

“ESTAMOS COM A SISTRADE DESDE O INÍCIO”

J

osé Manuel Lopes de Castro, fundador da Norprint tem gerido a empresa de forma exemplar, apostando em produtos, equipamentos e tecnologia de última geração. A escolha do software de gestão

da Sistrade é o ponto central de uma organização minuciosa e altamente eficiente, tal como explicou durante o evento Sday2021.

QUE RESUMO FAZ SOBRE ESTES TRINTA ANOS DA NORPRINT?

A Norprint está a completar 30 anos de actividade, sendo um projecto consolidado. A empresa nasceu durante a crise económica de 1992 mas superou sempre os momentos conturbados da história do país.

Estamos neste momento a iniciar uma nova fase que passa pela total digitalização da empresa.

A NORPRINT MANTÉM, DESDE O INÍCIO, UM FOCO NO MESMO TIPO DE PRODUTOS...

Sim, somos conhecidos como a “Casa do Livro”, e continuamos a apostar nas brochuras, nos livros, catálogos, revistas, etc. Esta não é uma área fácil, sobretudo porque o livro atravessa um momento difícil e conturbado.

Na Europa, Portugal é o único país onde o consumo do livro não cresce, estando mesmo em situação negativa, o que de alguma forma é o reflexo do momento

Conhecida como a “Casa do livro”, é uma referência na impressão editorial e está há trinta anos na liderança do mercado.

actual do país. Apesar de tudo, a Norprint tem projectos em carteira, estamos a investir e continuamos a acreditar no produto e no mercado.

A IMPLEMENTAÇÃO DO SISTRADE SOFTWARE CONTRIBUIU PARA O VOSSO SUCESSO? QUAIS OS GANHOS A NÍVEL DE CUSTOS E AGILIZAÇÃO DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO?

Estamos com Sistrade desde o início porque é um parceiro tecnológico que neste momento está a diversificar para outras áreas mas que, no início, só estava nas artes gráficas. Hoje, na indústria gráfica, não se pode gerir um “chão de fábrica” que trabalha 24 horas por dia, sem que esta componente informática e de gestão funcione muito bem, não só a

nível de orçamentação, como na gestão da produção e nos inventários.

Actualmente, a responsabilidade das empresas de prestar informação é tanta que, se não existir o apoio destes sistemas, destes softwares, torna-se impossível alcançar uma gestão eficaz e eficiente.

É por isso aconselhável que as empresas invistam em softwares de gestão porque há ganhos a nível de custos de produção e de eficiência que, de outra forma não seriam possíveis.

DE FORMA GLOBAL, A NORPRINT REGISTA UMA SATISFAÇÃO COM A SISTRADE ENQUANTO FORNECEDOR TECNOLÓGICO?

Esta é uma área sensível e por isso há que ter confiança no fornecedor. Não quero imaginar que alguém compra um programa de gestão sem que tenha uma relação de confiança com o seu fornecedor. A Norprint ter vindo a actualizar e comprar novos módulos do





no que toca às matérias-primas, sobretudo devido à escassez, o que provoca prazos de entrega muito prolongados. Há aqui uma alteração completa de paradigma, já que antes da pandemia, estávamos a viver uma fase em que comprávamos a matéria prima just-in-time e isso hoje já não é possível. Ganhávamos o trabalho e comprávamos de imediato a matéria prima. A stockagem tem custos elevadíssimos e necessita de espaços disponíveis. Na Norprint temos uma relação com alguns clientes editoriais em que prestamos um serviço armazenando a matéria prima para seis meses de produção, o que nos obriga a ter muito espaço disponível. Esta gestão tem de ser feita de forma informatizada porque prestamos contas às finanças do nosso inventário e aos clientes do deles. E a Sistrade tem evoluído bastante para acompanhar e dar resposta a todos estes novos itens.



“Actualmente, a responsabilidade das empresas de prestar informação é tanta que, se não existir o apoio destes sistemas, destes softwares, torna-se impossível alcançar uma gestão eficaz e eficiente”

COMO PRESIDENTE DA APIGRAF, CONSIDERA QUE AS SOLUÇÕES OFERECIDAS PELA SISTRADE SÃO FUNDAMENTAIS PARA A DIGITALIZAÇÃO NO PROCESSO PRODUTIVO?

Estou à vontade para dizer que o produto Sistrade não será de fácil implementação para algumas empresas, sobretudo as que são micro-empresas, com até 10 colaboradores, o que acaba por ser a maioria das empresas associadas da APIGRAF e mesmo do tecido empresarial nacional.

