Edição 36 • Julho – Agosto • 2022 • www.abiea.org.br

O AutoAdesivo

Publicação Oficial da Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas e Rótulos Adesivos – ABIEA

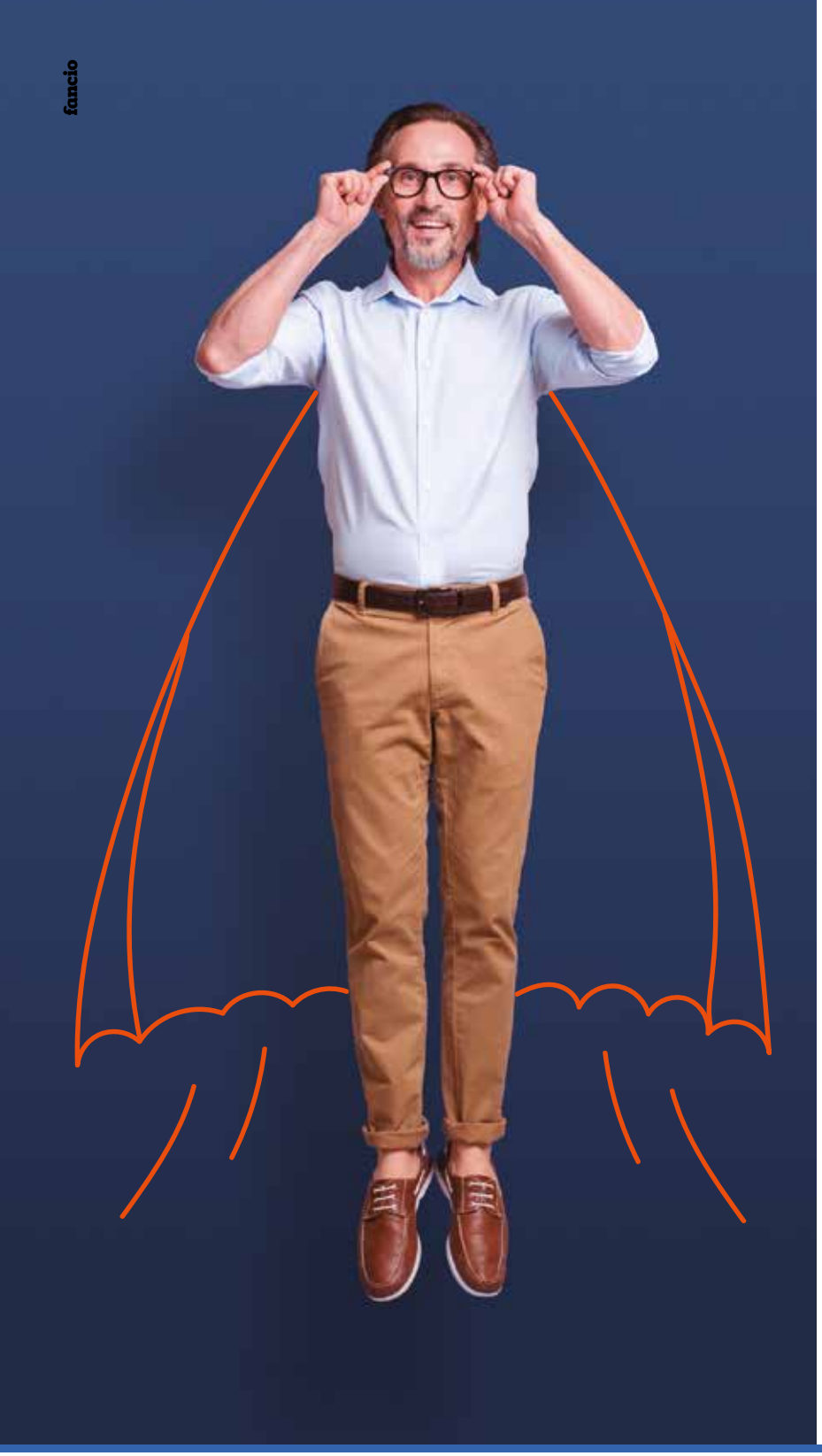
LANÇAMENTO

Colacril inaugura nova laminadora, uma das mais modernas do mundo • p.6

Quer impulsionar suas vendas de rótulos e adesivos?

Foque na sustentabilidade e segurança do *Alimento* e *Fármaco*

Por Eudes Scarpeta • P10



Parecem superpoderes...

mas pode chamar de iQuattro

Se você não sabe onde estão os problemas da sua empresa e busca **autonomia** e **performance na gestão**, veja como nosso sistema ERP pode te auxiliar:

Sistema muito intuitivo
nos empenhamos para uma navegação amigável e muito funcional.

Rotina prática e rápida
seu operacional simples como você nunca viu.

Todas as operações integradas
você poderá saber se sua empresa está realmente crescendo.

Treinamento eficiente
pode acreditar, acima de tudo entendemos de pessoas.

Temos **15 anos de experiência** em processos da indústria de rótulos e etiquetas.
Conhecemos a sua realidade e o seu negócio. Fale com um de nossos consultores.

