

NÓS

A sua revista da **HEIDELBERG** do Brasil.

Edição comemorativa de 25 anos | Abril 2023

ESG

Pg. 24 *Environmental,
Social and Governance*

A sustentabilidade na cadeia produtiva da indústria gráfica.

O cliente no centro

Pg. 06

Ouvir o cliente, aprofundando-se nas necessidades dele, garante relacionamento de longo prazo.

David Schmedding

Pg. 15

“Sustentabilidade é a combinação de sucesso comercial com responsabilidade ambiental e social.”

25 anos de Heidelberg do Brasil

Pg. 32

Ombro a ombro com o empresário, antecipando necessidades e apontando caminhos.

Revista Nós

Edição comemorativa de 25 anos - Abril 2023
Publicação da Heidelberg do Brasil
Alameda África, 624
Polo Empresarial Tamboré
06543-306, Santana de Parnaíba - SP
Tel. +55 11 5525 4500
hbr.atendimento@heidelberg.com

www.heidelberg.com/br



Coordenação geral: Paula Silva
Aprovação: Sílvia Montes, Argemiro Quio, Kleber Garcia, Verônica Costa
Jornalista responsável: Tânia Galluzzi (MTb 26897)
Redação: Tânia Galluzzi e Gracia Martin
Projeto gráfico: Lamp Comunicação
Papel: Blendpaper e Suzano
Impressão e acabamento: Leograf

Notas de produção

Gravação de chapas: Suprasetter A106
Impressão: Speedmaster XL 106
Acabamento: Stahlfolder
Consumíveis: Chapas Saphira
Impresso no Brasil

Papéis

Suzano

Supremo Duo Design Padrão 250 g
Couché Brilho Padrão 150 g
Couché Brilho Padrão 210 g
Couché Fosco Padrão 150 g
Reciclato Padrão 150 g
Reciclato Padrão 180 g

BlendPaper®

Metalplus® Mar Del Plata 250 g
Colorplus® Buenos Aires Padrão 120 g
Colorplus® Toronto Padrão 120 g
Clearplus® 140 g

Processo de Impressão

Aplicação de verniz Ecoline

Abril 2023

05

Palavra da presidente

06

Parceria entre Congraf e Jequiti

10

2022 acima das expectativas

15

David Schmedding analisa o cenário atual

18

Perspectivas para o setor gráfico

24

Compromisso com o futuro do planeta

32

É hora de comemorar

42

O que rolou em 2022

44

Automação na gestão da cor

46

HEIDELBERG Customer Portal

49

O que dizem os números

50

O "S" do ESG



Mais do que
a melhor
tecnologia,
a **paixão** é
o que nos
move para
o futuro.



Bem-vindos!

...à comemoração dos 25 anos da Heidelberg do Brasil. Um marco, que muito nos orgulha!

Poder revisitar nossa trajetória ao seu lado e refletir sobre nossa missão para o futuro nos dá a certeza de que estamos na direção correta e, mais do que nunca, juntos. **É imenso o legado construído.** Presenciamos a profissionalização do mercado, o crescimento das empresas e uma mudança tecnológica voraz. Entre tentativas e acertos, todos progredimos. Chegamos aonde chegamos porque fomos e somos um todo. Uma indústria forte, resiliente e com um papel importantíssimo na sociedade.

E nossa responsabilidade apenas aumenta com o transcorrer do tempo. Como direcionadores do futuro, o compromisso com ESG (Environmental, Social & Governance) é uma obrigação. Incorporar a IA (Inteligência Artificial) na rotina produtiva não é mais uma questão, pois sabemos se tratar da **tecnologia mais transformadora que a humanidade desenvolveu até hoje.**

Agora é encarar o desafio da transformação. Ainda que pareça complexo, é a única possibilidade para o sucesso. A equipe Heidelberg, no seu propósito de estar **“sempre um passo à frente”**, está aqui para mapear tendências e proporcionar soluções a você, nosso cliente. E em um mundo no qual apenas a mudança é permanente, acreditamos que podemos fazer a diferença.

Espero que esta revista seja fonte de inspiração. Meu muito obrigada a todos que contribuíram para torná-la possível e que construíram esses 25 anos conosco.

Convidamos a todos a seguirem juntos nesta jornada e celebrar com a Heidelberg muitos outros marcos históricos. **Mais do que a melhor tecnologia, a paixão é o que nos move para o futuro.**

Boa leitura!

Silvia Montes
Presidente Heidelberg do Brasil



Congraf e Jequiti, fina sintonia

Você sabe o que passa pela cabeça do seu cliente quando o assunto é embalagem?

Conhece verdadeiramente as demandas dele a ponto de antecipar soluções, adotando uma postura proativa?

Abraçar essa estratégia não é fácil. É preciso ter gente disposta a exercitar a arte da escuta e a se aprofundar em mercados que não fazem parte diretamente do dia a dia de uma gráfica, compreendendo toda a trajetória da embalagem, desde a matéria-prima até o seu uso final e reinserção no ciclo produtivo.

A complexidade dessa tarefa ficou evidente numa pesquisa realizada em 2019 e divulgada em 2020 pela Quorum Brasil, a pedido de Two Sides Brasil¹, com o objetivo de compreender a percepção dos decisores em relação à embalagem de papel. A análise envolveu profissionais de vendas, marketing, inovação e desenvolvimento de produto de 39 fabricantes de bens de consumo de diversos setores, espalhados por todo o Brasil. Entre os resultados, chama a atenção o fato de que apenas 24% dos entrevistados

PARA TODOS OS TIPOS DE PELE

Fórmula leve que proporciona hidratação com toque seco e suave por 24h e previne a formação de rugas de expressão.

PRECAUÇÕES

Evite contato com os olhos. Caso aconteça, lave-os com água em abundância. Em caso de irritação, procure orientação médica. Manter em local seco e arejado, ao abrigo de luz e fora do alcance de crianças e animais domésticos. Uso externo.

MODO DE USAR

Aplique uma quantidade no rosto e massageie de forma circular para melhor absorção. Usar 1 vez ao dia.

SMOOTH
touch



HIDRATANTE FACIAL

Ácido Hialurônico e Extrato de Flor de Lótus

¹Organização global sem fins lucrativos criada em 2008 na Europa e dedicada à valorização do papel e da comunicação impressa.

Estar ao lado das marcas no desenvolvimento das embalagens **é uma das estratégias mais seguras para a fidelização dos clientes.** Nessa jornada, é preciso mergulhar fundo, compreendendo tanto as necessidades deles quanto as do consumidor final.

» concordaram totalmente com a afirmação **“Os fabricantes de embalagens procuram saber o que eu preciso e buscam soluções”**, e somente 39% concordaram totalmente com a frase **“Os fabricantes de embalagens estudam as necessidades do consumidor final”**.

Não é um caminho simples, mas totalmente possível, como mostra a fina sintonia estabelecida entre a **Congraf** e seus clientes, como a **Jequiti**. A relação comercial entre a gráfica especializada em embalagens de papel-cartão e a fabricante de cosméticos pertencente ao Grupo Silvio Santos remonta ao início das atividades da Jequiti, há 16 anos, e tem tudo para se manter firme.

Quem fala sobre essa comunhão de interesses é Jefferson de Castro Faria, coordenador de desenvolvimento de embalagens da Jequiti. Todas as embalagens da marca são criadas internamente, contando com o fundamental apoio técnico de fornecedores, como a Congraf. Da convertedora vem a análise dos materiais, o detalhamento técnico do projeto, sugestão de ajustes com impacto no processo produtivo e inovações diretamente conectadas aos dois grandes desafios de Jefferson e sua equipe: redução de custos e respeito ao meio ambiente.

“A questão da sustentabilidade é mais do que uma bandeira para a Jequiti. É uma preocupação legítima, uma obrigação. Ela está em todos os detalhes: na escolha de fornecedores certificados e alinhados com esse pensamento, no entendimento de todo o ciclo de vida da embalagem, no cuidado com a sua funcionalidade e com a geração do menor impacto ambiental possível”, afirma Jefferson de Castro Faria.



DERMATOLOGICAMENTE
TESTADO

Produto Vegano

Não testado em animais

Hidrata por 24 horas

Embalagem Sustentável



Venda direta exige flexibilidade

Além dessas questões, a Congraf deve atender a uma peculiaridade da Jequití: a venda por catálogo. 200 mil consultores visitam diariamente consumidores de todo o país, oferecendo, por meio das revistas, itens de perfumaria, maquiagem e cuidados diários. Diferente da venda nas gôndolas, nesse formato a flutuação na demanda cresce, exigindo maior flexibilidade por parte dos fornecedores de impressão. “Temos as nossas estimativas, mas alguns produtos podem romper o histórico de venda e, por isso, o tempo de resposta tem de ser muito rápido”, comenta o coordenador de desenvolvimento de embalagens.

Durante a pandemia, a agilidade da Congraf foi testada ao máximo. Nos primeiros meses, a empresa de cosméticos sofreu uma variação grande de demanda, movimento suportado com louvor pela Congraf. Jefferson conta que, mesmo nos maiores picos, os prazos de entrega não se alteraram, permitindo inclusive o lançamento de novas linhas. “Tivemos alguns problemas em outras áreas, sobretudo ocasionados pela falta de matéria-prima, mas com a Congraf nem parecia que estávamos numa pandemia.”

Debruçando-se sobre o cenário atual, o maior desafio segundo Jefferson é equilibrar a busca pela sustentabilidade com a redução no poder de compra da população provocada pela alta da inflação. Ele explica que em termos ambientais o ideal seria oferecer os produtos em embalagens maiores. Mas, atentos ao bolso do consumidor, a saída tem sido oferecer possibilidades aos clientes.

Nesse esforço, a Jequití conta com a Congraf e sua longa experiência na produção de embalagens. Antes mesmo de se especializar nessa área, nos idos da década de 1970, Sidney Anversa Victor, fundador da empresa, já ajudava os clientes no desenvolvimento dos impressos promocionais. “Sempre procuramos facilitar a vida do cliente”, comenta o empresário. A Congraf chegou a montar uma pequena agência de publicidade dentro da gráfica em meados dos anos de 1980.

A dedicação ao mercado de embalagens exigiu a formação de uma equipe técnica, capaz de desenvolver *mockups* a partir de demandas específicas dos clientes. A Congraf começou a se destacar nesse mercado justamente por esse apoio. Em 2018, a gráfica investiu na primeira Speedmaster XL 106, uma 7+L UV, e a conexão total da produção com a pré-impressão, permitindo ao time de criação alçar voos ainda mais altos em relação a produtos de altíssima qualidade e produtividade garantida. No segundo semestre de 2021, a segunda Speedmaster XL 106, uma 8+L, geração Drupa 2020, aterrissou na planta da Congraf na Zona Sul da capital paulista. “Essa máquina é uma engolidora de trabalhos”, afirmou na época Sidney Victor. “Além do setup muito rápido, graças ao alto grau de automação, escolhemos uma offset de oito cores para facilitar a confecção de cores especiais”, completa. O empresário destacava ainda os ganhos com a redução no custo de manutenção proporcionados pela troca de dois equipamentos mais antigos.



Sidney Anversa Victor - CEO da Congraf

Integrante da geração Drupa 2020, chancela para sistemas que levam a automação a outro patamar ao incorporarem o conceito de Inteligência Artificial, a XL 106-8+L agregou à Congraf processos que reduzem os riscos de erros por meio da tecnologia User Experience. O sistema possibilita uma interface mais intuitiva entre o operador e a impressora, reduzindo os pontos de contato, o tempo e o desperdício de insumos, além de otimizar a reprodutibilidade dos trabalhos.

Parceira da Heidelberg de longa data, a Congraf conseguiu atravessar as instabilidades do mercado sustentada por uma gestão eficiente e dinâmica, que reconhece a importância do investimento em tecnologia de ponta. “Aliada a nossa postura propositiva, a tecnologia foi e continua sendo uma facilitadora de soluções, permitindo à Congraf participar ativamente do desenvolvimento das embalagens”, finaliza Sidney.



SMOOTH
touch

PARA TODOS OS TIPOS DE PELE

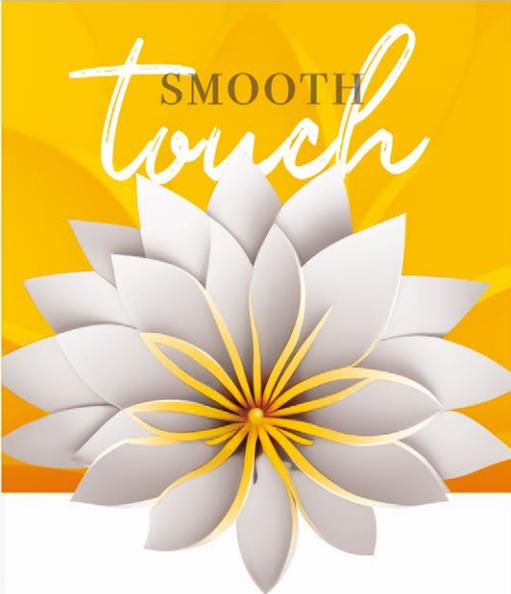
Fórmula leve que proporciona hidratação com toque seco e suave por 24h e previne a formação de rugas de expressão.

PRECAUÇÕES

Evite contato com os olhos. Caso aconteça, lave-os com água em abundância. Em caso de irritação, procure orientação médica. Manter em local seco e arejado, ao abrigo de luz e fora do alcance de crianças e animais domésticos. Uso externo.

