www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico
Ano II - nº 7 - Jul/Ago. 2001 - R$ 5,00

Investimento e Financiamento

Em tempos de crise, planejar é sinônimo de bons negócios



MERCADO 10
Pesquisa aponta otimismo para o segundo semestre

ENTREVISTA 22
A empresa paulista Petink é considerada modelo de empreendimento no setor de serigrafia.

Editorial

Senhoras e Senhores, queiram por gentileza apertar o cinto e se prepararem para um pouso forçado no segundo semestre de um país com cenário em plena guerra política e jogo de poderes. Embora o tempo seja de pura instabilidade, vale dizer que após a tempestade vem a bonanza e, se depender dos números apresentados por pesquisas e expectativas, teremos um segundo semestre capaz de confirmar um crescimento de 12% para o setor de serigrafia promocional e industrial.

O que todos nós precisamos cada vez mais, é estar antenados nos acontecimentos, e atacar no primeiro sinal verde que estar por vir. Isto certamente significa que, para muitas empresas, será necessário reinventar a roda e planejar novos rumos daqui por diante. Empresas com características de acomodação, cuidado!

O tempo de existência de uma empresa, embora possa torná-la forte, respeitável e prestigiada, não garante que ela, por si só, consiga atender a uma série de demandas e necessidades que vão surgindo ao longo do tempo sem que haja planejamentos e invetimentos.

Para dar conta de um mundo em constante transformação (boas ou ruins), novas soluções e novos conhecimentos são, a todo momento, necessários, fazendo com que as empresas não somente decidam através de novos planejamentos, mas que tomem atitude e executem as ações adequadamente. E lembre-se que, nem sempre o mais planejado é sinônimo de garantia para que a empresa faça bons negócios. Atualmente, muitas empresas foram surpreendidas com a questão da crise de energia elétrica e a freada brusca em alguns mercados, como é o caso do promocional no primeiro semestre e que geraram retração nos invetimentos por parte de anunciantes, agências e até mesmo empresas de serigrafia.

No entanto, este quadro deverá ser revertido, já no início do segundo semestre, segundo pesquisa realizada recentemente com os maiores anunciantes do Brasil. Estas informações fazem parte da seção Mercado na página 10. Além disso, como diz o publicitário Nizan Guanaes, em tempos de crise, enquanto muitos choram, muitos vendem lenços.

Boa Leitura.

Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

A crise da energia elétrica é palco para uma série de incertezas e qualquer atitude pode ser precipitada. Só nos resta enaltecer a criatividade das charges do site: iprogresso.globo.com, que com humor, vem trazendo alegria neste momento escuro que estamos passando.



Clauro

Cartas 06
Notas 08
Mercado..... 10
Capa..... 12
Sala Vip..... 14
Michel Caza 16
Matrizes 18
Frascaria 18
Eventos..... 20
Entrevista..... 22

Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da
Serinews Editora Ltda/ME.

Diretor:
Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

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

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

Rafael Chuvalski Starbulov
rafael@serinews.com.br

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

Impressão e Acabamento:
Van Moorsel, Andrade & Cia.

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

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

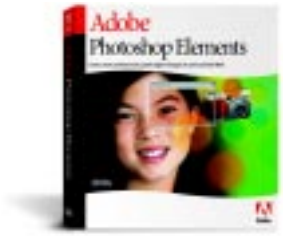
Distribuição: Território Nacional e Internacional
Tiragem: 5.000 exemplares
(15.000 Leitores em média)

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



Adobe Photoshop Elements disponível no Brasil

O produto especificamente desenvolvido para profissionais da área fotográfica e usuários corporativos, que trabalham com edições de imagens digitais, tanto para impressão quanto para divulgações na Web já está disponível. Dentre os novos recursos, a tecnologia Adobe Photomerge é capaz de formular e mesclar automaticamente múltiplas fotografias em formato panorâmico ao ajustar os tamanhos e as partes das imagens, permitindo que se encaixe todas simultaneamente em uma única imagem. A versão em portugês do produto tem o preço sugerido de US$ 129,00 para todas as plataformas. Informações acesse *www.adobe.com.br.*

Aplike lança novo site

Buscando uma maior agilidade de consulta e compra através da Internet, a empresa de auto-adesivos Aplike, lança em julho um novo site. Vale a pena conferir!



www.aplikeonline.com.br

Equipamento produz mais de 160.000 sacolas por mês

Há 8 anos a Alvesplast desenvolveu um equipamento semi-automático para produção de sacolas com impressão serigráfica de uma cor. O sucesso por um melhor custo-benefício levou a empresa a comercializar o equipamento para que outras empresas de serigrafia produzissem uma média de 1000 sacolas por hora. O equipamento tem um custo de R$ 8.400,00, podendo ainda ser financiado diretamente com a empresa com uma entrada de R$ 2.000,00 e 10 parcelas fixas de R$ 802,11.

