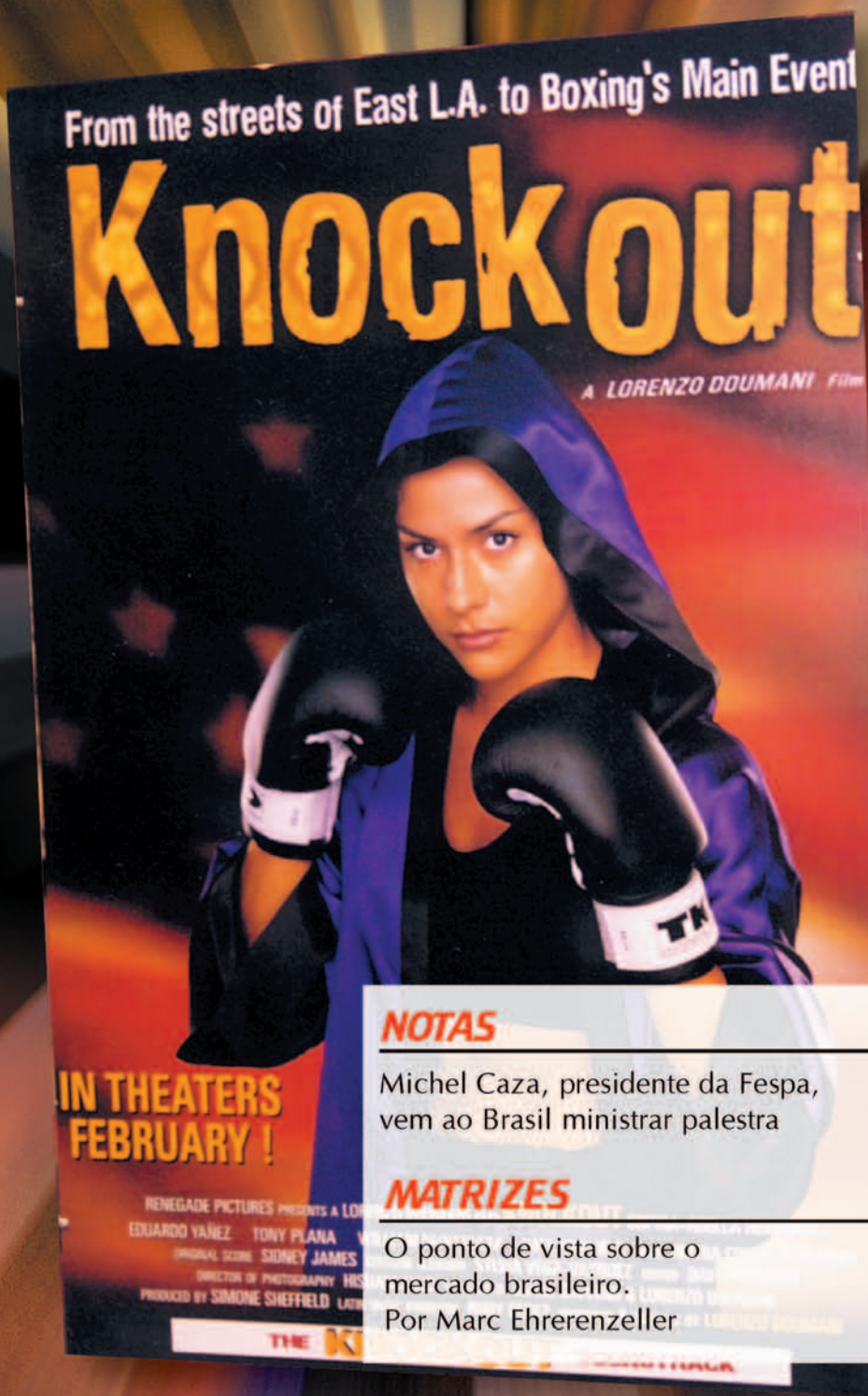
www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico

Ano I - nº4 - Jan/Fev 2001 - R$ 5,00

Guerra de preço

Até que ponto devemos arriscar nossos preços e por em risco a vida da empresa



NOTAS 08

Michel Caza, presidente da Fespa, vem ao Brasil ministrar palestra

MATRIZES 20

O ponto de vista sobre o mercado brasileiro.
Por Marc Ehrerenzeller

Editorial

Bem-vindo ao Século XXI, um novo milênio que promete bons negócios aos mercados publicitário e industrial. Enfim, chegou o momento de colocarmos em prática, toda expectativa mencionada em anos passados. Em outras palavras podemos dizer que o futuro chegou.

O ano de 2001 começa com números significativos para o mercado de serigrafia no Brasil que registrou no ano passado um crescimento de 15%. Um número muito significativo, uma vez que os comentários genéricos registraram caos na economia, dívidas, quedas nas bolsas, variação com o Dólar, etc.

Para se ter uma idéia sobre esta taxa de crescimento, o mercado sempre comparado com o dos Estados Unidos registraram um crescimento de 10%. Obvio que em valores finais, o faturamento deles é cerca de 8x maior que o nosso.

A revista Empresário Serigráfico inicia o ano de 2001 com um planejamento específico e com muitos projetos que certamente irão servir de complemento para o crescimento do mercado de serigrafia. Isto porque, à cada edição, recebemos os devidos reconhecimentos e esperamos retribuir com informações e suporte aos nossos leitores.

Teremos já no inicio do ano uma super palestra ministrada pelo presidente da Fespa e colunista da nossa revista, Michel Caza. Nesta edição trazemos detalhes sobre a realização deste seminário, novidades de novos equipamentos e uma série de outros assuntos pautados sobre a necessidade dos nossos leitores.

um abraço a todos,

Jorge Luiz Mussolin – Diretor Editorial



Apliação de fotolito para serigrafia produzido pela Studio Três /SP

Notas 06
Cartas 06
Agenda 08
Artigo 10
Capa 12
Sala Vip 14
Michel Caza 18
Matrizes 20
Eventos 22

Revista Empresário Serigráfico
A Revista Brasileira de Serigrafia

Publicação Bimestral da Mocarzel Edições e Promoções Ltda.

Diretora da Mocarzel:
Giselle F. Mocarzel

Diretor da Revista:
Marco Marcelino

Diretor Editorial:
Jorge Luiz Mussolin - Mtb 15.978

Assistente Editorial:
Patricia Benites

Assistente de Redação:
Vania Rodinick

Secretária de Redação:
Daniela Lima

Gerente de Comunicação e Marketing:
Cassius F. Mocarzel

Gerente de Marketing Corporativo:
Martha Rios Guimarães

Editoração Eletrônica:
Wagner Ferreira Fragoso

Executivo de Contas:
Bruna F. Mocarzel
Rosimar L. Ripardo
José Gonzaga Dias
Andressa Bussi

Assinatura Anual: R$ 30,00
Assinatura Internacional: US$ 50,00
(International Subscription)
Exemplar Avulso: R$ 5,00

Redação, publicidade,
editoração e administração:
Rua Emilia Marengo, 260 Cj.123
CEP: 03336-000 - São Paulo - SP
Tronco-Chave: 11 6676-3457
www.empresarioserigrafico.com.br

Tiragem: 3.500 exemplares
(10.500 leitores em média)

IVC
INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO

As matérias assinadas são de responsabilidades dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias.

Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares.

As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas, mediante prévia consulta por escrito à Editora. O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).

Notas

Impressão digital em substratos rígidos e flexíveis

A Vutek lança a PressVu[tm], uma impressora digital versátil que imprime substratos rígidos e flexíveis, desde lonas e vinil adesivo até placas de policarbonato, e "foams" entre outros. O equipamento imprime na largura de 183cm e tem uma velocidade de impressão de aproximadamente 75 metros quadrados por hora e 360 DPI de resolução real.
A PressVu[tm] permite a troca de sistema rígido/flexível rapidamente (segundo a empresa) em apenas 90 segundos. Com esta impressora digital inkjet é possível imprimir materiais para ponto-de-venda, banners e comunicações visuais do gênero, pôsteres, displays, backlight, publicidade em ônibus e outros, sendo importante dentro das indústrias de serigrafia que precisam conciliar a produtividade da serigrafia com equipamentos digitais de alta performance. O equipamento foi lançado na feira SGIA 2000 nos Estados Unidos e no Brasil estará disponível a partir de março de 2001. Os interessados podem agendar uma visita do representante Flávio Hirata discando para 11 3865 4324, fhirata@unisys.com.br



Soluções para o mercado de provas

A Sign Supply, empresa que fornece equipamentos e suprimentos para comunicação visual, e a Povareskim, consultoria de soluções gráficas, lançaram a solução Proof It. Trata-se de uma máquina de impressão de grande formato, sistema Micro Piezo Elétrico, permite a utilização de tintas pigmento e dye, para provas contratuais, para iniciar a produção de fotolitos, para anúncios publicitários, folhetos, catálogos, entre outros.
"Garantimos que com o Proof It, nosso cliente alcançará pelo menos 90% de precisão em relação à prova cromalin. A grande diferença é que o Proof It é um método mais ágil e muito mais barato", diz Oliver Povareskim, diretor de tecnologia da Povareskim. Uma prova contratual feita em formato A3 pelo processo do cromalin custa em torno de R$ 120,00; já pela impressão digital, o mesmo formato tem um custo de cerca de R$ 10,00. O Proof It é uma opção destinada especialmente às empresas gráficas que produzem fotolitos e que necessitam de provas contratuais. Maiores informações liguem para Sign Supply, no telefone 11 3871-1133 ou para a Povareskim, no telefone: 11 5571-2683.

CARTAS

Escreva para a Revista
Empresário Serigráfico
contato@empresarioserigrafico.com.br

Primeiramente gostaria de dizer que foi muito bom tê-lo conhecido, bem como, saber do trabalho importante que vocês vem desenvolvendo e buscando levar informações a todos os profissionais da área de silk-screen. Podemos observar o seu esforço no sentido de que possamos efetivamente ter um silk muito profissional, como também, cada vez resultados mais significativos.
Um abraço,
Flávio Cortiana - Diretor e Rosmar Correa Representante da Gráfica Cortiana/RS

Inicialmente agradecemos a remessa do número 2 da referida revista. Muito nos alegrou e surpreendeu esta importante iniciativa, visto que temos várias empresas serigráficas filiadas ao nosso Sindicato e nos faltavam informações específicas para atendê-las. Assim, gostaríamos de parabenizá-los e solicitar que nos enviem as edições de número 1 e 3 para que assim tenhamos e mantenhamos a coleção completa em nossa biblioteca.
Atenciosamente
Nelson Rodrigues da Silva - Gerente Administrativo Singramar/ Maringá- PR

Muito obrigado pelas dicas de eventos e palestras.
A revista já esta na terceira edição, parabéns pela sua luta.
Hajime Otsuka – Shopping Screen/SP

Foi bom viajar com você para Kansas City e New Orleans (SGIA 2000). Espero que a visita tenha sido interessante e satisfatória para você.
Um abraço.
Mark Rowley - Diretor de Projetos da Sericol Internacional

Recebemos o exemplar da revista, com excelente conteúdo, e aquela matéria sobre custos veio bem a calhar com o nosso momento, pois após termos concluído o programa de qualidade total do SEBRAE, essa matéria virou leitura obrigatória para vários de nossos funcionários, mais importante que conseguir um bom trabalho, é termos lucro com ele. Obrigado pela atenção, sei que tocar uma revista nova, não é fácil.
abraços,
J.Lauro - Diretor
Nova Pressa - Pouso Alegre/MG

Agradecemos o envio da revista Empresário Serigráfico de nov/dez de 2000 e cumprimentamos pela qualidade técnica dos seus artigos os quais tivemos a oportunidade de veicular nos nossos departamentos. Aproveitamos a oportunidade para comunicar aos nossos colegas gráficos a conquista do certificado ISO9002:94 concedido neste mês de novembro de 2000, pela Det Norske Veritas (DNV).
Atenciosamente
Myriam Gonçalves - Marketing
Fitatex - Belo Horizonte/MG

Notas

Novo bureau para serigrafia

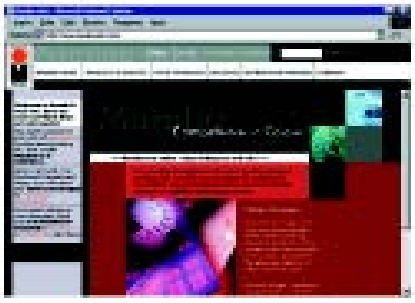
A partir de janeiro deste ano as empresas de serigrafia, estamparia têxtil e outras terão mais uma opção em termos de fotolitos especializados. A Trapping Bureau Digital acaba de ser fundada com bases de profissionais competentes, experientes e tidos como inovadores.
A empresa está com sede na Mooca, na rua Conselheiro João Alfredo, 89, em São Paulo, e promete atender todo Brasil com desenvolvimentos específicos de acordo com as necessidades da serigrafia. Vale a pena conferir!
Trapping, 11 3275-4575

Loja de Serigrafia no Espírito Santo

Quem for da região e precisar de muitos materiais de imediato, não pode deixar de conhecer a nova loja de serigrafia Aquarela Silk & Sign inaugurada no final do ano de 2000. Dentre os produtos comercializados poderão ser encontrados tintas serigráficas da Tec-Screen, Fremplast, Gênesis, Produscreen e Kelly Tintas. Em termos de equipamentos serão comercializados as máquinas da Imah, Metal Printer e outras. Além disso, lonas, polietileno e materiais para acabamento.
Queremos agradecer a oportunidade e desejar a Amélia Rosa da Silva muito sucesso na sua nova empreitada. Maiores informações 27 226-4133