19 3826-4345
contato@iquattro.com.br
iquattro.com.br

Para saber mais aponte a câmera do seu smartphone

iQuattro
SISTEMAS

ABIEA ENTREVISTA no Youtube

SÉRIE *OS NOTÁVEIS DO AUTOADESIVO* – RENATO TORRES

Renato Torres é conhecido por ter sido um dos mais importantes empresários do setor de Rótulos e Etiquetas! Depois de assistir essa entrevista voce vai entender o porquê.

Com muito trabalho e uma incrível percepção de negócios, ele chegou lá! Hoje, ele contribui com seu conhecimento fazendo parte do Conselho da Associação Comercial de São Paulo.

https://youtu.be/KrTNQNBJHIQ

SÉRIE *OS NOTÁVEIS DO AUTOADESIVO* – FRANCISCO PAZ

Francisco Paz, ou Chico da Grif, como todos o conhecem, iniciou sua história na área gráfica por volta dos 17 anos como "montador de fotolito". Era o início de uma trajetória vitoriosa, trilhada com muito trabalho, dedicação e amor pela profissão. Nesse vídeo, você vai conhecer os desafios que ele enfrentou ao longo desse caminho (e que ainda enfrenta) para fazer da Grif umas das maiores e mais importantes gráficas do nosso mercado!

https://youtu.be/OJHJFoV47fo

"BLINDAGEM PATRIMONIAL" – DR. CARLOS VIEIRA COTRIM – COTRIM ADVOGADOS

Blindagem Patrimonial é um mecanismo usado para proteger juridicamente o patrimônio de pessoas físicas ligadas à alguma empresa. Neste vídeo, convidamos o Dr. Carlos Cotrim, da Cotrim Advogados e também assessor jurídico da ABIEA , para nos explicar detalhadamente como o empresário pode assegurar a proteção de seus bens pessoais. Lembre-se, se voce é associado ABIEA, a Cotrim Advogados está à disposição para orientações do âmbito juridico. ▲

https://youtu.be/_8TXkw7yHEM

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

Julho – Agosto • 2022

EXPEDIENTE

CONSELHO DIRETIVO (2020-2022)
PRESIDENTE
William D'Vas (Grupo Serwir)
VICE-PRESIDENTE
Guido Raccah (PAA Label)
SECRETÁRIO
Jason Nunes (Promtec)
TESOUREIRO
José Carlos (Fascreen)
SUPLENTE DA DIRETORIA
Thiago Spiringer (Metiq)
CONSELHO FISCAL
Salvador Teles (Teles Etiquetas)
SUPLENTE CONSELHO FISCAL
Claudio Silva (Cola Aqui Etqs)
CONSELHO REGIONAL
Sul (RS): Roberto Jaegger (Automação)
Sul II (PR - SC): Marcos Dybas (Delta)
Nordeste (BA-SE-AL-PE):
Elton Farias (Ecosystem)
Nordeste II (CE-MA-PI-RN-PB):
Luciano Bezerra (Aaron)
Sudeste (ES-MG -RJ): Sergio Cruz (Printek)
CONSELHEIROS
Sergio Botteselli (Visionflex)
Paulo Carrer (Adere)
Fernando Pirutti (Grif Rótulos)
CONTEÚDO EDITORIAL
Parla! Assessoria
DIAGRAMAÇÃO
Jean-Frédéric Pluvinage/FoxTablet
COMERCIAL / TRÁFEGO PUBLICITÁRIO
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

O AutoAdesivo
Publicação Oficial da Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas - ABIEA
fb.com/abiea.fp
tinyurl.com/linkedinabiea
@abieaoficial
tinyurl.com/abieayoutube

Inflação globalizada: eis o nosso quinhão!

Por William D'Vas

Eu sempre ouvi dos meus amigos que a indústria de etiquetas e rótulos é um mundo à parte e que as nossas dores não são parecidas com as de outros segmentos. Confesso que nunca tive esse posicionamento e, em todas as oportunidades, argumentei que os nossos problemas são muito parecidos com de outros setores.

Nestes dois últimos anos, acompanhei de perto a angústia dos pequenos convertedores e, claro, vivi na pele todos os desafios que a pandemia e a guerra nos trouxeram. Passamos por falta de matéria-prima, aumento de preços e a angústia se o "mercado" iria voltar a consumir os nossos produtos nos mesmos patamares do passado, afinal, sabemos a maioria dos custos que temos no mês, mas sem a certeza das vendas.

Preciso confessar: eu mudei de opinião. O nosso segmento realmente é diferente de todos os outros segmentos. De maneira geral, os nossos clientes não valorizam o nosso produto e sempre postergam a sua compra, mas sem as etiquetas e os rótulos os seus produtos não saem da fábrica, o que acaba sempre gerando uma pressão em nossos prazos de entrega, com aumentos dos custos de logística e hora-extra.

Muitos de nós têm como clientes grandes *players* de mercado que não aceitam reajustar os nossos preços. Por sua vez, temos fornecedores gigantes que não abrem mão de nenhuma margem para negociação.

Eu disse fornecedores? Dois únicos fornecedores juntos dominam mais de 80% do mercado.

A ABIEA nasceu em 1986 praticamente como um clube de compras para romper a barreira imposta pelos nossos únicos fornecedores locais e buscar outras alternativas no mundo. Recebo várias ligações por dia e o sentimento mais latente dos convertedores é de que algo está errado.