MODO DE USAR

Aplique uma quantidade no rosto e massageie de forma circular para melhor absorção. Usar 1 vez ao dia.



HIDRATANTE FACIAL

Ácido Hialurônico e Extrato de Flor de Lótus

makeup

2022 – um ano de muitas conquistas

2022 foi histórico para a Heidelberg do Brasil, crescendo **71%** em relação ao ano anterior, totalizando um market share de **65% em impressão offset**, seu core business. A companhia iniciou seu ano fiscal em abril com **63 castelos de impressão já negociados e em produção** e, durante a ExpoPrint & ConvergExpo Latin America 2022, que aconteceu entre os dias 5 e 9 de abril em São Paulo, foram vendidos mais de 50. Nas sete semanas seguintes, a equipe de assistência técnica instalou 11 equipamentos, em sete Estados, de CtPs a impressoras, passando por linhas de acabamento, todos incorporados à produção de gráficas comerciais, promocionais e de embalagens espalhadas pelo país.

Em agosto, com o movimento gerado pela impressão de material para campanha eleitoral, a Heidelberg bateu recorde absoluto na venda de consumíveis, faturando em um mês o previsto para quatro. Somando esses bons resultados, a Heidelberg encerrou 2022 mantendo a curva ascendente, **com mais de dois mil clientes atendidos** e assegurando ao mercado brasileiro a mais alta tecnologia em pelo menos 50 parceiros, que investiram e instalaram seus novos equipamentos Heidelberg nesse período. É comprovado que inovação coloca as empresas um passo à frente.



Participação em mais de **15 eventos**



Mais de **120 castelos** vendidos no Brasil



Superando desafios e lançando mão de estratégias para evoluir junto com os clientes, a Heidelberg teve um ano fiscal¹ **acima das expectativas**, fechando o período com motivos para olhar o futuro com otimismo.

Um dos acontecimentos mais marcantes do ano foi a participação na ExpoPrint, a grande feira da indústria gráfica, realizada a cada quatro anos pela Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica (Afeigraf), e organizada pela APS Eventos Corporativos.

No maior estande da mostra, a Heidelberg apresentou diversas novidades, entre elas a experiência de acompanhar ao vivo a confecção de impressos dentro do conceito de produção navegada, guiada pela Inteligência Artificial. O alvo de todas as atenções foi a **nova Speedmaster CX 104, exposta pela primeira vez no Brasil e na América Latina,** impressora offset

plana que contempla dois grandes trunfos: automação e alta versatilidade. A campanha de divulgação da máquina extrapolou a feira, tornando-se assunto contínuo no mercado. Foi novamente a grande estrela de vendas da feira Print China, realizada de 11 a 15 de abril de 2023.

Sucesso absoluto, em pouco mais de um ano do lançamento já foram comercializados mais de 3.000 castelos da Speedmaster CX 104 mundialmente. No segundo período do ano, destacou-se o lançamento da nova versão da Speedmaster SX 102. Além de incorporar o conceito **Push to Stop**, o modelo traz um projeto primoroso, priorizando a ergonomia.



Inteligência Artificial
já é realidade



+ 3.000 castelos
da Speedmaster CX 104
comercializados no mundo



¹Abril de 2022 a março de 2023.

Total interação

Para valorizar e intensificar o relacionamento com os clientes, incentivando a troca de experiências, a Heidelberg atuou ativamente em 2022 com eventos exclusivos e em grupo. Logo após a Expo-Print foi o momento de olhar para a otimização do fluxo de trabalho. No dia 28 de julho aconteceu o Prinect User Day Brasil, no auditório da Escola Senai Theobaldo De Nigris, em São Paulo. A ideia foi detalhar a operacionalização de um workflow completo, capaz de solucionar as principais dificuldades da produção, aumentando o OEE (Overall Equipment Effectiveness) da impressão.

Para esmiuçar o **software Prinect** e trazer à tona todo o seu potencial, a Heidelberg partiu dos desafios diários das equipes de pré-impressão, detalhando o sistema, capaz de agilizar a comunicação com os clientes e reduzir desperdícios, ampliando a inteligência do negócio ao integrar as etapas produtivas. Adicionalmente, reforçou as vantagens do **Heidelberg Digital Assistant**, o aplicativo de gestão das gráficas inteligentes. A experiência foi repetida, com uma segunda edição realizada em Curitiba, no Paraná, em 15 de setembro. Os dois encontros deram continuidade à programação do Prinect User Days organizado pela matriz na Alemanha em maio, evento online e transmitido ao vivo, que destacou as novidades e atualizações do **Prinect** e o lançamento do **HEIDELBERG Customer Portal**. Essas ações são recorrentes e estão ao acesso do cliente Heidelberg, inclusive sob demanda.

Aproveitando a movimentação gerada pela Copa do Mundo, a Heidelberg reuniu 25 clientes de vários pontos do país no Heidelberg Experience World Cup 2022. O principal objetivo do TechTour foi apresentar diferentes modelos de negócio e, para tanto, a companhia teve o apoio de três parceiros comerciais: **Maistype, Lito-comp** e **Casa Publicadora Brasileira**. As três empresas abriram suas portas para receber o grupo, compartilhando informações preciosas sobre tecnologia e gestão nos dias 4 e 5 de outubro.

Dando continuidade ao objetivo de antecipar tendências e direcionar o mercado de embalagens, a Heidelberg reuniu, no final de outubro, 300 clientes desse segmento e de diferentes países na Alemanha para o tradicional Packaging Day, com especial destaque ao **World Premiere**: a nova **Speedmaster XL 106, 21 mil/folhas por hora**. Essa máquina é capaz de alavancar produtividade, sendo a offset mais rápida e de menor setup do mercado.

Coroando o esforço e dedicação de toda a equipe, o ano encerrou-se com a conquista de seis troféus na principal competição da indústria gráfica nacional, o Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini. Promovido pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica, Abigraf, a cerimônia da 30ª edição do concurso aconteceu em 29 de novembro, na capital paulista. Além de patrocinar a festa e comemorar junto aos clientes agraciados com o conta-fios dourado, a Heidelberg mais uma vez liderou o ranking de fornecedores, consagrando-se campeã em seis categorias: **equipamento para pré-impressão sistemas e CTPs; equipamento de impressão offset; software de gerenciamento de cores; equipamento de acabamento gráfico, chapas e blanquetas**. Com a conquista, a Heidelberg se mantém no topo da lista de fornecedores premiados no Fernando Pini, com nada menos que 56 prêmios arrematados entre 1997 e 2022.

Prinect User Day Brasil



Prêmio Fernando Pini 2022



Heidelberg Experience World Cup 2022



Assista ao jantar no restaurante Lassù





Sustentabilidade

é a combinação

de sucesso

comercial de

longo prazo com

responsabilidade

ambiental

e **social.**





David Schmedding, Head Global de Vendas e Marketing da Heidelberg, fala sobre o apoio às gráficas na transição para uma operação com menor impacto ambiental, sobre inovação, oportunidades de mercado e o avanço da tecnologia digital.

Qual a expectativa para 2023 em relação ao desempenho da indústria gráfica no mundo?

O mercado de produtos impressos ainda é muito atraente, apesar da digitalização continuar. O volume de produção de impressão mundial tem um valor de aproximadamente 400 bilhões de euros anualmente, com as embalagens como o principal impulsionador. Em 2023 esperamos que, após a pandemia, a recuperação dos volumes de impressão continue. A China, em particular, foi duramente atingida pela Covid no ano passado. É aqui que esperamos a recuperação mais forte. Mas também estamos otimistas em relação a outros países, como o Brasil.



» Na sua opinião, quais segmentos de mercado oferecem mais oportunidades de crescimento?

Os mercados de embalagens e rótulos são os segmentos que mais crescem. Esse movimento é impulsionado, por exemplo, pela sustentabilidade, já que em muitos países os cartuchos são cada vez mais usados em vez de embalagens plásticas. A tecnologia digital também oferece grandes oportunidades, sendo que hoje 30% do volume de etiquetas já é produzido em uma máquina digital. No entanto, a impressão comercial continua sendo o maior segmento de mercado em termos de valor de produção mundial, algo em torno de 40%, oferecendo múltiplas oportunidades de negócios atraentes para as gráficas industriais.

No que diz respeito às tecnologias de impressão, há uma tendência clara: aproximadamente 70% do volume de impressão utiliza offset plana, flexografia e impressão digital. A impressão em offset plana ainda é a líder, com cerca de 35%. Desde 2000, no entanto, a impressão digital conseguiu aumentar a sua quota em cerca de 19% e continuará a ganhar importância. A impressão flexográfica, muito relevante no mercado de embalagens, detém uma participação de aproximadamente 16%. As etiquetas continuam a compor um mercado em crescimento em todas as tecnologias, seja offset, digital ou flexográfica.

Em função dessa expectativa, em que direção caminha a área de Pesquisa e Desenvolvimento da Heidelberg hoje?

Em Wiesloch-Walldorf, Ludwigsburg, Kiel, Weiden e St. Gallen, cerca de mil funcionários de desenvolvimento e gerenciamento de produtos trabalham para expandir a liderança tecnológica da empresa e abordar novas tecnologias e mercados. Trabalhamos sistematicamente em soluções inovadoras para tornar nossos produtos mais eficientes. Por exemplo, uma inovação apresentada recentemente é o “rótulo digital”. A **Gallus One** oferece uma solução completa de etiquetas digitais, incluindo o software e o hardware necessários para produzir etiquetas digitais

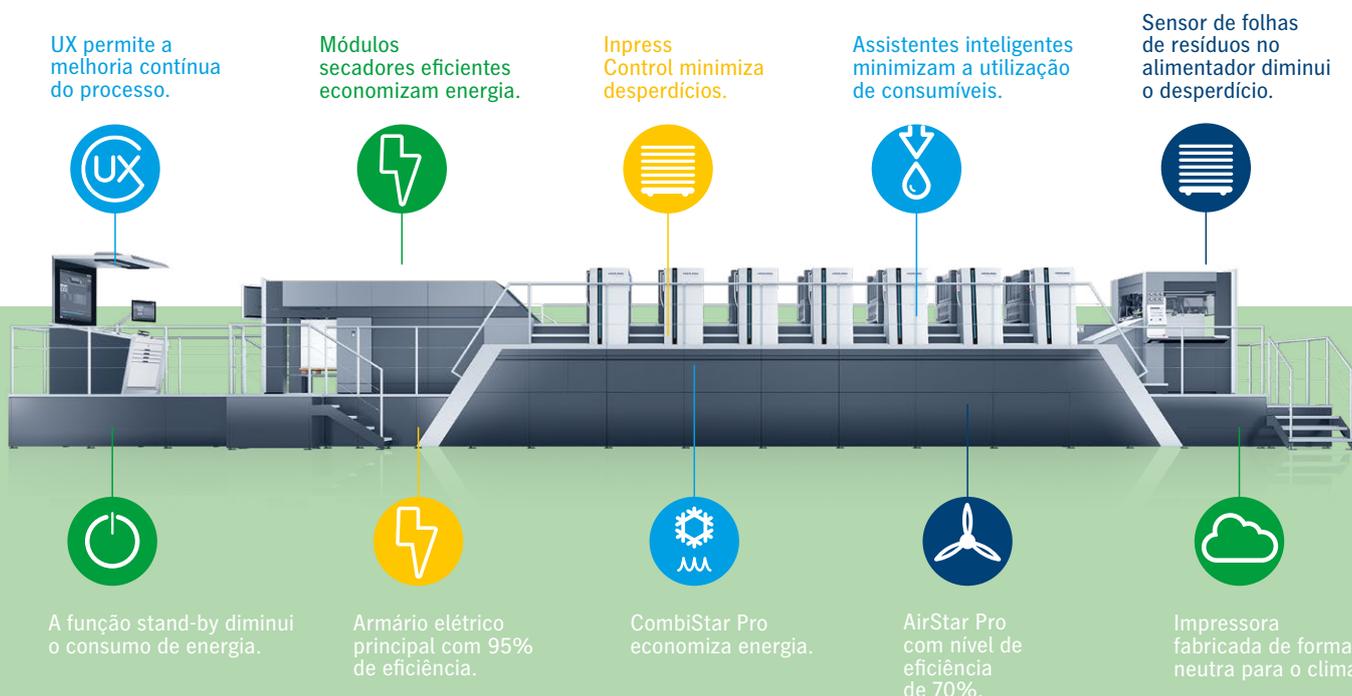
lucrativas e de alta qualidade. Tudo isso com o mais alto nível de automação disponível e o TCO (total cost of ownership) mais competitivo.

Há muito tempo os fabricantes de equipamentos deixaram de ser meros fornecedores. Cada vez mais empresas estão oferecendo serviços agregados, incluindo análise de desempenho, situação que se acentuou durante a pandemia. Nesse sentido, o que a indústria gráfica pode esperar da Heidelberg em 2023?

A Heidelberg oferece um conjunto completo de serviços baseados em dados e lidera a indústria com mais de oito mil máquinas instaladas e conectadas ao nosso servidor principal. Os serviços baseados em dados dão suporte aos nossos clientes, ajudando-os a otimizar sua produção. Evitamos paradas não programadas com monitoramento preditivo e apoiamos procedimentos de manutenção regulares com nosso aplicativo **Maintenance Manager**. Os assistentes inteligentes ajudam a simplificar os processos e fornecem informações valiosas em tempo real. Também estamos na fase de implementação do nosso novo aplicativo: **HEIDELBERG Customer Portal**.

