

De volta para o futuro

Im 11 de outubro, quando o 15º Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica tiver encerrado sua programação, os participantes que viajaram a Foz do Iguaçu, no oeste do Paraná, terão uma bagagem diferenciada para levar para casa. Nela estarão contidos novos conhecimentos, experiências, aprendizado e expectativas renovadas em relação aos negócios que deixaram, durante alguns dias, para se dedicar ao maior evento nacional do setor gráfico.

Uma dessas pessoas é **Eduardo Carneiro Mota**, diretor da Gráfica e Editora Contexto, de Pernambuco, que é bem mais experiente na matéria: já esteve em quatro edições do evento, em Curitiba, em 1999; Caldas Novas (GO), em 2003; Recife, em 2005; e em São Paulo (2008). “O programa está muito bom, tudo depende dos palestrantes, mas acredito que temos um grupo interessante de especialistas”. Na outra

Quem foi ao maior evento da indústria gráfica brasileira, o Congraf, em Foz do Iguaçu, pode retornar para casa com a mala cheia. E não apenas com lembrancinhas amalhadas nos vizinhos países. Quem foi retorna com apenas um tipo de excesso de bagagem: conhecimento.

Ada Caperuto

ponta, **Claudio Baronni**, diretor de projetos da Editora Abril, participa de seu primeiro Congraf. E seus comentários são previamente positivos. “A grade de palestras está muito bem elaborada, cobrindo um leque de assuntos da maior importância para os gráficos afinarem sua percepção de cenário futuro, balizando decisões estratégicas e táticas com maior embasamento”.

Se a questão é pensar no futuro, o 15º Congraf já começa com uma ampla, responsável e experiente abordagem, capitaneada por ninguém menos que o ex-presidente do Banco Central do Brasil e atual responsável pela Autoridade Olímpica para os jogos de 2014, **Henrique Meirelles**, que falará sobre aspectos socioeconômicos no módulo “Perspectivas para um Brasil melhor”.

De acordo com ele, o objetivo é mostrar, em um primeiro momento, os motivos que levaram o País a viver algumas décadas de baixo crescimento e instabilidade econômica, e quais as consequências disso para os negócios. Em um segundo momento, Meirelles apresentará aos congressistas os fundamentos dessas mudanças que, em suas palavras, não foram “temporais” ou “episódicas”, mas transformações muito grandes, que fizeram cair enormemente os índices de desigualdade social. “Em 2004, quando o Brasil começou a crescer, muitos temiam o que se denominava então como ‘voo de galinha’. Na época,

Conheça os palestrantes do 15º Congraf



Henrique Meirelles

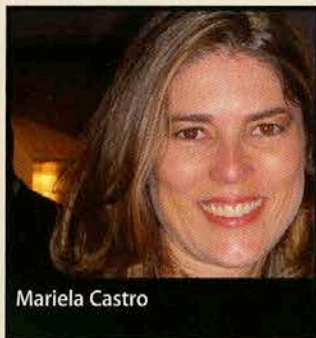
Henrique Meirelles – ocupou o cargo de presidente do Banco Central do Brasil de janeiro de 2003 a dezembro de 2010. Antes disso, foi presidente do Banco de Boston no Brasil, a partir de 1984. Posteriormente, foi nomeado presidente do BankBoston Corporation em 1996. Assumiu a presidência de *Global Banking* do FleetBoston Financial em outubro de 1999, logo após a fusão das duas instituições nos EUA. Foi membro do conselho de administração do BankBoston Corp, FleetBoston Financial, Raytheon, Bestfoods e Champion International. É presidente da “Associação Viva o Centro”, em São Paulo; presiden-



Sidnei Oliveira

te fundador da Federação Latino-Americana de Leasing; e presidente emérito da Associação Brasileira de Bancos Internacionais. Foi, ainda, presidente da Câmara de Comércio de São Paulo e da Fundação Traversia. Atualmente ocupa o cargo de presidente do Conselho Público Olímpico da Autoridade Pública Olímpica (APO).