Até as boas notícias econômicas nos atrapalham neste momento. Com o recuo de 15,48% da gasolina e 11,38% do etanol, vivemos uma deflação no mês de julho de 0,68%.

Como explicar para o cliente que sofremos um reajuste de matéria-prima de 45% no último ano e que o acumulado deste mês já rompe a barreira dos 35%? E que esse item é responsável pela metade dos custos dos seus produtos?

Em 2021 tivemos um dissídio da folha em 12% e a expectativa para este ano é de 13%. A deflação apurada no Brasil foi ocasionada principalmente pelos descontos dos impostos no preço dos combustíveis no mês passado, refletindo algo de imediato nos fretes nacionais, mas pouco nos insumos e demais itens que compõe os custos de fabricação dos materiais autoadesivos.

Infelizmente, muitas das matérias-primas que são utilizadas na nossa indústria são cotadas em dólar, mesmo as fabricadas aqui no Brasil, já que são produzidas a partir de itens também cotados em dólar – ou têm seus preços baseados no dólar ainda que cotados em real, como é o caso da celulose, resinas plásticas, entre outros.

De maneira geral, os preços de várias commodities ainda tem subido internacionalmente em dólar, gerando índices de inflação mundial não vistos a muito tempo.

O aumento de preços já está estabilizado? Acreditamos que, infelizmente, não. O cenário global ainda é inflacionário, mesmo com vários países tomando ações para conter os preços, ainda há uma tendência de alta, principalmente nos materiais base dos insumos da nossa indústria.

Além de todo esse cenário que não nos favorece, temos o aumento do consumo pós-pandemia, que, globalmente, continua impactando diferentes indústrias.

Acredito que a nossa indústria foi uma das que mais cresceu com o aumento exponencial das compras pela internet e o incremento da quantidade de etiquetas de logísticas que isso demandou. Muitas indústrias de autoadesivos estão investindo na expansão da sua capacidade de produção, mas os seus fornecedores ainda não estão acompanhando esse incremento. Além dos diversos aumentos que também sofreram por diversas vezes ao longo dos últimos anos, ainda informam cotas limitadas no fornecimento, não só de fornecedores locais quanto de outros lugares no mundo todo.

Podemos dizer que a regularidade de abastecimento melhorou significativamente nos últimos meses em relação ao que estava acontecendo no ano passado e início desse ano, mas ainda não está normalizada. Com um fundo partidário de R$ 4,9 bilhões de reais, quanto será gasto em propagandas autoadesivas neste ano? A Copa do Mundo cria vários subprodutos, incluindo os álbuns de figurinhas, cuja estimativa de consumo seja de 45 milhões de metros quadrados neste ano. Duas importantes variáveis para a pressão dos preços dos produtos autoadesivos, bem como a sua escassez.

Cabe aos empresários convertedores encararem o problema de frente, fazer todas as contas na ponta do lápis e preparar seus argumentos junto aos seus clientes, pois a pedida de reajustes será inevitável.

Não reajustar pode garantir a permanência do cliente em sua empresa. Só não sabemos por quanto tempo esse cliente vai continuar a comprar de você. Afinal, por quanto tempo você vai sobreviver? ▲

Colacril apresenta nova laminadora a clientes

A nova laminadora deverá aumentar a produção da empresa em mais 50% e foi instalada num novo galpão de 4.600 m², construído especialmente para abrigar o equipamento

Corte da faixa marca inauguração da laminadora

No último dia 2 de agosto, a Beontag – multinacional especialista em materiais gráficos, rótulos, etiquetas autoadesivas, além de Etiquetas Inteligentes e Soluções Touchless com a tecnologia de identificação por rádio frequência (RFID) – e a Colacril, empresa do grupo, reuniram mais de 200 clientes nacionais em Campo Mourão (PR) para inauguração da maior e mais moderna laminadora do mundo.

O grupo de visitantes percorreu os galpões de estoque, produção e armazenamento de materiais finalizados da empresa, conhecendo a nova laminadora posteriormente e participando de um coquetel de inauguração.

O equipamento tem comprimento de 82m, capacidade de produção de 400 metros por minuto e vai aumentar a capacidade de produção da Beontag em 50%.

Vale destacar que a máquina possui o que há de mais moderno no mundo da laminação: sistemas de estufas de última geração, sistema híbrido de adesivos (laminação tanto em acrílico quanto hot melt), aplicação de revestimento top coat em linha, modernos sistemas de controle e revisão e detecção de imperfeições, possibilitando o desenvolvimento de novos produtos com qualidade superior.

Além de clientes, também estiveram presentes autoridades, como o prefeito de Campo Mourão, Tauillo Tezelli; a vice-prefeita, Fátima Nunes; e a primeira-dama do município, Hosana Tezelli. Pela Beontag, marcaram presenças o CEO, Ricardo Lobo; o VP Industrial, Guilherme Bruschi; o fundador da Colacril, Valdir Gaspar; o VP de Laminação, Mauro Lerner; o COO Thiago Horta; e a diretora de ESG & Marketing, Bárbara Dunin.