O que a Heidelberg está fazendo para ajudar seus clientes na transição para uma economia circular com menos impacto ao meio ambiente?

Em primeiro lugar, para a Heidelberg sustentabilidade significa combinar sucesso comercial de longo prazo com responsabilidade ambiental e social. Vemos a sustentabilidade como parte de nossa orientação estratégica. Reduzir e evitar as emissões de CO² torna-se cada vez mais importante para as gráficas. Desde outubro de 2011 oferecemos todos os



modelos da linha Speedmaster como impressoras neutras em carbono. A partir da Drupa 2012, todas as máquinas (pré-impressão, impressão e pós-impressão) da Heidelberg estão disponíveis como “CO² neutro”. No futuro, nosso compromisso com a proteção do clima poderá ajudar a determinar as oportunidades de mercado e o crescimento de nossos clientes. Para mostrar que a impressão é neutra para o clima, a etiqueta “CO² neutro” está localizada ao lado do logotipo da Heidelberg. Isso permite que nossos clientes tornem visível seu compromisso ambiental e se diferenciem. Além disso, a principal medida que pode ajudar uma gráfica a minimizar sua pegada ambiental é reduzir sistematicamente o desperdício de papel associado aos tempos de acerto. Oferecemos uma ampla gama de ferramentas para isso, como nosso sistema de medição e controle de registro e cor em linha, o **Prinect Inpress Control**. Afora isso, trabalhamos constantemente para otimizar o consumo de energia de nossas máquinas.

A Heidelberg também analisa os processos de impressão de ponta a ponta ao desenvolver soluções mais sustentáveis. O software pode fazer a diferença aqui: a Heidelberg utiliza Inteligência Artificial para otimizar a eficiência do tempo de execução e os custos de manutenção de nossas impressoras. Nossa linha **Saphira ECO** de consumíveis ecológicos é outro exemplo da abordagem responsável que adotamos ao refletir sobre as características do material.

O que a Heidelberg tem feito para ajudar os clientes no processo de digitalização de suas empresas? Como a companhia tem ajudado as gráficas a encontrar novos modelos de negócio?

A digitalização oferece à indústria gráfica muitas oportunidades em todas as áreas, independentemente do segmento. Com o software de fluxo de trabalho **Prinect**, nossos clientes podem alavancar seu potencial para aumentar a satisfação de seus clientes, a produtividade e o lucro. A Heidelberg está avançando na digitalização e automação de todos os processos da gráfica com o objetivo de aumentar a produtividade de nossos clientes e reduzir seus custos. **A companhia analisa todo o processo de produção de ponta a ponta.** O **Push to Stop** é o nosso conceito para a automação consistente de toda a impressão e nossa resposta às crescentes demandas por produção conectada e integrada. Isso resulta em uma ampliação significativa na eficiência dos recursos utilizados e do processo como um todo.

Dr. David Schmedding

Head Global de Vendas e Marketing da Heidelberg Druckmaschinen AG

“**Trabalhamos sistematicamente em soluções inovadoras para tornar nossos produtos mais eficientes.**”

Especialmente a última geração de máquinas Speedmaster está contribuindo de forma significativa para ampliar o desempenho operacional total e a eficiência, graças à otimização e integração contínuas de componentes de automação que se estendem até a Inteligência Artificial. Por exemplo, a robótica e a automação entram em jogo no contexto da logística totalmente automatizada das chapas – **Plate to Unit** – e na pós-impressão com o sistema de robótica **P-stacker**: a capacidade de produção pode ser usada em sua totalidade e a carga de trabalho manual do operador é reduzida.

Big data, computação em nuvem, Inteligência Artificial, automação e análise de negócios são muito mais do que apenas chavões para a Heidelberg no caminho da digitalização da indústria. As gráficas que estão adotando uma abordagem sistemática e consistente para a digitalização e implementaram a produção autônoma estão alcançando um sucesso mensurável, não apenas em indicadores operacionais, mas também no que se refere à satisfação de clientes e funcionários. A interconexão e a integração de todas as etapas e participantes do processo são fatores críticos para a criação de valor. 🌱



Circunstâncias mudam,
convicções movem.
É hora de acelerar!



*Nos últimos anos as empresas enfrentaram enormes desafios e passaram por uma quantidade expressiva de mudanças, **e isso não diminuirá em 2023.***

Terão que lidar com os efeitos posteriores da pandemia global, da invasão da Ucrânia pela Rússia e das instabilidades políticas e econômicas, associados a um desenvolvimento cada vez mais rápido da tecnologia. E essa tecnologia, sendo disruptiva para alguns modelos de negócio, determinará a geração de valor das companhias e sua continuidade. Assim, é hora de acelerar!

O empenho do setor gráfico para se adequar aos novos tempos tem dado bons resultados. Depois das dificuldades vividas em 2020, 2021 e 2022, o setor desengavetou projetos de atualização tecnológica e melhoria de gestão em busca de produtividade e flexibilidade, mirando novas oportunidades de negócio.

Tais perspectivas vêm surgindo em vários segmentos. O tradicionalíssimo mercado editorial, por exemplo, fechou o ano passado com crescimento de 2,98% em volume de livros vendidos em relação a 2021, que já havia sido um ano positivo. No faturamento do varejo a alta foi ainda maior: 8,33% em comparação ao período anterior. Os dados são do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL).

Depois de um 2021 histórico para o setor de embalagens de papel, mesmo convivendo com a falta de matéria-prima, o ano passado começou com redução na expedição de papel e papelão ondulado. Segundo estudos da Fundação Getúlio Vargas, o cenário é positivo para o setor em 2023, com crescimento estimado de 3% a 3,5%, projeção citada por Gabriella Michelucci, presidente do Conselho de Administração da Empapel (Associação Brasileira de Embalagens em Papel) em texto publicado no site da entidade.

Assim, empresas que se movem por convicções e não circunstâncias lideram a ponta do setor gráfico. Com comprovado sucesso, citam em especial dois grandes benefícios da inovação do parque produtivo: possibilidade de criação de novos produtos e serviços e ganho de eficiência e flexibilidade nas operações.

A estratégia de melhorar a experiência do cliente, por meio da entrega de produtos diferenciados, de maneira mais ágil, com mais transparência do processo e integração dos serviços, assegura fidelização do mercado e, consequentemente, maior lucratividade.

A tecnologia determinará a geração de valor das companhias e sua continuidade.



Circunstâncias mudam, convicções movem.
É hora de acelerar!



Kawagraf, imbatível

A Kawagraf, fundada em 1994 e instalada desde 2005 em Guarulhos (SP), destaca-se nessa área. Michio Kawasaki, fundador e CEO da empresa, observa que o diferencial da Kawagraf está nos detalhes: gestão da qualidade, valorização de pessoas e investimentos. Mas ele garante que a receita de sucesso tem como ingrediente indispensável a modernização tecnológica. “Foram as máquinas de última geração que nos permitiram conquistar o segmento premium”, afirma o executivo, referindo-se à aquisição em 2009 e 2010 de duas impressoras **Speedmaster XL 106**. No pós-Covid, a retomada se consolidou e a Kawagraf está investindo em um novo upgrade, com a substituição de uma das offsets por outra **Speedmaster XL 106**, instalada em 2023.

Foram as máquinas de última geração que nos permitiram conquistar o segmento premium.”

Sobre os efeitos da pandemia e a recuperação, há outros aspectos a considerar. Nick Kawasaki, diretor da Kawagraf, recorda que foi assustador ver

70% dos pedidos em carteira cancelados em uma semana. A falta de perspectiva e as mudanças levaram a uma série de medidas emergenciais, como redução de jornada de trabalho, renegociação com fornecedores e do valor de aluguel. O clima era de desesperança. No entanto, já no segundo semestre de 2020 surgiram os primeiros sinais de possível recuperação. “O gerenciamento das oscilações do mercado, que a cada nova onda de Covid se retraía, aconteceu com a criação de comitês decisórios, que permanecem ativos”, conta o diretor.

A retomada aconteceu em meio a dificuldades complexas. Houve falta de matéria-prima e elevação muito expressiva de preços do cartão e dos insumos.

A conjuntura global inviabilizava a importação. Com tudo isso, no final de 2020 ocorreram mudanças na política de compra dos clientes, que se reposicionaram adotando a política de *just in case* em lugar do *just in time*, e a solução foi manter estoque para não perder vendas. Em 2021, salvo no período da segunda onda, foram registradas boas possibilidades de evolução de vendas e 2022 foi um ano bom, com maior aceleração na demanda. Nesse cenário, a Kawagraf afirma ter superado a pandemia com crescimento **superior a 30%**. Para 2023 a expectativa é boa, mas com evolução em níveis mais conservadores do que os verificados no término da pandemia.



MODERNIZAÇÃO



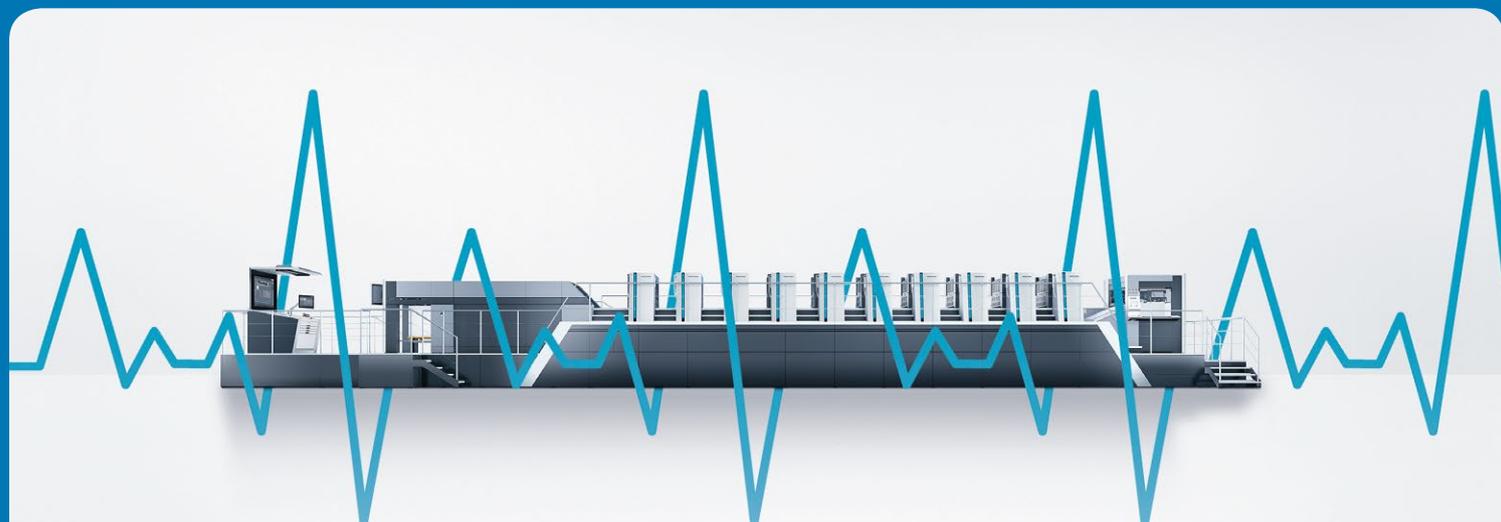
Os números da Heidelberg do Brasil em 2022 traduzem a ênfase dada à evolução apoiada em tecnologia. O resultado da companhia cresceu 71% em relação ao ano fiscal anterior. Todas as áreas de negócios tiveram expansão substancial, o que é extremamente importante e demonstra a credibilidade da marca e da estrutura.

Segundo Silvia Montes, presidente da Heidelberg do Brasil, esses resultados se devem à confiança que a companhia deposita na força da recuperação da indústria gráfica, tendo investido em produtos, serviços, soluções e pessoas, além do fortalecimento da parceria com os clientes.

Complementando o sucesso em offset, destaca-se a liderança em vendas de equipamentos desde a pré-impressão (**CtP Suprasetter**) até acabamento, acompanhando a tendência global. Destaque para **MK Masterwork/Heidelberg**, que se tornou o maior fornecedor de corte e vinco (em unidades de equipamentos) globalmente, detendo 5% a mais de market share que o segundo fornecedor colocado. Em receita, cresceu 20% neste último ano fiscal.

Buscando excelência de atendimento, a Heidelberg do Brasil adota uma nova estrutura interna a partir de abril de 2023, onde áreas como acabamento, logística, comercial e serviços contam com novos gestores, focados nas novas exigências do mercado e comprometidos com crescimento projetado.

Mantenha a calma e trabalhe remotamente. Poupe tempo e dinheiro com um Contrato Remoto.



Conecte-se à nova Nuvem da Heidelberg

Conecte suas impressoras offset à nova Nuvem da Heidelberg e explore a inovação digital.

Suporte por Telefone e Remoto

Conte com o suporte por telefone e sessões remotas com os especialistas da Heidelberg.

eCall

Solicite suporte prioritário em um clique, diretamente pelo Prinect Press Center.

Suporte em Vídeo NOVO

Permite suporte visual adicional das máquinas durante as sessões remotas.

