www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico

Ano II - nº 5 - Mar/Abr 2001 - R$ 5,00

TREINAMENTO

Uma barreira para o crescimento qualitativo da serigrafia



NOTAS 06

Grupo Empresarial de Serigrafia inicia suas atividades em março pela Abigraf

MATRIZES 20

Equipamento automático para esticagem e colagem de telas da Grunig

Editorial

A partir desta edição, a Revista Empresário Serigráfico terá uma nova estrutura para ampliar sua forma de atuação no mercado. Para isso, foi constituída a empresa Serinews Editora Ltda/Me, sediada na Rua Emilia Marengo, 306 sala 21, no Tatuapé em São Paulo/SP.

A Revista Empresário Serigráfico continuará levando ao mercado o mesmo nível de informação, qualidade gráfica, distribuição e atendimento. Nosso objetivo é desenvolver fórmulas que ampliem as condições ideais para termos uma serigrafia cada vez mais competitiva e rentável.

Parabenizamos a Abigraf (Associação Brasileira da Indústria Gráfica) que criou um grupo empresarial de serigrafia. O GE-Seri será composto por empresários do setor que irão se reunir para definir melhores condições ao meio. Além destas novidades temos acompanhado outras importantes ações que também irão enriquecer o nível da serigrafia como, por exemplo, os centros de treinamento criados pela indústria de tintas Tec-Screen, na cidade de Sorocaba, e pela empresa especializada em produtos para confecção de matrizes, Agabê.

Aproveitamos, nesta edição, para falarmos em nossa matéria principal, sobre um dos aspectos mais carentes do setor: a questão do treinamento. Certamente um assunto primordial para que haja efetivamente o crescimento e aprimoramento das nossas indústrias.

A todos muito obrigado pela atenção e esperamos continuar contando com o esforço de todos que fazem parte do sucesso chamado Revista Empresário Serigráfico.

Um abraço a todos,

Marco Marcelino – Diretor



Impressora serigráfica SPS com sistema cilíndrico

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

Revista Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da
Serinews Editora Ltda/ME.

Diretor:
Marco Marcelino
mmarcelino@empresarioserigrafico.com.br

Jornalista Responsável:
Jorge Luiz Mussolin - Mtb 15.978
mussolin@empresarioserigrafico.com.br

Assistente Editorial:
Patricia Benites
patricia@empresarioserigrafico.com.br

Pré- Impressão:
Class Fotolito e Assessoria Gráfica
classfot@terra.com.br

Internet:
www.empresarioserigrafico.com.br
contato@empresarioserigrafico.com.br

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

Serinews Editora Ltda/ Me

Redação, publicidade, editoração e administração:
Rua Emilia Marengo, 260 Cj. 123
Tatuapé - São Paulo - SP
CEP: 03336-000
Fone/Fax: 11 6676-3457
www.serinews.com.br

Distribuição: Território Nacional e Internacional
Tiragem: 3.500 exemplares
(10.500 Leitores em média)



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

Impressora Serigráfica Conquest

Conquest é o nome dado a impressora serigráfica versátil desenvolvida pela M&R. Trata-se de um equipamento constituído por um sistema carrossel de impressão.
A novidade é que este equipamento foi desenvolvido para impressões UV de materiais gráficos planos como, por exemplo, policarbonato. A impressora Conquest foi desenvolvida para proporcionar redução de custos na mão-de-obra operacional e cura simultânea de até seis cores.
Os sistemas de cura UV são independentes e permitem ajustes de acordo com o tipo de impressão de uma determinada matriz serigráfica.
O equipamento está disponível nos formatos 64 x 97 cm, 76 x 102 cm e 97 x 127 cm.
Para maiores informações entre em contato com Didier da Exponent através do telefone: 11 4612-1888.



Grupo Empresarial de Serigrafia

Quem trabalha no setor serigráfico há tempos sabe das dificuldades de se reunir empresas do setor para definir aspectos que elevem a qualidade ética, profissional e, principalmente, comercial. Entretanto, a necessidade de uma melhor organização do segmento, na opinião de alguns empresários, é uma questão de sobrevivência e condição imprescindível para o crescimento da indústria.
Com todas estas questões, e dotada de um renome internacional pelo excelente trabalho realizado há 35 anos, a Abigraf - Associação Brasileira da Indústria Gráfica - reuniu empresários de serigrafia e lançou oficialmente, em março, o GE-Seri, Grupo Empresarial de Serigrafia.
O GE-Seri reunirá, inicialmente, Empresários Gráficos cujas empresas serigráficas atuam basicamente com materiais planos rígidos e flexíveis em papel, plásticos e afins, e seus fornecedores. Aspectos mercadológicos e industriais serão discutidos em busca do fortalecimento do mercado da serigrafia e das empresas que nele atuam.
Para o lançamento foram convidados 100 empresários de todo Brasil, mas é importante que todos interessados busquem informações para estarem participando deste marco na história da serigrafia. Informações com Ernani Parise, telefone: 11 3743-2350.

