Edição 21 • Dezembro - Janeiro • 2019/2020 • www.abiea.org.br

O AutoAdesivo

Publicação Oficial da Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas - ABIEA

Vêm mudanças POR AÍ!

Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) impacta sobre a indústria gráfica em geral e você precisa estar preparado p.5-7

Label Innovation

Evento tem foco em inovação para o mercado de rótulos e etiquetas p.14

Artigo

Fazendo a diferença: cuidados para máxima performance dos cilindros anilox p.16

Abiea promove curso de flexografia banda estreita - nível avançado em parceria com o Senai Barueri

Nos dias 8 e 9 de novembro, a Abiea, em parceria com o Senai Barueri, realizou o curso de Flexografia Banda Estreita - Nível Avançado. Direcionado exclusivamente a impressores. O curso contou com 16 horas de conteúdo programático imersivo, durante as quais foram transmitidas informações teóricas e aplicações práticas para aprimoramento profissional.

"Agradecemos o importante apoio do Senai Barueri em nosso projeto. Demos mais um passo importante em nosso objetivo, que é o de proporcionar qualificação e capacitação profissional para o crescimento do segmento que representamos", disse Elvio Filho, Presidente da Abiea.

O AutoAdesivo
Publicação Oficial da Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas - ABIEA

O Auto-Adesivo • Dezembro - Janeiro • 2019/2020

EXPEDIENTE

CONSELHO DIRETIVO (2018-2020)
PRESIDENTE
Élvio Filho (Grupo Venture)
VICE-PRESIDENTE
José Carlos (Fascreen)
SECRETÁRIO
Guido Raccah (Novelprint)
TESOUREIRO
William Vas (Serwir Etiquetas)
SUPLENTES DA DIRETORIA
Roberto Jaeger (Automação)
Marcos Dybas (Delta Etiquetas)
Luciano Bezerra (Aaron)
CONSELHO FISCAL
Umberto Giannobile (Giankoy Autoadesivos)
Juliano Mazzucco (Mazzucco Etiquetas)
Sérgio Cruz (Printek Etiquetas)
SUPLENTES CONSELHO FISCAL
Mauro Marques (MLS Etiquetas)
Ivan Granjeiro (Global Label Etiquetas)
Salvador Teles (Teles Etiquetas)
CONTEÚDO EDITORIAL
Parla! Assessoria
DIAGRAMAÇÃO
Jean-Frédéric Pluvinage
COMERCIAL / TRÁFEGO PUBLICITÁRIO
oautoadesivo@abiea.org.br
secretaria@abiea.org.br
(11) 3284-7247
IMPRESSÃO
Printexpress

O AutoAdesivo é uma publicação bimestral da ABIEA (Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas).
A reprodução de qualquer matéria depende da aprovação prévia da entidade.
Rua do Paraiso, 529 - Paraiso
São Paulo – SP – CEP 04103-000
Fone/Fax (11) 3288-0508 / (11) 3284-7247
e-mail: oautoadesivo@abiea.org.br
site: www.abiea.org.br

inkanto Thermal Transfer by ARMOR

Conheça a Matriz de Compatibilidade dos ribbons Armor com os materiais autoadesivos da AVERY DENNISON

Confira

O que 2019 nos ensinou?

Por Elvio Filho

Todo ano que se encerra traz com o cair do pano a mesma pergunta: o que aprendemos e no que precisamos melhorar?

Por mais que isso pareça "chover no molhado", não posso me privar de fazer essa análise enquanto presidente da Abiea, dividindo grandes responsabilidades com outros diretores e membros da entidade.

Sem dúvidas, 2019 foi um ano de muitos aprendizados. E, como quase sempre aprendemos com nossos equívocos, foi um ano de olhar para trás, reavaliar ações e estratégias que vinham sendo colocadas em prática pela Abiea, e, finalmente, propor novas posturas e rumos.

Mantivemo-nos firmes na realização de cursos e eventos de cunho técnico e informativo para o mercado de rótulos e etiquetas em parceria com entidades como Abigraf e Senai, demos uma nova roupagem a nosso informativo O Autoadesivo (um dos mais tradicionais da indústria de impressão) e avançamos no trabalho de congregar e convergir interesses de antigos e novos associados em torno de nossos objetivos. Por isso, fica explicito meu agradecimento a todas as empresas e profissionais que nos apoiaram nos eventos que realizamos, sem exceção.

Outra lição primordial que 2019 nos deixou foi que não é possível desviar os olhos da questão da sustentabilidade. Seja por questões estratégicas e mercadológicas (os clientes pedem, as marcas exigem), ou pela simples aplicação da lei (como é o caso da Política Nacional de Resíduos Sólidos), é fato que o mercado (nossos associados e, também, demais membros da cadeia produtiva ainda não-associados à Abiea) deve estar atento e se preparar para as mudanças que virão.

E a Abiea? Ao contrário do que muitos podem achar, não nos furtaremos de abraçar essa causa. A judicialização do problema, que surgiu a partir do Ministério Público de Mato Grosso do Sul, acabou por nos envolver indiretamente em uma causa que se tornou, ao final, um de nossos "nortes" neste ano e nos demais: auxiliar de forma efetiva e prática a cadeia de produção de autoadesivos a compreender a importância, a necessidade de se adaptar e, por fim, caminhar ao lado das empresas (fornecedoras de tecnologias).

Esta edição do O Autoadesivo já traz um desenho muito claro do que pensamos, com três matérias que focam nesse conteúdo: a cobertura do Label Innovation, que teve na sustentabilidade um de seus principais temas, e dois artigos, um do Igor Archipovas e outro do Ricardo Carrijo. Aliás, o segundo artigo, escrito com a contribuição de Carrijo, toca exatamente nesse tema, que é nossa matéria de capa: a Política Nacional de Resíduos Sólidos, suas demandas e consequências.

Passo a passo, vamos assim ratificando a nossa razão de existir enquanto associação: congregar de modo saudável e representativo os players de mercado, propor soluções para temas pertinentes ao segmento e agir de movo proativo na disseminação de conhecimento e atualização.

Certamente, 2020 trará novas lições, mas esperamos ter você ao nosso lado em mais um saboroso período de aprendizado.

Elvio Filho é Presidente da Abiea

Gerenciar sua empresa nunca foi tão fácil.

Nós entendemos de rótulos e etiquetas...
E também de sistema.

