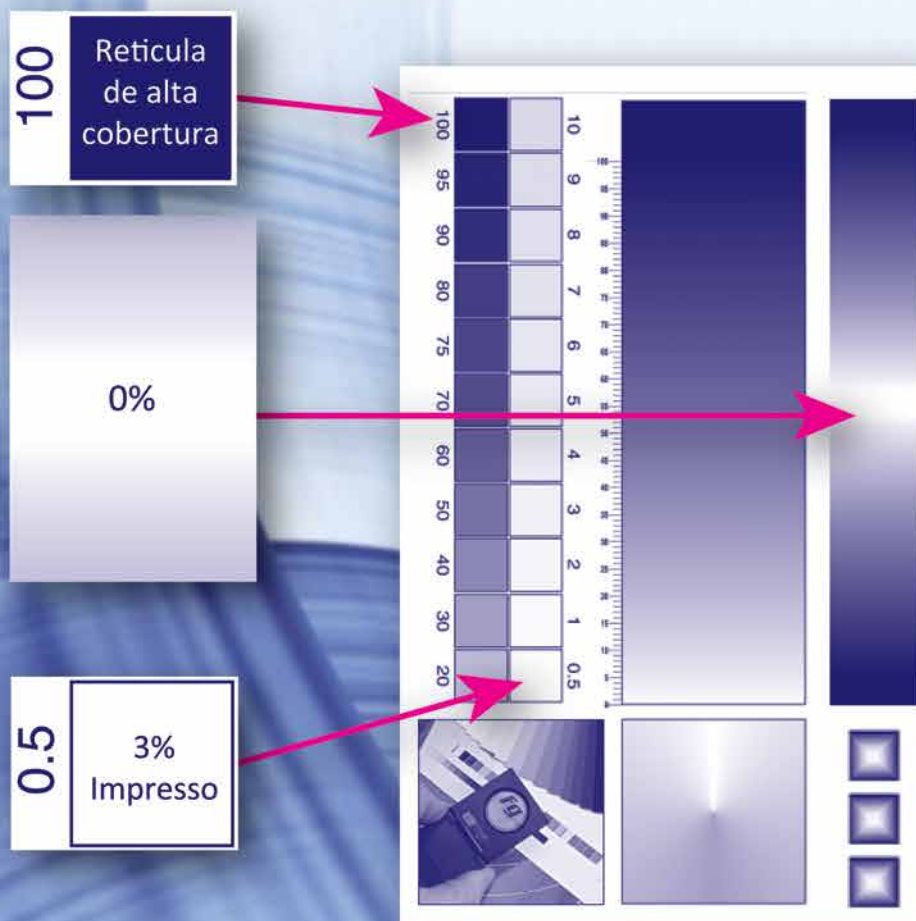
Com o cenário instável que descompassou o balanço de muitas gráficas e convertedoras na pandemia, o processo de financiamento em bancos ou FINAME ficou caro, mais burocrático e, para muitos, inviável. A Embracon, maior administradora de consórcios do país, em parceria com a ProjetoPack & Associados, maior consultoria gráfica do país, trazem uma nova e desburocratizada opção para o empresário que quer seguir investindo, renovando seu parque gráfico para prover eficiência e preservar as margens de lucro.

Faça uma simulação sem compromisso na modalidade de consórcio. Mande um e-mail para nossa equipe (atendimento@projetopack.com) e descreva sua necessidade de recursos ou solicite agora mesmo o contato de um agente.

FG100®



- Impressão acima de 100 lpc.
- Níveis de degradês e altas luzes inéditos à flexografia.
- Impressão de sólidos com melhor cobertura e densidades mais altas.
- Desenvolvimento, suporte e certificação Fotograv.



Tel.: 55 11 3868-5090 - FG100@fotograv.com.br
Av. Francisco Matarazzo, 1752 - Cj 1116 - Água Branca
CEP: 05001-200 - São Paulo

fotograv

FLEXO

ROADMAP 2023

Definindo os novos rumos da Flexografia no Brasil

S A V E T H E D A T E

SÃO PAULO | 23 DE AGOSTO DE 2023

O seminário **Flexo Roadmap 2023** trará discussões ao redor dos seguintes eixos estratégicos do negócio flexográfico:



DISPONIBILIDADE
DE MÃO-DE-OBRA



EFICIÊNCIA
DE CUSTOS



SUSTENTABILIDADE



ESTRATÉGIA
FINANCEIRA



VALOR
PERCEBIDO



EFICIÊNCIA
INDUSTRIAL



LOCAL DO EVENTO:

ESPAÇO APAS

MAIS INFORMAÇÕES E INGRESSOS ACESSE:

www.flexoroadmap.com

REALIZAÇÃO:

 **PROJETO
PACK**
Consultoria e Serviços para Embalagens,
Rótulos, Etiquetas e Processos de Impressão