CARTAS

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

Para nós, da Tec-Screen, a Revista Empresário Serigráfico surgiu no mercado como apoio para o profissional e o fabricante. Atuamos na revista, não só como anunciantes, mas principalmente, como parceiros, pois acreditamos e investimos no grande potencial que este mercado tem a nos oferecer.
A revista Empresário Serigráfico vem suprindo, da melhor maneira possível, uma carência que existia no mercado serigráfico, a falta de informação específica e detalhada. Através das várias reportagens publicadas, o profissional serigráfico tem a oportunidade de conhecer melhor o mercado no qual atua, esclarecendo suas dúvidas e atualizando-se.
O trabalho sério e comprometido com o leitor que a revista vem desenvolvendo é o principal ponto de destaque, pois as informações são obtidas diretamente de fontes confiáveis, por profissionais especializados nos assuntos.
Todo o sucesso adquirido é fruto das excelentes parcerias que a revista está consolidando, pois os principais interesses dos veículos, fabricantes e serígrafos são o crescimento e aprimoramento do mercado.
Edison Lira - Gerente Nacional de Vendas da Tec-Screen - Sorocaba/SP

A Revista vem mostrando excelente conteúdo e confirma sua vocação de levar informação atual e útil ao Empresário Serigráfico "com maiúsculas", refletindo também o grau de amadurecimento e profissionalização do negócio Serigrafia no Brasil.
Abraço.
Flávio Hirata - Vutek - São Paulo/SP

Considero a Revista boa, principalmente no fato de que está tentando fugir da prática de algumas outras publicações especializadas de "propaganda camuflada de artigo técnico". Acho que uma revista deve sim ter propagandas, mas deve também conter artigos técnicos. Os artigos são abordados com boa profundidade e seriedade, por isso, considero que a publicação deve continuar sendo bimensal para que dê tempo de surgirem novos assuntos e que os assuntos sejam bem explorados.
Continue com o bom trabalho.
Viviane Garcia - Coates Screen - São Paulo/SP

Recebi a última edição da Revista Empresário Serigráfico. Parabéns. O mercado serigráfico precisa que o campo editorial batalhe pela qualidade e pela ética.
João Barcellos - Consultor Cultural do Jornal O Serigráfico

Notas

Equipamentos para indústria gráfica

A InfoShop Gutenberg é uma revendedora Apple que comercializa ainda produtos de 16 empresas para pré-impressão, impressão e acabamento. A empresa especializou-se no atendimento do setor gráfico e foi uma das pioneiras a trazer os computadores Apple para os profissionais da área de pré-impressão. Hoje você pode comprar um IMAC 350 (64MB/7GB/CD24x/Modem 56K/USB) por R$2.990,00; ou um PowerMac G4 450 CUBE (64MB/10GB/DVD ROM/Modem 56K/Firewire/USB/Rede 10/100) por R$5.983,00. Os valores podem sofrer alterações e os interessados devem ligar para 0800 173388 ou acessar www.gutenberg.com.br.



Fitas adesivas da Promaflex

Cada vez mais, os setores de acabamento das empresas de serigrafia buscam opções em insumos que agilizem e garantam qualidade na finalização de um trabalho que se iniciou no departamento de criação.
São, em muitos casos, detalhes que fazem a diferença no momento do material se fixar no ponto-de-venda, como, por exemplo, as fitas adesivas da Promaflex. Um tipo de material comercializado pela empresa é a linha de dupla-face para diversos tipos de segmentos, tais como Pet, PVC, tecidos e outros.
Para maiores informações, telefone: 11 536-0093.

Exames adicionais, demissionais e periódicos

Toda indústria precisa, segundo a lei, ter controle sobre as condições físicas do funcionário antes de ser admitido, durante o período do trabalho e ao se desligar da empresa. A JR Himetral é uma empresa especializada na assessoria em segurança do trabalho e dispõe de uma equipe de médicos e fonoaudiólogos.
As empresas interessadas podem obter maiores informações através do telefone: 11 6967-1997

Mercado Latino Americano

Desde 1999, a Dubuit Color criou um departamento de exportações para atender o mercado latino-americano. Segundo a Dubuit Color, a integração entre cliente, técnicos da empresa e ainda químicos foi importante para adaptar as tintas fabricadas na Europa para as devidas condições climáticas latino-americanas. A reologia das tintas, por exemplo, tem de ser diferente, para obter um bom resultado de impressão (bom alastramento=baixa viscosidade), sem dificultar as condições de trabalho (evitar que a tinta vaze através da malha quando a máquina está parada=alta tixotropia) comenta Christophe Ducasse, Gerente de Exportações da América Latina.
Atualmente, a Dubuit Color tem exportado tintas convencionais e ultravioletas para serigrafia, tintas UV para flexo, água para offset e outras, acreditando no crescimento da mesma forma que vem ocorrendo nos mercados europeu, norte-americano e asiático. A empresa realizará, no dia 20 de março, na Cidade de Buenos Aires (Argentina), um seminário ministrado por Michel Caza, Presidente da Fespa, que logo em seguida estará ministrando o mesmo conteúdo aqui no Brasil. Para maiores informações, entre em contato com a Dubuit através do telefone: 11 3858-9855

Novidade na região do Paraná

Wladimir Junior constituiu a Fitges Representações e Consultoria e passa a atender a comercialização dos produtos Tec-Screen na região do Paraná. Ao todo serão 107 cidades englobando Curitiba, Colombo, Contenda, Paranaguá, Ponta Grossa, São José dos Pinhais, e outras. Para os que ainda não o conhecem, Wladimir é um profissional capacitado tecnicamente que trabalhou durante anos internamente na própria indústria de tintas Tec-Screen.
Ao nosso companheiro desejamos sucesso na nova empreitada.
Telefone: 41 9964-0777



Wladimir Jr.