Segundo o diretor da Alvesplast, Sr. Amarildo Gabriel Alves, todas as empresas sofrem com as produções limitadas produzidas pelo sistema totalmente manual de impressão sobre as sacolas prontas. Com esse equipamento, a empresa aumenta sua capacidade de produção ao produzir 60.000 sacolas com receita líquida média de R$3.000,00, comenta Amarildo.

A Alvesplast se compromete a dar suporte técnico e comercial aos compradores dos equipamentos, indicando inclusive, os nomes dos fornecedores de polietileno em bobina com o devido tratamento corona para produção de sacolas.

Segundo a empresa, a expectativa para o segundo semestre é muito grande e, se atingir a capacidade de produção do equipamento, os números podem chegar a 15 máquinas por mês. Para maiores informações ligue para 11 6581-4936 ou acesse www.alvesplast.com.br

CARTAS

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

Marco, gostaria de parabenizá-lo pela qualidade do trabalho que você está realizando. Sinto-me muito orgulhoso de poder acompanhar isto de perto.

A propósito, QUALIDADE, não é só o tema da última matéria de capa, mas sim o seu lema em tudo aquilo que você se propõem a realizar. Parabéns, gostei muito da exposição da última edição. Um abraço.

Celso Vicente Pavani - Supervisor Técnico
Sericol - Guarulhos/SP

Fazia falta no mercado uma revista que trate a serigrafia pelo aspecto da administração de negócio. Creio que faltam ainda ao impressor, informações sob o ponto de vista de aplicar a teoria à prática, ou seja, o lado técnico. Entretanto, esta carência é um aspecto como o da "fome" muito básica.

A existência de um mercado depende de todos os aspectos que fazem girar os negócios, o suprimento, incluindo ferramentas e materiais, a técnica do produzir ou a tecnologia serigráfica, incluindo o know-how e o dimensionamento correto da estrutura para produção. Por fim as vendas, incluindo desde a administração de custos até as estratégias de oferta ou marketing, e integrando-se aos outros dois aspectos.

Ao mercado como um todo poderíamos fazer a analogia com um banquinho que precisa de pelo menos três pernas para ficar em pé, e se uma for mais fraca ... bem não adianta o impressor ter a técnica mais maravilhosa do mundo se for incapaz de vender seu serviço. Não adianta adquirir equipamento e materiais "de primeira linha" se não utilizados corretamente; e não há futuro em vender produtos e serviços sem qualidade.

Creio estar reprisando o óbvio para vocês da revista, porque tenho a impressão que esta é preocupação editorial de vocês. Como disse, fazia falta no mercado uma revista que trate a serigrafia pelo aspecto da administração de negócio.

Sinceros parabéns.

Ary Luiz Bon - Diretor
CAT Consultoria Técnica - São Paulo/SP

Ao ver sua pesquisa sobre serigrafia com tecnologia UV me interessou, porque já estava com esta idéia de implantar este processo na minha empresa. Gostaria de saber mais informação referente ao mesmo com relação às seguintes questões: Custo , Beneficio, Estrutura, etc.

Um forte abraço,

Alexsandro Santos de Sousa - Diretor
Design Silk Adesivos - Cariacica/ ES

Notas



Agfajet Sherpa 24, apresenta solução para provas digitais

A Agfa Gevaert do Brasil tem apresentado ao mercado brasileiro, diversos sistemas de prova para área de pré-impressão e lança a Agfajet Sherpa 24. O novo sistema combina um hardware e um software de gerenciamento de cores - Color Tune Pro. Além disso, os usuários podem contar com o Papel Agfajet Digital Proofing Base para que as provas digitais tenham qualidade de impressão e fidelidade nas cores utilizadas na criação. O sistema é piezo elétrico e dispõe de 6 cores, sendo 4 CMYK e duas tonalidade intermediárias de magenta e cyan light para suavizar áreas com alta variação de luz e facilitar, entre cores difíceis, uma melhor combinação tonal. Maiores informações 11 5188-6444.