19 3826-4345 | iquattro.com.br

iQuattro
Soluções e Sistemas

A indústria gráfica e a Política Nacional de Resíduos Sólidos

A Política Nacional de Resíduos Sólidos foi instituída pela Lei Federal Nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Passados quase dez anos, ela continua gerando dúvidas pelo fato de se tratar de um complexo conjunto de diretrizes a respeito de como as empresas devem lidar com este importante tema. A essa Lei se sujeitam todas as pessoas físicas e jurídicas, de direito público ou privado, que sejam responsáveis pela geração de resíduos sólidos.

A complexa legislação ambiental brasileira que possibilita que a União, os Estados e os Municípios façam a aplicação dos princípios estabelecidos pela legislação ambiental tem criado situações novas e inusitadas para um grande número de empresas, que acabam surpreendidas por novas responsabilidades e exigências que vão surgindo em cada município e em cada estado da Federação.

Desde a criação da Lei federal Nº 12.305, o setor gráfico tem procurado evoluir e dar respostas práticas às exigências legais. Um marco importante para o setor foi a publicação, ainda em 2003, e, portanto, antes da existência da Política Nacional de Resíduos Sólidos, do Manual Técnico Ambiental da Indústria Gráfica editado pelo Sindigraf SP e Sindigraf RS e Sigep – Sindicato das Industrias Gráficas do Paraná, com apoio técnico da ABTG e do Senai (Escola Theobaldo de Nigris) e Senai – Curitiba PR.

Neste manual foram tratadas importantes questões ambientais ligadas a quatro sistemas de impressão: Offset, Flexografia, Serigrafia e Tipografia. Também foram apresentadas inúmeras soluções para a indústria gráfica para atender às diversas exigências dos clientes e consumidores.

Isso revelou uma atitude proativa do meio empresarial do setor gráfico e lançou bases sólidas para o tratamento dos resíduos resultantes do processo interno das industrias gráficas naquilo que se chama de ambiente pré-consumo, ou seja, tudo aquilo que é gerado apenas durante o processo produtivo.

O manual também possibilitou a ampliação do conhecimento sobre correto descarte dos resíduos de processos de pré-impressão, impressão e pós-impressão, como solventes, panos sujos, chapas, reveladores, fixadores, resíduos de tintas, aparas, arames, filmes e outros resíduos de processo. Noções sobre a redução de produtos tóxicos, economia de energia e redução do consumo de água e outros químicos também foram conceitos contemplados naquela importante publicação.

polpel
www.polpel.com
(11) 2486-3316
ECONOMIA CIRCULAR,
Projeto POLPEL/REVER;
A sua empresa já pode fechar o ciclo do liner consumindo papéis produzidos com os resíduos de liner reciclados na POLPEL.
Condições especiais parra associados da ABIEA.
Consulte-nos:
contato@polpel.com
Rever
PAPÉIS ESPECIAIS
www.reverpaper.com
(11) 97320 - 2015

Ocorre que isto foi realizado com base na legislação existente até março de 2006, e, de lá para cá, muita coisa vem acontecendo em relação às questões ambientais em nosso país.

Outro marco regulatório importante, por volta de 2012, foi a exigência legal para que cada município brasileiro criasse o seu Plano Municipal de Gerenciamento de Resíduos Sólidos para reduzir a quantidade de materiais destinados a aterros. Infelizmente, uma pequena parcela dos municípios brasileiros conseguiu realizar esta tarefa que era considerada básica para continuar acessando verbas públicas destinadas pelo Governo Federal.

Municípios como São Paulo, com maior estrutura administrativa e que recebe maior pressão de entidades sociais que lutam em favor das causas ambientais, avançaram e começaram a fazer novas exigências para reduzir os expressivos volumes de resíduos sólidos que são gerados diariamente na cidade de grande porte e com altos níveis de consumo.

O Governo Federal também criou exigências para que alguns setores como o de pilhas e baterias automotivas, pneus e óleos lubrificantes começassem a praticar o que se chama de logística reversa, isto é, o retorno de embalagens de pós-consumo (aquilo que sobra do produto depois que o consumidor o utiliza) e houve um acordo amplo entre os fabricantes destes produtos com a fixação de metas de retorno ao redor de 20% daquilo que é colocado no mercado brasileiro.

Já em outubro de 2017, veio uma segunda etapa destas ações com a publicação do Decreto Nº 9177/17, que ampliou e fortaleceu o conceito de responsabilidade compartilhada pela geração de resíduos. A partir desse novo marco, o Ministério do Meio Ambiente, os estados da Federação e diversos municípios brasileiros ampliaram o nível de atenção devido aos elevados custos gerados com milhares de toneladas de lixo gerados diariamente.

Em alguns estados como, por exemplo, o Mato Grosso do Sul, diversos municípios ingressaram na Justiça com ações contra diversas Associações Brasileiras para buscar ressarcimento de custos com resíduos de pós-consumo e na tentativa de recuperar custos relacionados à coleta e manuseio dos resíduos gerados pelos fabricantes e importadores (que acabam se equiparando aos fabricantes).

Já no âmbito do estado de São Paulo, graças à iniciativa pioneira da FIESP em conjunto com a CIESP, criou-se uma solução inovadora para a logística reversa com a assinatura de um TCLR (Termo de Compromisso de Logística Reversa) que permite a compra, através de leilões, de Certificados de Reciclagem que garantem, mediante um complexo sistema de confrontação de notas fiscais, que as empresas aderentes comprovem um chamado "balanço de massa", ou seja, que estão através de cooperativas e operadores (empresas de coleta de lixo urbano) contribuindo para o retorno dos materiais para o ciclo produtivo – gerando a chamada Economia Circular.

Recentemente, em outubro de 2019, a CETESB publicou uma nova regulamentação denominada Decisão de Diretoria, que cria maior segurança jurídica para as empresas que estiverem aderindo a este sistema de logística reversa.

No setor gráfico paulista, a Abigraf e o Sindgraf SP fizeram a adesão ao Sistema da FIESP. Contudo, nota-se que, ainda, poucas empresas aderiram ao projeto, seja por desconhecimento, seja por entenderem que nada têm a ver com o pós-consumo.