Última chamada para a Fiepag 2001

A feira internacional de papel e indústria gráfica será realizada de 16 a 21 de abril no Anhembi em São Paulo, SP. A entrada é franca para profissionais do segmento e maiores de 16 anos. O credenciamento pode ser feito diretamente no local. Maiores informações acesse:
www.fiepag.com.br

Minas em Silk-Screen foi cancelada

O evento que estava programado para acontecer de 29 a 31 de março, foi cancelado pelos organizadores no inicio de 2001. Para maiores informações ligue para 11 3744-2203

Artigo

Os cuidados com o POLIETILENO

Que o polietileno não é um material nobre, mas vem sendo cada vez mais utilizado na indústria serigráfica, não é novidade para ninguém. Porém, existem alguns aspectos que podem ser importantes para as empresas que se valem este tipo de material ou pensam em utilizá-lo algum dia. A quantidade de toneladas de polietileno vendidas ao mercado de serigrafia tem aumentado cada vez mais. Os quatro fabricantes que consultamos somam uma média de 1.200 toneladas por mês. Contudo, na medida em que aumenta o consumo, cresce também a necessidade do mercado conhecer detalhes sobre os materiais e aguardar novos lançamentos que permitam estar sempre à frente da concorrência. Muitas serigrafias encomendam o material com características diferenciadas. O que na realidade muitos esperam é que a qualidade do polietileno melhore o acabamento final das impressões que estão invadindo o ponto-de-venda. Como muitos sabem, o polietileno é um material instável que preocupa muitos empresários por alguns problemas que surgem em termos de aderência da tinta.

Preço de acordo com cada cliente

Como base geral podemos dizer que o polietileno custa em média R$ 4,50, entretanto, este valor irá variar principalmente com a quantidade de compra. "O preço irá variar de acordo com a característica do filme de PE, fabricamos películas de acordo com o processo do cliente levando em conta a rigidez, cobertura (Transparência), tratamento, aditivos, e as cores da película. Além disso, o preço pode variar de acordo com a quantidade". Diz Adriano Rozenberg da Italplast.

O básico é...

Como já sabemos o polietileno é um material que deve ter um tratamento superficial em uma das faces. Alguns fabricantes pedem que, ao se comprar o material, seja especificado o tipo de tinta que será usado sobre o material, ou seja, se o processo será feito através de tinta convencional ou UV. Além disso, é importante que a empresa verifique o prazo de armazenamento do produto com o fabricante específico, pois devido às composições diferenciadas, o tempo pode variar de 60 dias a 12 meses, conforme informativo dos fabricantes que participaram desta matéria. Com relação ao local de armazenagem do polietileno, é importante que seja livre de poeira, seco, arejado e tenha temperatura inferior a 30°C. "O armazenamento correto das bobinas de polietileno deve também ser em pallets" comenta Alfredo Gerst da Natcolor Film.

No manuseio não se deve ter contato das mãos com a face tratada, pois a oleosidade da pele irá dificultar a aderência das tintas. "Eu recomendo o uso de luvas de tecido" finaliza Adriano da Italplast.

Perguntamos aos fabricantes...

- As empresas usam inadequadamente o polietileno?

Alguns acham que as empresas não fazem bom uso por falta de assistência do próprio fabricante de polietileno que deveria alertar sobre as condições básicas. Outro aspecto é que em muitos casos o proprietário sabe destes cuidados, mas os funcionários não.

Além disso, poucos relacionam as limitações do polietileno ao calor e trabalham com curadoras UV que geram muito calor, distorcendo o material e dificultando o encaixe das próximas cores que deverão ser sobrepostas para formar a imagem.

- As empresas reclamam da estabilidade do material no momento da impressão. Como analisar esta questão?

Uns reconhecem esta deficiência, como é o caso da Itaplast. "A verdade é que o polietileno, quando da sua extrusão tem orientações transversais e longitudinais que criam tensões internas no material que, com a aplicação de tinta e calor, tendem a trabalhar. Para isso desenvolvemos materiais aditivados com rigidez variada e processo de acomodação de tensões internas, a fim de minimizar este problema", comenta Adriano da Italplast.

Já a Lord, do Comendador Hermes Elias Moura, se pronunciou dizendo que com base na experiência de 28 anos não tem problemas com esta questão, desde que as empresas digam qual processo será usado (convencional ou UV).

"Na fabricação dos filmes de polietileno por extrusão de balão, há uma orientação natural das moléculas, bem como a temperatura de amolecimento da resina é muito baixa. Assim, quando o filme é passado pela curadora UV, que também emite raios IR a 900° graus de temperatura, sem a refrigeração necessária, haverá um encolhimento do filme", diz Alfredo da Natcolor.

Segundo Juan Berenguer da Packtec, os problemas mais comuns enfrentados na hora da impressão são: falta de "planicidade" do filme e encurvamento lateral. Esses problemas acontecem basicamente por uso de equipamentos e materiais reaproveitados e inadequados.

Fabricantes de Polietileno

Italplast (Entrega em 2 dias) - 11 608-2566
Lord (Entrega de 0 a 5 dias) - 15 228-3366
Natcolor (Entrega de 2 a 5 dias) - 11 4787-3677
Packtec (Entrega de 3 a 5 dias) -19 3881-8600

PROGRAMA de TREINAMENTO



A falta de treinamento tem causado muitos danos a indústria serigráfica. Por um lado, os fabricantes dizem que muitos empresários reconhecem a necessidade, mas não executam se tiver de dispor de verba e tempo do funcionário para que ele esteja sempre aprendendo, mesmo porque ninguém sabe se amanhã ele estará trabalhando conosco. Em outros aspectos, empresários dizem que não há treinamentos efetivos, e até no caso de seminários esporádicos, os funcionários não aprendem nada ou muito pouco, não justificando a sua ausência da empresa. Entretanto, ter uma equipe bem treinada tem feito a diferença entre as empresas que atuam no mercado seja no segmento promocional ou industrial.
Quem investe neste quesito certamente demonstra, digamos, um certo grau de superioridade como é o caso da WRJ, empresa de serigrafia situada na capital de São Paulo.

Por que o treinamento é tão importante?