Intercâmbio cultural



Recentemente, a Revista Empresário Serigráfico esteve em contato com a Revista Americana The Press, especializada em editoriais têxteis. Ambos departamentos editoriais estão trocando informações sobre os mercados locais e em breve, os leitores poderão conhecer mais sobre as diferenças em termos de investimentos, mercados e tendências. Para os interessados na revista americana The Press nosso contato é Alan Farb e o e-mail é press_edit@intertec.com.br

Opção para a falta de energia elétrica

Os problemas causados pelo racionamento de energia elétrica têm feito algumas empresas adquirirem um sistema de energia que garantam a produtividade e satisfação dos clientes. A Becatech comercializa equipamentos de energia como geradores, No-Break´s e estabilizadores de renomadas marcas mundiais.
Maiores informações ligue para 11 5584-0322 ou acesse www.becatech.com.br

Nova linha de Solvente e Retardador Multi-Uso

Focada para atender as indústrias convencionais à base de solvente que atuam na produção de materiais de polietileno e uso de tintas vinílicas, a Polytex lançou solvente e retardador multi-uso. Segundo a empresa, o objetivo do produto é trabalhar com melhores resultados em termos de diluição das tintas vinílicas e polietileno, limpeza de telas e proporcionar maior vida útil das telas e rodos. Maiores informações: 11 4674-1551

Verniz Top Coat Dupla Proteção

A indútria de tintas tem se desenvolvido muito nos últimos tempos e lançado muitas opções para que as empresas de serigrafia atendam da melhor forma possível os seus clientes. Recentemente, a Saturno apresentou o lançamento do Verniz Top Coat com características de dupla proteção à base de água, para atender o mercado de mídias impressas com tinta a base de solvente e UV. O produto tem como principal objetivo proteger as impressões contra as ações de intemperismo, podendo dobrar a durabilidade das impressões. Outro aspecto relevante, segundo a empresa, é o realce das cores e da impressão como um todo. O materia já está disponível no mercado, e foi testado sobre os seguintes substratos: lonas vinílicas com impressão ink-jet ou convencional, vinil adesivo transparente, opaco, chapas de compensado de madeira (Eucatex e Duratex), fibra de vidro, poliestireno e outros. Em caso de aplicação serigráfica recomenda-se utilização de telas entre 150 e 180 fios. Maiores informações podem ser obtidas através do telefone: 11 4361-1533.

O uso de PETG...

As tendências para o segundo semestre apontam para os investimentos em materiais de ponto-de-venda, como por exemplo, os displays. Entretanto, o custo dos materiais promocionais é um dos aspectos que não aparentam ter muitas novidades, ou seja, seu cliente busca cada vez mais gastar menos com o desenvolvimento de lindas peças.
O PETG é uma das melhores opções em termos de materiais plásticos se compararmos os preços, como por exemplo o policarbonato ou mesmo a chapa de acrílico. Segundo a Eastman, um dos principais fabricantes mundiais, a chapa de PETG não necessita ser seca antes da termoformagem (vacuum forming) e molda-se a temperaturas mais baixas e ciclos mais rápidos do que outros tipos de materiais. Maiores informações podem ser obtidas com a Day Brasil, representante da Eastman no Brasil, através do telefone: 11 3613-7530.

Novo Presidente do Citibank

O uruguaio de 43 anos de idade, Gustavo Marin assume, no final de julho, a presidência do Citibank Brasil. O lucro do banco em 2000 foi de R$ 452 milhões.



Foto: Wagner Avancini

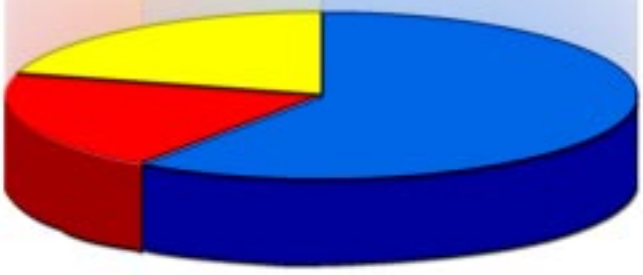
Gustavo Marin - Presidente do Citibank

Pesquisa aponta otimismo para o segundo semestre

Um dos mais conceituados jornais publicitários do Brasil, o Jornal Meio e Mensagem, apresentou uma pesquisa exclusiva sobre as condições comerciais do mercado publicitário para o segundo semestre. A pesquisa foi desenvolvida pela Indicator, uma empresa especializada na coleta e análise de informações táticas e estratégicas. A pesquisa foi realizada entre os dias 18 e 22 de junho junto a 63 entrevistados dentre os 200 maiores anunciantes do País, de acordo com o ranking da publicação Agências & Annciantes (quadro ao lado).

De acordo com a pesquisa, 60% dos entrevistados declararam que vão manter os investimentos em mídia planejados para o segundo semestre, e que 19% vão aumentá-los. Os que vão diminuir - 21% colocam a crise energética e o desaquecimento na economia como principais justificativas.

A íntegra da pesquisa poderá ser conferida na edição especial de ***M&M*** da semana do dia 23 de julho. Maiores informações ligue para o Meio & Mensagem no telefone 11 3885-9700.