Ocorre que o licenciamento ambiental pela CETESB passou a atrelar a concessão de licenças à apresentação de um plano de logística reversa para diversos setores, o que será implantado de forma gradual nos próximos anos. A questão da responsabilidade compartilhada é outro fator importante, pois, se você produz rótulos e etiquetas para seus clientes, com certeza poderá ter problemas no futuro – seja ao compartilhar passivos ambientais, seja em relação às novas exigências dos seus clientes, que estarão sendo pressionados por novas e crescentes exigências dos órgãos ambientais.

O modelo adotado no estado de São Paulo está sendo analisado e estudado por outros estados brasileiros, pois representa uma forma prática, transparente e eficiente de realizar a logística reversa em patamares de 20 a 30% das embalagens que cada fabricante ou importador coloca no mercado e que vai parar nos aterros.

Essa tendência irreversível faz com que cada empresa faça as suas reflexões, adote ações efetivas e compreenda que tanto consumidores quanto clientes estarão cada vez mais exigentes para que o consumo seja responsável e para que o meio ambiente seja preservado.

Para os gráficos atuantes no setor de Rótulos e Etiquetas que prestam seus serviços para grande número de fabricantes e importadores, torna-se cada vez mais importante se preparar para os novos desafios da logística reversa, dialogando com seus clientes, entendendo melhor a legislação e a questão legal da responsabilidade compartilhada (Artigo 30 – Seção II da Lei 12.305), bem como começar a desenvolver medidas preventivas para não ser pego de surpresa num futuro muito próximo, pois, devido às mudanças climáticas e desastres naturais, a pressão da sociedade, dos clientes das gráficas e também dos governantes serão cada vez mais intensas em todos os níveis para salvar o planeta Terra.

Ricardo Carrijo
Administrador, Economista, Mestre em Administração e Doutor em Engenharia de Produção é membro da Diretoria da Abigraf SP. Atua como Relações Institucionais da Tilibra – Produtos de Papelaria e da ABFAE – Associação Brasileira dos Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares. Professor Universitário no Centro Universitário Bauru; também colabora com a Diretoria da ABTG e é membro do CONDEMA – Conselho Municipal de Meio Ambiente em Bauru – SP.

Abiea promove seminário Label Innovation

Label Innovation reuniu fabricantes e empresas do segmento de rótulos autoadesivos

Ricardo Carrijo fala sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos

A Abiea, em parceria com a **Ahlstrom--Munksjö Papéis Especiais**, **Elkem Silicones** e **Henkel Adesivos**, realizou no dia 12 de novembro o seminário técnico Label Innovation, que aconteceu em sua sede em São Paulo. Como o próprio nome sintetiza, foi a oportunidade de representantes de empresas da indústria de produção de rótulos e etiquetas conferirem o que alguns dos principais fornecedores do segmento estão trazendo de novidades. Mais uma vez, a questão da sustentabilidade deu o tom do evento, uma vez que tecnologias cada vez mais sustentáveis e menos agressivas ao meio ambiente e aos operadores são tendências irreversíveis em diversos setores da indústria – inclusive no de label.

Programação

Após a abertura, feita pela Abiea, o evento iniciou com a palestra de Ricardo Carrijo (recém-empossado diretor de sustentabilidade da Abigraf), que a pedido da própria Abiea veio abordar o tema Política Nacional de Resíduos Sólidos. Trazendo um impacto inevitável a várias cadeias produtivas (inclusive, no setor de rótulos e etiquetas), a PNRS vem recebendo especial atenção por parte de segmentos da indústria, incluindo a Abiea, que vem colocando o tema como uma de suas principais pautas para este ano e para 2020, como forma de nortear e ajudar associados a se adaptarem às normas e práticas determinadas.

MÁQUINAS À VENDA OPERANDO - NA FÁBRICA

Máquina Batida Orthotec CN2850 DL
Máquina de acabamento, com inserção de RFID

Máquina Batida Orthotec CN2850 DL
Impressão 4 Cores - tamanho 270x300

Letter Press Modelo SL 3022
Com 06 Estações de Impressão UV, mais uma para Verniz UV
Com Corte Magnético.

MASTER PRINT®
S/A-INDUSCOM
A marca da evolução

Dispomos de outros equipamentos para venda:
- Fragmentadora de rótulos adesivos.
- Secador serigráfico
- Revisora GGS

Diretamente com Araújo - (41) 2109-7000 e 9.9114-3400 - vip@mprint.com.br

Em seguida, Liliane Nickel e Liege Garcia, da Ahlstrom-Munksjö, mostraram as novidades da empresa com destaque para a ferramenta Ecodesign, processo que assegura que todos os produtos da empresa sejam norteados por princípios sustentáveis. Também apresentaram novas tecnologias de papéis que podem ser utilizados para a confecção de rótulos autoadesivos Wet Strength, com fibra PCR e com barreira à gordura ou a vapor d'água.

Na sequência, Ricardo Dishchekenian, Amanda Dib e Silvia Wink, da Elkem Silicones, apresentaram os mais recentes desenvolvimentos na área de silicones para a indústria de autoadesivos, também reforçando temas como sustentabilidade, durabilidade e diferenciais de aplicação.

Na terceira apresentação, a equipe da Henkel, representada por Humberto Zaque e Marcius Silva, mostrou aos participantes as novidades da empresa para aplicações em autoadesivos e possíveis usos diferenciados, ilustrados por casos práticos.

Encerrando a programação, Marcos Palhares, da Revista Embalagem Marca, falou sobre inovações e tendências no mercado de autoadesivos. Sem deixar de lado temas como dificuldades por que passam as empresas, Palhares reforçou que há muita inovação a ser aplicada nos processos de fabricação de rótulos e embalagens flexíveis, aproveitando novas tendências de consumo e, ainda, tecnologias para fidelizar clientes, como personalização e adequação aos diferentes estilos de vida modernos.

Antes do encerramento, todos os palestrantes participaram de uma sessão de perguntas e respostas, na qual o público teve a oportunidade de questioná-los sobre dúvidas e tecer comentários.

"Através do Label Innovation, a Abiea está novamente cumprindo seu papel como associação, ou seja, levar informação atualizada para o mercado, aproximar fabricantes e empresas, e estimular melhores práticas e tecnologias", salientou Elvio Filho, Presidente da Abiea.