Não é fácil uma empresa dispôr de competências internas para trabalhar com o programa da Sistrade e ter escala para formar pessoas nessa matéria. Apesar destas contingências, a APIGRAF tem um conjunto de associados que são micro-empresas e que poderão comprar módulos específicos, para uma situação concreta ou procurar alternativas mais ajustadas ao que pretendem.

CONSIDERA QUE O MOTE DESTA EVENTO DA SISTRADE - TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E O FUTURO DAS EMPRESAS – ESTÁ ALINHADO COM AQUILO QUE A APIGRAF ANTEVÊ QUE POSSA SER ESTE O IMPACTO DA “BAZUCA” NO APOIO ÀS EMPRESAS? Sim, estamos muito atentos, temos

“É aconselhável que as empresas invistam em softwares de gestão porque há ganhos a nível de custos de produção e de eficiência”

programa, o que demonstra que estamos muito satisfeitos.

O FACTO DA SISTRADE SER UMA EMPRESA PORTUGUESA, TEVE INFLUÊNCIA NA ESCOLHA DESTA COMO PARCEIRO?

Não teve. Nos anos 90, fizemos uma abordagem a uma empresa inglesa que não correu bem. Com a Sistrade, somos vizinhos, mantemos uma ligação muito próxima e, é um orgulho trabalhar com uma empresa que está hoje em todo o mundo.

A Sistrade bebe muito nas empresas, sabe o que realmente precisam e, acredito que a Norprint deu um contributo para o software editorial, sobretudo na área do livro. Foram muitas horas de trabalho conjunto que se reverteram em resultados para a Norprint e para outros clientes que também beneficiaram desta informação.

O SOFTWARE DA SISTRADE PERMITE GERIR A ORÇAMENTAÇÃO E A SUA TRANSFORMAÇÃO EM ORDENS DE PRODUÇÃO. ESTE FOI UM ASPECTO CRUCIAL NO PROCESSO DE DECISÃO E DE OPÇÃO PELA SISTRADE?

Esta é uma parte fundamental no processo. Estamos a viver tempos difíceis

uma parceria com uma empresa que acompanha os chamados Quadros Comunitários de Apoio e que já está a produzir relatórios sobre o efeito “Bazuca” e, sobre tudo aquilo que os nossos associados podem de imediato, beneficiar com esta situação.

Numa reunião da Direcção Nacional da APIGRAF, ficou assente a divulgação da informação sobre este assunto. Promovemos webinars para informar os associados sobre o PRR – Plano de Recuperação e Resiliência - sobre onde e como, poderemos usufruir destes valores. Garantidamente que há verbas destinadas à área da digitalização e que podem e devem ser aproveitadas.

QUAIS SÃO AS SUAS PERSPECTIVAS, ENQUANTO EMPRESÁRIO E PRESIDENTE DA APIGRAF PARA OS PRÓXIMOS MESES QUE SE AVIZINHAM E, QUE ENGLOBALAM 2021/2022?

É ainda arriscado avançar com previsões pois na APIGRAF, no final de 2020, desenhámos alguns cenários para 2021 que acabaram por não acontecer.

Sobre a Norprint, o que posso dizer é que estamos a preparar-nos para investir, produzindo um plano de negócios para diferentes investimentos em diferentes áreas. Daremos uma vocação diferente à Brand Paper, uma empresa do Grupo que hoje presta serviços de corte de formatos para gráficas e papeleiras e que, vai investir e diversificar para outras áreas de negócios. Esta empresa tem ainda uma especialidade e vai avançar para novos projectos chave na mão, de edificação de unidades gráficas, tendo feito já dois projectos em África e está, neste momento a fazer um terceiro.

Na Norprint vamos também fazer uma ligeira alteração de produção, apostando ainda mais na área ambiental, nas certificações, e numa outra área da energia, com a colocação de painéis solares. Há todo um conjunto de novos investimentos “não produtivos” mas igualmente importantes para a empresa.

COM A PANDEMIA A NORPRINT REPENSOU A EMPRESA E O MODELO DE NEGÓCIO?