Marabu lança site

A Marabu, fabricante alemã de tintas para serigrafia e tampografia, lançou um site no dia 1° de dezembro de 2000. Além dos produtos, o site contempla artigos técnicos sobre testes de impressão, aplicação em CD e outros. www.marabu-inks.com



Vencedores do X Prêmio Fernando Pini

O Prêmio Fernado Pini de Excelência Gráfica é atualmente o maior concurso do setor no Brasil.
Das 70 empresas que concorriam, 35 alcançaram o primeiro lugar. No total, 1.135 produtos foram inscritos no prêmio, dos quais 161 foram finalistas. O grande vencedor do prêmio foi a Takano Editora Gráfica Ltda., com 12 primeiros lugares e oito segundos. Em seguida ficou a Pancron Indústria Gráfica Ltda., com quatro primeiros lugares e quatro segundos.
O prêmio é promovido pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica, ABTG, e pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica, Abigraf.

AGENDA

Minas em Silk-Screen
Feira de Serigrafia e Comunicação Visual.
Período: 29 a 31 de março de 2001
Local: Shopping Del Rei
Informações: 11 7924-9751 ou www.oserigrafico.com.br

Feira Sinal Extensivo
II Feira Internacional de Mídia Exterior e Comunicação Visual.
Período: 17 a 19 de abril de 2001
Local: Fundação Bienal de São Paulo
Informações: 11 5581-5897 ou www.sinalextensivo.com.br

FIEPAG – Feira Internacional de papel e indústria gráfica
Período: de 16 a 21 de abril de 2001
Local: Anhembi, São Paulo, SP
Informações: 11 7295-1229
brafairs@alcantara.com.br
www.fiepag.com.br

FESPA

Considerada a maior feira de serigrafia do mundo, a Fespa 2002 será realizada em Madri, de 4 a 8 de junho. Aconselhamos os interessados a fazerem seu pré-cadastramento na Internet. www.fespa2002.com

Michel Caza no Brasil

Um dos maiores empresários de serigrafia do mundo estará ministrando nos dias 21 e 22 de março de 2001 um congresso de aproximadamente 16 horas em São Paulo. Os temas apresentados serão: Física e teoria das impressões em UV e Como trabalhar com lineaturas mais finas (halftone).
Michel Caza é diretor da Graficaza na França, presidente da Fespa, uma das mais importantes organizações mundial de serigrafia e colunista da Revista Empresário Serigráfico. Vale lembrar que o evento é de excelente nível técnico e que já foi apresentado no Japão e outros países.
O evento está sendo patrocinado e organizado pela Dubuit Color que estará fazendo as inscrições através do telefone 11 3858-9855 ou cupom publicado na Revista Empresário Serigráfico. As vagas são limitadas!



Sergio Horta da Dubuit Color, Michel Caza, da Fespa e Arnaud Maquinghen da Encres Dubuit na Sgia 2000

Artigo

Vacuum forming em evidência

Muitas novidades estão por vir no ano de 2001, dentre elas o vacuum forming com tinta UV, um produto que promete aquecer o mercado, uma vez que esta é uma forma de dar asas aos departamentos de criação das agências e anunciantes

Como todos nós já sabemos, o vacuum forming com tinta UV permite desenvolver peças com melhor qualidade de definição e resolução das imagens. Além dos materiais para ponto-de-venda, o processo poderá atender projetos especiais como, por exemplo, à mídia exterior. Imagine fazer um vacuum forming de uma lata de "Coca-Cola" e colocar sobre o táxi.
Criatividade à parte, vamos falar então da matéria prima básica que é a tinta UV. Nesta edição estamos trazendo características da tinta Polyflex, da Dubuit Color.

Polyflex, 100% Nacional

Após inúmeros testes sobre o desenvolvimento 100% brasileiro, como é o caso da tinta ultravioleta Polyflex, a Dubuit Color anuncia a comercialização do produto para todo território nacional.
Esta tinta UV para vacuum forming foi desenvolvida para impressão em PSAI (poliestireno de alto impacto) e PET permitindo um repuxo de 8 até 10 cm.

Condições de teste

A Polyflex foi testada, segundo a empresa, em laboratório e nos principais clientes de serigrafia do Brasil.
O produto não contém NVP e foi testado em matrizes com malhas de 140/34 esticadas com uma tensão de 18 a 20 Newtons por cm.
Durante o processo de cura UV, foi utilizada uma potência de 300w/polegada e a velocidade da esteira foi de 25 até 30 metros por minuto.

Comercialização

A tinta Polyflex vem pronta para uso e as cores de base são realizadas dentro do sistema EDA do ECO SYSTEM.
Segundo Alain Buffon, diretor da Dubuit Color, "a tinta está em conformidade com a norma EN71/3 (regulamentando as normas de segurança de brinquedos na Europa)".
Para os que ainda não conhecem, o EDA SYSTEM, permite que os clientes realizem qualquer cor do sistema Pantone utilizando as tabelas práticas de mistura ou mesmo utilizando o equipamento "Matchpro Light com espectrofotômetro", que também é da Dubuit Color.
O valor da tinta para vacuum forming comercializado pela Dubuit Color varia de 90 a 130 reais o kilo. Esta variação depende ocorre em função das cores, assim como ocorre em outros processos.

Eventos técnicos na Fiepag 2001

A ABTG (Associação Brasileira de Tecnologias Gráficas) assumiu com exclusividade a responsabilidade de realizar a programação de eventos técnicos oficiais da Fiepag 2001, uma das maiores feiras do mundo da indústria gráfica.
O objetivo é criar uma grade de eventos que estimule a visitação pré-programada de profissionais de todas as atividades do ramo gráfico de todos os nichos, inclusive da serigrafia.
Será uma coletânea de eventos técnicos informativos que permitirá conhecer e discutir equipamentos, insumos, matérias-primas e processos antes da visitação aos estandes.
Os palestrantes serão profissionais de cada área, escolhidos ou referenciados pela ABTG. A Revista Empresário Serigráfico espera contribuir com sugestões de temas e mesas de debates sobre os setores de pré-impressão, impressão, acabamento e outros.
Lembramos que a Fiepag 2001 acontecerá de 16 a 21 de abril de 2001 e está sendo organizada pela Alcantara Machado.
Maiores informações entre em contato com o Sr. Ernani através do e-mail: ep@epea.com.br

Anuário da Indústria Gráfica



O excelente produto desenvolvido pela Abigraf está na quinta edição e será veiculado a partir de janeiro de 2001. Os interessados podem encontrar maiores informações e fazer o seu pedido através do site da associação. www.abigraf.org.br

GUERRA de PREÇO$



Como continuidade da matéria de custos apresentada na edição anterior, iremos falar nesta edição sobre algumas considerações de preço que estão prejudicando o mercado de serigrafia. Conhecida como guerra de preço, a prática aleatória só tem um resultado - seja em equipamentos, insumos ou produto final - a de diminuir o ganho do mercado e inibir todos a evoluirem através de novas tecnologias.

