



União em prol do crescimento

Com o intuito de *Pensar e fazer diferente*, 157 empresas gráficas, de 12 estados brasileiros, marcaram presença no 17º Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica (Congraf). O evento, considerado o de maior prestígio do setor, foi promovido pela Abigraf Nacional e pela Abigraf-RS neste sábado (18/05) no Teatro do Sesi, na Fiergs, em Porto Alegre.

No início da manhã, o cantor gaúcho e vencedor do The Voice Kids de 2018, Thomaz Machado, entoou o Hino Nacional, acompanhado na gaita por seu irmão, Eduardo Machado. Em seguida, o vice-presidente da Abigraf-RS, José Mazzarolo, deixou uma mensagem de fé, mostrando a importância do congraçamento, para trazer uma unidade de pensamento e ideal.

Em seu discurso, o presidente da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, mostrou-se emocionado, feliz, orgulhoso e realizado com a volta do Congresso ao RS, depois de 23 anos. "Alcançamos o recorde deste evento, com 560 participantes. Precisamos fazer diferente, pois o mundo atual pede mudanças." Quebrando o protocolo, o presidente do Conselho Diretivo da Abigraf Nacional, Julião Flaves Gaúna, plantou uma bananeira no palco, brincando com o

tema e indicando que é preciso fazer diferente. "É agora ou nunca, precisamos seguir em frente."

Representando a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Antonio Claudio Salce citou a importância do setor para o país. "A indústria gráfica acompanha o que é de mais avançado no mundo todo. Com a 4ª Revolução Industrial, há uma ruptura no modelo, precisamos nos adaptar." O presidente da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), Gilberto Petry, ressaltou a inovação típica da indústria gráfica. "Precisamos apoiar as reformas do governo, assim como as mudanças no ambiente de trabalho e as demais alterações estruturais que o país precisa."

Já o vice-presidente da Confederação Latino Americana da Indústria Gráfica (Conlatingraf), Héctor Cordeiro, lembrou que há uma crise do setor em toda a América Latina. "Há instituições sólidas para resolver os problemas, que encontrarão saídas para recuperar o crescimento no Brasil." Otimista com a retomada do desenvolvimento no país, o presidente da diretoria executiva da Abigraf Nacional, Levi Cerigato, deixou uma mensagem a todos. "Já sobrevivemos a vários planos políticos e trocas de moedas. Tempos difíceis criam homens fortes."

Momento de pensar diferente

Palestrantes fizeram empresários e lideranças da indústria gráfica refletir sobre a situação atual do país, buscando alternativas para inovar na vida pessoal e nos negócios, vendendo valor para os clientes, além de apresentar tendências

O autor e consultor em Vendas Marcelo Caetano abriu a programação técnica do Congraf 2019, com o tema *Chega de desconto? – Então, venda valor*. Na oportunidade, mostrou que, se fosse dado às estratégias para agregar valor o mesmo tempo dedicado à elaboração de descontos, os resultados seriam muito melhores. Na visão dele, vender mais barato é o caminho mais rápido para o sofrimento. Segundo Caetano, em geral somente 5% das verbas são empregadas na fidelização de consumidores. Os outros 95% são gastos na atração de novos clientes. “Precisamos saber por que alguém parou de consumir nossos produtos ou serviços. Devemos efetivamente entrar em contato com essas pessoas, e a responsabilidade é da empresa, não do vendedor”, contou. O desconto até pode ser parte, mas não pode ser a única ferramenta do vendedor para obter resultados. “Essa prática drena os valores que seriam investidos para se relacionar com o cliente, fazer campanhas de incentivo de vendas ou propagandas”, disse. O desafio é oferecer o melhor de sua empresa mesmo que a pessoa não manifeste interesse, para que ela saiba de sua capacidade. “Quem não tem relacionamento vende somente preço”, destacou.