As novas tecnologias conduziram a serigrafia para um novo rumo e as exigências por qualidade e prazo de entrega têm aumentado nos últimos tempos. Neste caso, verificamos, na prática, que muitos empresários atualizaram seu sistema e procuram, através de novos equipamentos mais sofisticados, atender os clientes da melhor forma. Mas, e os profissionais, como ficam nesse processo?
Por mais que os equipamentos evoluam, a presença de bons profissionais é inevitável e ao contrário do que se pensa é também um investimento que a empresa deve considerar. É preciso deixar de lado os receios de que não se deve treinar porque o funcionário amanhã não estará mais trabalhando na empresa. Mas muita gente já ouviu a história do homem que privou 10 anos de sua vida para juntar dinheiro e comprar um equipamento gráfico automático. Feito isso, entregou o equipamento a um funcionário despreparado que ganhava muito pouco por mês. Este esqueceu uma pequena chave de fenda na colocação da chapa e ao ligar a máquina, os 10 anos investidos acabaram, pois os estragos foram imensos e não havia caixa para repor o equipamento. Não se pode investir em mudanças tecnológicas se o seu funcionário continuar defasado e retrógrado. Em muitos casos, como na indústria de frascaria, muitos profissionais não sabem usar todos os recursos do equipamento, revela um representante comercial de máquinas serigráficas do setor.

A velha desculpa

Em geral os funcionários principalmente dos grandes centros usam o mesmo discurso. "Não preciso fazer este treinamento porque já exerço essa função há muito tempo e sei o que devo fazer" ou então o diretor da empresa diz: "Eu sei que o uso de conta-fios é importante e tenho bem aqui na minha gaveta". Mas espere um momento... o conta-fios está na gaveta e não com o funcionário que mais precisa desta ferramenta? Além disso, você sabe o quão importante é este instrumento. Mas será que o seu funcionário sabe?

Uma forma agradável de evoluir

Durante dois meses pesquisamos e consultamos diversos profissionais especializados em treinamentos, ligados diretamente a serigrafia ou não. Queríamos ouvir fórmulas que ajudassem a despertar o interesse de todos os nossos leitores. O que descobrimos é que os "cases" mais interessantes resumem-se no desenvolvimento interno de um treinamento eficiente. Você deve perguntar: - Eu não tenho ninguém na minha empresa para fazer este tipo de traba-



lho. Foi o mesmo que perguntamos a um especialista de recursos humanos de uma multinacional que não quis ter a identidade revelada. A resposta foi dada em bom tom: "é a situação que faz o profissional". Teste antes de tirar suas conclusões. Selecione uma pessoa de bom relacionamento com todos os outros funcionários e dê a ele 15 minutos por dia, para que ele desenvolva uma relação com os principais problemas e comportamento de cada profissional. Depois teste os conhecimentos dele pedindo para que ele relacione todas as etapas de produção e os principais cuidados. Por fim você terá um material excelente, podendo corrigir algumas posturas e fazendo com que este mesmo profissional apresente ao grupo todo os resultados. Se houver dificuldades em algumas etapas, peça auxílio aos fornecedores.

Seguindo este mesmo conceito, Mark Goodridge, especialista há 20 anos na indústria serigráfica e colunista da mais conceituada revista de serigrafia do mundo, a Screen Printing, diz em um artigo que o ideal de toda empresa é ter uma produção agendada e programada para seguir cronogramas e obter os melhores resultados de impressão. Entretanto, isto somente é possível com um Programa de Treinamento realmente eficiente.

Claro que nossa realidade é outra, que os prazos são outros e por fim trabalhamos com um preço que nem sempre justifica fazer investimentos. Mas, para crescer só há um caminho: saber como investir e considerar como investimento o treinamento de todos os funcionários.

Algumas empresas já dispõem de treinamentos muito bons baseado em fitas de vídeo no qual o funcionário sempre é lembrado do fluxo operacional da empresa, metas, responsabilidade do produto no mercado, etc.

A principal deficiência da serigrafia

O motivo mais apontado como deficiência da serigrafia é a falta de mão-de-obra especializada. As empresas reclamam que as opções nem sempre são o que elas realmente precisam, ou seja, ou contrata-se um funcionário com vícios, ou colocam um profissional sem experiência para aprender no dia-a-dia, junto com os outros porque não nenhum tipo de curso preparado. Mas o que fazer e, principalmente, como fazer?

Programa de Treinamento Interno

Com base em algumas consultas, aconselhamos as empresas a adotar o seguinte critério. Após esta leitura, relacione o faturamento da empresa e os resultados de forma muito crítica. O que efetivamente precisamos melhorar? Qualidade de impressão, entrega, atendimento, acabamento, etc. Se necessário, escolha de forma aleatória, uma peça do lote que seu cliente irá receber. Levante números de consumo de materiais. Em muitos casos verificam-se desperdícios de materiais e, eventualmente, este é um aspecto que pode ser revertido em lucro para empresa. Determine um novo objetivo em termos de resultado e esteja disposto a recompensar alguém caso este resultado seja alcançado. Escolha um líder, um encarregado que possa ver na empresa uma forma de desenvolver um melhor trabalho e, conseqüentemente, ganhar mais por isso. Ao contrário do que muitos pensam, a maioria das empresas que perderam um cliente não estavam desprotegidas tecnologicamente. Tinham bons equipamentos, a mesma tinta do concorrente e os mesmos substratos. Mas então por que perderam seus clientes? Por que a serigrafia tem perdido bons trabalhos para outros processos?