Liliane Nickel, da Ahlstrom Munksjö, fala para o público do evento

Ricardo Dishchekenian, da Elkem, apresentando suas novidades

Humberto Zanque e Marcius Silva, da Henkel

Marcos Palhares tratou das tendências de mercado

Ponto de vista

Para Ailton Alves, da Polpel, a sustentabilidade foi a principal marca do Label Innovation. "Acredito que a Abiea está no caminho certo em trazer todos os players da cadeia para a discussão sobre o assunto inovação e sustentabilidade. É um caminho sem volta, tanto pela pressão dos consumidores, como também das leis", opinou.

Para Priscila Pinho, da Avery Dennison, o Label Innovation trouxe, como principal contribuição, a reunião de toda a cadeia produtiva. "Foi muito bom para entender cada processo, cada etapa, fazer network e conhecer novos mercados. Também acho que a questão da sustentabilidade foi muito bem abordada, e levaremos como lição de casa para nossa empresa, que já é bastante focada nesse tema", disse.

"O Label Innovation trouxe informações sobre as novas tecnologias do mercado de autoadesivos, o que está acontecendo nos mercados dos Estados Unidos e Europa. Acho que a mensagem especial que ficou foi inovação, sobretudo, como vias à sustentabilidade", disse Igor Salles, da Arconvert Brasil.

"Acho que estou saindo daqui com novos conhecimentos que podemos aplicar na empresa e, ainda, atualizado sobre as novas tecnologias que os fornecedores estão oferecendo. Esse encontro é importante também porque permite alinhar nossos projetos com os dos fornecedores", salientou Lucas Tavares, da Vision Flex, que complementa: "A tecnologia está à frente de tudo, e, se não estivermos sintonizados, ficamos para trás. Essa foi uma mensagem importante que o evento deixou."

Fabio Colello, da Aplike Produtos Adevisos, destacou a importância dos eventos que vêm sendo realizados pela Abiea. "A Aplike, como convertedora e laminadora, usa as matérias-primas apresentadas aqui e, por isso, não poderíamos deixar de participar. Este tipo de evento só soma, faz com que o mercado crie novas oportunidades", disse. "Foi um prazer participar do Label Innovation. A ideia de integrar a cadeia de suprimentos foi fantástica, uma vez que possibilitou a integração de conhecimento sobre tipo de adesivo, sistema de laminação e aplicação, siliconização e tipos de silicone e, ainda, tendências de mercado. São informações vitais para que tenhamos uma direção em relação ao futuro, sobretudo, para imaginarmos soluções para o mercado de autoadesivo."

Primeiro de outros

Segundo Guido Raccah, diretor da Novelprint e membro do Conselho Diretivo da Abiea, tratou-se de um primeiro evento de outros que virão. "A Abiea nunca havia feito um evento que realmente fizesse uma integração entre os membros da cadeia produtiva. Agora, estamos com esse foco que, aliás, é o que temos que visar: criar integração entre empresas, associações e representar a classe", afirmou.

"O Label Innovation trouxe uma riqueza de conteúdo que é muito importante", frisou Claudia Sartori, da Colacril. "Vimos muitas tendências e possibilidades, que, certamente, irão nortear nossos investimentos e desenvolvimentos."

Sobre sustentabilidade, Guido afirma que é um tema que já entrou na pauta também das associações. "É uma das prioridades da Abiea. Sou também membro da Abre (Associação Brasileira de Embalagem) e lá fizemos um Comitê de Sustentabilidade. Ou seja, temos que nos preparar para o que vem por aí, tanto para o bem do planeta e das pessoas, como também nos preparamos juridicamente para nos adequarmos às leis".

Empreendedorismo: ser ou não ser?

Uma duvida muito comum: todo empreendedor necessariamente é ou precisa ser um bom líder??

O empreendedor é ousado: mesmo enxergando os riscos, vai em frente mais rapidamente e, quando erra, age o mais rápido possível para tentar solucionar a situação. E vem daí sua qualidade de solucionar problemas rápidos. Pode desenvolver sua liderança ou ter uma pessoa que assuma tal papel.

Por ter um perfil de criar uma empresa/produto e negócio, o empreendedor com certeza busca ser líder nesse seu propósito – ou seja, não é errado afirmar que a liderança é o ponto máximo do desejo do empreendedor.

Mas isso funciona?

Ser líder de um mercado é um fator muito importante para uma empresa. Uma empresa com uma liderança estruturada faz com que processos tenham qualidade, faz com que os funcionários se sintam mais valorizados. Tende, ainda, a alcançar mais rápido posicionamento no mercado, uma equipe engajada e, principalmente, melhores resultados do mercado.

O líder possui uma posição de muita responsabilidade dentro da organização; sua habilidade de solucionar problemas gerenciais e influenciar pessoas fazem a diferença para o desenvolvimento que a empresa precisa para crescer.

Concluindo, o empreendedor com um perfil de liderança é uma combinação perfeita, mas nem sempre essas duas características estão presentes em uma mesma pessoa. Isso é um problema? Nem sempre, desde que o empreendedor, aquele que imaginou o negócio, tenha a visão de suas limitações e delegue a uma pessoa capacitada em liderar. Afinal, todos precisam de alguém que nos guie na direção de um projeto maior.

Finalizando com uma frase do ex-presidente norte-americano Abraham Lincoln, "A maior habilidade de um líder é desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns".

Elaine Medeiros
Especialista em Transformar Pessoas e Carreiras

Elaine Medeiros, Psicóloga, pós-graduada em RH e Coach, atuou nas áreas Recursos Humanos e executiva das áreas de marketing e vendas no segmento farmacêutico. Com pós graduação em Recursos Humanos, Administração Industrial e MBA em Marketing. Licenciada pela Leadership Management International (LMI) empresa americana líder mundial em desenvolvimento de pessoas como facilitadora dos programas de liderança pessoal efetiva.

www.elainemedeiros.com.br
elaine@elainemedeiros.com.br
@elaine.coach
@oficial.elainemedeiros
Linkedin Elaine Medeiros

MLC® FACAS DE PRECISÃO
ROTOMETRICS® integrating ElectroOptic technology www.rotometrics.com
55 11 2623-1500 - VENDAS@MLC.COM.BR
RotoRepel ™
Antiaderente
SOLUÇÃO DEFINITIVA
Caracteristicas do produto
Redução significativa de paradas de impressão para limpeza e manutenção, diminuição de riscos de danos pelo operador, armazenamento mais fácil, dura mais tempo, redução na estática e pode ser reaplicado em matrizes sólidas.
Materiais Processados
Filmes - Papéis - Papéis laminados - Não-tecidos - Espumas VHB - Medipore - Adesivos de alta aderência
Estoques de etiquetas de pneus - Estoques de filmes com adesivos de alta gramatura
Adesivos de transferência expostos - Peças Fabricadas

E lá vem alguém falar do tal Planejamento para 2020...