Visto como conceito do mercado brasileiro, a guerra de preços ataca inúmeros setores, entretanto há quem não concorde em fazer parte desse jogo. Durante entrevistas, escutamos muitas estórias e pouparemos todos para que não haja cartas marcadas em se tratando de um assunto tão polêmico. Uma delas, foi mencionada na indústria de vidros, quando o profissional responsável disse, "não arrisco meu processo a troca de preço. Sei que pago caro alguns insumos, mas também sei que o meu negócio é vender produtos de vidros decorados".

O ato de não pagar impostos e bular a lei significa estar sempre atuando na sombra e bloqueando sua capacidade de crescimento como indústria. Hoje o porte industrial de serigrafia define-se pela capacidade de produção, gerando valores de custo por mil aos clientes. Entretanto, muitos esquecem de que sua empresa tem um custo hora.

A guerra de preços também está acontecendo nas empresas de telecomunicações. A Intelig anunciou uma política de tarifa única e a Embratel respondeu colocando no mercado preços mais baixos para as tarifas telefônicas.

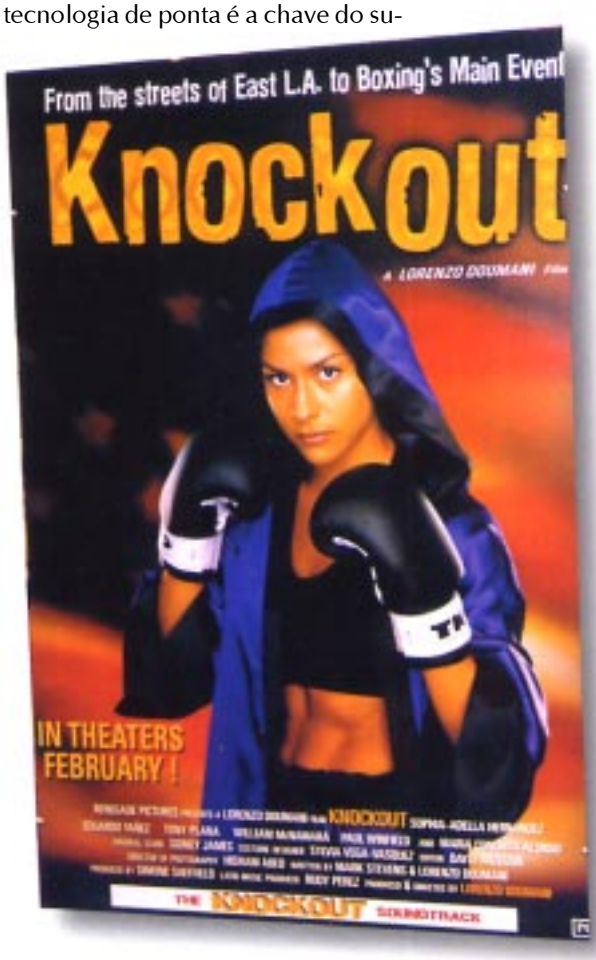
O culpado é fulano, sicrano...

O mercado brasileiro de serigrafia precisa de uma definição política. Algo que unifique parte dos pensamentos e atitudes dos nossos empresários que, de forma genérica, reclamam e pouco agem com relação a prática de preços. Outro comentário muito escutado, foi de um empresário no setor de banner, um dos setores mais atingidos pela guerra de preços. "No fundo precisamos ter coragem de assumir nossos erros e atitudes". A tendência é que o trabalho-per-capita aumente e, se as empresas não se conscientizarem disso, continuarão reclamando pelos cantos. Se existem produtos de baixa qualidade é porque existem consumidores que compram esses produtos, entretanto, é preciso definir como a empresa pretende atuar.

Novos investimentos dependem da prática de preço

Não podemos contemplar investimentos quando, na realidade, as coisas não fluem finaceiramente. Devo não nego, mas pago quando puder é uma expressão doentia que não gera boas expectativas a ninguém. Afinal de contas, trabalhamos duro e queremos receber.

Alguns especialistas em economia dizem que a adoção de tecnologia de ponta é a chave do su-



cesso e que as empresas somente conseguem determinar a taxa de crescimento de longo prazo, mesmo quando se vê nas planilhas de custo não somente quanto foi o ganho, mas também o quanto deixou-se de ganhar, calculando o tempo real gasto. Mesmo que este dado não seja passado para o cliente a curto prazo.

Em termos de fontes de crescimento, há um caso sobre tintas muito interessante: um dos nossos entrevistados paga US$ 43 um kilo de tinta UV e parece muito satisfeito. O segredo é que ele aumentou o índice de produção como manda a teoria UV e junto aumentou seu lucro, agregando valor ao produto final. Buscar alternativas pode ser um caminho interessante para fugir um pouco da guerra de preços.

Margens pequenas e grandes riscos

Trabalhar com preço justo significa ter segurança para investir e driblar eventuais inadimplências que, queira ou não, é uma realidade de mercado. Não queremos ensinar ninguém a trabalhar, e criticar a atuação das empresas no mercado, mas sim alertar sobre alguns fatores que possam mudar a forma das empresas conduzirem as coisas e gerarem bons negócios ao longo do tempo.

Acreditamos que se uma empresa vêm praticando preços muito baixos terão problemas quando um de seus equipamentos precisar de manutenção e, daí por diante, as consequências podem ser desastrosas. Hoje em dia todos querem qualidade e prazo. Sua empresa cobra dos fabricantes de tinta qualidade e prazo de entrega e, se não houver uma infra-estrutura adequada, dificilmente sua empresa irá cumprir prazos, dando opção para que haja cancelamento no pedido e troca de fornecedor. Sua empresa hoje trabalha assim. Os prazos de entrega e atendimento são reflexos da falta de investimentos em muitos setores.

Embora seja muito difícil gerar um programa amplo e contínuo de investimentos na sua empresa é preciso se policiar periodicamente para que as instabilidades macroeconômicas não desistimulem o investimento.

Investimentos externos

Existem duas maneiras de se fazer um preço. Um é o chutômetro e o outro é o planejamento. No caso do chutômetro nunca irá saber se está ganhando ou perdendo. No caso do planejamento, a diferença é o índice de tecnologia da empresa e sua capacidade de produtividade e atendimento. Neste caso, vai um conselho: se os investidores externos começarem a se interessar por empresas de serigrafia e entrarem aqui com a mesma violência tecnológica que existe lá fora, pode ser um péssimo negócio para aqueles que estão hoje reclamando da situação.

Afinal de contas, o Brasil estará atingindo em breve um dos melhores níveis de produtividade e padrões de qualidade se comparado aos das economias avançadas.