"Nos últimos anos, triplicamos nossa exportação, e o Brasil já é e será cada vez mais nossa principal plataforma exportadora dentro da companhia. O investimento feito na nova laminadora é o maior do grupo em curso e certamente dará ainda mais robustez a esse processo, que hoje já representa 2/3 das nossas receitas", afirmou Ricardo Lobo.

Ele enfatizou em seu discurso a importância de se acreditar nos sonhos. "O senhor Valdir acreditou num sonho. Vencemos com resiliência, foco, esforço e superação. Agora iniciamos um novo sonho, com a maior e mais moderna laminadora do Hemisfério Sul", comemorou.

Valdir Gaspar destacou o privilégio que a vida lhe deu por aproximá-lo de pessoas arrojadas. "Abracei um sonho e segui em frente. No caminho encontrei sócios arrojados. E estamos nessa fase em que vejo tudo melhor, inclusive os negócios", salienta.

O prefeito da cidade, Tauillo Tezelli, destacou a importância que a fábrica da Colacril, uma das 17 empresas do grupo,

Plateia durante evento de inauguração

levou para o município de Campo Mourão. "No meu primeiro mandato fizemos o primeiro contato e trouxemos a fábrica de São Paulo para nossa cidade, E hoje tenho o orgulho de vê-la numa fase de ampla expansão, com a melhor máquina do Hemisfério Sul", relembra.

"Estamos há aproximadamente cinco anos debruçados neste projeto. Para suportar essa expansão, foram criadas diversas áreas na empresa, Engenharia de Projetos e Processos, mas também expandimos e qualificamos áreas como Manutenção, Utilidades, P&D, Qualidade, Custos, Produção, dentre outros. Falando em números, foram gerados mais de 200 empregos diretos, fora os indiretos. E outras contratações adicionais estão previstas para os próximos meses", conta Guilherme Bruschi.

Ele comemorou a iniciativa da visita e da inauguração da nova laminadora. De acordo com o vice-presidente Industrial, a holding fecha com chave de ouro essa fase de pesquisa e procura do equipamento para sua instalação. "Trazer esse importante grupo – os clientes – para esta visita e para acompanharem a inauguração da nova máquina, encerra um ciclo de aproximadamente 5 anos que nos debruçamos neste projeto. Ao mesmo tempo que se inicia outro importante ciclo, o da expansão global", destacou.

"A nova laminadora faz parte de uma estratégia global de crescimento. Essa expansão geográfica já está em andamento e tende a continuar", diz Thiago Horta. Atualmente, as exportações representam cerca de 2/3 da receita da empresa, que conta com unidades de negócios em 12 países. ▲

INSTITUTO DE IMPRESSÃO IMP

Já pensou nos benefícios de ter sua empresa Certificada na ISO 9001 ?

O que seus atuais e prospectivos clientes vão pensar da sua empresa?

ISO 9001 CERTIFICADO

Mentoria de Implantação da ISO 9001. 3 grandes motivos para trabalharmos juntos:

Somos do seu ramo, portanto não perdemos tempo em entender seu processo;

Ampla experiência na mentoria para implantação da ISO;

Método que diminui o tempo de implantação, cria excelência no seu processo e é mais econômico para sua empresa.

(11) 9.7544-8188
contato@institutodeimpressao.org
institutodeimpressao.org/iso9001

Assédio sexual no ambiente de trabalho

O assédio sexual é algo antigo no ambiente de trabalho. Vem crescendo a cada ano, pela falta de políticas adequadas dentro do ambiente corporativo e mudança do comportamento social.

O que é? O assédio sexual é definido, de forma geral, como o constrangimento com conotação sexual, em que o agente utiliza da sua posição hierárquica superior ou sua influência para obter o que deseja. **As mulheres são praticamente as maiores vítimas**.

Cada vez mais temos notícias sobre denúncias de assédio sexual em empresas. Partem de atrizes, atores, mundo afora, funcionárias de serviços públicos (até do Judiciário), jornalistas, atletas de várias modalidades, pacientes de médicos, enfim, a prática disseminada de assediar, submeter outra pessoa a caprichos sexuais, prolifera, em qualquer ambiente, sem causa determinada.

Os números de assédio sexual no ambiente de trabalho no Brasil são alarmantes! Pesquisa realizada pelo Datafolha, a pedido do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, mostrou que 37,9% das brasileiras foram vítimas de algum tipo de assédio sexual no ano de 2020, o que equivale a **26,5 milhões de mulheres**!

Em 2021 o TST – Tribunal Superior do Trabalho, indicou que os processos de assédio aumentaram em 21% no primeiro trimestre. Os números chamam a atenção e, segundo especialistas, trata-se de uma pandemia silenciosa, especialmente por conta da grande quantidade de casos não denunciados.

O assédio sexual tem custo. Primeiro e principalmente para vítima que, na maioria dos casos, em razão do abalo moral, tem que passar por prolongadas sessões de terapia, tomar remédios antidepressivos e carregar traumas por um bom tempo na vida.

As empresas, também, em razões de ações judiciais provocadas pelas vítimas, arcam com os gastos dos processos e das condenações que crescem na mesma proporção dos casos ajuizados.

