

MANROLAND SHEETFED – UMA HISTÓRIA DE EVOLUÇÃO

Por **Alan Hurndall**, Jornalista Independente

A Manroland Sheetfed está numa situação econômica estável com lucros consistentes e acaba de lançar uma nova impressora com tecnologia de ponta – a ROLAND 700 Evolution. Quando Tony Langley decidiu adquirir a empresa há três anos, a gigante fabricante alemã não estava em boas condições financeiras. **Alan Hurndall** falou com o CEO da Manroland, **Rafael Penuela**, sobre o caminho percorrido para a recuperação da empresa.



Rafael Penuela

CEO, Manroland Sheetfed GmbH

Em 2014, a empresa contribuiu com €15 milhões aos lucros do Grupo com um faturamento de €288,2 milhões.

Há uma história esclarecedora que resume a diferença entre o passado e o presente da Manroland.

Nos difíceis dias antes de 2012, como Diretor de Vendas, Rafael Penuela dedicava três quartos de seu dia de trabalho em reuniões intermináveis.

Ele praticamente vivia na sala de reunião dando instruções a diversos colegas de trabalho. O know-how e a experiência técnica de uma equipe de trabalho bem conceituada sempre estava lá presente. Mas era uma empresa sufocada pela formalidade, estrutura e processo. Era uma febre por análises. E a empresa passou a enfrentar problemas.

“Naquela época eu era um especialista em apresentações de PowerPoint para diversos grupos de pessoas. Mas desde a aquisição, não fiz nenhuma apresentação”, disse Rafael, agora CEO de toda a operação da Manroland.

“O maior número de pessoas durante as reuniões agora é no máximo quatro e desde a aquisição, somente estou em sala de reunião em poucas ocasiões”.

Nós falamos via vídeo com a sede da empresa em Offenbach, o centro de engenharia de precisão alemã. Trata-se de uma grande área, ocupando 70 acres. Metade dos 1.600 funcionários trabalha lá e a outra metade está distribuída ao redor do mundo em vendas e marketing.

A aquisição da Manroland pelo Grupo Langley em 2012 surpreendeu muitas pessoas por sua ousadia. A empresa era maior do que o

grupo de engenharia multidisciplinar britânico em ascensão, e a Manroland agora é a maior divisão do Grupo Langley, tanto em termos de faturamento como de funcionários.

Filho de um trabalhador da construção civil, Rafael nasceu na Espanha e se mudou para Alemanha quando tinha nove anos – o único lugar onde o seu pai conseguiu encontrar emprego. Após um período de transição, Tony Langley pediu a Rafael, o qual já estava na Manroland desde 1992, para comandar a nova empresa. Sua promoção significou que ele teria que aprender outras áreas do negócio para complementar sua especialização em vendas.



Uma das primeiras interessantes táticas foi parar de focar em clientes que já eram fiéis aos maquinários da concorrência. Ao invés disso, a ênfase foi dada aos clientes Manroland, focando em aumentar o valor agregado em termos de suporte, qualidade, eficiência e operação.

A primeira coisa que a nova Manroland precisou fazer foi aprender a se manter com seus próprios recursos. Seus controladores deixaram bem claro que não haveria empréstimos de qualquer acionista ou banco.



Em novembro de 2014, a empresa lançou sua mais recente tecnologia de ponta, a ROLAND 700 Evolution, determinando um novo padrão de tecnologia de impressão.

“Trata-se de uma filosofia bem saudável, porque significa que você apenas pode gastar o que ganha”, disse Rafael.

As condições do mercado atualmente não estão tão favoráveis. As mídias impressas dividem o mercado com as mídias eletrônicas. Até mesmo o mercado da China, a qual compra 30% de todas as impressoras, reduziu sua demanda nos últimos tempos.

Nesse novo perfil do mercado, a Manroland se reestruturou, mudando todas as operações de fabricação para um único local e vendendo as áreas excedentes. Para se manter no mercado, tem hoje uma estrutura enxuta e dinâmica.

O segmento de embalagens vem crescendo ao redor do mundo – segmento esse onde a Manroland é referência – e a demanda não é necessariamente por impressoras mais velozes, mas sim por impressoras com acertos mais curtos. E é esse o caminho que a Manroland vem trilhando.

“Há nem tanto tempo assim, os clientes em sua maioria tinham tiragens altas, por exemplo, 80.000 folhas por trabalho, mas agora a tiragem média é de 10.000 folhas por trabalho, por isso, a velocidade não é o aspecto mais relevante no dia a dia das gráficas, mas sim as trocas de trabalho curtas e simples”, disse Rafael.

Rafael tem outra analogia. “Se você mora a 100 milhas do escritório, você precisa de um carro rápido. Mas se você morar mais perto, você não precisa mais da velocidade. Você busca por confiabilidade”.

Fundada em 1871, o nome Manroland é ligado a diversos marcos históricos da indústria. Ela construiu sua primeira offset plana em 1911, a Klein-Roland de uma única cor foi lançada após uma década, e a impressora offset plana de 4 cores, Ultra, foi lançada em 1951.

A Manroland se baseou em sua experiência e rica história para produzir outra impressora com tecnologia de ponta.

Em novembro de 2014, a empresa lançou sua mais recente tecnologia de ponta, a ROLAND 700 Evolution, determinando um novo padrão em tecnologia de impressão.

A Evolution substitui a ROLAND 700 HS e a Roland 700 DirectDrive e foi projetada em uma plataforma completamente nova e seu objetivo é reduzir ainda mais os períodos de inatividade da impressora.

Entre os desenvolvimentos estão um novo console central com controle touch-screen e um novo transporte de pilha no alimentador que garante uma maior confiabilidade.

A nova tecnologia de freio de folhas por correia de sucção da Evolution garante uma pilha mais uniforme. Entre outras características estão unidades de molha completamente novas na impressora e rolamentos que minimizam ainda mais a vibração, levando a uma produção mais silenciosa e com menor nível de desgaste.

A Evolution foi projetada, desenvolvida e lançada em apenas dois anos.

“Antes teríamos que levar dois anos só para decidir se iríamos fazer isso ou não”, disse Rafael.

Ela acabou de ganhar o prêmio Red Dot por Design de Produto, a maior e mais reconhecida competição de produtos do mundo. Entre os juízes estavam acadêmicos, designers e jornalistas de 25 países, os quais analisaram aproximadamente 5.000 produtos.

No começo desse mês, o primeiro cliente a comprar uma nova máquina – Samson Druck, uma gráfica austríaca de prestígio – comprou a segunda.

Rafael, 55, comanda uma empresa mais apta e mais enxuta. A prova disso são os balanços dos três primeiros anos – progresso gradual, apesar da queda mundial na demanda por impressoras novas.

Em 2014, a empresa contribuiu com €15 milhões aos lucros do Grupo com um faturamento de €288,2 milhões.

“É um resultado satisfatório levando em consideração que o setor vem passando por uma mudança de paradigma, vendo a demanda por impressoras novas cair em dois terços se comparado ao pico de 2007”, de acordo com os balanços anuais do Grupo.

A evolução continua!