Sim, nunca estivemos parados e, fomos ajustando aos acontecimentos. O

“Antes da pandemia, estávamos a viver uma fase em que comprávamos a matéria prima just-in-time e isso hoje já não é possível”



investimento na Sprint em Lisboa, não estava pensado para este momento. Criei a Sprint em 2001 a pensar numa vertente digital que pudesse surgir, mas este foi sendo sobretudo um projecto comercial. Decidimos assim avançar com um projecto de raiz, que está em curso porque tínhamos em Lisboa um espaço físico, sem uso, e queríamos diversificar. Temos instalações autónomas em Lisboa,

que produzem para outros mercados que não os da Norprint e existem mais-valias claras, visto que a Sprint pode imprimir para a Norprint e vice-versa.

QUE PALAVRAS CHAVE DEFINEM A NORPRINT?

O que caracteriza a Norprint, é aquilo que fazemos dentro de portas, porque é isso que faz com que qualquer cliente que entre nesta empresa, nunca mais saia. Estabelecemos uma relação com as pessoas e as empresas, assente no rigor, na transparência e até no facto de sabermos dizer que não.

A Norprint está a comemorar 30 anos de existência e temos preparado um conjunto de actividades que executamos em equipa. Celebramos os 30 anos de actividade em Dezembro de 2022 e iremos comemorar com os nossos clientes.

A juntar a tudo isto, estamos a passar por uma fase de passagem de testemunho, já que quem está à frente das empresas são os meus filhos e, este sangue novo é fundamental porque acrescenta valor.

COMO COMPARA ESTE 2021 COM O ANO ANTERIOR DE PLENA PANDEMIA?

O ano de 2019 foi o melhor de sempre para a Norprint e, acabámos por testar a capacidade de produção e resistência da equipa e todos esses itens se revelaram positivos. Em 2020 registámos uma quebra de actividade na ordem dos 20%, o que foi óptimo perante a pandemia instalada.

QUER DEIXAR UMA MENSAGEM PARA TODOS OS SEUS COLÉGAS ASSOCIADOS, ENQUANTO PRESIDENTE DA APIGRAF?

Nesta indústria fomos todos “apanhados” com investimentos em curso e tivemos de gerir a pandemia da melhor forma. Este é um sector de capital intensivo, que investe milhões, o que se reflecte nas prestações que cada empresa tem de pagar. Quero deixar uma mensagem, não enquanto Presidente da APIGRAF, mas como empresário gráfico



ACREDITA QUE OS EMPRESÁRIOS DA ÁREA GRÁFICA PODEM SER MAIS CORPORATIVISTAS, CRIAR PARCEIRIAS E SINERGIAS ENTRE TODOS?

Sempre defendi isso. A Norprint tem excelentes parcerias com várias empresas gráficas e que correm muito bem.

Partilhamos trabalhos, somos fornecedores, somos clientes de gráficas e acredito de que isto poderia ser melhor, sobretudo ao nível do investimento em certos equipamentos. Perdemos muito em não partilhar, já que registamos há muito um excesso de capacidade instalada, o que se reflecte nos preços que, em alguns casos, são praticados abaixo do razoável. O mercado já se habituou a explorar este tema, havendo uma culpa dos próprios empresários que os vão baixando, fruto da falta de diálogo e cooperação. Deveríamos cooperar mais, criar sinergias no processo de produção e, mesmo numa melhor rentabilização dos equipamentos. ■

que sou. Considero que há um erro cometido por alguns empresários que baixam preços sempre que são confrontados com uma situação de quebra de produção. Todos sabemos que, quando baixamos os preços, nunca mais conseguimos voltar a subir o

valor destes porque o cliente fica habituado a preços baixos. Isto destrói o mercado, e é uma concorrência desleal porque a opção de colocar as máquinas a funcionar a qualquer custo, não é, na maioria das situações, a melhor solução.

O novo paradigma no grande formato

A mais recente gama Acuity da Fujifilm



Com um histórico em inovações pioneiras, a Fujifilm ajudou milhares de gráficas dedicadas à produção de sinalética e expositores a transformarem os respetivos negócios. Mas num mundo onde a mudança é constante, há três anos decidimos definir um novo paradigma no desempenho da impressão de jato de tinta UV.

O resultado é uma novíssima gama de impressoras Acuity, concebidas e desenvolvidas pela Fujifilm, que redefinem o preço/desempenho e transformam o ROI da impressão. Conferem um novo significado à versatilidade e ao valor e renovam as expectativas relativamente à facilidade de utilização. Tendo sido desenvolvidas pela Fujifilm, usufruem da melhor tinta UV do mercado e a garantia de uma qualidade e fiabilidade impressionantes.

A nova gama de impressoras Acuity concebidas e desenvolvidas pela Fujifilm.

Saber mais: FujifilmAcuity.com/Intergraficas