Tenho a sensação de que não sou o primeiro a perguntar como está o seu Planejamento para 2020, certo? Prometo que não vou ficar falando que já passou da hora de se planejar, quais são as metas para o próximo ano e questionar como está o seu programa de expansão.

A ideia aqui é fazer uma reflexão para que você comece a pensar em ações planejadas. Isso mesmo, não adianta idealizar aquele planejamento anual se cada uma das ações imaginadas não for executada da forma correta. Para ficar mais fácil, vou descrever duas situações que temos encontrado em nosso dia a dia aqui na agência.

Muitas empresas entram no mundo digital porque acreditam que lá está um novo canal de vendas. Em muitos casos acreditam que começarão a vender da noite para o dia, mas o que acaba acontecendo é o contrário. Os resultados acabam sendo inexpressivos, e a instituição passa a desacreditar deste poderoso meio de comunicação. Isso acontece porque a ação não teve nenhum tipo de planejamento, e podemos dizer que, em muitos casos, foi adotada por impulso. Também já presenciamos que a imersão digital sem planejamento chegou a arranhar a imagem da empresa, uma vez que ***posts*** foram feitos com erros gramaticais, e houve a demora no retorno de perguntas realizadas por seguidores.

Mas também não basta apenas contratar uma agência de comunicação para gerenciar a sua mídia digital. É preciso planejar o investimento, estabelecendo quem serão os responsáveis pelo tema na empresa, qual o resultado que se espera, e, principalmente, como devemos responder à seguinte questão: "É necessário que a empresa tenha este novo canal de comunicação com seu mercado?".

No começo deste ano, um empresário que abriu um ***garden*** no interior de São Paulo nos procurou para que algumas ações de mercado fossem criadas. Em sua visão, as vendas do negócio estavam muito aquém do esperado, porém o empreendimento tinha tudo para ser um sucesso, afinal o empreendimento contava com 5 mil m², plantas e flores de alta qualidade estavam à disposição dos compradores.

Logo no primeiro encontro, ficou claro que a empresa não tinha nenhum tipo de planejamento, e que também não havia a cultura interna para a implantação de um projeto anual. Optamos por planejar ações por área, iniciamos pelo atendimento ao cliente com a capacitação da equipe, monitorando e apresentado periodicamente os resultados. Na área comercial, foram criados dois novos produtos – um voltado para o atendimento residencial e outro corporativo – e que foram colocados em prática em apenas 30 dias. As metas estabelecidas para o primeiro semestre foram alcançadas, e isto deu força para que seguíssemos para a estruturação do planejamento de compras, que agora trabalha a partir de um calendário planejado de ações comemorativas e promocionais.

E, quando falo em planejar, significa que é preciso que toda e qualquer ação seja pensada e estruturada, seja ela para o investimento em máquinas e equipamentos ou mesmo para a divulgação do negócio. Os objetivos precisam ser estabelecidos, assim como os mecanismos de controle, responsáveis pela mensuração e acompanhamento dos resultados.

Planejar um ano inteiro faz parte de uma cultura empresarial, e que deve ser inicialmente estabelecida por áreas e projetos e posteriormente para o todo. É preciso que colaboradores e diretores estejam engajados e focados na implementação desta cultura.

Que tal começar a planejar e a estruturar suas ações em 2020?

Igor Archipovas
Especialista em Marketing e Comunicação, com diversos projetos de sucesso. Focado em ações planejadas para os mercados e projetos em que atua. É *Head Management* da Estratégia S/A, agência que tem em seu DNA o foco no resultado de seus clientes.

Fazendo a diferença: cuidados para máxima performance dos cilindros anilox

Esse item foi um divisor de águas na flexografia como conhecemos hoje, e, agora, você saberá como preservar esse importante componente para assegurar impressões de alta qualidade

"Nunca descanse o cilindro ou sleeve com o corpo dele, pois isso pode danificar a superfície gravada e causar defeitos na impressão"

Luiz Zagonel, gerente comercial da Praxair Surface

Se observarmos as rodas de discussão sobre os rumos atuais da flexografia e da produção de rótulos e etiquetas, não será difícil colocar como tema de maior debate a evolução tecnológica que desembocou nos atuais sistemas digitais – bem como a ponderação sobre "como" e "se" eles substituirão as impressoras flexográficas tradicionais.

Contudo, o mundo Flexo passou por outras mudanças importantes que, talvez mais do que o digital, representaram um salto qualitativo fundamental para que a tecnologia firmasse como alternativa viável e eficaz para a produção de embalagens e rótulos.

E uma dessas "revoluções" foi, sem dúvidas, o desenvolvimento dos cilindros anilox, um cilindro (ou rolo) metálico também conhecido como cilindro dosificador. Basicamente, graças a eles, a qualidade na aplicação da tinta passou por uma evolução incrível em comparação à geração anterior de equipamentos, que usavam os cilindros de transferência e que, por sua vez, pecavam na aplicação uniforme de tinta. E não apenas isso: o controle sobre a viscosidade e quantidade de tinta também foi otimizado, bem como foram criados sistemas adjacentes ao anilox que aperfeiçoaram a aplicação de tinta na impressão flexográfica (e que hoje compõem o chamado sistema de entintagem), como o sistema fechado (ou encapsulado) de aplicação de tinta no anilox, sistema de coating com ângulo invertido, entre outros.

Existem três tipos de gravação do anilox: química (a qual, porém, gera lineaturas mais baixas e, portanto, menor qualidade), mecânica e, por fim, a laser, que oferece vantagens maiores em termos de lineaturas e, dessa forma, na qualidade de impressão e definição de imagens. Pode ser feita através de CO_2 (dióxido de carbono), YAG (Yttrium Aluminum Garnet) e atualmente Multi Pulsed - Fiber Laser para células customizadas.

Cuidados

Então, não é necessária muita reflexão para saber que são precisos cuidados para preservar e aumentar a performance desse componente tão importante.