Certamente, a resposta esta na falta de treinamento dos profissionais que são cobrados por resultados que, no fundo, não tem condições de responder às expectativas da empresa. O desfecho pode ser ainda mais trágico se considerarmos que a atitude de um simples funcionário pode levar a empresa a perder um trabalho, colocar em risco a imagem do cliente e ser penalizado de tal forma que os levem a disponibilizar um patrimônio de uma vida inteira como indenização.

Será que não fica mais barato investir no treinamento dos funcionários?

Programa de treinamento Interno

• Determine um prazo para avaliar os resultados e selecione uma hora por semana para se envolver com este programa de treinamento.

• Fique atento a ponto de descobrir que um simples ajudante geral pode ter melhor aproveitamento em outro setor.

• Verifique cada etapa do seu processo: um exemplo ilustrativo é a recuperação de matrizes. Verifique como estão deixando a malha recuperada, se está totalmente limpa. Quanto tempo foi gasto por isso e quanto se gastou para fazer este tipo de trabalho.

• Sinalize o programa de treinamento interno por toda empresa e de forma objetiva conscientize os funcionários de que este programa será fundamental para aprimorar os resultados e tornar o ambiente mais harmonioso.

• No final do programa de treinamento recompense os profissionais que mais se destacaram com prêmios. Em muitos casos dar uma televisão, não representará nada, uma vez que você conseguiu reduzir o desperdício e aumentar a qualidade do seu produto.

• Agende com seu líder uma relação de procedimentos, problemas e soluções como vimos anteriormente. Agende datas e horas para que este treinamento seja aplicado. Detalhe: evite as tardes de sexta e as manhãs de segunda e programe data para início e término dos treinamentos. Uma seção de treinamento ideal pode ser de 20 minutos. O ideal é que o treinamento seja de, no máximo 30 dias. Não esqueça de medir os resultados para saber quais foram as evoluções.

• Conclua o curso com um certificado a todos que participaram.

• Tudo deve ser por escrito e ao final gerar um dossiê para treinamento de novos funcionários.

•Lembre-se: "A atitude de seu funcionário também define o futuro da empresa".



Sala Vip

Trabalho de grande impacto

A Polimeric é uma fabricante internacional de tintas serigráficas que tem demonstrado excelentes resultados em termos de tintas UV para vacuum forming. Um dos trabalhos que mais chamou a atenção durante a feira SGIA 2000, nos EUA, foi a garrafa de vodka Absolut. Aproveitamos para mostrar a foto junto com o depoimento do Gerente Técnico Internacional, Carlos Tecuanhuey.

RES: Como a Polimeric vê o mercado brasileiro?
Carlos: Nós vemos o Brasil como um mercado enorme e cheio de boas oportunidades. Atualmente estamos trabalhando em conjunto com uma empresa brasileira para oferecer ao mercado brasileiro um produto de qualidade, a um preço competitivo. Este projeto permitirá a produção de nossas tintas no Brasil e, agregado ao valor desta empresa parceira, ao qual o nome manteremos ainda em segredo, esperamos oferecer um bom atendimento aos consumidores locais. No Brasil a demanda para insumos de tecnologia UV é muito grande em vários setores como: Compact Disc, materiais gráficos para ponto-de-venda, embalagens, etiquetas, frotas e outros. Acreditamos que muitos clientes no Brasil querem ter alternativas e preço competitivo. A intenção da Polymeric é ter capacidade para participar desta demanda.
RES: Como foi o ano de 2000 para a polymeric?
Carlos: Foi um ano muito positivo, especialmente no mercado internacional que representou 40% do total, no ano de 2000. Para este ano, esperamos dobrar esse valor contando com as vendas no mercado brasileiro.
RES: Qual o nome da tinta para vacuum forming?
Carlos: Trata-se da Thermoform, uma tinta UV que pode ser curada a 310-350 milijouls a 10 metros por minuto, usando uma malha de 140 fios por centímetro. É possível obter resultados de profundidade de 15 cm e, em alguns casos, até 25 cm. Na América Latina nós consideramos ser muito forte a tendência de vendas de tintas como a Thermoform. No Brasil a única empresa que usa este produto para vacuum forming é a RTC.



O Ponto de Vista sobre o Mercado Brasileiro

O mercado de serigrafia também é composto por profissionais específicos que estudam os diversos comportamentos para viabilizar o lançamento de novos produtos que, acima de tudo, facilitem o dia-a-dia da serigrafia em todo mundo. Um destes profissionais é Balvinder S. Sandher, Gerente de Marketing da Sericol, especializado no segmento gráfico aplicado em materiais plásticos.


Balvinder Sandher

Bal (como prefere ser chamado), tem experiência na formulação de tintas e vendas. Há 5 anos começou no Marketing da Sericol para auxiliar 6 fábricas da empresa a desenvolver produtos específicos para cada mercado. Isto tem feito Bal circular por diversos países e conhecer as diferenças da serigrafia em cada local. Recentemente esteve no Brasil e, atendendo convite feito por ele, a Revista Empresário Serigráfico foi conhecer de perto seu trabalho. Ao final tivemos a oportunidade de entrevistá-lo e saber qual sua opinião com relação ao mercado brasileiro.
"Eu estou muito impressionado com o alto padrão de impressão que vi em muitos clientes no Brasil. Fiquei surpreso também pelo número de empresas que utilizam tecnologia UV como sistema de impressão ", comentou Bal.
Nosso entrevistado disse que o Brasil tem uma posição de destaque perante outros países, e fez questão de dizer que na China e Índia ainda se utilizam mais tintas a base de solvente porque UV ainda é muito novo, enquanto na Califórnia usa-se pouco solvente. Segundo Bal, o Brasil pode ser considerado o meio termo com grandes condições de explorar a tecnologia UV ainda mais como, por exemplo, na produção de peças em vacuum forming.
Então, em que podemos ou devemos melhorar?
Segundo ele, "acredito que é preciso aprimorar os setores de preparação de matrizes. Principalmente nos aspectos de escolha ideal da emulsão, uso inadequado das substâncias químicas e os quesitos para remoção da imagem e reaproveitamento da tela. Em relação aos materiais a serem impressos, posso dizer que alguns plásticos têm uma superfície muito áspera".