Perdem, ainda, pela associação do malfeito criminoso à imagem da empresa, perante parceiros e fornecedores, assim como retenção e contratação de grandes profissionais.

Sim, o assédio sexual é crime, com tipificação penal prevista no art. 216-A do Código Penal.

É possível reconhecer os indícios de assédio sexual por meio de alguns atos como receber propostas constrangedoras, contatos físicos indesejados, "elogios" desrespeitosos, envio de mensagens com cunho sexual, gestos ou importunações libidinosas.

Ainda há barreiras para que a vítima não denuncie os casos de assédio, como a sensação da impunidade do assediador, a dúvida se realmente houve assédio, o medo da exposição na empresa frente aos demais colegas e a retaliação de não conseguir outra colocação profissional por ameaças do próprio assediador.

O que fazer. De início deve haver o estado de consciência de que é inaceitável nos dias de hoje, ainda mais no ambiente corporativo, a permissibilidade de condutas de violência e desrespeito. **As empresas precisam rechaçar o assédio "recreativo"**, as piadas de duplo sentido, as cantadas e comentários "elogiosos" quanto a aparência e comportamentos que causem desconfortos.

O *Compliance* é uma das ferramentas utilizadas por corporações para combater o assédio no ambiente de trabalho. Por meio de adoção de políticas claras, desenvolvimento de treinamentos e palestras é possível **criar ambientes saudáveis**, suscetíveis a adoção de comportamentos livres de práticas abusivas, tendentes a rechaçar e denunciar situações em desconformidade com as políticas internas e regras de conduta social.

Além disso, a criação de um canal de denúncia eficaz é essencial para que as acusações sejam realizadas e possam ser apuradas internamente pelas empresas. Caso contrário, as denúncias podem chegar até o MPT – Ministério Público do Trabalho ou até mesmo na Justiça do Trabalho, por meio de reclamação trabalhista.

A criação de um ambiente de trabalho seguro e sadio é de responsabilidade do Empregador. Combater o assédio sexual e a cultura do estupro é responsabilidade de todos nós!

Em um ambiente saudável para o trabalho, a produção é melhor! ▲

Áretha Michelle Casarin Moreno é advogada trabalhista, formada pela Faculdade de Direito Padre Anchieta em 2003 (Jundiaí/SP); Pós-graduada em Direito Material e Processual do Trabalho pela Escola Paulista de Direito (EPD/SP); MBA em Gestão Empresarial pela FGV, e Especialista em *Compliance* em Proteção de Dados pela FGV e LEC *Legal Ethics Compliance*. Professora e autora de artigos de livros.

Camila Cotrim é advogada trabalhista, formada pela Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo em 2006; Pós-graduada em Direito e Processo do Trabalho pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP); Especialista em Gestão de Pessoas e *Compliance* Trabalhista pela FGV, Proteção de Dados pelo INSPER e *Compliance* em Proteção de Dados pela LEC *Legal Ethics Compliance.*

Grafimax celebra 30 anos de mercado com instalação pioneira da tecnologia Durst Tau no sul do país

Sediada em Blumenau (SC), empresa migrou para o segmento de rótulos atrás de novas oportunidades e escolheu a tecnologia Tau 330 RSC para produzir com qualidade rótulos em pequenas e médias tiragens

Tau 330 RSC na Grafimax

Blumenau é conhecida em todo o Brasil como uma das cidades com maior influência germânica em sua cultura e história. A cidade guarda fortes características europeias, encantando visitantes por sua arquitetura, gastronomia, natureza, indústria, polo tecnológico, chope gelado e festas. Nas últimas décadas, é notório que a região se converteu em uma área de intensa e diversificada atividade industrial – talvez, uma das mais pujantes da América do Sul, abrigando empresas nacionais e multinacionais de diversos segmentos.

É nessa rica região que a Grafimax vem atuando com destaque no setor de rótulos e etiquetas. A gráfica, que celebra neste ano três décadas de mercado, iniciou suas atividades no tradicional setor de tipografia, passando aos poucos para o segmento de impressão offset e, mais recentemente, investindo fortemente no mercado de rótulos e etiquetas, no que se estabilizou e vem colhendo frutos notáveis.

"Entendemos que havia muitas oportunidades no segmento de rótulos. Além disso, era um mercado em que poderíamos agregar mais valor ao nosso serviço por meio de acabamentos especiais, como *cold foil*, laminação, verniz serigrafia, entre outros. Como estamos em uma área fortemente industrial, havia a demanda", lembra Elimar Reinhold, fundador da Grafimax.

O sucesso no mercado de rótulos atendendo principalmente empresas do ramo de bebidas, brinquedos, alimentos e plástico fez com que a Grafimax expandisse seu parque produtivo, investindo em equipamentos de flexografia convencional. Porém, com o crescimento da demanda por tiragens menores e aplicações especiais (como personalização), abriu-se espaço para investimento na tecnologia digital.

"Pesquisamos várias marcas fazendo testes de qualidade. Os equipamentos ofereciam boa qualidade, mas a Durst se diferenciou", diz Elimar, explicando os motivos para investir na Tau 330 RSC, a primeira da região sul do Brasil. "É um equipamento que nos permitirá não apenas atender esse volume de médias e pequenas tiragens com qualidade, mas também nos dará segurança para ampliarmos os segmentos para áreas em que ainda não temos muito volume, como cosméticos, farmacêutico, entre outros."