Rede Global de Especialistas, 24 horas por dia

Acesso 24 horas ao suporte remoto em todo o mundo, em inglês e alemão.

Relatórios de Status dos Equipamentos NOVO

Novas perspectivas sobre as condições técnicas das máquinas.

O treinamento on-line

Se estende e intensifica o know-how de seus funcionários com o nosso curso de treinamento orientado à prática, em alemão e inglês.

Pacote de Desempenho

Atualize seu Contrato Remoto, acrescentando o Pacote de Desempenho opcional. Analise e compare o desempenho de suas máquinas utilizando o orientador de desempenho digital Performance Advisor (PAT), e veja como desbloquear um potencial adicional.

Novo Contrato Remoto

Sem contrato

✓
gratuito

✓
cobrado separadamente (uma vez)

✓
gratuito

✓
Cobrado por sessão remota

✓
incluído

✗
indisponível

○
opcional

✗
indisponível

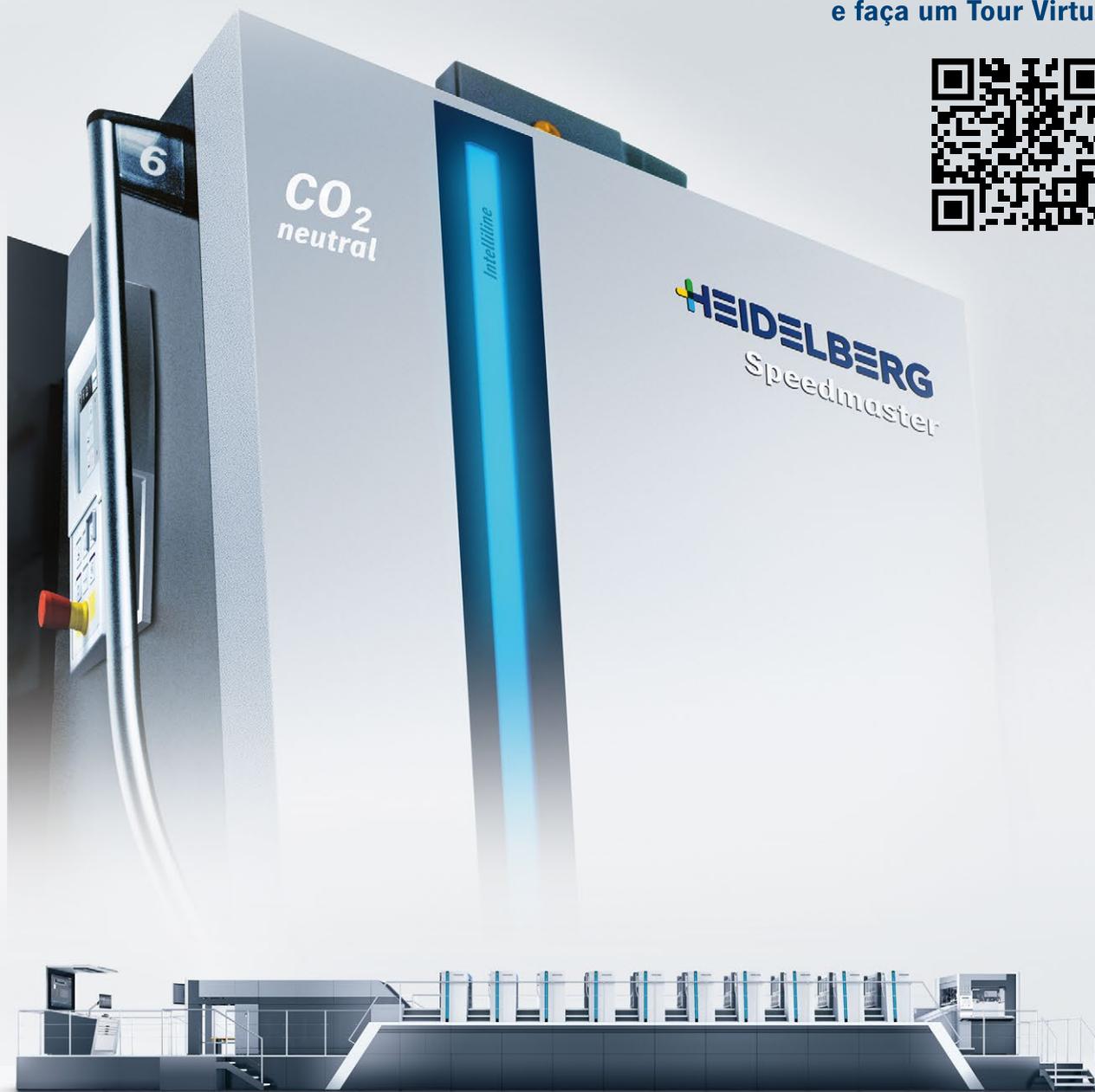
HEIDELBERG

Faça agora sua adesão



Excelência está nos detalhes.

Acesse o QR Code
e faça um Tour Virtual



HEIDELBERG

Heidelberg do Brasil
Alameda África, 624 - Polo Industrial Tamboré
Santana de Parnaíba - SP | +55 11 5525-4500
www.heidelberg.com/br

 @heidelbergbrasil
 @heidelbergbrasil
 @heidelbergbrasiloficial

Sustentabilidade,

Como as empresas estão fazendo a diferença

Ao incorporar posturas e tecnologias ambientalmente corretas, a Heidelberg, seus parceiros de indústria e seus clientes estão transformando o ambiente industrial e os produtos impressos, ajudando a construir um futuro melhor.

A responsabilidade socioambiental não é novidade. Desde o início da década de 1970 a questão é pauta em todo o mundo, com direito a avanços e retrocessos, escalando em importância nos últimos 20 anos diante das inúmeras evidências de mudanças climáticas, impondo aos governos, organizações e sociedade a necessidade de se adotarem posturas condizentes com a preservação da vida na Terra.

No universo corporativo, uma sigla surgida no início dos anos 2000 condensa os esforços das empresas nessa área: **ESG** - do inglês **Environmental, Social and Governance** (ou, em português, **Ambiental, Social e Governança**), destacando o compromisso das companhias com a sustentabilidade no que diz respeito a preservação ambiental, governança corporativa e responsabilidade social.

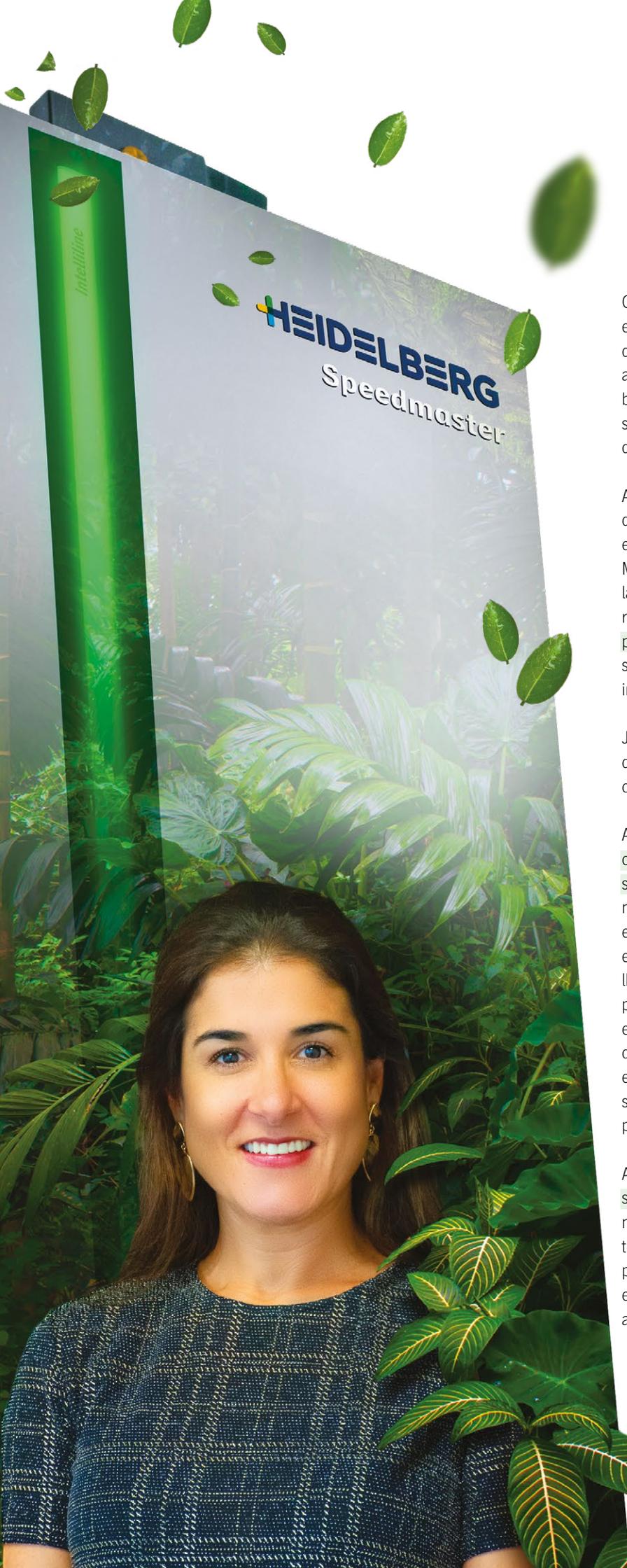
Para a indústria gráfica e de conversão, a questão é crucial, abrangendo não só o processo produtivo em si, mas a preocupação em oferecer produtos ambientalmente amigáveis. Estando em muitos casos no meio da cadeia, a atuação dos fornecedores de impressão pode ser determinante na abordagem da sustentabilidade com seus clientes.

Uma das empresas do universo da impressão na qual o termo não é apenas um fundamento de princípios e valores, mas algo que traz resultados e credibilidade, é a Gráfica Gonçalves, dedicada a soluções em embalagens. A visão da diretoria da empresa é compartilhada com os seus colaboradores, fazendo com que as pessoas sintam orgulho do processo, incorporem os preceitos da sustentabilidade em sua rotina, o que gera, segundo **Juliana Sivieri Gonçalves**, CEO da companhia, um sentimento de pertencimento e orgulho nas equipes.

Aliando as estratégias de engajamento dos profissionais a práticas que convergem para o cumprimento do que apregoa a política de ESG, a Gráfica Gonçalves vem trilhando um caminho de sucesso. O atributo sustentável é prioridade em todos os aspectos da empresa, passa por mudanças nas práticas internas e na essência dos processos industriais, com procedimentos inovadores, investimentos em matérias-primas sustentáveis e tecnologias que minimizam impactos ambientais.

Entre as iniciativas nesse sentido, Juliana Gonçalves destaca o cuidado com o recurso natural mais valioso, a água, listando iniciativas como a Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) para cuidar do esgoto doméstico e dos resíduos líquidos classe II industrial, provenientes da Estação de Tratamento Físico-Químico. Após tratada, a água é devolvida ao rio ou reutilizada em atividades como irrigação de jardim e lavagem de calçadas.

“O atributo sustentável é prioridade em todos os aspectos da empresa.”



Outras medidas são integradas a esse procedimento, entre elas a recuperação de resíduos líquidos classe I, materiais que apresentam perigo à saúde e ao meio ambiente. De acordo com a executiva, para reduzir o risco de impacto ambiental é utilizado um tratamento físico-químico que diminui significativamente – em média, 90% – a quantidade de resíduos classe I.

Ainda no campo dos recursos naturais, na Gonçalves a redução do consumo de energia extrapola o investimento em equipamentos e sistemas comprometidos com essa meta. Medidas aparentemente simples, como a substituição de lâmpadas fluorescentes por LED na área produtiva não são relegadas. Focada na energia limpa, está em andamento o projeto de utilização de energia fotovoltaica, inicialmente a ser implementada no prédio administrativo, com previsão de início ainda em 2023.

Juliana fala com orgulho de uma credencial de peso conquistada no ano passado: em março, a Gonçalves obteve a certificação como Empresa B para suas atividades no Brasil.

Ainda não tão conhecido por aqui, o Sistema B congrega organizações de mais de 70 países que buscam ir além do sucesso em seus negócios. Querem ser agentes de transformações que levem a um sistema econômico mais inclusivo e equitativo, gerando valor para as pessoas e comunidades e protegendo o meio ambiente. Elas não querem ser as melhores empresas do mundo, e sim as melhores empresas para o mundo. O Movimento Global de Empresas B nasceu em 2006 nos Estados Unidos, visando acelerar a construção desse novo modelo de economia. Hoje são mais de 4.300 empresas certificadas, das quais cerca de 230 no Brasil. No setor de embalagens de papel-cartão, a Gonçalves é uma das pioneiras.

Antes dessa certificação, em 2021 a convertidora publicou seu primeiro Inventário de Gases de Efeito Estufa. O documento permite o monitoramento das emissões ao longo do tempo, estabelecendo metas e indicadores que ajudam a implementar processos de melhoria interna, com redução de emissões de gases de efeito estufa, economia de recursos e aumento da eficiência.

Juliana Sivieri Gonçalves
CEO Gráfica Gonçalves

A Inteligência Artificial identifica erros antes do início da produção.



A energia gerada na frenagem dos motores é usada em outras aplicações.



Evolução tecnológica, ferramenta decisiva

Para que os negócios evoluam positivamente e as políticas de ESG se consolidem, a Gráfica Gonçalves busca interagir com fornecedores e clientes que sigam propostas convergentes com as suas. Nesse contexto, a companhia conta com o apoio e o comprometimento da Heidelberg.