Sidnei Oliveira: consultor, autor e palestrante, especialista em conflitos de gerações, geração Y, desenvolvimento de novos talentos e redes sociais, tendo desenvolvido soluções em programas educacionais e comportamentais para mais de



Mariela Castro

30 mil profissionais em empresas como Vale, Petrobras, Gerdau, Lojas Renner, TAM e Light, entre outras. É sócio-fundador da Kantu Educação Executiva, vice-presidente do Instituto Atlantis de Preservação Ambiental, consultor-associado da Empreenda Consultoria e membro do conselho de administração da Creditem Cartões de Crédito.

Mariela Castro: diretora da consultoria Communication Advisors. É jornalista com 20 anos de carreira. Nos últimos 12 anos tem se dedicado à comunicação corporativa em diferentes segmentos, dirigindo atualmente sua própria consultoria, com



Hamilton Terni Costa

foco em finanças, negócios e como a *web 2.0* afeta as relações com investidores, colaboradores e mídia. Seu trabalho pode ser conhecido no *blog* Mídias Sociais, no portal da revista *Exame* e Comunicação no Varejo, no portal da Associação Brasileira dos Lojistas de Shopping (Alshop).

Hamilton Terni Costa: consultor e empresário gráfico, trabalha há mais de 35 anos na indústria gráfica. Foi diretor comercial do Grupo Socipress, diretor geral da Gráfica Melhoramentos, diretor geral da Quebecor World – São Paulo e presidente da Quebecor World – México. Foi presidente da Abraform e da



CONGRAF

15º CONGRESSO BRASILEIRO DA INDÚSTRIA GRÁFICA

eu já comentava que seria um crescimento sólido, com fundamentos macroeconômicos e notas de sustentabilidade, com a inflação absolutamente ajustada. De fato, nos últimos oito anos, esse crescimento e os resultados formacionais para a sociedade brasileira podem ser notados. Trinta e sete milhões de brasileiros passaram a integrar a classe média e isso traz resultados para diversos setores, como a indústria gráfica, por exemplo. Não foi mais aquela situação em que se dava um passo à frente e dois para trás”, comenta, mencionando o período de 2004 a 2011.

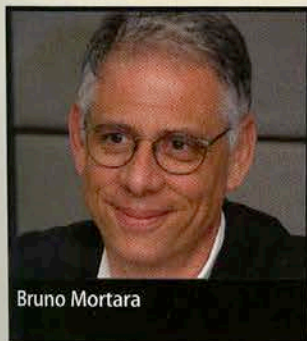
Aos participantes do 15º Congraf, o ex-presidente do BCB também irá apresentar os resultados relevantes dessas mudanças na economia nacional para o setor produtivo. Nesse elenco estão, por exemplo, o aumento da disponibilidade de capital e, graças ao controle da inflação, a possibilidade de as indústrias passarem a contar com um processo de vendas estável. Ainda de acordo com Meirelles, essa estabele-

dade também possibilitou às empresas se lançarem no mercado de ações e receberem investimentos diretos. “É um mercado que está começando a se desenvolver, com fundos de ações procurando empresas promissoras, não apenas as de grande porte, mas qualquer uma que possa oferecer perspectivas de crescimento”.

Para quem se preocupa com a atual situação econômica mundial, marcada pela crise na zona do euro, Meirelles destacará em sua palestra as vantagens brasileiras neste cenário. “O Brasil acumulou reservas de mais de US\$ 300 bilhões e está preparado para enfrentar qualquer crise externa”, diz ele, ressaltando que o País registrou o menor percentual de aumento da dívida pública líquida em relação ao PIB entre todos os países do G-20. “Por outro lado, temos um crescimento voltado para o mercado doméstico e isso é algo que faz com que nosso país seja mais forte e esteja à frente de outras nações. Esse crescimento para o mercado interno

nos deu mais resistência para enfrentar as crises internacionais”.

A palestra poderá soar como uma sinfonia nos ouvidos dos empresários gráficos que contraíram dívidas para a modernização de seus parques nos últimos meses. Isso porque, para aqueles que ainda temem o futuro, Meirelles recomenda olhar para frente. Nesse horizonte, segundo ele, é possível enxergar que o País não tem razões para entrar em um ciclo de crises. O Brasil lidou com a crise de 2008 com sucesso, tem condições de enfrentar qualquer outra com força. Isso não quer dizer que fiquemos imunes. Não fomos imunes em 2008, mas o País soube reagir agressiva e fortemente. Temos que estar atentos, a indústria, a sociedade e o governo, para saber enfrentar uma possível crise. E temos todas as condições para sair dela. Na crise é preciso estar atento e tomar medidas sérias se necessário. Afinal, como dizia o meu avô: ‘dinheiro não aceita desaforo”.