Juntamente com a Tau 330 RSC, a empresa também investiu em um sistema de corte a laser para agilizar a produção.

Além disso, Elimar destaca a estrutura da Durst no Brasil como um importante fator de decisão. "Além da equipe comercial, a Durst possui sólida estrutura no país, com estoque de peças, consumíveis, equipe técnica e laboratório para reparos de cabeças de impressão", ressalta. ▲

Quer vender mais rótulos e etiquetas? Foque na sustentabilidade e segurança dos setores Alimento e Fármaco

Na recente Feira Flexo&Labels ficou claro que o movimento da sustentabilidade está mais forte do que nunca, especialmente quando olhamos os produtores de materiais como auto adesivos.

Vender qualquer coisa não é fácil, porque depende de inúmeros fatores. Distinguir-se no mar de ofertas dos concorrentes é tarefa para poucos corajosos dispostos a lutar.

No entanto, ofertar algo que a outra parte quer muito facilitará sua venda, não é verdade? Então, como você poderá achar um produto, nicho ou algo que chame a atenção do seu cliente ou *prospect*?

É provável que você já tenha lido, ou pelo menos ouviu falar, do livro de W. Chan Kim chamado "A Estratégia do Oceano Azul". Mas, se não conhece, deixe-me explicar o que é em poucas palavras: os mercados atuais estão inundados de concorrência. Mais e mais empresas estão competindo por margens de lucro cada vez menores. Esta batalha acirrada deixa a água sangrenta. Este é o *Oceano Vermelho*.

Por outro lado, no *Oceano Azul*, a demanda é criada em vez de disputada. Há ampla oportunidade de crescimento que é tanto lucrativo quanto rápido. Um *Oceano Azul* é uma analogia para descrever o potencial mais amplo e profundo encontrado em um espaço de mercado inexplorado.

Em qual oceano você acha que está? Lutando para vencer a concorrência? Preste atenção na frase abaixo do W. Chan Kim, autor do livro:

"A única maneira de vencer a concorrência é parar de tentar vencer a concorrência." – W. Chan Kim

Quando você compra uma impressora nova, está apenas tentando superar a concorrência. Talvez diga que não e que está melhorando o serviço ao seu cliente. Mas seja honesto, no final é para superar a concorrência.

Isso mesmo, você precisa sair do lugar comum e das regras pré estabelecidas no mercado de rótulos. Precisa criar. Mas como fazer isso?

Como sair do lugar comum e ir para onde você pode lucrar mais

O segredo é descobrir a "dor" do seu cliente. Faça as seguintes perguntas:

• Quem são meus clientes?

• Qual é a "dor" do seu cliente ou *prospect*?

• O que hoje é impossível, mas que se fosse possível faria com que eu tenha um lucro muito bom por um longo tempo?

Todos temos problemas industriais para resolver. O seu cliente também. Ele está preocupado com o custo, prazos e qualidade (não necessariamente nessa mesma ordem).

O que está ocorrendo neste momento no mercado de rótulos, etiquetas e embalagens em geral é o que eu chamo de efeito dominó de trás para frente. Ou seja, com a pandemia, as indústrias de alimentos perceberam uma fragilidade na cadeia de suprimentos e na possibilidade de ocorrer contaminação com vírus, falsificação dos seus produtos e comprometimento da marca. Se isso ocorresse, abalaria a credibilidade da marca e somaria bilhões em prejuízos dependendo do tamanho da empresa.

A pandemia mostrou que, numa situação atípica, a falta de matérias-primas diversas, problemas de logística e segurança do alimento ou do fármaco são os principais gargalos.

Então, qual é a "dor" do seu cliente?

Você precisa perguntar isso a ele. Talvez ele mesmo não saiba. No entanto, passo aqui o que tenho visto mundialmente como tendências do mercado. E dou minhas sugestões de como poderá sair do confronto com a concorrência e se posicionar em outro patamar no seu mercado.

A seguir, as tendências, preocupações e dores dos compradores de rótulos, etiquetas e embalagens:

• **Sustentabilidade:** se você fez uma visita simples na Feira Flexo&Label 2022 recentemente, talvez não tenha percebido que todos os fornecedores de materiais presentes lá possuíam soluções de sustentabilidade. Eu disse **todos**.

• **Segurança do Alimento e Fármacos:** acredita-se que o próximo ataque terrorista não seja com bombas ou aviões atirados contra prédios, mas sim contaminação da água ou alimento com armas biológicas que ceifariam a vida de centenas de milhares de pessoas. A pandemia só acelerou o processo de procura por soluções de embalagens e rótulos seguros.

O que sua empresa está praticando e o que ela sabe sobre sustentabilidade?

Quando ouvimos falar sobre sustentabilidade talvez tenhamos a tendência de torcer o nariz ou simplesmente dizer que isso é moda e não tem nada a ver com a empresa. Não é verdade. Inúmeros compradores de embalagens estão sendo colocados em cheque porque usam o plástico ou embalagens plásticas e rótulos não sustentáveis. Esses clientes sentem a "dor" de buscar fornecedores que tenham essas três condições:

1. Que tenham comprometimento com a sustentabilidade. Significa

Changing &
Empowering

"Mudanças são essenciais para o fortalecimento de um negócio."