- **60% Manterão os investimentos**
- **19% Aumentarão os investimentos**
- **21% Diminuirão os investimentos**

Maiores anunciantes de 2000

Posição	Anunciante	Total (US$ 000)
1	Intelig	64.427
2	Gessy Lever	63.785
3	Embratel	61.161
4	Lideraça Capitalização	57.819
5	Volkswagen (Seat)	54.690
6	Itaú	51.505
7	Ford	50.144
8	General Motors	46.782
9	Procter & Gamble	43.318
10	Nestlé	42.312
11	Pão Açúcar	41.722
12	Fiat	41.015
13	Casas Bahia	40.290
14	Bco. Bradesco	37.541
15	Coca-Cola	36.835
16	Bco. ABN Amro Bank	34.836
17	Lopes Imóveis	32.330
18	Terra Brasil Networks	31.941
19	DM Farmacêutica	30.059
20	Antártctica	29.070
21	AOL Brasil	28.059
22	UOL	27.655
23	Telesp Celular	25.948
24	Globex Utilidades	24.758
25	Souza Cruz	24.554
26	Kaiser	23.459
27	Renault do Brasil	22.612
28	Unibanco	21.196
29	Carrefour	20.758
30	Panseg	19.513
31	BCP	19.484
32	Casa e Vídeo	19.411
33	Alpargatas	19.310
34	Telemar	18.822
35	Abyara Planejamento	18.445
36	Americanas Lj	18.267
37	Mc Donald's	17.774
38	Telesp Participação S.A.	17.261
39	Brazil Connection Com. Imp. Exp.	16.195
40	Cealj	15.536
41	Vladir Vostok (IG)	14.994
42	Brahma	14.763
43	Nokia do Brasil	13.716
44	Visa do Brasil	13.643
45	Matercard do Brasil	13.537
46	Gillete	13.501
47	Skol	13.322
48	Daimler Chrysler	13.132
49	Caoa	13.106
50	Brasil On Line	13.082

DM9 abre mão do Guaraná Antártica

Após o anúncio, realizado dia 04 de julho pela AmBev, de que as ações de comunicação do Guaraná Antarctica estariam divididas entre duas agências de publicidade: DM9DDB e Carillo Pastore Euro RSCG, sendo que esta última será responsável por toda a comunicação "Guaraná Antarctica - Seleção Brasileira", a DM9DDB decidiu no dia 05 pela manhã, "abrir mão da conta" do Guaraná Antarctica.

A agência acredita não ser possível dar continuidade ao trabalho da marca sem ter a totalidade da conta. "A AmBev lamenta o ocorrido, pois acreditava que o trabalho da DM9DDB certamente renderia mais ações de sucesso para a agência e para o Guaraná Antarctica.

Apesar disso, a companhia respeita a decisão da DM9DDB e definirá, nos próximos dias, os passos a serem seguidos", afirma Gilberto Sampaio, gerente de marketing de refrigerantes da AmBev. A DM9DDB continuará atendendo a marca Bohemia, cerveja líder no segmento super premium.

Além da conta do "Guaraná Antarctica-Seleção Brasileira", a Carillo Pastore Euro RSCG atende o institucional da AmBev e os seguintes produtos da empresa: a cerveja Caracu, o refrigerante Sukita e o isotônico Marathon. A verba a ser investida nas ações do Guaraná Antarctica faz parte do montante de R$ 330 milhões destinados ao marketing da AmBev em 2001.

INVESTIMENTO e FINANCIAMENTO



Todo e qualquer investimento exige do empresário cáculos de rentabilidade, riscos e prazo. Ou seja, antes de aplicar dinheiro em qualquer novo investimento é preciso saber quanto efetivamente será gasto diretamente, ou indiretamente. Além disso, é preciso avaliar quais são os contras de estar investindo naquele projeto e, por fim, em que prazo esse invetimento lhe proporcionará retorno. Em alguns casos, o empresário dimensiona um investimento para um equipamento que tem restrições técnicas que impedem a empresa de atender determinados trabalhos. Outros equipamentos planos estão sendo considerados "Elefantes Brancos", que tem utilização restrita de mercado. Na realidade, o que parece simples e encantador, pode se transformar em transtornos e pôr em risco anos de trabalho de uma empresa. Ao investir em um equipamento é preciso considerar, por exemplo, custos de investimento em mão-de-obra e treinamento dos funcionários. Com isso, é possível dimensionar uma outra realidade e verificar se o investimento realmente é necessário. Todas as características precisam ser descritas, incluindo os gastos de logística do equipamento, instalação, manutenção, peças, matérias primas, etc. É preciso que o invetimento faça parte do planejamento da empresa, devendo ainda considerar os execícios de diluição dos custos e calcular a depreciação do investimento.