Crescer é uma obrigação

Definir a maneira com que sua empresa vai atuar é o único caminho que definie os resultados da sua empresa. Este é o princípio de grandes empresas. Em meados dos anos 90, a Nike deixou de pensar em seu negócio como "calçados esportivos" passando a definí-lo como "esportes", ampliando sobremaneira suas perspectivas, com o objetivo de dobrar seu faturamento e atingir a fantástica cifra de 12 bilhões anuais até 2001.

Nos dias hoje, muitos brigam por apenas alguns mercado e esquecem de utilizar a criatividade em busca de novos desenvolvimentos. Por outro lado, temos que entender que se não há como investir, não há como descobrir novos caminhos.

O ano de 2001 está começando e nosso mercado apresenta uma taxa de crescimento acentuada. Talvez seja um bom momento para avaliar e planejar a atuação de sua empresa dentro do mercado. Em termos de número crescemos em média 15% em 2000, enquando os EUA atingiu uma média de 10%.

Preço, qualidade e atendimento

Você compra tinta pensando em atendimento e suporte técnico, preço ou qualidade? Qual destes é o primeiro item?

Atendimento: porque você sabe que irá receber no prazo ideal, terá suporte quando precisar e, por este motivo, dificilmente irá deixar de produzir pois o atendimento é nota 10.

Preço: precisa de valores baixos porque não irá conseguir agregar valor ao seu produto. Neste caso, aconselhamos fazer a conta de rendimento. Quantos quilos eu uso por metro com a tinta A e com a tinta B? Em alguns casos, você irá perceber que a diferença não interfere no custo final logo, o preço não é um problema.

Qualidade: a tinta A rende mais, proporciona maior brilho, boa cobertura e causa menos transtorno para preparar, ajustar e vem sempre nos padrões. A tinta B não é tão ruim, mas leva mais tempo para acertar em máquina, pouco brilho, baixo rendimento.

Muitos não sabem na prática o que estão comprando e qual o efeito que está causando ao nome de sua empresa no mercado. Por este motivo, acreditamos ser necessário integrar a comunicação entre sua empresa, seus fornecedores e seus clientes.

Afinar a política de atuação e encontrar o preço justo que beneficie todos os lados. Caso contrário, você sempre estará trocando de fornecedores e clientes. Como diz um grande empresário ao qual eu respeito muito: "Se você fácil todos já teriam feito".



por Marco Marcelino

Sala Vip

Visita a Sericol nos EUA

Cerca de 20 empresários brasileiros estiveram visitando as instalações da Sericol em Kansas City, Estados Unidos, no final do ano passado. Foram quase quatro dias que envolveram treinamentos, visitas à fábrica, centros de pesquisas, desenvolvimentos e empresas de serigrafia que utilizam suas tintas.
O evento foi coordenado pela Sericol do Brasil e o diretor de projetos da Sericol Internacional, Mark Rowley. A Revista Empresário Serigráfico esteve presente a convite da Sericol do Brasil e estará divulgando a partir desta edição informações importantes aos profissionais que não puderam estar presentes.



Empresários brasileiros e equipe da Sericol em frente a Fábrica em Kansas City

Encontro de bons negócios

De um lado, empresários brasileiros, interessados em saber como andam as coisas no primeiro mundo e do outro, diretores da Sericol, dispostos a mostrar tudo e escutar todo e qualquer tipo de comentário feito pelos nossos representantes. Além disso, o clima descontraído favoreceu grandes conversas entre os próprios empresários brasileiros que, de forma ética, prometem dar continuidade aqui no Brasil.

Jantar, vinho e discurso

Recepcionados por um excelente jantar na primeira noite, escutamos Ed Carhart, presidente da Sericol dos EUA falar sobre a aquisição da Silkor no Brasil e da importância em dar continuidade ao trabalho da família Carillo. Durante o jantar, empresários brasileiros, trocaram informações sobre as praticas do mercado brasileiro e questionavam sobre as condições aplicadas no mercado de serigrafia nos EUA. O que deu para todos os empresários perceberem é que, acima de tudo, o mercado americano trabalha com valor agregado aos seus produtos. Além do que, os prazos para produção também são mais folgados. Neste quesito, fica até um desabafo: se as agências de publicidade espelham-se tanto nos países de primeiro mundo, por que não se importam em fazer um bom planejamento?

Tecnologia e informações

Situada em Kansas City, MO, a Sericol dos EUA detém hoje cerca de 4000 fórmulas de tintas e um sistema de controle invejável. Parece até que os sistemas de laboratório são mais importantes do que a planta de fabricação das tintas. Além de encontrar muitos técnicos nos laboratórios, o que chamou a atenção de todos foi o fato de que cada mesa havia inumeros equipamentos para formular um produto ou até mesmo para testá-lo.
No departamento de treinamento da Sericol foi apresentada uma palestra referente ao mercado de serigrafia nos EUA, contendo números e informações sobre o desenvolvimento dos segmentos que utilizam serigrafia no seu dia-a-dia. A palestra foi apresentada pelo diretor de marketing, Mitch Bode que ilustrou a apresentação com gráficos referentes ao mercado de serigrafia nos EUA.
De acordo Mitch, a tinta serigráfica representa nos Estados Unidos 70% dos insumos consumíveis. Isto representa cerca de 326 milhões de dólares. "Hoje no mercado americano pratica-se a venda de uma tinta UV em torno de 40 dólares o kilo", comenta Bode.

Próxima edição:
Números sobre o mercado americano



Claudio Carillo, Mark Rowley e Ed Carhart da Sericol



Fábrica de tinta da Sericol em Kansas City, MO

Entrevista

Crescimento acentuado na fabricação de auto-adesivo

Em 99, com a queda do dólar, o produto nacional passou a ser mais valorizado, principalmente por questões de custos. Este acontecimento proporcionou uma credibilidade e um crescimento considerável por parte das nossas indústrias. Acompanhe na entrevista deste mês, as declarações do diretor comercial da Aplike, fabricante nacional de materiais auto-adesivos, engº Fábio R. Colello:

Revista Empresário Serigráfico: Quantos metros a Aplike vende de vinil para serigrafia e sign nos dias de hoje?

Fábio R. Colello: A Aplike produz de 800.000 a 1.000.000 de m²/mês. Em anos Eleitorais, nos meses de junho à outubro, temos um incremento de 300% das médias mensais. Do total produzido, 40% são utilizados na área Serigráfica .

ES: Qual a conclusão da empresa com relação aos resultados de 2000?

Fábio: Com a desvalorização do Real nossos produtos tornaram-se mais competitivos em relação aos produtos importados, o que originou uma demanda superior à esparada com crescimento de 23% em dólar, em relação a 1999.

ES: O que esperar de 2001?