De acordo com Philipp Fries, gerente de produto de impressão plana e desenvolvimento de negócios da Heidelberg do Brasil, há décadas a empresa lançou as bases para uma maior eficiência energética na produção e, no decorrer do tempo, houve significativa evolução, com a modernização dos equipamentos. Entre os avanços, Philipp destaca o desenvolvimento de processos integrados e padronizados, garantindo mínimo desperdício

e maior eficiência no processamento dos trabalhos, suportados pelo **workflow Prinect**, que evita retrabalhos e perdas. Ponto crucial na linha de equipamentos lançada pelo fabricante Heidelberg há três anos, a famosa geração Heidelberg User Experience 2020, o uso da Inteligência Artificial permite, entre outras vantagens, identificar erros de processo antes do início da produção.

Para se ter uma ideia de quanto a Heidelberg está na vanguarda em se tratando de sustentabilidade, há três anos a companhia superou a meta estabelecida pelo Protocolo de Kyoto de 1997, no que diz respeito à redução do consumo de energia em processos industriais. O acordo previa uma diminuição de pelo menos 20%

Chapas ecológicas
não utilizam
químicos em seu
processamento.



Sustentabilidade,
porque não há
plano B para o
Planeta Terra.



“A **Suzano** tem como premissa contribuir para uma cadeia produtiva sustentável e fortalecer suas práticas em prol do meio ambiente. Além de ter sua operação desenvolvida a partir de uma matéria-prima renovável, reciclável e biodegradável, a companhia aplica a inovabilidade, ou seja, a inovação a favor da sustentabilidade em todos os seus processos e produtos com o objetivo de construir um futuro melhor junto aos seus parceiros e à sociedade.”

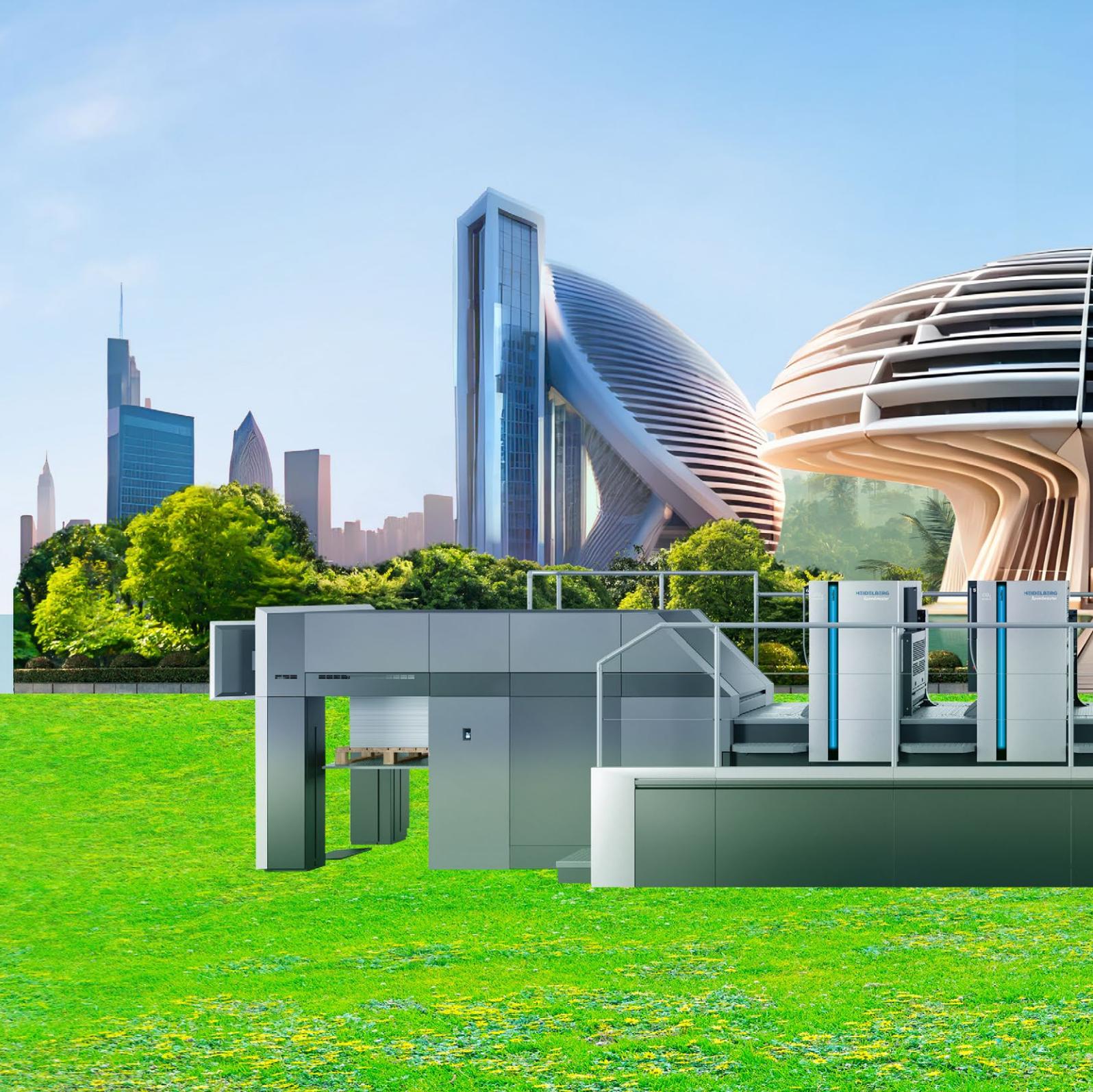
André Junqueira, gerente executivo de estratégia e marketing da Unidade de Papel e Embalagem da Suzano



até 2020, tendo como parâmetro o ano de 1990. Nesse intervalo, a companhia atingiu o dobro: 40%. Um exemplo é a comparação da Speedmaster CD 102-6+L de 1990 com a atual versão XL 106-6+L, que trouxe uma redução expressiva do consumo de energia: de 13,8 kWh para 8 kWh a cada 1.000 folhas impressas.

Philipp explica que a Heidelberg evoluiu por meio de inovações e otimizações. “O motor eletrônico senoidal sincronizado da família **Speedmaster**, controlado por radiofrequência, atinge eficiência energética de cerca de 95%. Esse índice representa 5% a mais do que em motores-padrão. Além disso, os módulos de algumas unidades oferecem a opção de recuperação de consumo. Isso permite que a energia gerada quando os motores são

freados possa ter outras aplicações”, argumenta o executivo. Ele ressaltava ainda características importantes da linha Speedmaster, como a melhoria significativa no fornecimento de ar, com impacto positivo no consumo de energia. “A eficiência saltou de 35% para 70%, comparativamente à versão anterior”. Os novos modelos dos secadores **DryStar** possibilitam igualmente redução de 27.000 kWh no consumo anual de energia a partir do aprimoramento do sistema central de molha e podem economizar 50% de consumo. O ciclo de inovação é ininterrupto e acontece em todas as áreas de atuação da Heidelberg. A filosofia UX geração 2020 incorpora o conceito de impressão autônoma Push to Stop, abrindo caminho para a gráfica inteligente, e para a maior eficiência energética.



A sustentabilidade orienta os desenvolvimentos em todas as áreas. Em se tratando de matrizes de impressão offset, as **chapas ecológicas** são tendência, caracterizadas pela não utilização de químicos em seu processamento.

Os ganhos durante o processo produtivo são enormes. Não há utilização de processadoras para efetuar a revelação das chapas, uma vez que são reveladas diretamente na impressora. Com isso, não há custo de aquisição da processadora, reveladores, reforçadores, goma, água, energia elétrica e peças de reposição da processadora.

O ambiente da pré-impressão torna-se mais limpo e com mais

espaço de circulação, equipamentos de proteção individual não são necessários, dado que os operadores não terão contato com produtos químicos. E no setor de impressão não há contaminação durante a etapa de revelação das chapas na máquina impressora.

As chapas sem processo **Saphira** estão em constante atualização, melhores e mais confiáveis do que as primeiras versões. Possuem ótimo contraste de imagem para visualização da imagem gravada e com maior capacidade de tiragem, podendo imprimir tanto com tintas convencionais quanto com tintas UV, aumentando o range de possibilidades de impressão para todos os segmentos: editorial, promocional ou de embalagens.



Compromisso de todos

Está claro que o comprometimento com uma indústria mais sustentável é um caminho sem volta. No mercado de embalagens, Juliana Gonçalves identifica ótimas possibilidades de evolução. Motivada e entusiasmada, ela considera uma grande vantagem competitiva trabalhar com uma matéria-prima renovável, reciclável e biodegradável, referindo-se aos substratos celulósicos. “Devemos explorar essa característica, principalmente nos produtos de uso único, normalmente descartáveis. **Acreditamos que esse mercado deve crescer muito nos próximos anos e aí estaremos diante de outro desafio: a oferta de papel para atender a essa demanda.**”

A executiva levanta mais uma questão: a busca por projetos inovadores, que tragam embalagens mais leves, com possibilidade de reutilização, ou ainda de reúso alternativo. Ela instiga, questionando: “Por que não transformar uma embalagem de cosmético em um porta-joias?”

Desafios não faltam e para enfrentá-los toda a cadeia tem de estar envolvida. Não há plano B para o planeta Terra e na seara da sustentabilidade a indústria da impressão tem atributos de sobra para se destacar.🌱

Agenda positiva

Duas perguntas para **Luciana Pellegrino**, diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagem (ABRE):

A sustentabilidade hoje é questão central no universo das embalagens. Como esse tema vem sendo discutido pela ABRE?

Entendemos a sustentabilidade como um tema transversal ao setor e à sociedade. Por isso a ABRE vem construindo uma forte rede de diálogo e conhecimento, reunindo os diferentes elos da cadeia produtiva de embalagens, das marcas, varejo e atores do sistema pós-consumo, como logística reversa e reciclagem, para a construção de uma agenda positiva.

Por meio da frente ABRE Sustentabilidade e do Comitê de Sustentabilidade, buscamos trabalhar três pilares para a harmonização do conhecimento e empoderamento das empresas associadas para a ação efetiva: elaboração conjunta e contínua de documentos para o alinhamento dos objetivos setoriais; desenvolvimento de ferramentas para a autoavaliação das empresas para a sua melhoria contínua; realização de eventos que reúnam os atores de todo o ecossistema.



Dentre as inúmeras questões que esse tema abrange, fale sobre a mais urgente envolvendo diretamente os fabricantes de embalagens.

Olhar para fora da empresa e se colocar verdadeiramente nesse processo a partir do exemplo das lideranças da companhia, buscando conhecimento aprofundado, apoiando a equipe interna em novos projetos e participando ativamente de fóruns para se conectar com os movimentos e as demandas do mercado e dos demais elos. Além disso, é importante estabelecer os pilares de desenvolvimento sustentável da empresa e as metas a serem alcançadas. 🌱



Iniciativas de ponta a ponta

A Blendpaper, como uma empresa produtora de papel e segurança, atua alinhada ao conceito de economia circular, pois todo o rejeito dos nossos processos é reaproveitado ou é reintegrado ao meio ambiente de forma sustentável. Um grande exemplo é a nossa estação de tratamento, construída para recolher a água diretamente do Rio Tietê. Essa água é tratada, na entrada atendendo os requisitos de nossa produção e na emissão para cumprir com a legislação, e, como resultado, é devolvida com melhor qualidade do que a captada, contribuindo de forma positiva para o ecossistema. Possuímos também certificações, como ISO 14001 e FSC, que garantem nosso compromisso com o meio ambiente e com o uso de matérias-primas com rastreabilidade e certificadas em nossos processos de fabricação.

Buscando ir além das boas práticas, estamos em constante desenvolvimento de novos produtos e processos para solucionar problemas ainda maiores, como é o caso do Projeto Tran\$forma, que reprocessa resíduos da impressão da Casa da Moeda, cédulas defeituosas ou retiradas de circulação, servindo de matéria-prima para produção de novos papéis de segurança ou coloridos. Estamos inclusive estudando com outras Casas de Moeda da América Latina e África para expandir e divulgar essa nova tecnologia. Seguindo a linha do pioneirismo, estão em fase final de homologação três novos papéis produzidos através dos diferentes tipos de resíduo de outras indústrias. Acompanhe todas as novidades e lançamentos pelas redes sociais **@blendpaper** 🌱

Alexandre Gilbert, diretor industrial da Blendpaper

A PRIMEIRA FÁBRICA DE PAPÉIS DO BRASIL,
DA AMÉRICA LATINA E A MAIOR LINHA DE
PAPÉIS ESPECIAIS DO MUNDO.

O PAPEL DA SUA VIDA DESDE

1889



BLENDPAPER

- **OFFSET**
Editorial
Gráfico
Colorido
- **EMBALAGENS**
- **SEGURANÇA**
- **ESPECIAIS**



@blendpaper

blendpaper.com.br

HEIDELBERG
BRASIL

25
anos



IMPRIMINDO
TODAS AS CORES
DO BRASIL

25 anos de compromisso com a indústria brasileira.

O país vivia um período de estabilidade econômica ao qual o brasileiro estava pouco acostumado. Com a flexibilização das importações de equipamentos no início da década, a indústria assistia a uma corrida pela atualização, e o setor gráfico nacional, ansioso por novidades, discutia a viabilidade e a consistência de uma nova tecnologia, a gravação direta das chapas, o famoso computer-to-plate.