Projeto de Viabilidade

O projeto de viabilidade econômico-finaceira para obtenção de finaciamento de investimento fixo é o melhor caminho para empresas que buscam iniciar novos projetos ou ampliar sua estrutura de forma qualitativa. Neste caso, vale dizer que exitem economistas que auxiliam a empresa no sentido de preparar toda a documentação necessária. Um destes profissionais que inclusive já prestou serviço para a Petink Comércio e Serviços Serigráficos, é o Sr. Ricardo Leão Ajzenberg, cujo o telefone 11 5589-8918.

Projeto aprovado e agora?

Uma vez escolhido e realmente identificado a necessidade do investimento, é preciso saber quais os caminhos financeiros disponíveis para concluir a implantação do projeto. Salvo os casos de empresas que possuem recursos próprios para realização do investimento, o empresário tem basicamente 6 caminhos para conseguir comprar através de parcelas seguidas de juros que podem variar em função do tipo de financiamento, valor a ser contratado e o prazo de pagamento.

1- Diretamente com o fornecedor

Principalmente nos casos de equipamentos nacionais de custo relativamente baixo é possível efetuar a compra finaciando diretamente com o fornecedor. Em nossa pesquisa editorial junto aos fornecedores encontramos uma grande variação de taxa de juros. Os números variam de 0,5 até 6% ao mês. Portanto, verifique atentamente antes de fechar negócio, as melhores opções, mesmo que isto represente um pouco mais de tempo.

2- FINAME

A Agência Especial de Financiamento Industrial - FINAME, é considerado por muitos consultores e gerentes de instituições, como a melhor opção para realização de investimentos em termos de máquinas e equipamentos. Existem, inclusive, programas de apoio à importação de equipamentos.

Embora seja considerado mais burocrático, é uma exelente opção que ainda concede até 12 meses de carência para determinados investimentos. A taxa de juros é de 10% ao ano + TJLP (em média 9,5% ao ano). Os recursos variam de acordo com o porte da empresa, como por exemplo, para micro empresas com faturamento inferior a R$ 900.000,00 ao ano e pequenas empresas com faturamento acima de 900 mil reais e abaixo de 7.875.000,00 ao ano tem financiado 90% do valor total do equipamento. No caso de médias empresas, cujo o faturamento anual representa mais de R$ 7.875.000,00 e menos de R$45.000.000,00 e grandes empresas com faturamento em mais de R$45.000.000,00 por ano, o FINAME financia 80% do valor total do equipamento. O prazo máximo para financiamento é de 60 meses.

3 - Leasing

Entre os vários caminhos financeiros disponíveis, o leasing pode não ser o mais curto, mas é um dos mais práticos e econômicos, segundo opinião de alguns consultores. Atualmente, as instituições financeiras finaciam, em sua maioria, através do leasing, 80% o valor do equipamento em um prazo de 24 a 36 meses e eventualmente 48 meses. Segundo Rafael Cardoso, Vice Presidente Executivo da As-

sociação Brasileira das Empresas de Leasing, a ABEL, embora o cenário não seja favorável para apontar valores de taxas de juros, podemos considerar uma ocilação entre 2,7% e 3,3% ao mês.
"No caso de leasing não é usual, mas também podemos ter carência de até 6 meses, segundo determinação da legislação". Comenta Cardoso
Referente a leasing, maiores informações podem ser obtidas através do site www.leasingabel.com.br ou através do telefone 11 3104-4846.

4 - CDC - Crédito Direto ao Consumidor

Atualmente o CDC é um sistema indicado para clientes que desejam comprar carros e pagar em poucas prestações, num prazo relativamente curto. Para o caso de investimentos em máquinas não é uma boa opção, pois há uma taxa entre 3,3 a 4% ao mês.

5- BNDES

Financiamento com linhas de crédito do tipo automático no valor médio de 1 milhão de reais com juros a partir de 2,5% ao ano + TJLP. Para este caso, a carência máxima é de até 24 meses com total financiado em até 60 meses. Comenta o economista Ricardo Leão.

6 - Brasil Emprendedor

É um Programa do Governo Federal lançado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso no dia 5 de outubro de 1999, voltado para o fortalecimento das micro, pequenas e médias empresas e empreendedores do setor informal. Este sistema financia até 50 mil reais com prazo de pagamento de até 60 meses e tem carência de até 12 meses. Os juros para o Brasil Emprendedor é de 5% ao ano + TJLP.
Para maiores informações acesse o site:
www.brasilempreendedor.sebrae.com.br

Investir Bem:

Uma das mais difíceis tarefas de um empreendedor dentro de seu negócio. Em primeiro lugar investir significa crescer, melhorar, aprimorar-se ou simplesmente tornar-se mais competitivo. E, por esta razão, é uma tarefa difícil.
Pense comigo: quantas vezes você ouviu que os investimentos pagam a si próprios, como se a lucratividade fosse um detalhe individual de um simples equipamento?
Na verdade, alguns executivos e empresários tendem a esquecer que investimento não é sinônimo de novos e melhores equipamentos, máquinas ou tecnologia. Sem dúvida, a melhoria tecnológica de uma empresa é um fator importantíssimo, mas o resultado destes investimentos dependem de outros que, na maioria dos casos são bem menos significativos em termos de números.
Assim como um fazendeiro não deixa sua melhor vaca holandesa jogada em um pasto mal cuidado, o empresário não deve deixar seu investimento isolado e esperar que o resultado seja dos melhores.
Vamos analisar alguns pontos importantes.
Nestes últimos anos, quantas empresas grandes encerraram suas atividades e quantas menores, do mesmo mercado, ainda sobrevivem? Então, como explicar empresas de grande capital investido estarem menos competitivas que outras semelhantes sem tantos investimentos significativos?
Se sua resposta foi " empresas grandes são caras" ; ou "grandes empresas não são competitivas" ou ainda "quanto maior a empresa mais difícil administrar" então você acredita que crescer é um mau negócio!
Não meu caro leitor, crescer é um excelente negócio, desde que de forma controlada e balanceada.
Em primeiro lugar, antes de investir você tem que acreditar no seu mercado, na sua empresa. Mas acreditar de forma técnica e não sentimental. Acreditar por ver números, por visitar feiras do setor, por ler publicações da área e estar atualizado com o mundo.
Depois conheça sua empresa. Converse com gerentes supervisores, operários, fornecedor, clientes, terceiros, faça pesquisas de mercado regularmente, pois uma empresa é algo vivo e mutável, e as necessidades mudam constantemente. Investir bem é investir em algo que é realmente necessário.
Isto feito, pense nas possibilidades. Investir em equipamentos somente depois que sua infraestrutura estiver pronta para recebê-lo. Não me refiro somente às instalações, mas também à mão-de-obra, ao departamento de vendas, etc... O piloto de formula 1 é campeão quando máquina e equipe são campeões também.
Não esqueça dos pequenos investimentos do dia a dia. Treinamentos valorizam toda sua estrutura, e seus resultados nunca decepcionam.
Por fim, e não menos importante, nunca esqueça dos fatores financeiros. Tenha seus custos bem conhecidos, projete-os após o investimento e não esqueça das famosas amortização e depreciação. Quando for lançar mão de financiamentos, não tenha pressa. Procure bem, pois as variações de mercado são muitas e algumas operadoras financeiras, a princípio atrativas, ao final das prestações apresentam outra realidade.
E por fim, dimensione seu investimento para a sua real necessidade. Lembre-se: a vida empresarial não é uma corrida de 100 metros rasos e sim uma maratona...

Adson Naccarati - Consultor Empresarial
anaccarati@anaccarati.com

Sala vip

Como podemos melhorar o Processo UV?

Para melhorar a qualidade industrial de impressões em tecnologia UV é fundamental medir as radiações ultravioleta. Em continuidade ao artigo da edição anterior, acompanhe atentamente os comentários descritos por profissionais experientes no assunto.



Certamente existem muitos pontos a serem trabalhados dentro do processo UV. Um deles é determinar o ajuste da máquina para que as condições de cura sejam ideais, produzindo assim, os resultados desejados. Para que isso aconteça, o processo deve ser feito repetidas vezes, causando assim, a perda de várias peças até que o equipamento seja finalmente ajustado. Para não submeter-se à mesma rotina, devemos medir a energia UV quando o produto for adequadamente curado, para que da próxima vez tenhamos apenas que ajustar o sistema de cura para os mesmos níveis de UV encontrados anteriormente.

Lâmpadas UV geram um custo alto, devendo ser substituídas somente após não produzir níveis aceitáveis de energia. Dependendo da lâmpada do sistema de cura e quão bem o sistema for mantido, as lâmpadas UV podem durar menos do que 250 horas ou acima de 3000 horas. A produção de radiação UV deve ser medida para substituir as lâmpadas somente quando necessário. O mesmo podemos dizer para o sistema de refletores localizado dentro do irradiador de UV, devendo ser substituídos apenas quando o equipamento realmente exigir.

Tem sido constatado que o custo de uma máquina parada devido um problema de cura é muito maior do que o custo da substituição dos componentes e do custo do radiômetro. Usando-se o radiômetro para monitorar os níveis de radiação UV, pode-se planejar a manutenção preventiva em horários menos onerosos não sendo obrigado a parar no meio de um processo de produção.

Não há a menor dúvida que o investimento na aquisição de um radiômetro é um investimento de rápido retorno, seja sua empresa uma formuladora, ou uma usuária de produtos curáveis por UV.