Fábio: Para 2001 temos um planejamento para ampliar nossa Capacidade Produtiva, pois adquirimos mais uma Laminadora. Este Equipamento dispõe dos mais modernos acessórios para a Produção de Papéis e Películas Auto-Adesivas existentes no mercado. Ampliaremos também nossa linha de produtos com Largura de 1220mm para atendermos à necessidade do mercado.

ES: Quanto representa hoje a venda de vinil pela Internet? Qual a expectativa para 2001?

Fábio: A venda de produtos auto-adesivos pela Internet já representa 63% de nosso faturamento e nossa meta é atingir 80% em 2001.
Com este sistema ganhamos velocidade na emissão de pedidos, nos lançamentos e também nas promoções localizadas por linha de produto. Notamos que os clientes estão comprando após o expediente com relativo conforto e, conseqüentemente, com maior planejamento. Teremos em 2001 o " PROGRAMA DE FIDELIDADE APLIKE". Em Resumo, os clientes que compram pela Internet , de 2 em 2 meses daremos uma bonificação de 2% do total comprado em produtos de sua escolha. Conclusão: quanto mais se compra, mais se acumula créditos e portanto mais bonificações daremos !!!

ES: Quem pode comprar pela Internet? Qual volume mínimo?

Fábio: Qualquer cliente que possui compras contínuas de auto-adesivos e tenha acesso à Internet pode adquirir nossos produtos utilizando o sistema. Basta solicitar a "senha de acesso" cadastrando-se no link "fale conosco ", de nosso site ***www.aplike.com.br.*** Os descontos no preço de venda é proporcional ao volume comprado ou ao acumulo gerado destas compras durante o ano. Podemos efetuar vendas com volumes mínimos de R$300,00 por pedido.

ES: Qual o prazo médio de entrega nos dias de hoje?

Fábio: Nosso prazo de entrega em épocas normais é de 3 a 5 dias úteis.

ES: O que precisa melhorar no mercado?

Fábio: Precisamos divulgar esta nova ferramenta de trabalho que é a Internet, pois promoveremos economia para o segmento proporcionando diminuição dos custos e, conseqüentemente, nos preços dos produtos. Fabricar produtos com qualidade superior à preços competitivos é a nossa missão.

CAMINHANDO_JUNTOS

Por Patrícia Benites

A importância dos departamentos Administrativo e Financeiro dentro de uma empresa.

Nos dias de hoje, a acirrada concorrência entre as empresas nos obriga a criar novas formas de trabalho, visando redução nos custos e aumento da competitividade no mercado.

Sabemos que, geralmente, as empresas são divididas por setores ou departamentos onde determina-se as funções de cada um, sempre tendo como objetivo: maior lucratividade, produtividade e crescimento dos negócios.

Cabe a própria empresa decidir quais os métodos utilizados para sua melhor organização, porém, não podemos dispensar algumas funções básicas que devem ser implantadas para que o funcionamento da empresa seja satisfatório.

Vamos citar seis das funções básicas dentro de uma empresa:

1- Funções Técnicas: Responsáveis pela produção de bens ou de serviços da empresa;

2 - Funções Comerciais: Responsáveis pelas Compras, Vendas e Permutas;

3 - Funções Financeiras: Responsáveis pela procura e gerência de Capitais;

4 - Funções de Segurança: Cuidam da proteção e preservação dos bens e das pessoas;

5 - Funções Contábeis: Inventários, Registros, Balanços, Custos e Estatísticas

6 - Funções Administrativas: Coordenam e sincronizam as demais funções da empresa, pairando sempre acima delas;

De algum tempo para cá, algumas empresas optaram por unificar os departamentos administrativos e financeiros, visando menos gastos e maior crescimento dos lucros, passando a se chamar departamento administrativo/financeiro.

Artigo

A QUALIDADE TÉCNICA E GRÁFICA.

(a necessidade de controle)

Parte III - Final

Nesta terceira e última fase iremos falar sobre os aspectos que controlam a qualidade de impressão.

IV. Problemas com a matriz?

Se quisermos controlar a qualidade, devemos levar em consideração que todo trabalho deverá ser repetido com os mesmos resultados. Para isso é essencial verificar os seguintes pontos:

1. O uso de uma fotografia ligada a um fotômetro eletrônico é indispensável. Não é eficiente medir somente os valores de exposição de uma tela; é absolutamente necessário medir com grande precisão "a soma de luzes actinicas recebida pela tela emulsionada" (medido a unidades de luz) que dará a única base para todos os parâmetors.

2. Quando você preparar suas telas para a impressão, você tem que levar em conta:
- as correções a partir dos resultados em comparação com as provas de cores (caso seja necessário);
- fatores de impressão: se estão levando em consideração a imprenssão manual, semi-automática e automática, se for impressão plana ou cilíndrica.

3. Claro que é necessário que todas as telas apresentem características idênticas no formato e na tensão. Quanto maior a tensão, melhores os resultados de reprodução. O uso de quadros auto-tensionantes podem garantir a constância em qualidade, uma vez que a malha pode ser reesticada toda vez antes de ser gravada a imagem. Este fator pode ser o diferencial para sua cromia e o registro de cores das impressões.
É importante notar que altas tensões proporcionam melhores resultados, ou seja, podendo trabalhar com mais de 25 Newtons/cm você será beneficiado em todos os sentidos, incluido trabalhos de quadricromia, traços e outros.

4. A temperatura e a pressão da água no momento de confecção da matriz também são importantes, especialmente em processo de quadricromia. Como também o tempo de secagem pós emulsionamento, a qualidade do retoque, o armazenamento das telas, etc.

5. Os diferentes problemas de moire... Controlando o número correto de linhas de meios-tons, o número de linhas no tecido uma vez esticados, as respectivas inclinações dos ângulos das retículas, a pré-angulação das telas, as regras matemáticas e o controle visual direto, etc. Tudo isso deveria ser levado em conta, bem como na fase de confecção da matriz.

V. Observando a impressão

Ao contrário do que muitos acreditam, a fase final é a impressão. Nesta fase a interferência é menor do que muitos pensam e os detalhes verificados anteriormente definem os resultados de qualidade.
Lembre-se de que somente através de uma avaliação correta e controle dos parâmentros anteriores é possível obter resultados bem sucedidos e reproduzí-los sempre que possível.

1. Esteja seguro sobre as escolhas:
• Verifique se a tela é adequado para o uso da tinta, seja ela a base de solvente diluída, retardada com solventes, tinta UV, UV a base de água, etc.;
• Confira a resitência a luz ou agentes agressivos (se necessário);
• Verifique os resultados de impressão nos substratos de acordo com as necessidades do cliente. Não hesite em informar o cliente, caso seja necessário sobre a troca do substrato para obter um melhor resultado em termos de qualidade.