Ronnie Schröter
CEO - ETIRAMA

www.etirama.com.br

falar e praticar os princípios que regem a sustentabilidade. Isso é traduzido por campanhas internas na empresa, coleta seletiva, cartazes de conscientização, palestras, atividades sociais na comunidade em que pertencem, uso de energia renovável (como painéis solares, por exemplo) e uma miríade de coisas simples e de baixo custo.

2. Que tenham "soluções" de rótulos e etiquetas sustentáveis. Os fornecedores de matérias-primas possuem diversas oportunidades para lhe ajudar. Basicamente é você colocar no seu portfólio essas opções. Por exemplo, a chinesa ***Ahlstrom Munkjö*** fez o lançamento do *Lumimax PCR (reciclado pós consumo)*, a nova mídia revestida L1 confeccionada em 50% com fibras recicladas, 25% do total de fibras provenientes de pós-consumo. A ***ARclad*** apresentou a nova linha criada a partir de fibra de bagaço de cana-de-açúcar, e uma linha de materiais em filme lavável para uso em processo de fabricação de embalagens PET. ***Avery Dennison*** apresentou substratos para impressão de segurança, papéis sintéticos e polipropilenos, substratos para resistir a altas temperaturas, laminação, uso em linhas industriais e automotivas, tecnologias de RFID etc. Destacou, ainda, a sustentabilidade ao apresentar opções para produtos reciclados e programa circular, ao mesmo tempo em que agrega inteligência às aplicações envolvendo etiquetas. A ***Beontag*** (que inclui ***Colacril*** e ***Syntpaper***) possui seu portfólio completo de mídias autoadesivas com forte apelo sustentável. A ***Fedrigoni***, com a coleção ***Manter,*** oferece ampla gama do mercado de papéis e materiais FSC produzidos com fibras alternativas e materiais reciclados, mantendo a sustentabilidade como a base de todas as suas atividades, desde a aquisição das matérias-primas até a entrega dos produtos finais. ***UMP RAFLATAC*** levou seu portfólio de produtos CarbonNeutral® – toda a linha de produtos Linerless que agora é certificada como um produto CarbonNeutral®. Até mesmo a ***Crown do Brasil*** focou na sustentabilidade e distribuiu uma brochura sobre um estudo da Associação de Foil e Efeitos Especiais (FSEA – Foil & Specialty Effects Association), onde constata que o papel com impressão de Hot ou Cold Stamping é 100% reciclável.

3. Que demonstrem seu comprometimento. A melhor forma é com certificações como a *ISO 14.001 - Gestão Ambiental* que dá maior credibilidade. A primeira coisa que muitos pensam é: "ISO tá longe da minha realidade, porque é cara e trabalhosa e não acho que minha empresa se encaixe". Engano seu, pois muita coisa mudou e você ainda está no paradigma de que implantar uma norma é caro, demorado e trabalhoso. Um dia já foi assim, hoje não mais.

Com esses três tópicos em mente, acredite, você sairá do mar vermelho de brigas sangrentas por centavos. Mas há mais espaços em que você pode se posicionar.

Como a Segurança do Alimento e mercado de remédios pode te levar a um Oceano Azul

Para complementar sua distinção no mercado e sair do mar sangrento foque agora na segurança. O que você pode oferecer ao seu cliente (mesmo sem ele pedir) são soluções de segurança do alimento e fármaco que protegerá a marca dele. É importante entender que Segurança do Alimento pode significar várias coisas, porém duas delas são chaves. Primeira é a preocupação de quem compra uma embalagem, rótulo ou etiqueta de que não haverá contaminação de alimentos, itens de higiene e saúde através do seu rótulo, etiqueta ou embalagem, especialmente aquelas que entrarão em contato direto com esses itens. Segunda é a garantia de que não haverá falsificação. A falsificação tem se tornado um grave problema mundial.

Assim, vamos ver mais três tópicos para evoluir.

1. Documentação robusta e certificação. Ter uma certificação e licença da ***ANVISA*** para produzir, transformar e comercializar etiquetas e rótulos já é em si um grande diferencial neste mercado. No entanto, há normas que reforçarão e levarão sua empresa a um patamar para poucos. As normas ***FSSC 22.000*** – Certificação do Sistema de Gestão de Segurança do Alimento, ***BRC Food*** (British Retail Consortium) e ***HACCP*** (Hazard Analysis and Critical Control Point) ou Análise de Perigos e Controle de Pontos Críticos e

que não precisa do certificado *ANVISA*, mas é importante. Lembrando que não é nada do outro mundo pensar em certificações para empresas de banda estreita. E nem tão caro. O retorno financeiro é inevitável.

2. A cultura do Food Safety, Food Fraud e Food Defense são importantes dentro da sua empresa, independentemente de normas ou de uma certificação formal. Conceitos de *BPF* – Boas Práticas de Fabricação e *5s* bem implantados ajudarão muito.