Em qualquer processo de produção o objetivo final é produzir um produto de qualidade comprovada e constante. Monitorando-se os níveis UV no sistema de cura, é possível produzir todos os dias produtos de mesma qualidade, evitando assim, produtos de má qualidade devido à cura inapropriada. É muito difícil medir o custo de um produto ruim, o que obviamente, inclui a despesa com materiais acompanhado de custos diretos e indiretos (mão-de-obra, re-trabalho, etc). Além disso, o custo de produtos de má qualidade aumenta exponencialmente quanto chega até o cliente sem serem descobertas e corrigidas as causas dos problemas. Se isso acontecer, considere apenas como prejuízo, a possível perda de reputação e credibilidade , sem mencionar o custo de transporte, custo de reposição de mercadoria e custos administrativos.

Algumas companhias podem interessar-se em quantificar o processo de cura por UV para se enquadrarem nas normas ISO9000, enquanto outras o fazem por terem a necessidade de criar um controle estatístico de processo. Qualquer que seja o caso, podemos anexar os números medidos aos elementos do processo. Uma vez que estes dados estejam acumulados, o processo pode ser totalmente analisado quanto à variabilidade, tendência, programas de manutenção preventiva, etc.

Afinal, todos nós sabemos que você recebe de volta aquilo que cobra e acompanha, se você quer produtos de qualidade, a medição e o acompanhamento da radiação é fundamental nos processos de cura UV.

Autores:
Roberta Guedes Costa, Kátia A. Coelho e Mauricio Locatelli da Grupar Química Ltda, representante Exclusivo EIT Instruments no Brasil - Fone: (11) 5506-2373

A biografia do texto apresentado neste artigo e na edição passada fazem parte do know-how de:

1) Raymont, J.; UV Measurement–Understanding and finding the right product for your application. Estados Unidos; EIT Instrument Markets; 2001.

2) Yamasaki, M. C. R.; A Cura de Tintas, Vernizes e Revestimentos por Ultravioleta e Feixe de Elétrons – Conceitos Básicos. São Paulo, Brasil. IPEN – CNEN – SP, 1996/97.

3) Radcliff, R.; What a UV Radiometer a UV Will do for You. Journal of Radiation Curing, vol 21, no 4, pp. 14-17, 1994.

Artigo

300 linhas por POLEGADA

Parte I



Michel Caza - Presidente da Fespa

Se você está curioso para saber como é fetia a produção de linetaturas finas, antes de qualquer coisa é preciso estar atento ao maior de todos os detalhes. Está técnica foi desenvolvida a partir de uma necessidade e estrutura operacional no qual Michel Caza controla todos os parâmetros e diz sempre que todos estão interligados por um grau de importância que pode fazer muita diferença na hora da produção. Contudo, aconselhamos que todo e qualquer procedimento sugestivo seja antes previamente testado e avaliado.

Qual é o propósito de imprimir lineaturas tão finas?

Naturalmente escuto com frequência: Porque preocupar-se com isto? Para que serve? Para qual mercado? O offset serve mais? Tantos testes? Tanto dinheiro investido? Tantos esforços em vão? etc...

O propósito deste assunto é transmitir informações de maneira clara e simples. Reconheço que a técnica não será acessível a todas as empresas de serigrafia, pois devemos considerar que há 120 parâmetros, sendo que 90 tem variações e devem ser controladas para que haja sucesso na reprodução de pontos de pequenos.

Na Europa, procuramos trabalhar com lineaturas mais finas para atender uma demanda dos clientes que exigem qualidade no mesmo nível que o produto. Esses fatores ocorrem principalmente nos casos do ponto-de-venda, no qual nossos clientes buscam além do impacto visual, uma maior definição da imagem que está diretamente em contato com o consumidor em potencial. Em muitos casos a distância entre o consumidor e o material promocional é muito próximo e isso faz com que haja uma exigência por maiores definições.

O que devemos levar em conta antes de começar a trabalhar com lineaturas finas?

Primeiramente devemos considerar que iremos reporduzir uma imagem usando o sistema de quadricromia através das cores: cyan, amarelo, magenta e preto. Logo podemos concluir que a condição básica da imagem original deve ser CMYK e não RGB, que apresenta cores muito mais luminosas e não representa a realidade durante o processo de impressão. Outro aspecto é que a ordem das cores a serem impressas, pode variar de acordo com cada tipo de imagem e substrato. Em muitos casos eu faço a impressão usando como ordem o cyan, magenta, preto e por fim o amarelo.

Não podemos esquecer de avaliar a finalidade do trabalho, se ele será iluminado por trás ou será um adesivo dupla face, por exemplo.