2. O que esperar de sua pré-impressão ou impressão :
• uma constância durante o processo de impressão e capacidade de reprodução com os mesmos resultados;
• precisão como, por exemplo, registro das cores impressas.
• sofisticação dos controles e ajustes: ajuste do registro,

pressão, inclinação e velocidade do rodo, posição do rodo no cilindro, espátula de cobertura, fora de contato, etc., Tudo independentemente se for ajustável um do outro.
Dos mais possíveis ajustes que você tem, o melhor é contar com o conhecimento sobre todo o processo.

3. Sistema de secagem ou cura (jato de ar, IR, UV, flash UV, HF, ou outros):
• É preciso verificar a constância do trabalho mantendo os mesmos padrões de cores, densidades e intensidades de cores. Na serigrafia, dependendo do tipo de tinta do processo de secagem, ocorrem variações durante o processo de produção, variação de acordo com o tipo de substrato, etc.
No processo UV é indicado que o sistema de secagem seja frio para que não haja distorção do substrato e consequentemente da impressão.
Na serigrafia, o registro de cores é difícil em função destes fatores de secagem, ou seja, após cada impressão é preciso fazer uma secagem intermediária que não deve alterar as características do substrato para que a impressão saia dos padrões. A exceção é o processo têxtil que permite imprimir úmido sobre úmido.

4. Controlando cada vez mais a impressão:
• O controle da impressão deve envolver não só os defeitos mínusculos gerados por micro furos nas telas, marcas ocasionadas pelo rodo de impressão, mas também pela densidade, perdas e ganhos de pontos e efeitos secundários de moire. Deve-se verificar todas as 100 folhas feitas na impressão plana ou as 200 ou 300 impressões cilídricas. O uso de densitômetros poderá auxiliar qual a quantidade de ganho ou perda dos pontos impressos.
Embora o uso de equipamentos auxilie a detectar os resultados, pode-se dizer que o olho permanece como o melhor juiz, principalmente quando houveram treinamentos e práticas sobre o processo. Um certo senso artístico definitivamente ajudará também...
Controle o registro de acordo com os resultados de sua tela. Caso esteja usando quadros auto-tensionantes verifique que os resultados de esticagem toda vez antes de gravar uma tela e, caso seja necessário, reestique a malha.
Controle a viscosidade e a constância das cores da tinta. Alguns tipos de tintas voláteis, como tintas a base de água e solvente, tendem a engrossar durante o processo de impressão e alterar a densidade das cores impressas.
Controle, especialmente com substratos plásticos, a carga estática. Esses materiais sempre geram uma certa eletricidade estática entretanto, nem sempre contribuem para a qualidade da impressão. Verifique se é necessário eliminar esta estática limpando o substrato antes da impressão ou adaptando o sistema com equipamentos mais adequados. Os casos mais complicados estão nos processo de impressão cilíndrica.
Controle a qualidade da lâmina de rodo, pois os desgates podem ocasionar resultados insatisfatórios e prejudicar todos os detalhes desenvolvidos. Se preciso reafie o rodo a cada produção. Em alguns casos, os solventes são responsáveis por esta propriedade que danifica a qualidade do rodo no momento da impressão.



Michel Caza - Presidente da Fespa

Tome nota!

Todo e qualquer tipo de material e processo deve ser relatado, incluindo problemas existentes durante o processo, dificuldades, tipos de materiais utilizados, bem como tipo de tela, malha, tinta, lote, rodo, preparação da tinta, perda e ganho de pontos, efeitos indesejáveis de moire, inclinação da malha, fotolito, etc. Isto é essencial quando for necessário repetir o trabalho futuramente, reimprimindo dentro de um mesmo padrão. É importante que se monte uma pasta para cada trabalho para que todo o desenvolvimento siga como referência.

Melhorado a qualidade de impressão

Teoricamente o controle dos processos garante resultados de qualidade na impressão. Entretanto, é preciso colocar todas estas questões em prática e olhar com olhos críticos todos os procedimentos. A norma de qualidade vai ser efetivamente aquela que você desenvolver e controlar sobre as necessidades do seu cliente.
Se você segue um certo número de regras como alguns que eu mencionei, o resultado deverá ser melhor, mas, o único modo para melhorar efetivamente os seus resultados é interpretar o processo de forma fácil e simples, entendendo cada etapa e identificando como pode ser melhorado. Isto irá gerar conflitos e dificuldades em alguns casos, mas faça mudanças ao poucos e compare os resultados sempre. Relacione os principais problemas durante o processo de produção e busque as soluções a partir das dificuldades.
Tecnologia é explicável e transmissível, nem sempre com um senso de beleza, mas sempre no sentido de ajudar as vendas...

O artigo escrito por Michel Caza, Presidente da Fespa (Federation of European Screen Printers Associations), continuará na próxima edição.
Caso você queira saber alguma informação do nosso colunista, escreva para nossa redação através do e-mail: caza@empresarioserigrafico.com.br

Matrizes

Emulsão Universal

Para alguns ela não é tão conhecida, mas muitos procuram informações sobre características e vantagens das emulsões universais visando facilitar o seu trabalho. Quem usou não troca e quem experimenta aprova os resultados.

A principal característica da emulsão universal é a resistência às tintas à base de água e solventes possibilitando as empresas que façam suas telas com uma única emulsão independente se a tinta a ser usada é à base de água ou solvente. Além disso, é um tipo de emulsão que permite o uso de bloqueadores para imprimir determinadas áreas da tela, sem que haja a necessidade do uso de fitas.

É possível jatear a tela com água como se tivesse revelando a tela outra vez. Como muitos já sabem, o uso de bloqueadores não deixa altura na tela e não solta com solventes, além de secar rapidamente e sair facilmente quando em contato com a água.

A emulsão universal possibilita que o serígrafo grave na mesma tela dois trabalhos, sendo um para tintas vinílica (base solvente) e outro para estamparia têxtil (base de água).

As desvantagens dessa emulsão está na resistência a grandes tiragens (quando comparadas com as convencionais). Entretanto, quando usada adequadamente e tomados todos os devidos cuidados na gravação e na impressão, essa diferença diminui bastante.

Quanto a qualidade, a emulsão universal não deixa a desejar, muito pelo contrário, atualmente há no mercado emulsões universais de alta definição e resolução com preços acessíveis .

Cabe aos encarregados de produção avaliarem sua necessidade e a utilização de produtos como esses.

Qualquer dúvida a respeito, procure fornecedores e representantes para melhor esclarecimento .

Neilson Eloy -
Técnico da Tecnosilk Comercial / RJ

O Ponto de Vista sobre o Mercado Brasileiro

Por Marc Ehrenzeller da Sefar

O nível tecnológico e as exigências são diferentes nos diversos segmentos do mercado. Porém, geralmente pode-se observar que o mercado da serigrafia industrial (cerâmica, vidro, eletrônica, têxtil industrial, CD e certas aplicações gráficas, como grandes formatos UV) têm um nível bem mais alto. Evidentemente que, mesmo nestas empresas, há muito o que aprimorar e elevar este nível. Em outras palavras, existe ainda muito potencial.

