

"A NOSSA ESTRATÉGIA PASSA PELA DIVERSIFICAÇÃO"

Bruno Moluras é um dos mais reconhecidos empresários gráficos nacionais e também um dos que mais know-how acumula sobre o mundo da impressão. Numa conversa desempoeirada, fala de como a Onda Grafe tem crescido e dos factores determinantes de uma empresa que oferece um leque muito vasto de serviços de impressão.

A

ONDA GRAFE ESTÁ NO MERCADO HÁ MAIS DE 38 ANOS. O QUE É QUE MUDOU NOS ÚLTIMOS ANOS QUE TENHA PERMITIDO À EM-

PRESA CRESCER E AGILIZAR OS SEUS PROCESSOS?

Existem vários factores como o facto de termos sido das primeiras empresas gráficas a trabalhar com um software de gestão, neste caso, da Sistrade.

Tínhamos um programa rudimentar e, a determinada altura, achei que era importante melhorar todo o processo e fomos à procura de uma resposta. Num encontro com Sousa Ribeiro, CEO da Sistrade e aquando da mudança para estas instalações, demos início a um trabalho que pode ser designado de parceria. Na época, o software era ainda muito simples mas penso que o sucesso deste, esteve directamente relacionado com a nossa intervenção porque permitiu que ajudássemos a implementar variáveis como desperdícios e outros itens que a Sistrade não tinha ainda muito conhecimento.

Fomos crescendo juntos. A Sistrade foi aprendendo connosco e sempre nos deu ouvidos, a nós e a outros clientes e, penso que isso é uma excelente qualidade que a empresa tem porque aposta em melhorias que são sugeridas pelos clientes.

HÁ ALGUMA SUGESTÃO VOSSA QUE TENHA SIDO ESPECIALMENTE RELEVANTE PARA AQUILO QUE O SOFTWARE DA SISTRADE HOJE OFERECE?

Há uma alteração que vai sair numa próxima versão que foi sugerida por nós há cerca de cinco anos e que se trata de uma extrapolação de quantidades para a área do grande formato, tal como existe para a área de offset. Quando fazemos um orçamento de offset para 1000 brochuras, se queremos outras quantidades, o processo ajusta e calcula sobre isso para fazer face a versões de diferentes tiragens. Já no digital de grande formato o processo é menos industrializado e por isso não é tão fácil e a gestão é diferente.

A ORÇAMENTAÇÃO É HOJE MUITO IMPORTANTE NUMA EMPRESA COMO A ONDA GRAFE...

Sim, quanto mais orçamentos damos, maior probabilidade temos de os ganhar.

Agora, internamente julgo que o processo de orçamentação tem de ser mais rápido porque orçamentamos o mesmo tipo de trabalho todos os dias e temos de estar sempre a introduzir variáveis que não são iguais. É evidente que numa plataforma web-to-print há uma standartização de papéis, gramagens e quantidades. Aqui, não temos essa questão porque temos um leque vasto de opções. Na Onda Grafe trabalham seis pessoas na orçamentação e isso diz muito sobre a importância desta

área. A Sistrade ajusta as suas ferramentas às necessidades das empresas que estão no mercado em função do feedback que os profissionais gráficos vão dando.

NA ÁREA DO GRANDE FORMATO COMO FUNCIONA?

A área dos grandes formatos tem uma tecnologia que veio para ficar mas que está ainda pouco automatizada. No entanto, todos sabemos que o segmento de impressão digital de grandes formatos continuará a crescer.

Esta área é composta, na sua maioria por pequenas empresas que trabalham um pouco "à sua maneira" e que não têm grande automatização. Talvez por isso, não sintam uma necessidade absoluta de procurar um software que melhore o processo.

A NÍVEL DA ÁREA DO PACKAGING, COMO AVALIA O FUNCIONAMENTO DESTA MÓDULO?

Creio que na orçamentação de embalagem, o programa está muito bem concebido, sobretudo para empresas de dimensão considerável, que trabalham com tiragens muito elevadas. O Sistrade tem um modelo perfeito de produção que interage com templates e que desde o software monta a imposição, num nível de grande qualidade.

No nosso caso, fazemos muito packaging mas muitos dos nossos trabalhos são diferenciados,



A Onda Grafe adquiriu a Colorado UV gel, da Canon, "super rápida, que imprime um trabalho que sai seco"

todo digitalizado, embora se recuarmos 10 anos, vejamos que o funcionamento das gráficas não mudou assim tanto. É claro que a nossa empresa gráfica investiu imenso em tecnologia e automatização. Hoje os cortantes estão em rede e ficam automaticamente disponíveis na fresa. Isto é apenas um exemplo de uma melhoria, de uma boa evolução.

Outro exemplo, mais recente que posso destacar é a aquisição de uma máquina de impressão digital de grande formato, uma Colorado UV gel, da Canon, super rápida, que imprime um trabalho que sai seco e isso é muito bom. Antes os rolos saíam, tinham de estar abertos, porque era eco solvente, era preciso apanhar ar...

COM QUANTOS MÓDULOS DO SOFTWARE DA SISTRADE TRABALHAM?

Trabalhamos com quase todos os módulos do software da Sistrade. A verdade, é que temos tudo integrado e isso é uma mais valia. A vantagem é que abrimos uma obra e de imediato o cliente recebe a factura. Só isto, justifica tudo. A orçamentação, gestão de stocks e compras funciona muito bem, o módulo de produção também e a interligação de módulos, ou seja, a orçamentação com o planeamento, com abertura de obras, as picagens e a própria gestão do tempo, permite que todos os comerciais tenham acesso à produção, sabendo como está cada obra, em que área se encontra, quando será entregue, sem precisar de questionar a produção. Em breve, vamos introduzir uma área de um módulo que permite que, quando o trabalho chega ao cliente, este assine no tablet ou telefone e, automaticamente é gerada uma mensagem para o comercial, com todos os dados e assim, este pode informar o cliente de que o trabalho foi entregue.