Na palestra seguinte, *Chegou o momento – O que esperar da economia brasileira?*, o estrategista-chefe da BTG Pactual Asset Management, João Scandiuzzi, apresentou os principais desafios do governo Bolsonaro, que passam pela articulação política, produtividade e retomada do crescimento. No curto prazo, o doutor em economia cita dois problemas crônicos: a insegurança sobre políticas públicas, em particular a fiscal, tendo como principal questão a Reforma da Previdência. A outra dificuldade se refere a como aumentar o crescimento sustentável do país, englobando outras reformas, como a tributária, além da retomada do investimento e a solvência fiscal. Com uma alta taxa de desemprego e



um Produto Interno Bruto (PIB) real bem abaixo dos últimos anos, o país não se curou ainda das feridas da recessão sofrida entre 2014 e 2016. “A sensação é de fraqueza, que vem decepcionando em curto prazo. Com a aprovação das reformas em médio prazo, vê-se uma possível melhora”, afirma. Diante da perspectiva de trabalhar com juros mais baixos do que no passado, Scandiuzzi cita que o setor privado será o grande motor do crescimento, pegando esse bastão em médio prazo.

A tecnologia que, há 10 anos, somente superpotências tinham acesso, hoje está na mão dos indivíduos. Por isso, o mundo vive a era mais incrível para inovar e empreender. Este foi o recado do especialista em gestão empresarial Arthur Igreja. Ele subiu ao palco para a última palestra da manhã, *O que fazer para inovar no seu negócio?*, chamando a atenção para os insurgentes modelos de negócios e as mudanças nos hábitos dos consumidores que impactam empresas tanto no B2B quanto B2C. Num relato permeado por histórias e casos pessoais, o especialista reforçou que há alterações radicais em virtude da velocidade em que ocorrem.

DEPOIMENTOS



“O evento foi muito bom, com uma qualidade excelente, trazendo muitas novidades para refletirmos sobre o negócio. Foi um dia para pensar diferente, podendo inovar e evoluir.”

MARTIM HAHN, sócio-proprietário da gráfica Cometa, de Lajeado



“Muito bom, temas atuais. Viemos nos acomodando no dia a dia e as coisas estão acontecendo, os assuntos ajudam a dar uma mexida nos empresários. Precisamos ter eventos como esse mais seguidos para não nos acomodarmos.”

ADAIR NIQUETTI, presidente do Singraf, de Caxias do Sul



MARCELO CAETANO



JOÃO SCANDIUZZI



PROFESSOR MARINS



MICHAEL MAKIN



ARTHUR IGREJA



DANIEL MÜLLER

O impacto se reflete no comportamento das pessoas e na cultura. “A tecnologia tem que ser usada para desburocratizar, para sobrar tempo para focar no tempo real”, observou. Ele explicou que o segredo está na jornada. “O sucesso, se pensarmos nas maiores empresas do mundo, tem a ver com simplificação da jornada.” Igreja exemplificou que antigamente era necessário dez passos para ver um filme e hoje conseguimos ver apertando apenas um botão. “Conveniência é o nome do jogo”, completou. O palestrante também ressaltou que é preciso estar atento às mudanças do modelo de negócios. Oferecer produtos customizados é imperativo. Como dica, ele orientou que é preciso olhar para mercados mais maduros, como o norte-americano, onde os livros digitais tiveram queda e os impressos apresentaram um crescimento. Empresas inovadoras, como o AirBnB, estão produzindo revistas impressas. “Vocês têm atributos - uma diferenciação - que o digital não consegue fazer”, finalizou.