Artigo

Números do mercado Norte-Americano

Em geral sabemos que no Brasil as expectativas são, muitas vezes, elaboradas por acontecimentos ocorridos em outros países. Por este motivo foi muito proveitoso escutar o diretor de marketing da Sericol, Mitch Bode sobre os números do mercado norte-americano.

No ano de 2000, os EUA empregaram cerca de 350.000 profissionais em 30.000 empresas de serigrafia. Neste mesmo período, foi apontada uma taxa de crescimento em torno de 10% e um volume anual de vendas de US$ 34 bilhões. No Brasil, os números ainda são conhecidos com precisão, mas através de uma pesquisa realizada pela Revista Empresário Serigráfico, pudemos mapear um crescimento de 15% em 2000. Claro que os volumes são muito inferiores ao mercado norte-americano, mas podemos muito bem acreditar que o nosso mercado vai muito bem.

Produtos e Equipamentos

O estudo apresentado sobre o mercado norte-americano dividiu a serigrafia em 81% representados por produtos consumíveis, algo em torno de US$ 463 milhões e 19% em equipamentos, o que representa US$ 110 milhões.

Consumíveis: Os insumos serigráficos mais representativos são as tintas, que representam US$ 326 milhões, os produtos químicos e emulsões com faturamento de US$ 49 milhões e as telas que significam algo em torno de US$ 53 milhões. Em percentuais as tintas correspondem a 70% e, fora os produtos mencionados acima, 8% são representados por outros tipos de insumos não listados.



Palestra sobre a Serigrafia nos EUA

Compra de tinta por segmento

O setor gráfico tem consumido cerca de US$ 109 milhões por ano, seguido pela indústria têxtil que, durante 2000, correspondeu a US$ 100 milhões. Outros destaques são os mercados de especialidades compostos por indústrias de Compact Disc e outras que consumiram algo em torno de US$ 67 milhões. Ainda em termos de setor gráfico, podemos dizer que nos EUA podemos citar o segmento formado por materiais de ponto-de-venda que teve uma taxa de crescimento de 3% e o de produções de pôsteres e impressões de grandes formatos que teve uma queda de 10 a 15%, durante o ano de 2000. Provavelmente um número que foi refletido pela entrada de impressoras digitais de grande formato.

O setor têxtil, embora tenha consumido US$ 100 milhões, apresentou em 2000, uma queda no nicho têxtil de até 10%.



Da esquerda para direita - Mitch Bode, diretor de marketing e Tony Bradley, vice presidente da Sericol

UV x Convencional

Em termos de vendas de tintas por tecnologia pudemos verificar que nos EUA 51% do setor gráfico utiliza UV, enquanto 47% usa solvente e 2% tintas a base de água. No segmento composto por especialidades, como é o caso dos CDs, 57% utiliza UV, 39% solventes e 4% água.

O Setor têxtil tem uma disposição diferente, mesmo porque não utiliza tecnologia UV. Na realidade, trata-se de um mercado que utiliza 95% de tecnologia Plastisol e 5% de tintas a base de água. No Brasil, o uso de plastisol para tecido é bem pequeno e a tendência é o crescimento deste mercado da mesma forma que ocorreu com a tecnologia UV.

Próxima edição: Visita a uma empresa de serigrafia nos EUA.

Artigo

O que pode ser IMPRESSO



Michel Caza - Presidente da Fespa

Nos últimos assuntos da revista escrevi muito so bre a qualidade em serigrafia, mas percebi que afinal de contas, faltou mencionar os tipos de aplicações de nossa tecnologia. O que pode ser impresso? A resposta pode ser muito variada, uma vez que a serigrafia é um processo universal e versátil ao produzir imagens. Eu particularmente tenho uma visão especial sobre serigrafia, um processo que utilizo há 47 anos e promovo no mundo inteiro. Durante todo este tempo, tenho dedicado meus esforços para fazer da serigrafia um sinônimo de alta tecnologia. Procuro sempre maneiras técnicas para alcançar este propósito e produzir imagens maravilhosas, sejam artísticas, para fins promocionais, decorativos ou industriais. Serigrafia é uma das maneiras existentes para produzir imagens, com maiúsculas dentro do termo conceitual e que a partir de agora iremos identificar também como comunicação visual.

As aplicações serigráficas provocaram diferenças no mundo inteiro devido a suas diversidades, processos e conceitos básicos sobre a técnica. Um artista que usa serigrafia, por exemplo, não tem as preocupações devidas com as separações de cores, a menos que ele crie tudo em um computador (o qual um serígrafo gráfico, têxtil ou industrial já utiliza como padrão para fazer os trabalhos específicos para serigrafia). Contudo, quero dizer que as aplicações serigráficas ao contrário do que muitos pensam, caminham sem limites e podem favorecer a todos que acreditam no processo e querem uma serigrafia de alta tecnologia.

As diversas aplicações serigráficas

Falar sobre as diversidades pode apontar para uma nova ótica de analisar as formas com que a serigrafia vem atuando nos dias de hoje. Na realidade, as diversas aplicações serigráficas podem ser vistas como:

- Um processo simples de impressão;
- Um processo de confecção de um produto;
- Um processo de decoração;
- Um processo usado no ciclo de uma fabricação.