Vamos também introduzir uma nova ferramenta, "o portal do colaborador", que permite a ligação destes com os recursos humanos, para marcar férias, registar horas extra, pedir um vale, justificar de faltas...

QUAIS OS MAIS RECENTES INVESTIMENTOS EFECTUADOS PELA EMPRESA ONDA GRAFE?

Há seis meses comprámos uma Colo-

"A Sistrade sempre nos deu ouvidos e isso é uma excelente qualidade que a empresa tem porque aposta em melhorias que são sugeridas pelos clientes"

Para a Onda Grafe esta ferramenta é exagerada, na medida em que na maior parte dos casos, não precisamos de saber o sentido da fibra, a menos que seja para fazer 3 milhões de exemplares, porque se vou dobrar a 100.000 à hora e se a fibra não estiver do lado certo, então a máquina vai encravar. Na Onda Grafe, para fazer 3 mil exemplares, fecho as caixas à mão ou

meto numa máquina que fecha a 10 mil à hora e, se colocar um exemplar ao contrário do sentido da fibra, até posso poupar duzentas folhas e isso é importante.

O QUE É QUE A ONDA GRAFE ESTÁ A FAZER PARA PODER TER UM SISTEMA DE INDÚSTRIA 4.0?

O processo interno está praticamente

rado UV Gel e uma iEcho. Acabámos também de comprar dois equipamentos Mimaki que estão a chegar.

Estamos a investir mais na área dos grandes formatos porque tem havido uma tendência constante de crescimento relação ao offset, tirando picos de grandes trabalhos em que a facturação dispara. Como temos centros de custos diferenciados, sabemos que todos os anos crescemos na facturação global mas que dentro disso, o digital cresce mais em relação ao offset.

Há cinco anos, dez por cento da nossa facturação era digital de grande formato e, actualmente, estamos perto dos 30%, com tendência para crescer.

HOJE OS EQUIPAMENTOS TÊM MAIS QUALIDADE E VELOCIDADE. O QUE É QUE OS VOSSOS CLIENTES MAIS PEDEM?

Todos os clientes exigem rapidez mas nem todos querem qualidade. O que todos exigem, é preço. Na Onda Grafe temos uma secção de digital de grande formato que está vocacionada para a rapidez e qualidade porque o factor preço ainda não é o nosso forte. Queremos vender mais e entrar nas “guerras dos preços” com empresas de topo mas ainda não conseguimos. A verdade é que temos crescido sustentadamente e não é possível crescer muito mais porque temos uma limitação de espaço. Aguardamos a aprovação do licenciamento de um terreno que comprámos aqui ao lado. Depois disso, quando tivermos mais espaço, o nosso projecto passa por crescer. Há duas ou três máquinas que gostaríamos de ter, caso tenhamos espaço e capacidade de investimento.

COMO É QUE VÊ O MERCADO NESTE ANO DE 2023?

O primeiro trimestre e sabemos que fechámos mais ou menos em linha com o ano anterior. Havia algum receio sobre este ano de 2023 mas, logo em janeiro percebemos que não seria assim tão difícil.

Na Onda Grafe fazemos muito o nosso mercado. Já passámos por imensas crises e, cá dentro, não sentimos uma grande oscilação. Felizmente crescemos quase



sempre na ordem dos dois dígitos. Atribuo isso ao facto de distribuirmos a nossa produção por todo o tipo de trabalhos.

Se o packaging está em alta, nós temos essa oferta, se o digital de pequeno formato está a crescer nós também podemos oferecer. Nunca sentimos por isso um grande impacto resultante das crises. Se uma área deixa de dar, apostamos noutra. Mesmo com as expectativas menos boas para este ano, a realidade está a mostrar o contrário, já que esperamos crescer entre 7 a 12 por cento no final deste ano. Há alturas em que investimos mais e outras em que não precisamos de investir tanto. Quando

apostámos na Ryobi a oito cores e na Indigo, fizemos um investimento superior a um milhão de euros, mas isso não teve impacto negativo nas nossas contas. Na Onda Grafe, vamo-nos adaptando e a nossa estratégia passa muito pela diversificação.

COMO É COMPOSTA A VOSSA CARTEIRA DE CLIENTES?

Temos muitos clientes e isso permite uma divisão do risco. Os nossos melhores clientes não têm uma quota muito grande e nenhum deles tem mais de 3 ou 4 por cento. Isto faz com que haja dois sectores que cá dentro sofrem muito, e que são a orçamentação e a área comercial. Todos os nossos comerciais, cada um, gere mais de 100 clientes. Há um volume de trabalho que acaba por cair e é isso que nos dá a tal estabilidade.

A vida não passa apenas pelos negócios e por norma as pessoas quando têm empresas de alguma dimensão, deixam de ter vida própria em detrimento da empresa.

Gerir a Onda Grafe não é fácil mas aqui, todos nós conseguimos ter fins de semana, desligar do trabalho e, mesmo que alguém falte, a empresa continua a funcionar. Esta é a nossa grande conquista! Temos uma empresa com muitos anos no mercado, que sempre esteve financeiramente bem mas cujo objectivo não é crescer para o dobro. O que queremos mesmo é pagar mais aos colaboradores e ir evoluindo e acompanhando as tendências do mercado. ■