Como qualquer item de uso constante, o anilox também sofre desgaste, daí a importância de serem verificados sua capacidade volumétrica e estado periodicamente – o ideal é que seja feita uma aferição a cada três meses, pelo menos.

Como isso é feito? Um dos meios mais comuns são por microscópio eletrônico ou ainda por meio do uso de kit urmi e aplicativos dedicados a esse tipo de tarefa.

Limpeza

A limpeza é outro passo importante. Como todo e qualquer componente que tem contato direto com tinta, o cilindro anilox deve ser limpo corretamente e imediatamente após o uso para evitar que a tinta sobre ele resseque em suas células e alvéolos. Para isso, pode-se usar solvente e, em casos de limpezas mais profundas realizadas em períodos determinados, pode-se usar produtos específicos de limpeza manual e máquinas com jatos ou laser.

Após a limpeza, deve-se usar uma capa de proteção.

Outros cuidados

Segundo Luiz Zagonel, gerente comercial da Praxair Surface, além da limpeza, outros cuidados diários e relativamente simples podem assegurar maior durabilidade e desempenho dos cilindros anilox. Sediada em Pinhais (PR), a empresa é parte do Grupo Linde e fabrica cilindros anilox, tecnologias de sleeves anilox e acessórios para flexografia.

Por exemplo, deve-se ter muito cuidado na instalação do mesmo, pois trata-se de um item de precisão, e, como tal, deve

"O GTT ainda permite a utilização de novas tecnologias de gravação de clichê Ultra HD Flexo"

Denis Niubo, gerente comercial para a América Latina da Apex International

estar em condições perfeitas tal qual produzido pelo fabricante. "O sleeve anilox é um produto altamente técnico, avançado e delicado, que precisa ser manuseado com muito cuidado. Qualquer impacto repentino e alta pressão local pode causar problemas com TIR ou ajuste", frisa.

Ainda sobre manuseio, Zagonel aconselha: "Nunca descanse o cilindro ou sleeve com o corpo dele, pois isso pode danificar a superfície gravada e causar defeitos na impressão, e sempre apoie o cilindro pelas ponteiras", indica. "Cubra o corpo do cilindro/sleeve anilox com uma proteção, por exemplo, uma cobertura de espuma ou um papelão ondulado, para proteger a superfície gravada de ser danificada por impacto contra uma superfície dura, como a estrutura da máquina. Cerâmica lascada nas áreas de faixa morta do cilindro podem migrar para a tinta e/ou ter lixiviação do solvente sob a cerâmica. Também cuide para não usar capa protetora com o anilox ainda molhado."

Zagonel explica que alguns produtos químicos atacam o selante da camada cerâmica e causam corrosão da base.

"O que aconselhamos, como fabricantes, é que o usuário siga rigorosamente o manual de instruções do produto ou máquina de limpeza. Quando agentes químicos forem usados, deve-se evitar produtos como permanganato alcalino, citrato de amônio ou ácidos não oxidantes, tais como fosfórico, ácido, sulfúrico ou clorídrico, agentes oxidantes, fluídos corrosivos, imersão em máquinas operadas com oxigênio e manuseio a altas temperaturas", diz.

Denis Niubo, gerente comercial para a América Latina da Apex International, outro importante player no segmento de cilindros anilox sediado em Campo Magro, região metropolitana de Curitiba, aponta como a principal evolução tecnológica o desenvolvimento e descoberta de novos perfis de gravação a laser, como, por exemplo, o GTT, que permite um melhor controle de transferência de tinta, gerando aumento de qualidade de impressão e redução de custo através de um menor inventário de anilox e redução dos tempos de setup.

"Além do aumento da qualidade de impressão e da densidade de cores, com transferência de tinta mais homogênea para o clichê e com menor pressão na impressão, possibilitando cores mais vivas, alta definição com lineaturas de clichês mais elevadas, redução do ganho de ponto, de entupimento, de squash, de spitting, de pin-holes e eliminação de moiré, o GTT ainda permite a utilização de novas tecnologias de gravação de clichê Ultra HD Flexo, como por exemplo o Bellissima DMS, da empresa Hamillroad, com lineatura de clichê equivalente a 350-450 lpi para máxima definição, semelhante à definição de impressão offset,", pontua.

Para Denis, entre os procedimentos vitais para aumentar a qualidade no uso dos cilindros anilox está a padronização dos processos de impressão. "Isso reduz a necessidade de troca do cilindro e deixa o setup de máquina mais preciso, ágil e permite repetibilidade", afirma.

Com relação ao aumento da durabilidade, Denis afirma que a vida de um cilindro anilox está diretamente ligada às condições de uso. "Quase de 90% dos cilindros que chegam na fábrica para regravação estão danificados por manuseio, apresentam riscos radiais profundos, batidas, riscos de parada de lâmina e entupimento severo", diz.

Inteligência Competitiva e Monitoramento de Mercado

Segundo definição do Society of Competitive Intelligence Professionals, IC, ou Inteligência competitiva, é um programa sistemático de coleta e análise da informação sobre atividades dos concorrentes e tendências gerais dos negócios, visando atingir as metas da empresa. Hoje em dia, as decisões tomadas no ambiente corporativo e de gestão se tornaram complexas, uma vez que normalmente elas nunca estão isoladas – ou seja, nossas decisões diárias impactam sobre uma questão específica e, ao mesmo tempo, se sobrepõem a outras questões, inclusive sobre essa mesma decisão.

Isso fica muito claro no ambiente interno de uma empresa, onde há controle das causas e efeitos melhor delimitados; mas, se pensarmos que todo o conjunto de fatores que cria o ambiente organizacional interno também está sujeito às influências (e não são poucas) do mercado externo (clientes, terceirizados, fornecedores etc.), podemos passar de decisões complexas para decisões complicadas. Para descomplicar essa questão,sugiro um poderoso instrumento para este fim: Inteligência Competitiva. Antes de abordar a prática, vale explicar alguns conceitos.

Definições

Primeiro: Por que "**Inteligência**"? Porque se trata de uma atividade exclusivamente humana. Por exemplo: Um modelo econométrico pode fornecer números, mas não responde qual será a reação da concorrência e dificilmente um relatório de vendas por escrito terá a capacidade de provocar tantos insights quanto um "bate-papo informal" com o vendedor ou cliente. Portanto, compreender e analisar informações em diversos formatos, ponderar sobre elas, absorver outras análises, buscar métodos de investigação usando do conhecimento humano para melhorar a decisão de outro ser humano, de fato são atividades da inteligência.

