



# Percepção fora de casa

Comparamos um Bureau Brasileiro e um Internacional. Por que parece que estamos tão atrasados em relação a eles, mesmo tendo acesso as mesmas tecnologias?

por uma série de dificuldades. Entre elas: falta de mão de obra qualificada, problemas como altos impostos, apesar da baixa taxa de juros atual, baixa de demanda de produção e por aí vai.

Infelizmente uma fórmula mágica não existe. Mas existe uma maneira quase tão eficaz, que é o ato de observar. Observar o que dá certo para os outros, o que pode dar certo para você, e ficar atento ao mercado e as suas tendências. Sendo assim, observamos o mercado estrangeiro em busca de trazer algumas informações importantes para o nosso. Será que é possível “copiar” o que dá certo no exterior? Por que parece que lá, é mais fácil? Será que é porque sempre “a grama do vizinho parece mais verde”, ou de fato, eles são melhores em alguns aspectos e podem nos ensinar algo?



Conversamos com Pedro Sousa, Diretor Comercial e Operacional da Stampa Digital, no mercado há 28 anos, que já morou nos EUA e visitou algumas empresas na Alemanha, e com o nosso consultor de negócios, Wilson Giglio, sobre o mercado de comunicação visual no exterior.

**Existem grandes diferenças entre um bureau brasileiro e um internacional, e isso se deve a vários motivos, inclusive culturais. Porém, sempre é possível copiar algo**

**que dá certo lá fora, ou melhor, adaptar. O que acha que funciona bem no exterior, e que ainda não temos aqui e podemos “copiar”?**

O que poderia funcionar com certeza, é não montar uma empresa ou produção dando um jeitinho quando os desafios aparecem. De fato a estruturação de uma empresa, fluxo de trabalho, por menor que seja é um trabalho que no exterior é realizado com precisão, enquanto que aqui no Brasil, somos mais criativos, mas não nos planejamos como deveríamos. **Pedro Sousa**

Uma das grandes diferenças existentes é a seriedade no cumprimento da palavra, principalmente com relação a prazo de entrega. Lá fora isso é levado muito a sério e aqui no Brasil, uma grande parte das empresas, deixa a desejar. Com relação à qualidade não tem muita diferença já

que as empresas brasileiras produzem matéria prima compatível. Lá fora é normal as empresas inserirem o seu



**Pedro Sousa**

**funcionários, e a lucratividade deles é bem maior que a nossa. A que isso se deve? A seu ver, qual é a estratégia que devíamos adotar aqui, para obter esse sucesso também?**

A mão de obra no exterior é mais cara e mais especializada, então eles ganham em produtividade com certeza, e isso reduz o custo fixo. Outro fator imprescindível é o conhecimento, principalmente na formação

logo ou marca no banner / painel / faixa / adesivo. Aqui a maioria das empresas não faz isso. Este detalhe ajuda na divulgação da empresa, possibilitando agregar mais clientes, é uma ação muito boa de marketing que, creio, pode ser “copiada”. Outra grande diferença são os sites, muito mais profissionais, com excelente navegabilidade e usabilidade. **Wilson Giglio**



**Percebemos que eles investem muito mais em tecnologia, que muitas vezes possuem menos**

**funcionários, e a lucratividade deles é bem maior que a nossa. A que isso se deve? A seu ver, qual é a estratégia que devíamos adotar aqui, para obter esse sucesso também?**

do preço. Pergunte a um proprietário de bureau, qual é o custo real de um serviço? Qual é o resultado real no final do mês? **Pedro Sousa**

Lá fora (conheço apenas empresas em Portugal, Itália e Moçambique, além de várias empresas brasileiras) os colaboradores são mais tecnicamente capacitados, principalmente na área de produção, e ganham bem (mesmo convertendo os valores), mas dão 100% de retorno. O mesmo já não acontece no Brasil.



**Wilson Giglio**



Além disso, as empresas investem muito na capacitação dos mesmos, inclusive os da área administrativa e financeira. As empresas são totalmente organizadas com tudo a que tem direito. O empresário apenas administra a empresa, desta forma tem tempo para buscar melhores soluções no mundo e tecnologias de ponta para atender, cada vez melhor, os seus clientes, inclusive de outros países. A lucratividade deles é maior em virtude, principalmente, da carga tributária. Aqui no Brasil o imposto e os altos encargos sociais trabalhistas, fazem com que o nosso produto seja quase o dobro do valor em outros países, isso se encontra até na própria depreciação do equipamento que, no exterior, tem um investimento muito menor em razão dos impostos cobrados pela indústria brasileira e que chega a ser até 38% maior do que o mesmo produto fabricado em outros países. Tudo isso influencia em nosso valor. Nós sabemos que o mesmo produto fabricado por uma Micro



Empresa, em termos de valor, é totalmente diferente do praticado por uma Empresa de Pequeno Porte, por uma de Lucro Presumido ou Lucro Real. Pode ser a mesma matéria prima, mas somente por ter uma forma de tributação diferente (além do rateio das despesas operacionais), já faz toda a diferença em razão da carga tributária de cada uma.