3. Portfólio de opções. Não adianta ter estrutura se você faz o que todo mundo faz. Pesquise tecnologias de segurança e anti fraude ao conversar com clicherias, fabricantes de tintas, mídias e substratos e veja o que eles têm para oferecer. *Crie coisas novas e divulgue muito* para seu público alvo, focando nas dores deles.

Portanto, siga os passos abaixo para turbinar sua empresa para vender mais:

1. Avalie onde você está, ou seja, o que você tem de equipamentos, controle de processos e, principalmente, o que está oferecendo para o mercado: mais do mesmo?

2. Faça um brainstorming e questione seu portfólio. Converse com clientes, visite feiras, eventos e palestras do mercado em que você atua. Busque entender a dor do seu cliente.

3. Pesquise com seus fornecedores de matérias-primas, clichês e tintas quais soluções que podem oferecer no campo da sustentabilidade, segurança do alimento/fármaco e anti fraude.

4. Faça testes e crie amostras para divulgar posteriormente. O desenvolvimento dos produtos é importante.

5. Crie um site moderno e focado nesses tópicos. É incrível como muitos dos seus concorrentes não dão valor a um simples site de baixíssimo custo.

6. Ofereça seu produto/serviço/solução. Sim, para seu público-alvo, mesmo que eles não tenham pedido isso, visto que, às vezes, nem eles mesmos sabiam que precisavam do que você está oferecendo.

7. Crie uma campanha de marketing com funis e presença no campo de visão de interesse do seu cliente/prospect.

Nem falei de qualidade, mas qualidade é *commodity*, não é mesmo? Vá para outro nível! Saia do Oceano Vermelho e busque o azul. Ainda dá tempo. ▲

RS AUTOADESIVOS

Qualidade e eficiência colados lado a lado

Fabricante de materiais autoadesivos de alto padrão, e com um time especializado na criação e desenvolvimento personalizado nos melhores tipos de adesivos existentes, a RS Autoadesivos está pronta para atender todas as suas necessidades com um ótimo custo beneficio. Seus produtos são fabricados com insumos de primeira linha e tecnologia de ponta!

Tudo isso muito bem alinhado à questão da sustentabilidade, a partir da adoção da "Tecnologia Verde", produzindo materiais de qualidade e ao mesmo tempo cuidando do meio ambiente.

Para conhecer a linha de produtos e agendar uma visita contate:

(11) 2481-9787 ou (11) 9.4865-0076
www.rsautoadesivos.com.br

MM ROTULOS

A MM Rótulos e Etiquetas é uma empresa orgulhosamente Cearense situada em Fortaleza que fornece seus produtos para as regiões Norte e Nordeste. Desde 2009 atua no mercado de etiquetas autoadesivas e rótulos para diversos segmentos. Utiliza produtos de qualidade para realizar serviços com excelência e assim atender as demandas de seus clientes. Visam sempre trazer os resultados que seus clientes esperam, para assim manter os padrões esperados com qualidade total. São uma empresa que conta com processos bem estruturados, e um time de colaboradores treinados para melhor atender um mercado cada vez mais exigente.

(85) 3474-1530 / (85) 9 8693-1003
contato@mmetiquetas.com.br
https://mmetiquetas.com.br

O AUTOADESIVO
fb.com/abiea.fp
tinyurl.com/linkedinabiea
@abieaoficial
tinyurl.com/abieayoutube

Revolução **digital**

A revolucionária solução de impressão digital BOBST...

...já está disponível no Brasil!
Venha conhecer a tecnologia de impressão digital que está revolucionando o mercado de rótulos e etiquetas.
Tel: +55 11 4534 9300
E-mail: marketing.br@bobst.com

LABELS

Impressão e conversão ágeis e sustentáveis em diversos substratos e acabamentos. Fluxos de trabalho automatizados e exclusivo gerenciamento digital de cores garantem a velocidade de lançamento de produtos.

www.bobst.com

BOBST

www.
rsautoadesivos.
com.br

@rsautoadesivos

Dê asas para a sua impressão

Se você busca materiais de alto padrão, está no lugar certo. Com a RS Autoadesivos você pode contar com a qualidade que deseja. Nosso time é especializado na criação e desenvolvimento personalizado nos melhores tipos de adesivos existentes no mercado. Com fabricação própria, estamos próximos às principais vias de acesso em São Paulo, permitindo toda acessibilidade e rapidez na entrega.

Nossos produtos são fabricados com insumos de primeira linha e tecnologia de ponta. Buscamos estar sempre atualizados e investir em equipamentos modernos para não só ampliar nosso parque de produção, mas também para garantir um atendimento diversificado para atender e suprir as necessidades de nossos clientes a qualquer momento.

Além disso, preocupados com as questões de sustentabilidade, adotamos a tecnologia verde e nossa filosofia visa a produção de materiais de qualidade para atender da melhor maneira possível e ao mesmo tempo cuidar do meio ambiente.

Conheça nossos produtos e obtenha a melhor relação custo-beneficio na aquisição de adesivos. Procure manter seus estoques em dia e garanta uma ótima experiência de atendimento ao seu cliente.

Tel.:
+55 11 2481-9787 **+55 11 94865-0076**

RS AUTOADESIVOS

Qualidade e eficiência colados lado a lado