Os campos de aplicações

Ainda temos os campos em que a serigrafia pode ser utilizada como:

- Os campos de edições;
- Os campos de anúncios;
- Os campos de decoração de tecidos;
- Os campos de aplicações industriais;

... e ainda em muitos outros campos, com as melhores chances de se ter uma tecnologia que produza uma imagem de QUALIDADE. Mas por que abordar desta forma?

Porque o desejo de clientes finais é comprar uma imagem ou simplesmente vê-las agregando valor a um produto, seja ele consumível ou não. Entendendo desta forma, os empresários vão encontrar a importância e o comprometimento que temos ao produzir uma imagem altamente qualitativa. É o mesmo que despertar em você mesmo à vontade da mensagem que você mesmo imprimiu. A imagem que você produziu tem de ajudar efetivamente o ponto-de-venda a vender cada vez mais. No caso de aplicações industriais, tem claros aspectos promocionais ou simplesmente decorativos que devem ser considerados como uma parte vital para o processo de fabricação. Neste caso a qualidade é preponderante para que qualquer defeito industrial seja evitado.

Diferentes efeitos relacionados com a impressão de tinta ou pastas

Você pode usar tintas ou simplesmente camadas foscas, acetinadas ou brilhantes. Você pode usar tintas fluorescentes, fosforescentes, transparentes ou opacas, "photochromic ou thermochromic", mais ou menos condutiva (prata, carbono, etc..). E ainda pode utilizar diversas cores dependendo o quanto você pode produzir. Alguns artistas americanos ou serígrafos usam para a produção de um original "serigraphs" acima de 120 cores, usando tons planos! Eu não estou seguro se isto é necessário, mas é possível. Você pode usar ainda processos de três ou quatro cores com outras cores especiais sobrepostas, usando técnicas adicionais de meios tons.

Diferentes tipos de substratos, tamanhos e formas

As tintas de serigrafia podem imprimir em praticamente qualquer tipo de substrato:

Pela natureza do substrato: papel, papelão, metais, quase todos tipos de plásticos, tecidos, copo, cerâmica, madeira, couro, cortiça, substratos para transferência ou decalques, ou até mesmo bolos e outras massas. Pelo tamanho do material e sua forma: substratos de até 3 x 9 metros em um único pedaço (como feito no Canadá e na Itália), em todos os formatos seja o substrato plano, cilíndrico, cônico, oval geométrico regulares, etc. Entretanto, os formatos irregulares que contém deformações ou buracos, num geral devem ser produzidas através da tampografia.

O artigo escrito por Michel Caza, Presidente da Fespa continuará na próxima edição.

Recuperação de Matrizes

Tarefa difícil para os serígrafos que não dispõem de recursos (equipamentos e produtos adequados). Mesmo aqueles que dispõem de equipamentos adequados, encontram em alguns casos, dificuldade para recuperar uma matriz, de forma que ela fique em condição de ser reutilizada e produzir fielmente uma imagem de um fotolito.

A falta de cuidados e o uso de produtos inadequados para limpeza das telas são as principais causas. Por falta de informação, alguns serígrafos tentam limpar as suas telas após a impressão (com tinta epóxi, por exemplo) usando um solvente inadequado, e vice-versa, deixando bastante resíduo de tinta entranhado na malha do tecido que dificilmente será retirado da tela. E quando for usado solvente apropriado, a tela deve ser bem limpa deixando a malha totalmente livre de resíduos de tinta.

Na maioria das vezes, ao tentar recuperar uma matriz mal cuidada, acaba-se por inutilizá-la total ou parcialmente.

Quando o estado da matriz é mais crítico e o serígrafo insiste em recuperá-la, usando produtos mais agressivos e deixando agir além do tempo recomendado, causando o enfraquecimento dos fios, danificando-os e resultando em uma tela fraca, que rasga com facilidade.

Quando o serígrafo não consegue recuperar com os produtos indicados e recorre à limpeza direcionando o bico pressurizador de alta pressão muito próximo ao tecido e por muito tempo, acaba causando o rompimento da mesma, principalmente se tratando de tecido de malha fechada e de espessura de fio fino.

Dica:

Após a impressão, limpar bem a tela com o solvente específico para a tinta, certificando-se que a tela fique totalmente limpa. Ao recuperar a tela, a emulsão sairá com facilidade usando apenas o removedor de emulsão e o bico pressurizador de alta pressão, nunca próximo da tela nem por muito tempo.

Caso a emulsão não saia, faça outra tentativa usando apenas o removedor. Se persistir com o fantasma, use com cautela um produto mais agressivo, controlando bem o tempo de aplicação, e quando for jatear não insista por muito tempo com o bico pressurizador.

Se o fantasma for proveniente da tinta e não da emulsão deixe a tela secar e passe o retardador específico da tinta utilizada dos dois lados da tela. O retardador removerá grande parte do resíduo, amenizando o problema.

Convém lembrar que quando a tela é bem limpa após a impressão utilizando solvente específico, a recuperação é fácil usando apenas o removedor de emulsão e jateando com o bico pressurizador.

Neilson Eloy -
Técnico da Tecnosilk Comercial / RJ

Equipamento automático para esticagem e colagem de telas

A Grünig-Interscreen AG desenvolveu um equipamento que consiste em uma Mesa de Esticagem de telas duplicada com um sistema robótico para colagem da malhas nos quadros. O equipamento tem atendido as indústrias de Compact Disc em todo mundo.