Bruno Mortara



Lala Deheinzelin



José Carlos Brunoro



Flavio Botana

ABTG e diretor por várias gestões da Abigraf-SP, Sindigraf-SP e Conlatin-graf. Atualmente é diretor geral da ANconsulting, consultoria líder no mercado gráfico da América Latina em estratégia e desenvolvimento de negócios com clientes e trabalhos em todo o continente americano. Representa a NPES, associação norte-americana dos fabricantes de equipamentos e insumos para o setor gráfico e editorial.

Bruno Mortara: com experiência de mais de 25 anos na indústria gráfica, é sócio-diretor da Prata da Casa, consultoria e prestadora de serviços de pré-impressão, tratamento de

imagens e gestão de acervos digitais. Superintendente do ONS27, da ABNT, representante do Brasil no comitê TC130 da ISO, diretor da ABTG Certificadora, diretor do grupo técnico de impressores digitais (Dígitec) e professor do curso de pós-graduação da Faculdade Senai de Tecnologia Gráfica.

Lala Deheinzelin: é uma das especialistas mundiais em economia criativa e desenvolvimento sustentável. Palestrante e consultora internacional, diretora da empresa Entusiasmo Cultural. Criou e coordena o movimento ibero-americano Crie Futuros e está associada a diversas

redes internacionais ligadas à sustentabilidade. É assessora sênior da unidade especial de cooperação Sul-Sul, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

José Carlos Brunoro: gestor da área esportiva, responsável pelo projeto de futebol da Parmalat na América Latina nos anos 1990. No início de 2003, iniciou sua história junto ao Pão de Açúcar Esporte Clube e atualmente exerce a função de presidente do conselho de administração da Brunoro Sport Business. É também diretor de marketing da Confederação Brasileira de Basquete e presidente da Sport Strategy.

Flavio Botana: possui 30 anos de experiência na indústria gráfica, com atuação em empresas como Editora Abril, Gráficos Burti e Geográfica Editora. Professor de graduação e pós-graduação da Faculdade Senai de Tecnologia Gráfica de São Paulo, responsável pelas disciplinas de Gestão da Qualidade e Gestão da Produção. Consultor da ABTG com atuação na área de gestão da produção, com foco em aumento da produtividade, melhoria da qualidade e redução de custos.

Fabio Mestriner: professor coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da Escola Superior de

SEM EXCESSO DE BAGAGEM

Quem decidiu participar da 15ª edição do Congraf, de 8 a 11 de outubro, viajou para Foz do Iguaçu com a certeza de que o evento realizado pela Abigraf Nacional, em parceria com a Abigraf-PR e apoio técnico da ABTG, seria uma fonte de novos conhecimentos. Algo para voltar para casa “com excesso de bagagem”, mas daquela que não paga taxa, nem pesa demais. Ao contrário, foi a oportunidade de ver *in loco* o que o tema “Crescendo com o Brasil” teria a oferecer para suprir as mais atuais demandas empresariais. Além da verdadeira aula de economia de Henrique Meirelles, o 15º Congraf reservou aos participantes temas de vanguarda, mas sempre sob o olhar que interessa aos industriais gráficos. Nesses quatro dias de duração do evento, muito poderá ser aprendido sobre o que desejam os novos consumidores. Será possível identificar os elementos que fazem parte do futuro do setor e como construir valores no relacionamento com os clientes dessa “nova

gráfica”. Os participantes também poderão levar na bagagem informações relevantes sobre negócios e oportunidades, em diferentes segmentos de impressão — embalagens, promocional, editorial. E, com certeza, voltarão para suas empresas com novas ideias para planejar seus investimentos, controlar custos e lucrar muito mais.