A melhor alternativa para a empresa brasileira ter uma boa lucratividade é: ser organizada, ter todos os processos padronizados, evitar desperdícios, capacitar todos os seus colaboradores, acertar na contratação dos mesmos, optar por uma forma de tributação adequada a sua situação, ter em mãos constantemente os seus custos para melhor formar o seu preço de venda, otimizar a sua linha de produção, fazer manutenção adequada de seu parque industrial, ter capital de giro para realizar compras a vista (com desconto) na aquisição das principais matérias primas, ter uma equipe de profissionais devidamente capacitados para exercer a sua atividade, e fazer um excelente atendimento ao cliente, cumprindo fiel-



é com a



## CAMINHANDO JUNTOS

**O nosso objetivo é implantar um vinil de alta qualidade para impressão com baixo custo de mercado e suprimindo as necessidades diárias.**

**Adesivo Acrílico permanente com alta transparência e coesão.**

**Concebido para uma ampla gama de substratos, tais como:**

**O vinil Ritrama proporciona excelentes resultados de impressão com jato de tinta UV, Solvente e Eco-Solvente**

- VITRINES
- PAREDES
- CHAPA DE P.S
- CHAPA DE PVC
- ABS
- TODO TIPO DE SUPERFÍCIE RETA

**"3 ANOS DE GARANTIA"**

**Solicite uma visita de nosso Consultor**

**Wyllian Deivid Cruzetta**

**wyllian.cruzetta@zanatto.com.br**

**(41) 9924-9995 / 3362-1415**



**Agilidade e Rápidez na Entrega!**

**Curitiba**  
Av Comendador Franco, 165  
Jd Botânico CEP: 80215-090  
41 3362-1415 Fax: 41 3262-8826

**São Paulo**  
Rua Toriba 404  
Vila Canero CEP 03191-130  
11 3775-2727 Fax: 11 3775-2728

**Porto Alegre**  
Av São Pedro, 844 sl 403  
São Geraldo CEP: 90230-124  
51 3337 7637 Fax: 51 3337-6273

**www.zanatto.com.br**

mente os prazos dados para entrega de produtos e, o empresário, ter conhecimento (pelo menos o básico) de todas as áreas de sua empresa, capacitando, a si mesmo, para administrar cada vez melhor, primando por uma melhoria contínua. Creio que com essas ações toda e qualquer empresa do ramo pode ter sucesso e prosperidade ! **Wilson Giglio**

### COMPARAÇÃO BRASIL X EXTERIOR

A nossa ideia inicial com essa matéria era traçar um comparativo entre um Bureau Nacional e um Internacional, em vários aspectos. Porém, não foi fácil encontrar um empresário brasileiro que topasse abrir esses dados para o mercado, dificuldade que não encontramos lá fora. Estaria aí mais uma diferença?

Como não encontramos um Bureau Brasileiro que topasse participar dessa comparação, fizemos um levantamento das informações que já temos registradas, com base nas pesquisas de mercado, que frequentemente realizamos.

O Bureau Internacional que topou participar foi

o Sign Language, do Scott B. Cohen, de Denver, Colorado – EUA.

Em um primeiro momento, esses números assustam, porque mesmo sabendo que vivemos em locais distantes, culturas diferentes e governos e políticas distintas, estamos falando do mesmo mercado. A diferença poderia ser pelo menos, menor.

Não queremos em nenhum momento desmerecer nosso país, mas levar uma reflexão adiante. Por que isso não acontece aqui? O que poderíamos fazer para mudar esta situação? Como unir nosso mercado em busca de melhorias? Como capacitar melhor nossos funcionários, e como nos preparar para vencer?

Estas questões devem “martelar” nossas cabeças mesmo. É preciso fazer alguma coisa para mudar este cenário.

Avalie o que fez no ano de 2012, trace suas metas para 2013, e vá em busca do seu sucesso. É possível, basta acreditar.



### RELAÇÃO MÁQUINAS DE IMPRESSÃO X NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS

#### BUREAU INTERNACIONAL

14 máquinas de impressão, 65 funcionários

#### BUREAU BRASILEIRO

5 máquinas de impressão, 78 funcionários

### CAPACIDADE PRODUTIVA

#### BUREAU INTERNACIONAL

média de 300 mil m<sup>2</sup> por mês

#### BUREAU BRASILEIRO

média de 5 mil m<sup>2</sup> por mês

### MÉDIA DE LUCRATIVIDADE

BUREAU BRASILEIRO | 20%

BUREAU INTERNACIONAL | 40%

### ÍNDICE DE REFAÇÃO MENSAL

BUREAU BRASILEIRO | 35%

BUREAU INTERNACIONAL | menos de 3%