Mesmo em tempos de Inteligência Artificial, quando logaritmos-softwares-robôs captam, organizam e até interpretam dados de forma muito eficaz, simulando o processamento humano (e ainda estamos em 2019!), e processadores quânticos conseguem sobrepor e autoinferir sobre hipóteses, humanos ainda fazem as perguntas (contextos e objetivos) e usam a resposta (decisões e ações). Transferir qualquer uma dessas atividades para as máquinas é uma discussão ética mundial que vem envolvendo não só a engenharia, mas o direito e até filosofia.

Segunda parte do conceito: "Por que **Competitiva**?" Porque, nesse ambiente concorrido é que a prática se desenvolveu e, com histórica influência militar, foi célere em criar mecanismos objetivos e minimizar riscos, implementada em governos, empresas e instituições.

Para se ter uma ideia prática, numa empresa de rótulos e etiquetas autoadesivos que utiliza Inteligência Competitiva para bloquear o avanço dos concorrentes, ela analisaria as capacidades, portfólio, movimento e desempenho deles, identificaria e desenvolveria benchmark (algo semelhante que cumpre mesmas funções) e avaliaria qual o momento decisivo para apresentar ao seu cliente. Manteria no mesmo radar, empresas de outros setores com processos e tecnologias que poderiam ameaçar sua posição com seus clientes e identificaria, por exemplo, internet e integradores se unindo e empresas internacionais se aproximando. Na mesma empresa, utilizando a Inteligência Estratégica para antecipar ameaças e oportunidades, ela analisaria, por exemplo, os macros ambientes Político, Ambiental, Social, Tecnológico, Econômico e Legal. Ela se anteciparia à questão Político-Ambiental da "Política Nacional de Resíduos Sólidos", saberia quais são as oportunidades e ameaças Econômico-Legais das taxas do Mercosul, as mudanças Econômico-Tecnológicas que as empresas estão fazendo para recuperar lucratividade e chegaria nos mesmos núcleos de atenção: internet, integradores e empresas internacionais.

Porém, numa perspectiva ligeiramente diferente: mais estratégica e objetiva para quem decide antecipar movimentos, preparar enfrentamentos ou saídas que evitem a concorrência direta.

Por essa diferença de perspectiva fica claro que o papel da inteligência não é decidir, é identificar, processar e dar o suporte necessário à decisão. Um suporte que também deve eliminar os vieses cognitivos (desvios de interpretação). Por exemplo, um executivo de formação financeira poderá decidir questões de impacto comercial usando um "atalho mental" financeiro por lhe parecer mais lógico. Cobrir esse "gap" com analogia apropriada, tradução dos dados, entre outros recursos, é papel da inteligência.

Análise e o Ciclo de Inteligência

Os Tópicos Chave de Inteligência – KITs são usados para identificar e priorizar necessidades de informação da alta administração, um diálogo com tomadores de decisão que fornece o foco, aprimora o ciclo das atividades de inteligência e pode até modificar o escopo entre competitiva, mercadológica, estratégica etc.

No Ciclo de Inteligência, a **Análise** é a parte central e mais nobre do processo. Os passos anteriores e posteriores buscam otimizá-la ao máximo. O **Planejamento** busca cercar objetivos, contextos e "dissecar" perguntas que dão sustentação à resposta. Um exercício que separa o "Nice to know" e "need to know" e elege os KITs – Key Intelligence Topics. A **Coleta** busca informações nos diversos formatos (análises, depoimentos, imagens), seguindo parâmetros de confiabilidade, checagem por triangulação etc. Portanto, tempo e qualidade de resposta estão ligados diretamente à qualidade das perguntas. Sua rede de informantes e analistas é acionada e tudo organizado para Análise.

A **Disseminação** se ocupa não só com o formato (como informar novo produto concorrente através de um filme e testemunho do cliente no lugar de somente uma ficha técnica), mas também com sua linguagem, objetividade e "timing". Às **Ações e Decisões** são conectados

os parâmetros de monitoramento, seus efeitos e desencadeamentos. É preciso confirmar importância e acuidade das variáveis. Por exemplo, estas modificariam a qualidade da decisão? Esse feedback e sua análise modifica, acrescenta ou elimina questões e até escopos?

Para que o leitor do informativo O Autoadesivo possa pensar Inteligência em sua empresa, sugiro a reflexão sobre alguns tópicos. Se não obtiver um sonoro ***sim*** para algum deles, é preciso alinhar um processo internamente:

1. Sabemos exatamente quem, quando e como são tomadas decisões sobre estratégia, mercado, cliente, produto, concorrente a ponto de percorrermos o registro inverso de decisões, análises e informações de base?
2. As fontes, pesquisas e relatórios utilizadas em decisões anteriores são atualizadas periodicamente e redirecionam decisões sobre elas tomadas?
3. Profissionais das áreas contábil, jurídica, produção, RH, entre outras, são requisitados a fornecer e interpretar dados sobre nossos clientes e concorrentes?
4. Mercados, segmentos, clientes, produtos e concorrentes estão todos interligados e se constituem uma só fonte de informação útil e crível para todos os níveis da empresa?
5. Temos pleno conhecimento como os macro ambientes (Político, Ambiental, Social, Tecnológico, Econômico e Legal) afetam os negócios de nossos clientes?

Fabio Pereira
Fábio Pereira é profissional de Marketing Industrial, Inteligência Competitiva e especialista na Cadeia de Embalagem. Formado em Publicidade e Propaganda, Pós Graduado em Administração de Marketing na ESPM. Atualmente é sócio proprietário da OMAFF, consultoria de Estratégia de Marketing e Inteligência para a Cadeia de Embalagem.

Simplificação do Sistema Tributário Brasileiro: uma necessidade urgente

Marcelo Boaventura
Assessor jurídico da ABIEA

No Brasil a carga tributária é um fator relevante, que influencia a gestão das empresas. Além da carga tributária, a complexidade e a burocracia do sistema tributário brasileiro são aspectos importantes que atravancam a economia e os investimentos no país. Com essas características, mais que repensar a carga tributária, a reforma tributária deve facilitar o entendimento e o pagamento dos impostos.