Troca de experiências, atualização mercadológica ou a oportunidade de confraternização entre os empresários. O que é mais relevante no Congraf? Claudio Barroni deixa sua opinião. “Dividindo a importância com as palestras, a parte de convivência, troca de ideias, reconhecimento de problemas comuns entre gráficos, fornecedores e entidades que se misturam no dia a dia da indústria gráfica é o maior valor que o Congraf pode oferecer aos que marcaram presença”. Eduardo Mota acredita que, com toda a certeza, o evento é uma maneira de reciclar as práticas empresariais. “Representa uma oportunidade de adquirir novos ensinamentos, de des-

cobrir os caminhos, de renovar a maneira de pensar o setor gráfico e de confraternizar nacionalmente. É muito importante a participação de todos que fazem o setor, gráficos e fornecedores”.

Sorte de quem foi!



CONGRAF

15º CONGRESSO BRASILEIRO DA INDÚSTRIA GRÁFICA

Data: 8 a 11 de outubro

Abertura: 8 de outubro, a partir de 19h

Palestras: 9 a 11 de outubro, das 9h30 às 13h30

Feira: dias 9 e 10, das 8 às 17h; dia 11, das 9 às 12h

Local: Hotel Mabu Thermas & Resort

Avenida das Cataratas, 3.175, Foz do Iguaçu (PR)

PATROCÍNIO

Ibema, Sebrae Nacional, International Paper, Senai-PR, Calcgraf, Manroland, Metrics e Zênite Sistemas



Fabio Mestriner

Propaganda e Marketing (ESPM). Coordenador do Comitê de Estudos Estratégicos da Associação Brasileira de Embalagem (Abre). Autor dos livros *Design de Embalagem – Curso Avançado* e *Gestão Estratégica de Embalagem* (Editora Pearson/Prentice Hall — livros adotados por mais de 30 universidades do País). Foi presidente da Abre e representante do Brasil na diretoria da World Packaging Organization (WPO) entre 2002 e 2006.

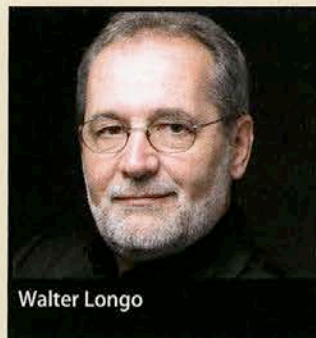
Cesar Callegari: membro da Câmara de Educação Básica do Conselho Nacional de Educação. Presidente do Instituto Brasileiro de Sociologia



Cesar Callegari

Aplicada (IBSA) e do Conselho de Acompanhamento e Controle Social do Fundeb no âmbito da União. Membro do Conselho de Governança do Movimento Todos pela Educação. Ocupou diferentes cargos públicos nos governos federal, estadual e municipal de São Paulo, sempre em áreas vinculadas à educação e foi deputado estadual por dois mandatos. É autor de vários trabalhos publicados sobre educação pública.

Walter Longo: com 39 anos de atuação na área de vendas, propaganda e marketing, ocupou cargos executivos em importantes agências nacionais e estrangeiras. Foi presidente de



Walter Longo

importantes grupos de comunicação com atuação mundial e, desde 2006, está na Newcomm (*holding* formada pela associação de Roberto Justus e do Grupo WPP) como mentor de estratégia e inovação. O grupo reúne, no Brasil, diversas empresas de destaque no mercado, como Young&Rubicam, Wunderman Energy, entre outras. É membro de vários conselhos de empresas de telecomunicações, articulista e autor de livros na área de comunicação.

Mário César Martins de Camargo — diretor-presidente da Gráfica Bandeirantes, é 1º vice-presidente da Conlatingraf (2010–2012). Foi presidente



Mário César de Camargo

da ABTG (1988–1992); da Abigraf Regional São Paulo (1995–2001); da Abigraf Nacional (2001–2008 e 2009–2011); e do Sindigraf-SP (2004–2010). Foi diretor-delegado da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, junto à CNI (2004–2007) e vice-presidente da Fiesp (2007–2011). Recebeu os prêmios: Líder Gráfico das Américas 2005 (Printing Association of Florida); Personalidade da Comunicação 2005 (Conlatingraf); Personalidade do Ano Extra-Setor 2006 (Associação Nacional dos Vendedores de Papel); e Global Presidential Print 2009 (The Association for Suppliers of Printing, Publishing and Converting Technologies).