No início da tarde, com muita energia e positividade, o jornalista, mentor e treinador Daniel Müller convidou os presentes a refletir sobre os rumos da vida pessoal e do negócio. Na palestra *Você está cada vez melhor?*, o expert em negociação e vendas lançou o desafio de dobrar os resultados em poucas semanas. “Tudo o que temos é fruto do que fazemos, a partir do que somos e criamos, tendo por trás um criador”, explica ele, citando que o pensamento é influência do que lemos e produzimos. “A criação é um ciclo, que no sentido horário faz girar a roda da fortuna, mas pode ser acionada na direção contrária.” Fazer orações e meditar, assim como ter uma rotina saudável pela manhã, segundo ele, configura como será o dia: “Somos o que pensamos”. Para ficar cada vez melhor, ele trabalha com alguns pilares. “Sabendo como funcionamos, é possível ser mais autoconfiante, seguro, ter uma comunicação assertiva, vendendo bem as suas ideias, além de lidar melhor com os outros.” Müller mostrou ainda como potencializar gatilhos mentais. “Alguns têm dentro de si a arte de vender, mas não a competência

para colocá-la em prática.” Outro ponto fundamental é agradecer a sua existência. “Se tiveres essa atitude mesmo com algo que não possui, o universo te manda.”

Na palestra *Os desafios da execução – Por que as coisas não acontecem na empresa?*, Luiz Marins, conhecido como professor Marins, observou que o grande problema das empresas nem sempre está na falta de planejamento, mas sim nos passos seguintes. Segundo o palestrante, que é antropólogo, professor e consultor de empresas, os profissionais costumam propor ideias inovadoras, mas não têm o mesmo entusiasmo ao tirá-las do papel. Marins destacou que houve uma transformação na indústria gráfica com a queda de alguns mercados como jornais, revistas e panfletos. “Entretanto, existe um mundo a ser descoberto pela indústria em setores ainda pouco explorados.” Ele reiterou que é preciso inovar para não levar os negócios à falência. “É como estar andando na água e perguntando por ela: as oportunidades quase sempre estão debaixo de seu nariz e você não as vê por querer ver longe demais.”

O destaque internacional foi a palestra *Para onde caminha a indústria gráfica? Retratos do mercado norte-americano e tendência*, de Michael Makin, presidente e CEO da Printing Industries of America. Dados econômicos demonstram a força da indústria gráfica nos Estados Unidos. De acordo com relatório do Institute for Supply Management (ISM) com índices ligados à manufatura no país, o setor está em segundo lugar em número de novos pedidos e volume de produção. No topo da lista dos dez produtos mais vendidos, estão mala-diretas, folhetos e panfletos. Entre os segmentos que oferecem as melhores oportunidades, Makin apontou rótulos para as indústrias farmacêuticas e cosméticas, para alimentação e bebidas, embalagens e envelopes e impressões especiais. “Seja o mais estratégico possível”, recomendou. Isso significa fazer um planejamento formal com estabelecimento de metas com métricas mensuráveis. Para ter um foco em resultados, é importante analisar os dados dos melhores consumidores do negócio e aprimorar os fluxos de trabalho.



“Foi um evento grandioso, com palestrantes de alto nível e um público qualificado. As gráficas passam por transformações, boas ou não, e isso vai se refletir no mercado. Passamos a fase de desafio e agora estamos numa etapa de refundação da indústria.”

JOÃO SCORTECCI, diretor da Abigraf-SP



“Trouxe meu filho para participar pela primeira vez. Temos 38 anos de gráfica. As palestras retrataram o cenário atual do nosso país. Estamos realmente precisando de incentivo nesse momento.”

ÁLVARO PEREIRA, proprietário da BBB Souza e Editora Gráfica e Comunicação, de Jardim (MS)

FLASHES



Presidente da Abigraf-RS, Angelo Garbarski



Presidente do Conselho Diretivo da Abigraf Nacional, Julião Flaves Gaúna



Representante da Fiesp, Antonio Claudio Salce



Presidente da Fiergs, Gilberto Petry



Presidente da Conlatingraf, Héctor Cordero



Presidente da diretoria executiva da Abigraf Nacional, Levi Ceregato



EXPEDIENTE

Realização:



Produção e execução:



Edição e revisão: Fernanda Reche (MTb 9474) /
Chefe de reportagem: Cláudia Boff / Textos: Cláudia Boff,
Diego Castro e Laura Schenkel / Edição de arte: Eduardo Mello

Impresso em tempo
recorde pela Impresul
no decorrer do evento