Existem três propostas de reforma tributária em andamento: na Câmara dos Deputados, no Senado Federal e uma última elaborada pelo Governo Federal. Três propostas com um ponto em comum, a simplificação do sistema tributário brasileiro.

A complexidade tributária do nosso país é destaque, de forma negativa, em estudo do Banco Mundial. Referido estudo aponta, que as empresas brasileiras são as que mais gastam tempo para pagar seus impostos, com uma média de 1.958 horas por ano. Esses números são expressivos, mas se comparados aos demais países, ficam gritantes. Na América Latina a média é de 547 horas gastas por ano para pagar impostos. Nos países da América do Norte são 182 horas e na Europa são 161 horas.

Apenas para ilustrar essa diferença, tomemos como exemplo a empresa Volvo, que opera em vários países do mundo. Na Suécia, as empresas gastam em média 122 horas para pagar os seus impostos. A diferença de horas faz com que a operação brasileira da Volvo, que representa cerca de 5% do faturamento mundial do grupo, tenha 18 funcionários no setor tributário. Na Suécia, que responde por cerca de 40% das vendas mundiais, a Volvo emprega apenas 3 funcionários no setor tributário.

Outra característica do sistema tributário brasileiro é sua litigiosidade. Os valores e o número de ações discutidos em juízo é um dos mais elevados do mundo. Segundo o Centro de Cidadania Fiscal – CCIF, as matérias em litígio tributário alcançam cerca de R$ 4 trilhões. O que denota o elevado grau de insegurança jurídica, acarretando custo tanto para as empresas, como para o próprio fisco.

As leis que criam e regulamentam os tributos, em sua maioria, são confusas, tornando um vasto campo para as autuações fiscais. O setor gráfico caracteriza-se como um exemplo desse fato, pois o conflito de competência tributária entre Municípios (ISS) e Estados (ICMS) tem sido tema de discussões judiciais desde a década de 80. O procedimento comum nesses casos é o fiscal lavrar o auto de infração, para que a discussão seja levada à esfera judicial e para que o conflito seja resolvido pelo Poder Judiciário. O que resulta em elevados custos para as empresas, bem como para o Estado.

As incertezas tributárias afetam o planejamento de investimentos e, em muitos casos, não é possível saber o custo tributário de um produto. A alta litigância, além de ser custosa, dificulta que as empresas obtenham recursos no Brasil e no exterior, porque explicar aos bancos e, principalmente, aos investidores internacionais a alta litigância dos balanços não é uma tarefa trivial.

Diante desses dados, podemos concluir que o Brasil é um dos campeões mundiais em complexidade, litigiosidade e burocracia tributária. Esses fatores representam um dos principais fatores que atravancam a economia do país. A reforma tributária deve reduzir esses aspectos negativos e tirar o país dessas posições ruins, possibilitando que as empresas cresçam e produzam mais, o que ajudará a gerar uma onda de crescimento e um novo país.

Novos associados

Etirama

A Etirama, uma das principais fabricantes de equipamentos de impressão flexográfica banda estreita da América Latina e líder de mercado em seu segmento, está de volta à Abiea. Administrada pelas famílias Schröter & Wiederkehr, possui tradição de mais de duas décadas de atuação no mercado.

Com uma produção média de 90 a 100 máquinas por ano, a empresa conta com uma equipe de 95 colaboradores, gerando ainda mais de uma centena de empregos indiretos. Além disso, ainda dispõe de uma equipe de representantes comerciais em todo Brasil, além de representantes em outros países do mundo.

Segundo Ronnie Schröter, diretor comercial da Etirama, o retorno da empresa entre os associados da Abiea deve-se a uma mudança de filosofia da associação. "A Etirama se motivou a voltar a ser associada a Abiea por entender que a nova gestão está alinhada com os valores da empresa: Respeito, Clareza, Entusiasmo e Precisão", salientou Ronnie.

www.etirama.com.br

Nathalgraf: mais de 20 anos de tecnologia no mercado de Flexografia

Tradição que mais de 20 anos no mercado de flexografia, agora ao lado da Abiea para colaborar com o crescimento de nosso setor. A Nathalgraf, empresa que atua no mercado de banda estreita há 22 anos, é outra nova associada da Abiea.

A empresa comercializa tintas, tintas especiais e vernizes para produção Flexo, assim como acessórios como escovas especiais, lâminas Doctor Blade, fitas dupla-face 3M e Anilox Cerâmico com Gravação à Laser Mult-Hit.

www.nathalgraf.com.br

Iimak também se associa à Abiea

A Iimak, um dos principais fabricantes mundiais de fitas para impressão por transferência térmica (ribbons) está se juntando à Abiea. Com fábrica em Manaus (AM) e sede em Buffalo (EUA), a Iimak oferece alta tecnologia para o mercado brasileiro, desenvolvendo ainda tintas projetadas para aplicações em ambientes de produção adversos oferecendo excelente desempenho nas mais diversas aplicações.

Segundo a empresa, associar-se à Abiea é um passo fundamental para construir e manter um bom relacionamento com as empresas do setor, bem como criar um canal importante de interação com os profissionais que atuam no mercado.

http://iimak.com.br/

Mercado

Durst Tau RSC E em novos padrões de formato

A Durst anunciou o lançamento da Tau RSCi com cabeçote Fuji Dimatix de 1200x1200 dpi em novos padrões de formatos – com suporte a larguras de 330, 420 e 510 mm. O cliente pode adquirir a máquina com 330 mm e, futuramente, fazer upgrade das larguras maiores assim que a demanda cresce. Além disso, pode fazer upgrade das cores laranja, violeta e verde para chegar em 8 cores (CMYK+Branco+Violeta+Laranja+Verde), com as quais é possível abarcar 97% da escala de cores especiais Pantone.

Além disso, a riqueza de cores está diretamente atrelada à alta produtividade, podendo imprimir a uma velocidade de até 80 metros lineares/minuto – ou 100 metros lineares/minuto no modo de impressão "Full Speed" (alta velocidade). A produtividade total pode chegar a 3.000m²/hora.

www.durst.com.br

O Auto-Adesivo
Publicação Oficial da Associação Brasileira das Indústrias de Rótulos e Etiquetas Adesivas – ABIEA
A sua fonte de informações do segmento label!
www.abiea.org.br