De um lado você tem um sistema pneumático que estica a malha sobre o quadro, levando-se em consideração a possibilidade de ajustar a inclinação de esticagem em 0°; 7,5°; 15° ou 22,5°. Do outro lado você tem uma cabine que, através de um sistema robótico, aplica automaticamente programado de acordo com a sua necessidade e teste no painel do equipamento. O equipamento produz entre 50 e 70 unidades por hora no caso de telas para CD, pois é possível esticar de cada vez 9 telas. O formato máximo de esticagem automático é de 1150 x 1150 mm. Para maiores detalhes entre em contato com o fabricante na Suíça: Grünig-Interscreen AG, Tel: ++41 31 734 2600



Agilidade na produção de matrizes para Compact Disc

Desumificadores de ar

Como sabemos, as emulsões são higroscópicas e absorvem a umidade do ambiente gerando problemas na qualidade das imagens gravadas. Para compensar este problema, algumas indústrias gráficas e serigráficas utilizam um desumificador de ar. Como opção de mercado consultamos uma empresa que comercializa este equipamento. A Herbert Kirsner & Cia. Ltda., comercializa o Desidrat, disponível em quatro diferentes modelos que variam de acordo com a capacidade de condensação e volume de ambiente em m^3. O Modelo indicado para a indústria é o D4. A empresa explica que o funcionamento ocorre a partir de um moto-ventilador que movimenta o ar através do aparelho, fazendo com que esse ar entre em contato com uma área refrigerada, provocando a condensação e formando gotas de água, que por gravidade cairão dentro de um recipiente. O ar seco (entre 40 e 60% de umidade relativa) é relançado ao ambiente, aproximadamente à temperatura original.

Maiores informações liguem: 11 5680-8000

Reunião na Ambev é destaque em 2001



Criar uma campanha de grande impacto é a especialidade da AmBev (Companhia de Bebidas das Américas) que utiliza desde mulheres sensuais até cores fortes, capaz de atrair aos olhos de qualquer consumidor. Da telinha aos materiais promocionais a sensação agradável e de alto impacto tem aumentado a responsabilidade dos profissionais da Ambev que sempre estão em alerta para as novidades de mercado. Em janeiro, os responsáveis pela produção do sucesso visto nos pontos-de-venda, estiveram reunidos com um grupo de empresários do setor serigráfico para trocar informações e colher dados que possam somar aos resultados de alto impacto.

Aliás, toda postura profissional e preocupação em fazer o melhor, confere com a frase dita em fevereiro pelo diretor de marketing da AmBev, Miguel Patrício, "precisamos revolucionar".

Durante a reunião, Flávio Daniel Cortiana, diretor da Gráfica Cortiana fez questão de dizer que estava ali representando o Grupo Empresarial de Serigrafia e disse do potencial técnico do processo serigráfico que será cada vez mais importante para que a Ambev desenvolva suas campanhas com segurança e excelentes resultados.

O encontro também foi marcante pela troca de informações, que envolveu ainda a fabricante de tinta ultravioleta Sericol, a Indústria de Máquinas Larese, a Italplast Embalagens Plásticas e a Grafilme Gráfica e Fotolitos.



O resultado da reunião foi muito positivo para todos. Por um lado, o grupo de empresários pode entender melhor as necessidades do cliente final, e falar sobre aspectos técnicos importantes durante a compra de materiais promocionais. Um deles foi a diferença do conceito UV, que se refere a um processo de impressão que utiliza uma tinta por cura de radiação ultravioleta e não o sistema usado para proteger a imagem de raios ultravioleta como é o caso do sol.

A Revista Empresário Serigráfico também esteve presente e conclui que reuniões como esta promovem cada vez mais a qualidade das imagens vistas nos pontos-de-vendas e aproveita para cumprimentar os profissionais da Ambev pela iniciativa de estarem sempre receptivos a informação.



REPLItech 2001

A REPLItech é uma feira específica sobre Compact Disc e DVD e a primeira edição do terceiro milênio aconteceu em Los Angeles (EUA), durante os dias 20, 21 e 22 de fevereiro de 2001. Durante o evento, a Kammann esteve expondo uma impressora combinada de serigrafia e offset para CDs e DVDs, modelo K 15-40, velocidade de produção de 4.800 CDs/h. Além disso, a empresa apresentou a impressora de serigrafia para CDs e DVDs, modelo K 15 I High Speed, velocidade de produção de 5.400 CDs/h, e um sistema Pre-Press para impressoras de serigrafia, modelo K 26 I, diminuindo consideravelmente o tempo de setup de trabalhos de impressão.

REPLItech: www.replitech.com

COMO PAGAR MENOS IMPOSTO DENTRO DA LEI?

Este foi um dos temas do terceiro seminário de atualização tributária no setor de brindes, especificamente para produtos de ponto-de-venda, organizado pela Anfab.

O evento ocorreu durante o mês de fevereiro e teve como palestrante a Dra. Maria Elenir Lacerda Kuntz, advogada tributarista da Anfab.

Além disso, o evento abordou assuntos como a redução de carga tributária das empresas, como recuperar créditos fiscais pagos indevidamente e como evitar os riscos de sonegação fiscal e a quebra de sigilo bancário.

Para maiores informações sobre o conteúdo deste evento ou saber quando ocorrerá o próximo evento, ligue para a Anfab no telefone: 11 3675-8334

AGENDA

Feira Sinal Extensivo
II Feira Internacional de Mídia Exterior e Comunicação Visual.
Período: 17 a 19 de abril de 2001
Local: Fundação Bienal 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

Rio em Silk-Screen
Período: de 29 agosto a 01 de setembro de 2001
Local: Norte Shopping, Rio, RJ
Informações: 11 3744-2203

FESPA 2002
Feira internacional de Serigrafia
Período: 04 - 08 de junho de 2002
Local: Madri, Espanha
Informações e pré-cadastramento:
www.fespa2002.com