Diante desse cenário, a Heidelberg, cumprindo a decisão da companhia em nível mundial de estruturar subsidiárias em mercados estratégicos, instalou-se no Brasil com o objetivo de se aproximar dos clientes, aprimorando e agilizando o atendimento e a prestação de serviços. Muita coisa mudou nesse quarto de século. O CtP foi apenas o começo da revolução pela qual pré-impressão, impressão e acabamento passariam a partir da expansão da tecnologia digital. Longe do chão de fábrica, dos corredores formados pelas máquinas na produção, a digitalização e agora a virtualização da comunicação também transformaram e continuarão a transformar o universo da impressão.

As tiragens encolheram e se pulverizaram, produtos morreram e outros surgiram, desafiando os gráficos e seus fornecedores.

E a Heidelberg não só acompanhou, mas vem liderando toda essa mudança no Brasil, trabalhando ombro a ombro com o empresário, antecipando necessidades e apontando caminhos. Hoje, a filial brasileira conta com 130 profissionais dedicados ao atendimento às gráficas em todo o território nacional. Esse suporte vai muito além do fornecimento de peças e consumíveis ou da venda de equipamentos. Como marca de maior prestígio no setor, cumpre a função de força propulsora do mercado brasileiro, promovendo o seu desenvolvimento por meio do apoio a inúmeras iniciativas destinadas à discussão e valorização do produto gráfico. Tal contribuição é ainda mais explícita quando se examina a trajetória de seus clientes. Ao longo dessas duas décadas e meia, a tecnologia Heidelberg foi pilar para o crescimento de centenas de empresas. Amparadas pelos avanços tecnológicos, as gráficas ampliaram sua capacidade, aumentaram sua participação de mercado e se sentiram seguras para desbravar novos segmentos.



A Heidelberg trabalha ombro a ombro com o empresário, antecipando necessidades e apontando caminhos.



HEIDELBERG
BRASIL

25

anos



PAUSA NA
LEITURA PARA

*come-
mo-
rar!*

Voce!
Voce!
Voce!
Voce!



Voce!
Voce!
Voce!
Voce!

E o **primeiro**
pedaço,



vai para...

LEGADO

Antes da atual presidente, Silvia Montes, cinco profissionais se revezaram no comando da Heidelberg do Brasil: **Kai Hagenbuch, entre 1998 e 2000; Dieter Brandt, de 2001 a 2013; José Luis Gutierrez, entre 2013 e 2016; Danilo Alves, de 2016 a 2018; e Ludwig Allgoewer, entre 2018 e 2020.** Cada um, à sua maneira, contribuiu para o avanço da empresa, deixando um legado de evolução e confiança na indústria gráfica nacional.

“Como presidente-fundador, é com muito orgulho que parabeno a Heidelberg do Brasil pelos 25 anos de existência. Iniciativas então tomadas, como as TechTours e as parcerias Print Media Center/Senai e Instituto de Formação Profissional Alemã/Colégio Humboldt, mudaram para sempre o setor gráfico brasileiro. O Brasil conquistou em 1995 o quarto lugar no ranking mundial de mercados da Heidelberg e merecia o acesso direto sem intermediários às informações e tecnologias. E fico contente pelo fato de uma ex-aluna do IFPA ocupar hoje a presidência da Heidelberg do Brasil.”

Kai Hagenbuch



“Foi uma decisão sábia estabelecer a Heidelberg do Brasil há 25 anos, a fim de construir uma forte presença no maior mercado da América Latina. Eu me orgulho de ter sido parte da equipe talentosa da HBR como presidente por mais da metade desse tempo. Agradeço aos proprietários das gráficas pelos investimentos em tecnologia e treina-

mento de seus funcionários, permitindo que competissem com sucesso com empresas internacionais. Com uma equipe excepcional, trabalhamos para estabelecer confiança na marca através de um excelente atendimento e consultoria, graças a especialistas em produto e vendas. Além disso, estabelecemos novas relações com clientes por meio de eventos como open houses, TechTours no mundo inteiro e como cofundadores e participantes na ExpoPrint. Desejo à indústria gráfica brasileira, aos fornecedores e parceiros da Heidelberg do Brasil e funcionários sucesso contínuo.”

Dieter Brandt

“25 anos, período em que se consolidou uma cultura de trabalho centrada no cliente. Esse é o segredo para a construção de uma organização que perdura e cria valor para a sociedade.”

José Luis Gutierrez



“Trabalhar com os clientes e o time no Brasil foi uma das melhores fases na minha vida! Não quero perder os bons momentos e as boas experiências que vivi no Brasil, tanto com os colegas quanto com a equipe da Heidelberg!”

Ludwig Allgoewer



“Ao longo dos últimos anos vemos uma transformação na indústria gráfica mundial e o mercado brasileiro tem buscado cada vez mais estar à frente e utilizar o que existe de mais atual em tecnologia. A era da transformação digital se faz presente na nova geração de equipamentos e vemos cada vez mais nas discussões do dia a dia temas como: inteligência artificial, eficiência operacional e aumento de produtividade com menor custo por folha. A Heidelberg tem demonstrado ao longo de sua história que é uma empresa sólida e um parceiro de negócios confiável e que sempre busca inovações e ditar tendências de mercado. Tenho orgulho de fazer parte da Heidelberg do Brasil e deste time de sucesso, e de poder contribuir com esta história, confiante em que temos um futuro promissor, com desafios sim, mas também com conquistas e um legado para deixar para as futuras gerações.”

Argemiro Quio – Diretor de Produtos e Serviços

“É realmente incrível ver a evolução que a indústria gráfica teve no Brasil nos últimos 25 anos. É muito bom lembrar esta história de paixão e sucesso que a Heidelberg do Brasil teve e tem com os clientes que acreditam em nossos equipamentos e serviços. Vejo o futuro com confiança, já que temos muita tecnologia, inovação, conhecimento e empatia, capazes de fazer frente aos desafios que virão. Certamente estamos preparados para as novas oportunidades através das plataformas já existentes, que estão transformando informação em produtividade, respeitando os conceitos de sustentabilidade.”

Kleber Garcia – Diretor Comercial



“Em um mundo cada vez mais dinâmico e tecnológico, é impressionante como a indústria gráfica se adapta e reinventa a cada dia para atender às demandas do mercado. A Heidelberg do Brasil faz parte dessa constante transformação, trazendo contínuas inovações, mantendo o compromisso com a excelência e a sustentabilidade. Nos últimos anos, crescemos e nos desenvolvemos como empresa, como parceiros e como equipe. As expectativas com o futuro são enormes e mal posso esperar pelos próximos 25 anos o que construiremos juntos. Estamos preparados, unidos, e certos de que os desafios que virão são oportunidades para nos superarmos ainda mais.”

Suely Mizuno – Diretora Financeira

“25 anos da Heidelberg do Brasil. Quantas histórias e construções! Durante nossa trajetória, inovação e tecnologia sempre estiveram associadas à nossa marca e ambos os pilares permanecem relevantes ao projetarmos o futuro. Sustentabilidade, no seu espectro amplo (ESG), será direcionador, pois temos o compromisso com a evolução e as próximas gerações.

Um caminho de oportunidades e conexão nos espera. Obrigada pela confiança e parceria! Seguimos juntos transformando e fortalecendo a indústria gráfica.”

Silvia Montes – Presidente



“Heidelbergers”

“Comecei a minha vida profissional aos 15 anos, numa quarta-feira, 14 de janeiro de 1987. Sem experiência nenhuma, havia sido contratado como office-boy na Gutenberg, antigo representante da Heidelberg.

Um ano e meio andando pelas ruas do Centro de São Paulo e, com os conhecimentos que tinha de informática, me convidaram para trabalhar na área de assistência técnica, identificando peças e fazendo o fechamento das ordens de serviços. Aí, a tinta começou a entrar nas veias e o que era apenas um trabalho para um adolescente virou uma paixão.

Tinha facilidade para memorizar códigos e fui aprendendo com os técnicos a função de cada peça, de cada parte da máquina, e fui evoluindo. E no dia 16 abril de 1993 eu, sem nunca ter viajado de avião e falando apenas português, estava indo para a fábrica da Heidelberg na Alemanha para um treinamento.

Já tinha me formado em Tecnologia da Informação quando apareceu uma oportunidade nessa área dentro da Gutenberg, mas era tarde, eu já era um heidelberg, alcunha dos funcionários apaixonados pela Heidelberg, segundo o saudoso mestre **Luiz Metzler**.



Em 1998 deixei meus 11 anos de Gutenberg para trás e me ‘casei’ com a Heidelberg. Comecei como analista de sheetfed, cuidando de todos os assuntos de suporte técnico, garantia e importação de peças para essa linha de produto. O início foi um desafio inimaginável. Juntamos alguns colegas que vieram da Gutenberg com outros profissionais do mercado

para apresentar a ‘Heidelberg do Brasil’. Viramos noites com equipes do Brasil e Alemanha para ter peças disponíveis para venda no dia da inauguração. Aqui gostaria de dedicar algumas palavras a dois colegas, verdadeiros irmãos: Argemiro Quio e Rogério Sacramento, diretor de serviços e supervisor técnico, respectivamente. Começamos como office-boys e estamos juntos até hoje.

Em 2001, fui convidado a assumir a supervisão do departamento de peças. Aqui aprendi outros idiomas, como inglês e espanhol, o que me permitiu ministrar treinamentos no México, em 2004, e na Espanha, em 2019. Particpei de feiras internacionais, vários treinamentos no exterior e em nosso **Print Media Center**. Há cinco anos assumi um novo desafio: integrar o time de serviços, e hoje sou responsável pela área de planejamento de instalações e help desk e, recentemente, por implementar as novas plataformas digitais de suporte aos clientes na área de Performance, Atendimento, Suporte Remoto e Inteligência Artificial. E cá estou com o mesmo ânimo daquele 14 de janeiro de 1987.

A Heidelberg do Brasil evoluiu muito nesses 25 anos. Podemos mostrar ao mercado os nossos diferenciais; nosso lema ‘Somos mais do que máquinas’ nos aproxima dos clientes com a parceria em todas as nossas áreas, levando a eles não só o que há de melhor, mas também orientação para seu crescimento, extraindo o máximo em soluções. Quem quiser me seguir sinta-se à vontade, a estrada é longa, muita coisa para aprender, mas garanto que é muito boa. E se me perguntarem até onde eu vou, após todo esse tempo, eu não saberia responder. Afinal, a cada dia eu aprendo algo novo. Vamos em frente!

Eu sou original Heidelberg!”

Fábio Vital de Souza
Funcionário em atividade
com mais tempo de registro
da Heidelberg do Brasil



Gráfica 43

Referência no mercado brasileiro, a Gráfica 43 desenvolveu uma estreita relação com a Heidelberg, que remonta ao período anterior à instalação da subsidiária no Brasil.

Fundada em 1947 e pioneira na fabricação de embalagens e rótulos na região de Blumenau, Santa Catarina, a 43 teve contato com a tecnologia alemã no final da década de 1960, ao comprar sua primeira máquina tipográfica de leque por meio da Gutenberg, que por mais de 40 anos representou a Heidelberg no Brasil.

Em 1979 a gráfica catarinense alcançou um novo patamar tecnológico ao entrar na era offset com uma Speedmaster bicolor. A 43 vivia uma fase de expansão e modernização, contava com 300 funcionários (hoje são 500) e apostava suas fichas na robustez e eficiência da marca para alcançar seus objetivos. ***“De lá para cá construímos um relacionamento muito sólido com a Heidelberg, que foi fundamental no momento em que deixamos em definitivo o segmento comercial para nos dedicarmos exclusivamente ao mercado de embalagens, perto dos anos 2000”***, afirma Marlo Germer, presidente da 43, segunda geração no comando da empresa. Olhando em retrospecto, o empresário elogia a decisão da matriz de abrir filial em São Paulo. ***“A presença da fabricante facilitou ainda mais as negociações, a importação dos equipamentos, por dar maior poder de decisão ao time brasileiro”***, comenta o empresário.

As soluções Heidelberg estão por todas as áreas da gráfica de Blumenau. Só na impressão são 44 castelos, sendo a aquisição mais recente uma impressora Speedmaster XL 106-6+LYYL com Prinect Image Control, instalada em 2021 para responder à demanda crescente dos mercados alimentício, cosmético e de bebidas. Aproximadamente 80% de seu faturamento vem da produção de cartuchos e o restante da confecção de rótulos. Justamente mirando as exigências desses segmentos, a 43 dedicou mais de dois anos aos ajustes necessários para a conquista da certificação BRCGS, concedida em dezembro de 2022. O selo internacional atesta a qualidade e a segurança para a produção de embalagens alimentícias de contato direto.

Marlo Germer
Presidente da Gráfica 43

Fábio Gabriel dos Santos
Diretor da Leograf

Leograf

Uma empresa cuja trajetória também está diretamente conectada à Heidelberg é a Leograf. Fábio Gabriel dos Santos, diretor da gráfica paulista, chegou a fazer parte da equipe comercial da Gutenberg antes de montar a Leograf, em 1999. *“A estrutura produtiva foi praticamente desenhada a quatro mãos, junto com a equipe da Heidelberg, que nos deu total apoio, inclusive com a customização de equipamentos”*, relembra Fábio Gabriel. O interesse pela evolução tecnológica levou o empresário a vários cantos do mundo em busca de novidades.