No mercado brasileiro de serigrafia industrial observa-se, geralmente, uma tendência clara para melhorar os processos. Isto ocorre devido a necessidade e também pela convicção de que muitos empresários brasileiros sabem que, somente acompanhando os desenvolvimentos tecnológicos, é possível sobreviver. É nossa opinião que, neste campo, se pode constatar até "uma revolução". É gratificante realizar e comprovar que um número sem fim de empresários brasileiros optaram por este caminho e os resultados conseguidos falam uma língua clara. Não há sombra de dúvida de que eles têm sucesso com esta política. Parabéns a estes empresários!

Isto mostra também que o enfoque para a qualidade e os esforços constantes de muitos parceiros dos fabricantes de produtos (tanto equipamentos como insumos), nesta indústria, começa a dar frutos.

Queremos animar todos aqueles que ainda acham que, por vários motivos, não é necessário melhorar a qualidade. Que tomem como exemplo todas aquelas empresas que mostram que vale a pena investir em qualidade de infraestrutura, equipamento, uso de insumos de alta qualidade, em educação profissional. É importante distinguir entre "investir" e "gastar". Para muita gente, isto ainda não parece claro. O mesmo dinheiro "bem investido" dá um retorno. O mesmo dinheiro "mal investido" é mesmo um gasto; aliás um gasto supérfulo ou uma perda.

A SEFAR está muito otimista e faz um convite a todos os serígrafos brasileiros: Vamos tocar este barco que saiu do porto para alto.

Equipamento para gravação de Matriz Serigráfica

A Douthitt é um fabricante americano de equipamentos para exposição de telas serigráficas. Uma empresa que tem o respeito de seus concorrentes por estar lançando equipamentos inovadores que atende as expectativas não só dos clientes, mas da segurança e comodidade dos funcionários que trabalham nos seus equipamentos.

Seu último lançamento é uma prensa com layout prático para gravações de telas grandes e pesadas. A disposição do equipamento permite fácil limpeza do vidro, haja visto que sua posição não é horizontal e nem vertical, como podemos verificar na foto ilustrativa abaixo.

O modelo DMH, que representa para a Douthitt um equipamento industrial para exposições diretas em telas de grande formato, foi desenvolvido a partir dos designs do DMZ e as vantagens tecnológicas de um outro modelo identicado como DMV. Desta forma a empresa acredita que os clientes terão maior durabilidade, capacidade de produção e confiabilidade nas reproduções.



Destaque para o layout que garante fácil limpeza e vedação da luz

O equipamento ainda dispõem de um sistema rápido de vácuo e uma unidade de exposição. Para maiores informações entre em contato com Mark Diehl da Douthitt através do e-mail: em@douthittcorp.com

Eventos

Prepare-se para a SGIA 2001



Neste ano, um dos principais eventos internacionais de serigrafia será a SGIA 2001. O evento será realizado de 19 a 22 de setembro na Califórnia, EUA. A expectativa da organizadora é superar os resultados de 2000 que revelaram números interessantes ao mercado brasileiro. Para se ter uma idéia, o Brasil foi a quarta maior delegação a visitar o último evento do milênio.
A SGIA 2000 reuniu 13.211 visitantes de 75 países. Segundo a organização, o Brasil levou 145 empresários que representaram 1,10% do total público visitante.
Dentre as novidades apresentadas durante o evento estão relacionados as tintas ultravioleta para vacuum forming apresentada pela Dubuit, Sericol e Polimeric. Em termos de substratos para impressão serigráfica destacaram-se os adesivos perfurados para impressão frente e verso e um policarbonato com efeitos prismáticos. No setor de pré-impressão, a Oyo apresentou sua linha de impressoras que gravam diretamente em filmes, a Thieme, uma máquina que imprime a imagem diretamente na tela ou em filmes e as máquinas de projeção direta da Proditec.
As impressoras para área gráfica demonstraram maior capacidade de produção. A SPS apresentou um equipamento que imprime cerca de 3600 impressões por hora. Como alternativa sobre o processo de impressão, a M&R apresentou a Conquest, um modelo carrossel para impressão de materiais rígidos como por exemplo policarbonatos.
A Svecia apresentou equipamentos para impressão com flash cure uv e equipamentos para o setor de acabamento com as cortadeiras de bolbinas.
Maiores informações: www.sgia.org

Image Word,

A feira internacional de rotulação, serigrafia e impressão digital foi realizada na cidade do México a Image Word 2000 reuniu mais de 7.300 visitantes e 290 estandes que representaram cerca de 88 empresas. Destaque para a participação da empresa brasileira de serigrafia Larese.
Neste ano de 2001, a Image Word será realizada durante os dias 8,9 e 10 de novembro, no Word Trade Center, cidade do México. Para maiores informações www.stpubs.com/imageword

Seminário em Salvador, BA

O evento foi realizado em novembro de 2000 para discutir a tecnologia ultravioleta.
Flávio Daniel Cortiana, diretor da Gráfica Cortiana, iniciou o evento apresentando sua empresa e demonstrando os confrontos de resultados entre as tintas UV e as tintas convencionais. Flávio explicou aspectos de como decidir a melhor opção das mídias envolvendo, além das tintas aplicadas, os substratos, o comprometimento e o prazo de entrega. Além disso, falou sobre novos investimentos no sentido de aumentar a capacidade de produção.
Em seguida, foi a vez de Claudio Carillo, gerente técnico da Sericol, apresentar a empresa e falar sobre os benefícios na implantação do sistema UV. Falou sobre ganho de produtividade, qualidade, resultados e os benefícios que o processo traz ao meio ambiente. Outro aspecto apresentado foi o painel que explicou as diferenças entre os processos de produção (Serigrafia, Flexografia, Off set e Impressão Digital).
Por fim, Alex Fernando Giasson, diretor da Grafilme Artes Gráficas fez uma apresentação técnica sobre as condições de fornecimento de fotolitos em grandes formatos. Durante a apresentação foram citados como exemplos alguns trabalhos realizados e orientados sobre as melhores formas de como se obter um melhor resultado.

Sericol promove evento no RIO

Foi o 1°Seminário no Rio de Janeiro realizado pela Sericol e o tema apresentado foi Tecnologia UV.
Durante a apresentação, Fernando Carillo, diretor de Marketing da Sericol, falou sobre a redução de custos nas empresas e apresentou um quadro sobre as tendências de mercado. As projeções apresentadas até 2005 fazem parte de um estudo internacional. Segundo o estudo, o esperado é 55% de tinta UV, 31% de tintas a base de solvente e outros tipos de tintas.
Durante o evento também foram apresentadas as novas linhas de tintas da Sericol no Brasil, como é o caso do lançamento internacional Uviform para vacuum forming.



Evento reune cerca de 50 pessoas no Hotel Novo Mundo, RJ