Recursos vistos nas embalagens gringas pulavam para os impressos promocionais dentro da Leograf graças ao arrojo de Fábio e a solidez inovativa dos sistemas Heidelberg. Concentrado na satisfação do cliente, o diretor perseguia e ainda persegue a redução dos prazos de entrega, o que virou uma marca da Leograf. Referência de qualidade e soluções surpreendentes para os segmentos promocional e editorial, a Leograf conta atualmente com mais de 80 castelos de impressão Heidelberg. Quando chegou

ao Expo Center Norte, em abril de 2022, como a estrela do estande da Heidelberg na Expo-Print, a Speedmaster CX 104 já tinha destino certo: tornar a produção da Leograf ainda mais versátil. Com todos os recursos de automação possíveis, incluindo o sistema de gerenciamento de cor **Axis Control** e os sistemas inteligentes de assistência **Intellistart 3** e **Intelliline**, controlados pelo **workflow Prinect**, a máquina foi decisiva no sucesso da Leograf naquele ano. *“A pandemia quebrou paradigmas. Muitas marcas investiram nos impressos em busca de credibilidade para suas campanhas. Até catálogos de moda em altas tiragens voltamos a fazer”*, comemora Fábio Gabriel.

Para o empresário, a vantagem de contar com um fornecedor de peso como a Heidelberg está na possibilidade de acompanhar muito de perto as tendências. *“Somos consumidores de tecnologia. As agências de publicidade demandam novidades continuamente e por isso temos de nos manter atualizados”*, completa Fábio Gabriel.



Hercilio Baumgarten
CEO da CartonDruck

CartonDruck

A CartonDruck e a Heidelberg construíram juntas uma história de excelência e parceria. A empresa iniciou suas atividades em 1881 e o primeiro contato com a fabricante de equipamentos aconteceu em 1970, quando a gráfica buscava a modernização. *“Na época, trabalhávamos com tipografia, e o primeiro equipamento Heidelberg foi uma máquina T, chamada de leque pela forma como posicionava a folha para impressão. Com isso, conseguimos dar uma maior velocidade à produção”*, afirma Hercilio Baumgarten, CEO da CartonDruck.

Ele conta que um dos marcos na evolução da gráfica, focada em embalagens de papel-cartão, aconteceu em 1996. Depois de ter adquirido

mais de 10 máquinas Heidelberg, a empresa comprou a primeira offset plana de 6 cores do Brasil. Agora são cerca de 23 castelos de impressão Heidelberg, além das soluções de pré-impressão da marca alemã.

Mudança importante aconteceu também em 2009, quando a unidade se tornou independente e adotou a designação CartonDruck. Atualmente a empresa possui 37 mil m² de área construída em Blumenau, Santa Catarina, na qual trabalham 200 funcionários.

Heidelberg e o mercado



ExpoPrint 2022



Prêmio Fernando Pini 2022

Chicão – CEO FacForm



Acelera HeiTeam



Doação de máquina "Leque" Heidelberg por Franco Coppola da Nova SG



Lançamento Speedmaster XL 106 - Gráfica Emibra



Prinect User Day São Paulo



Prêmio ABIGRAF SC



Grupo Heidelberg Experience na Litocomp



Acelera!



Jantar ExpoPrint 2022



Prêmio ABRE 2022 – Equipe Gráfica 43



Heidelberg Experience 2022



Prêmio Cearense JCC 2022



ABIGRAF Ribeirão Preto



Heidelberg Packaging Day 2022

Acesse o QR Code e veja todas as fotos dos eventos.



As novas ferramentas para a gestão da cor.



Questão-chave na indústria gráfica, a repetibilidade da cor ganha contornos ainda mais definidos para os fabricantes de embalagens. Afinal, é impensável expor o consumidor a embalagens diferentes de um mesmo produto. **A preservação da identidade visual de uma marca também depende da consistência das cores,** sem contar o aspecto segurança.

A principal ferramenta para a garantia da reprodutibilidade dentro dos fornecedores de impressão é o gerenciamento de cor. É ele também o caminho seguro para a ampliação do gamut de cor e reprodução da escala Pantone, as famosas cores especiais, largamente utilizadas pelas marcas.

Na Emibra, empresa paulista dedicada às embalagens de papel-cartão, a gestão da cor é levada a sério há mais de duas décadas, quando a empresa começou a investir em dispositivos eletrônicos para medição da cor. De lá para cá, os instrumentos evoluíram, se sofisticaram, assim como a exigência do mercado aumentou. O comprometimento da Emibra com as demandas de seus clientes seguiu essa mesma linha, ao ponto de a convertidora criar um laboratório interno para análise das tintas e desenvolvimento das cores. “Percebemos que existem diferenças nas cores Pantone entre os próprios fabricantes de tintas gráficas”, afirma Danilo Braghiroli, CEO da Emibra.

Na política de evolução contínua adotada pela empresa, em 2021 a diretoria decidiu que era hora de se aprofundar ainda mais no gerenciamento da cor, visando garantir a padronização e a repetibilidade das cores dos clientes por meio da automação do processo. A empresa escolheu a Heidelberg como parceira nessa empreitada. Somando a isso a estratégia de ampliar sua participação no nicho de cartuchos e displays de maior valor agregado, a Emibra fechou a aquisição de uma Speedmaster XL 106 equipada com dois sistemas fundamentais para o controle da cor, o **Inpress Control** e o **Prinect Image Control**, tudo sob a batuta do **workflow Prinect**. Antes da máquina ser instalada, no início de dezembro de 2022, a equipe da Emibra intensificou os treinamentos, preparando-se para as novas tecnologias, mesmo porque a atualização do parque gráfico foi completa, da pré-impressão ao acabamento, passando pela reestruturação da área comercial. Danilo conta que foram mais de quatro mil horas de treinamento nos últimos dois anos. “Está cada vez mais claro para nós que a excelência virá de um trabalho conjunto. Nem a Heidelberg, nem a Emibra sozinhas con-

seguirão atingir esse patamar. E os nossos colaboradores, acostumados com o sistema Lean Manufacturing, sabem que é preciso estar sempre abertos ao aprendizado.”

Danilo Braghiroli, CEO da Emibra



AUTO- MAÇÃO



Como explica Kesler Santos, gerente de produto da Heidelberg, tanto o **Prinect Inpress Control** quanto o **Prinect Image Control** são espectrofotômetros destinados ao controle automático da cor a partir das informações armazenadas no **Central Color Database**, que nada mais é do que o banco de dados do software Prinect. Funciona assim: a equipe da pré-impressão alimenta o Prinect com as referências de cor fornecidas pelos clientes; com esses dados, o Prinect não só faz os ajustes para que a **Speedmaster XL 106-7+L** comece a rodar de forma autônoma ou guiada, mas garante a tão almejada repetibilidade da cor, monitorando a produção por meio do Prinect Inpress Control e do Prinect Image Control. Os dois espectrofotômetros trabalham separadamente, acionados de acordo com o tipo de material que está sendo produzido.

O Inpress Control é um espectrofotômetro, instalado no último castelo de impressão, programado para fazer a leitura da cor em tempo real inline por meio de uma escala de cores, corrigindo eventuais desvios de cor e registro simultaneamente. O Prinect Image Control é uma mesa espectrofotométrica de conferência que realiza varreduras em busca de diferenças entre os cartuchos dispostos na folha. Em outras palavras, consegue ler tanto a imagem do impresso quanto a escala de cores em uma única passagem. Por meio dessas informações, ajusta os perfis de tinta na impressora. Ele comanda os acertos automaticamente, uniformizando as cores segundo as referências do Central Color Database, além de analisar outros parâmetros, verificando se os cartuchos que estão sendo impressos correspondem exatamente ao arquivo enviado pelo cliente, detectando inclusive imperfeições provocadas pela presença, por exemplo, de partículas na chapa, o popular “caroço”.

Além da fidelidade das cores, esse sistema promove a redução no setup da impressora. A expectativa na Emibra é de uma diminuição entre 50% e 60% no tempo de acerto da máquina em comparação a impressoras equivalentes. “Essa economia abre espaço para novos trabalhos, além de representar uma redução de custos significativa, com menor desperdício de matéria-prima, entre elas o papel-cartão. Só neste primeiro mês, a **Speedmaster XL 106** já superou nossas expectativas”, comenta o CEO da gráfica.

A disposição da Emibra para o novo criou também o ambiente propício para utilização de um outro recurso do software de workflow, o **Prinect Multicolor Toolset**. A ferramenta simula cores especiais por meio de um conjunto de sete cores: CMYK + laranja, verde e violeta, ampliando o espaço de cor que pode ser atingido. “Tão importante quanto ser rápido é ter a certeza de que se está fazendo a coisa certa”, diz o gerente de produto da Heidelberg. “Evitar o retrabalho é fundamental”, completa Kesler Santos.



Kesler Santos, Gerente de Produto Prinect na Heidelberg

DIGITALIZAÇÃO

Tudo ao mesmo tempo agora.

O HEIDELBERG Customer Portal coloca a digitalização da indústria gráfica em um outro nível, reunindo todos os aplicativos Heidelberg num único ambiente e ajudando seus clientes a se tornarem mais assertivos em suas decisões.

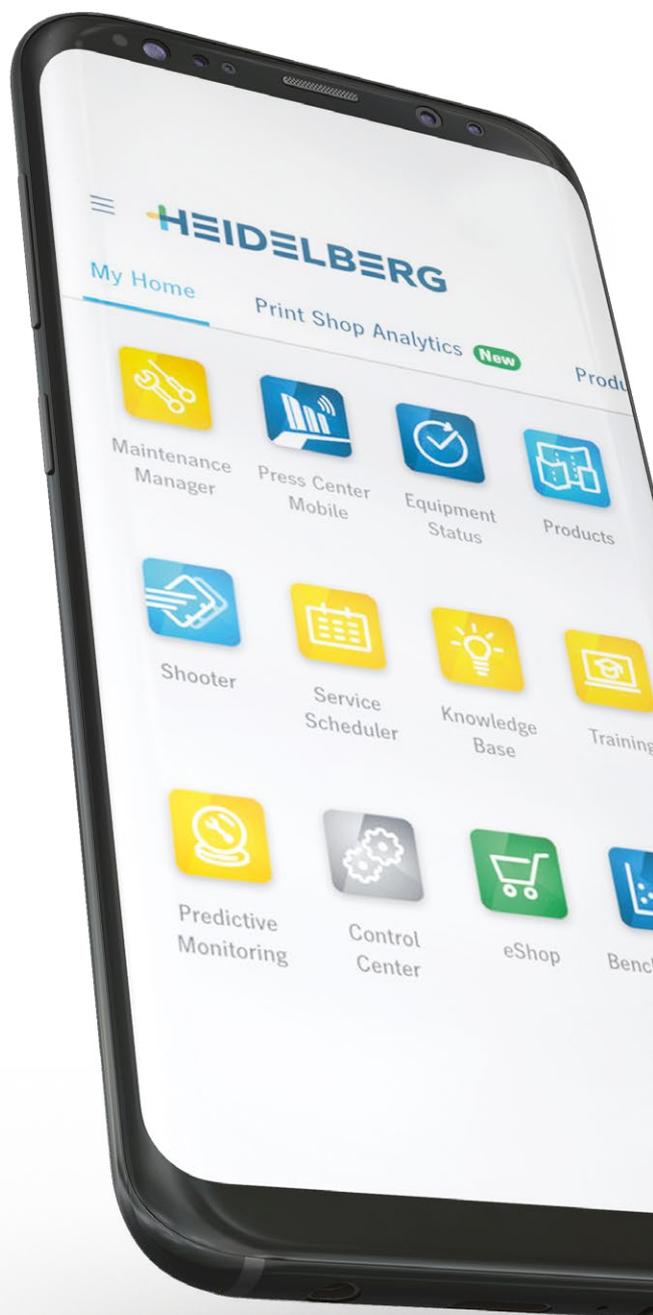
Imagine a seguinte situação: o dia está começando, você abre o celular, dá dois ou três toques e em segundos visualiza todos os números de sua produção naquele exato instante. E não só o que está sendo produzido, mas os tempos de parada, a produtividade de cada turno, falhas, chamadas para manutenção e tudo mais. Detalhe: você está fora, preparando-se para visitar um cliente em potencial.

Você sabe que a conquista desse cliente vai exigir ainda mais dos seus equipamentos. Mais um toque na tela e o sistema interpreta os dados que ele mesmo gerou e, baseado em Inteligência Artificial, sugere mudanças visando à otimização da operação. Você anota algumas providências, volta duas telas e percebe o baixo estoque de um insumo essencial naquela semana. Mais um clique e, no mesmo ambiente, faz a compra e programa a entrega dos consumíveis necessários. Mesmo a 600 quilômetros da gráfica você está no controle, planejando ações de curto e médio prazos que podem representar a entrada em um novo nicho de mercado. É o **HEIDELBERG Customer Portal** a qualquer hora, em qualquer lugar e de qualquer dispositivo.

A indústria gráfica já convive com a automação e agora pode alcançar um novo patamar na administração do negócio.

Esse cenário se desenha na Heidelberg e estará em breve disponível para todos os clientes da companhia, escalonado em fases. Trata-se do HEIDELBERG Customer Portal, interface que combina os elementos do ecossistema Heidelberg (Prinect Direct, HDA e eShop) num novo portal. O uso combinado de uma única grande base de dados traz consistência, melhora a confiança na informação e traz agilidade para as decisões. Com um único login, os clientes acessam todos os seus pontos de conexão com a Heidelberg, incluindo produção guiada ou autônoma, painéis de produtividade e perfis de trabalho, benchmarking por segmento, site, loja online e o Heidelberg Digital Assistant (HDA). Faz parte também o assistente técnico PAT (Performance Advisor Technology), aplicativo de IA que ajuda as gráficas a identificar padrões, aprimorando processos.

Tudo num só lugar, organizado em cinco pilares, simplificando o dia a dia e agregando transparência e eficiência às decisões. “A indústria gráfica já convive com a automação e agora pode alcançar um novo patamar na administração do negócio. Se a gestão da empresa não se digitalizar, ela comprometerá a assertividade das decisões e o aproveitamento das janelas de oportunidade, que estão cada vez mais curtas, dada a velocidade do mercado”, afirma Silvia Montes, presidente da Heidelberg do Brasil.



ÇÃO

Informação estruturada

Silvia Montes ressalta a importância da transparência e da qualidade das informações.

“Nem sempre os apontamentos manuais registrados durante o processo produtivo são fidedignos ao dinamismo da operação. Para que o gestor consiga formar os custos corretamente e ser competitivo, precisa de uma visão clara e objetiva, que englobe desde tempo de acerto, maculatura, além de dados de performance e desperdício. E o HEIDELBERG Customer Portal apresenta todos os dados estruturados, para que a gráfica possa atingir o seu melhor.”

Essa visão holística 360° da gráfica se torna possível com o acesso ao aplicativo Insights dentro do HEIDELBERG Customer Portal. Essa ferramenta, combinada com o PAT e o Performance Benchmarking formam o que a Heidelberg chama de Print Shop Analytics e escalona a digitalização a outro nível.

O Insights usa pontos-chave para a produção, avaliando-os e interpretando-os em tempo real. Essa análise pode ser vista com apenas alguns cliques no painel, configurado individualmente. Com a ajuda dessas informações, não apenas o desempenho da produção é exibido, mas os problemas também podem ser rapidamente identificados e relatados.

Os relatórios de benchmarking fornecem uma visão detalhada do desempenho da máquina no respectivo segmento de mercado. Isso permite que a posição em comparação com outros concorrentes seja medida, melhorada e rastreada anonimamente.

O PAT (Performance Advisor Technology) é um serviço de consultoria automatizado baseado em Inteligência Artificial. A ferramenta analisa continuamente os dados operacionais e de produção disponíveis na máquina conectada, reconhece o potencial de melhoria e recomenda medidas apropriadas para otimização. Para cada caso identificado, o usuário recebe uma notificação e documentação de medidas a serem tomadas para elevar a produtividade, afora outros serviços, como treinamentos online.

Para se beneficiar dos recursos do HEIDELBERG Customer Portal, basta o cliente assinar o termo de adesão da plataforma HDA (acesse o QR Code ao lado), tornando-se elegível para o upgrade no seu lançamento. Os serviços, em sua maioria, são gratuitos, disponíveis numa plataforma intuitiva e de fácil navegação.

Saiba mais



SENAI promove

JORNADA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

FIESP • CIESP • SENAI • SEBRAE



O norte havia sido apontado há tempos. A convivência com as novas tecnologias proporcionada pela presença do Print Media Center Heidelberg dentro da Escola Senai Theobaldo De Nigris, em São Paulo, indicava a digitalização como sentido único para o setor, e a instituição seguia adaptando sua própria estrutura. Para além dos muros da escola, porém, o Senai continuava a ver o empresário gráfico encarando a digitalização como uma despesa e não como um investimento.

Dentro do Senai, a chave virou definitivamente quando Josué Gomes da Silva assumiu a presidência da Fiesp, em janeiro de 2022. Entendendo a ineficiência na gestão dos processos como um gargalo para a reindustrialização do país, o líder empresarial determinou que todas as escolas Senai, com o apoio da Fiesp, do Ciesp e do Sebrae, estruturassem um programa para a aceleração da digitalização da indústria.

Assim nasceu a Jornada de Transformação Digital, plano de evolução tecnológica e produtiva nas empresas, de diferentes portes e níveis de maturidade tecnológica, por meio de oito passos: Diagnóstico; Estratégia; Otimização de Processos (Manufatura Enxuta – LEAN – e Eficiência Energética); Mapeamento; Automação; Digitalização; Integração e Indústria Inteligente. O programa é gratuito para empresas com faturamento anual até R\$ 8 milhões.

A Jornada de Transformação Digital começa com um diagnóstico completo da empresa com relação ao seu modelo de negócio, tecnologia e capital humano, identificando como a organização vê a digitalização. A partir daí, monta-se uma estratégia organizacional e tecnológica, discutindo-se até os objetivos da empresa, o desenvolvimento de novos produtos, a montagem de plataformas de venda online, entre outras manobras. Com o plano delineado, a terceira fase envolve o aprimoramento dos processos. “Não adianta digitalizar a bagunça”, diz categórico Elcio de Sousa, diretor das Escolas Senai Theobaldo De Nigris e Barueri, dedicadas à formação de profissionais para o setor gráfico. A equipe do Senai

ajuda as empresas a aplicarem a metodologia Lean Manufacturing, buscando aumentar a eficiência e a produtividade, reduzindo erros e redundâncias na produção industrial. São atacados problemas com a logística interna, fluxo de pedidos, layout produtivo e movimentação de carga. De acordo com o diretor da Theobaldo De Nigris e Barueri, concluída essa etapa, as gráficas já alcançam ganhos de produtividade de até 30%.

A quarta etapa é mais burocrática, sendo tocada junto com o Desenvolve SP, programa governamental que financia micro, pequenas e médias empresas sediadas no Estado de São Paulo. Mapeia-se as necessidades e uma equipe de economistas ajuda o empresário a encontrar a melhor linha de crédito para a aquisição de equipamentos. O passo seguinte é a automação dos processos e a atualização tecnológica. “Preparamos o empresário para a tomada de decisão, para o escalonamento dos investimentos, assim como os funcionários, para que saibam lidar com as tecnologias da Indústria 4.0 e consigam aproveitar todo o potencial dos novos sistemas”, comenta Elcio de Sousa. Chega-se, então, à digitalização propriamente dita, com a integração de processos e a adoção de novos modelos de negócio.

A penúltima fase prevê a integração total da empresa com os demais agentes da cadeia produtiva, conectando fornecedores e clientes, aonde há o uso da Inteligência Artificial no processo produtivo.

Atualmente, 88 gráficas paulistas estão sendo beneficiadas e a meta é chegar a 402 até 2024, como afirma Elcio de Sousa. “Começamos no início do ano passado e estamos com 75 empresas na fase de Diagnóstico e Estratégia e 13 na terceira etapa”, informa o diretor. Considerando toda a estrutura do Senai no Estado, está prevista a participação de 40 mil pequenas e médias indústrias, dos mais variados segmentos. Hoje, 9.556 estão sendo atendidas pelo programa.

Elcio de Sousa
Diretor das Escolas Senai
Theobaldo De Nigris e Barueri



9.556

pequenas e médias
indústrias atendidas
pelo programa

402

gráficas
beneficiadas
até 2024

30%

de ganhos com
produtividade

Informação é poder



Consultoria da equipe de Performance da Heidelberg auxilia os clientes a **aumentarem a eficiência produtiva e a alcançarem seus objetivos de forma mais rápida e eficaz.**



Alexandre Aguiar
Data Driven Services e Performance

Não é novidade para ninguém que a análise de dados é uma ferramenta valiosa para aumentar o desempenho de uma indústria, tornando-a mais eficiente e permitindo a identificação de oportunidades de crescimento. Muitas vezes, porém, essa análise é ofuscada pela rotina diária, dificultada pelo envolvimento dos gestores nos problemas mais urgentes.

Ciente disso e de sua responsabilidade perante o mercado, a Heidelberg do Brasil criou uma área de Desenvolvimento de Negócios, cujo objetivo é, sob a perspectiva dos clientes, ajudá-los a tomarem as melhores decisões e a alcançarem os resultados planejados, fazendo de suas empresas referências em performance. Essa área está vinculada à gestão do produto da empresa e vem sendo coordenada por Philipp Fries, responsável pela área offset, em parceria com Ronaldo Claudio Silva Junior, que se juntou ao time em setembro de 2022. “Ronaldo aporta um valor significativo e em pouco tempo conquistou profundo respeito dos clientes”, destaca Philipp.

Com uma passagem anterior de 13 anos na Heidelberg, somada à experiência de quatro anos atuando na indústria gráfica,

Philipp Fries
Sheetfed e Desenvolvimento de Negócios



Ronaldo explica que a missão da área é ajudar o cliente de forma global, partindo de uma análise profunda do processo, dos números e dos pontos críticos do cliente e culminando com recomendações que permitirão que se extraia o máximo de seu parque fabril, seja investindo em um novo equipamento ou mudando o layout da produção.

Entre duas e três semanas o diagnóstico está pronto. O relatório do que precisa ser feito pode indicar desde a adoção de procedimentos mais eficazes até a aquisição de um novo sistema. “Já aconteceu de o cliente nos procurar em busca de uma nova máquina e identificarmos que ele poderia atingir seus objetivos sem a necessidade de grandes investimentos, apenas aprimorando o processo produtivo”, afirma Ronaldo Silva. Quanto mais transparente for a troca de informações e precisa a definição das metas, mais assertivo será o diagnóstico.

A implementação da recomendação é feita com a entrada em ação da equipe de Performance, hoje liderada por Alexandre Aguiar. “Elevar a produtividade e mostrar que o melhor custo-benefício vem dos equipamentos Heidelberg é o que nos motiva diariamente”, afirma Alexandre. A equipe de Performance prepara a gráfica para receber a nova tecnologia e acompanha a instalação do sistema, acelerando a adaptação e reduzindo o impacto da mudança na produtividade. E a consultoria não se restringe aos novos negócios, é oferecida também à base instalada por meio de contratos vinculados a resultados. Além do empenho e conhecimento da equipe Heidelberg, o sucesso é garantido com o uso de ferramentas digitais, como a assistente virtual PAT, e-calls, Plataforma HDA (Heidelberg Digital Assistant), recursos capazes de conectar operação, gestores e fornecedor de maneira imediata.

Ronaldo Claudio Silva Junior
Desenvolvimento de Negócios



Responsabilidade social mobiliza colaboradores



Contribuir para minimizar os problemas de famílias em situação de vulnerabilidade social e, ao mesmo tempo, criar um senso de pertencimento e engajamento com a empresa, **estimulando a responsabilidade social e a solidariedade entre seus 130 colaboradores.**

Com esses objetivos, a Heidelberg do Brasil tem intensificado ações em parceria com entidades assistenciais de diferentes municípios da Região Metropolitana de São Paulo, na qual está inserida, seguindo exemplo da matriz, que está comprometida com o ODS, em destaque, no projeto SODO. Por aqui, ao longo do ano, a área de

Recursos Humanos analisa o perfil de vários organismos localizados em cidades próximas a Santana de Parnaíba, onde está a sede da empresa. Escolhida a entidade, a ação é estruturada a partir de sua necessidade mais premente, envolvendo doação desde cobertores até kits de higiene pessoal e alimentos.

É feita uma campanha interna visando à mobilização dos funcionários, que são estimulados a contribuir, de forma voluntária. **Ao total arrecadado entre os colaboradores, a Heidelberg doa o dobro desse valor,** soma usada na compra dos produtos que serão entregues às entidades.



Contribuição com o desenvolvimento



Entendendo que as empresas têm um papel importante na construção de uma sociedade mais justa e equilibrada, e buscando contribuir para o desenvolvimento social e ambiental das comunidades em seu entorno, a Heidelberg pretende estender essa ação. Já estão no radar do departamento de Recursos Humanos ação para idosos e suporte a duas reservas particulares em Santana de Parnaíba que promovem a preservação de áreas de mata.

“Sabemos que as pessoas têm um respeito maior por aquilo que conhecem e identificam valor. Por isso queremos oferecer aos nossos funcionários a chance de visitar essas reservas e de plantarem árvores, ato tão simbólico dentro da nossa sociedade”, afirma Rosana Tavares Teixeira, gerente de Recursos Humanos e Serviços Corporativos da Heidelberg do Brasil.

Rosana Tavares Teixeira
Gerente de Recursos Humanos e Serviços Corporativos da Heidelberg do Brasil.



Conheça o projeto SODO



SAIBA MAIS

NÓS SOMOS UMA STARTUP DE QUASE 100 ANOS.

**SUZANO. INOVANDO SEMPRE,
RUMO À BIOECONOMIA.**

**PLANTANDO UM FUTURO MELHOR
E CRESCENDO JUNTO COM ELE.**



suzano

nós plantamos o futuro

Heidelberg do Brasil
Alameda África, 624
Polo Industrial Tamboré
Santana de Parnaíba - SP
+55 11 5525-4500
www.heidelberg.com/br

 @heidelbergbrasil
 @heidelbergbrasil
 @heidelbergbrasiloficial



print and equipment CO₂ neutral
HEIDELBERG

www.heidelberg.com/co2 · ID1000747/100000