No caso das malhas, quadros e tensão, é preciso entender que encontram-se muitas variáveis e é preciso ter uma matriz com excelente qualidade de contato durante o processo de impressão. Os melhores resultados ocorrem quando a malha é classificada de acordo com o número de linhas do fotolito. Geralmente eu uso malhas de 140 a 180 fios para produzir retículas finas e a tensão das telas varia entre 25 e 35 newtons. Neste caso, eu estico as minhas telas de forma clássica, ou seja, em 3 etapas com diferença de tempos em cerca de 30 minutos. Sei para muitos é impossível considerar todo este tempo em função de produtividade, mas eu me adaptei para fazer desta forma e os custos passam também a ser outro devido o tempo gasto. Afinal, trata-se de um trabalho nobre e, no meu ponto de vista, a tela é muito importante e merece todo cuidado do mundo. Eu costumo dizer que a tela de serigrafia é viva, pois cada dia temos uma nova razão matemática.

Para a escolha das emulsões devemos levar em consideração a resolução, definição das bordas, resistência química e física, etc.

Em termos de tintas é muito importante que a tixotropia da tinta seja o primeiro item a ser avaliado. Uma tinta muito líquida tende a gerar problemas e aumentar o ganho de ponto entre o tempo de impressão e cura da tinta. No Brasil você imprime e coloca a peça sobre uma esteria enorme. Isto pode gerar problemas, pois a condição da tinta em forma de ponto tende a expandir e distorcer os resultados de impressão. Eu costumo dizer que as tintas UV podem ajudar durante o processo da mesma forma que podem provocar problemas.

Com relação aos substratos, temos que encarar o fato de que é, na grande maioria, um parâmetro que foge ao controle do impressor devido as relações de qualidade e custo. Às vezes todos os esforços de controlar parâmetros de impressão é jogado fora devido a qualidade do material a ser impresso. Principalmente nos materiais plásticos, que dispõem de muitas variáveis.

Na próxima edição iremos continuar falando sobre impressão de meios tons, um assunto fruto da Palestra de Michel Caza no Brasil organizada e patrocinada pela Dubuit Color.

Impressoras serigráficas

Para dar início a uma série de artigos na área de frascaria, nosso departamento de redação esteve em contato durante os últimos quatro meses para conhecer algumas das peculiaridades do setor e logo de início vamos causar polêmica com um assunto atual e que, de certa forma, tem deixado bons negócios para trás. Por que será que as impressoras serigráficas para frascaria sempre são as últimas opções de investimento das empresas?

Segundo Isaias Orlandeli da Máquinas Orlandelli (Omso), normalmente a serigrafia é a última etapa na fabricação de embalagens. " Neste caso alguns empresários chegam a esquecer, no momento do investimento, do equipamento serigráfico, porque no Brasil, o setor de frascaria não tem o valor que deveria ter", comenta Isaias.

Em algumas de nossas visitas e questionamentos às empresas que imprimem sobre frascos, parece ser óbvio aos gerentes e operadores responsáveis que por muitas vezes nos disseram: "não adianta, quem decide raramente está interessado em nossa opinião".

Infelizmente é assim hoje em dia, porém deveria ser diferente, já que do resultado da serigrafia, ou seja, da qualidade de impressão, depende todo o processo de fabricação do frasco. Por isso, o processo de serigrafia deveria ter maior importância nas decisões de investimentos." Hans P. Lueters da Kammann América Latina.

Claude Nahas da Dubuit do Brasil comenta que, erroneamente acredita-se que a serigrafia, um importante quesito, é simples e de fácil aplicação. "Na verdade, é um item importante no projeto e depende dele a qualidade de impressão e imagem de embalagem, que é um dos principais responsáveis pela venda do produto no ponto de venda", comenta Claude.

Assistência Técnica e Treinamentos

Já a opinião de alguns funcionários que comandam o processo de impressão serigráfica sobre frascos relacionam a falta de assistência técnica e treinamentos, como um dos fatores principais na postura dos fabricantes de máquinas. Contudo, estendemos também esta questão a alguns fabricantes e representantes que nos responderam o seguinte:

Quando o interessado vai direto ao fabricante, ele compra o equipamento e os serviços. Alguns preferem não comprar os serviços e às vezes compram equipamentos de má qualidade por achar que serigrafia não tem muita importância. "É aí que ocorrem os problemas", diz Isaias.

Já Claude Nahas, discorda da afirmação e diz que a falta de planejamento não tem nada a ver com estas desculpas. "... estamos implantados em São Paulo desde 1960, oferecendo cursos, seminários e programas de treinamento sem falar na assistência técnica, além de termos em nosso quadro de funcionários, técnicos capacitados que atendem o país inteiro" finaliza Nahas.

"A indústria brasileira tem uma instabilidade muito grande em termos de profissionais. O fabricante dá o devido treinamento sobre o equipamento e alguns meses depois aquele funcionário não está mais trabalhando na empresa", comenta Hans.

Na realidade, o que as empresas querem saber é quem deve pagar pelos programas de treinamento e assistência da máquina, uma vez que os investimentos para máquinas impressão tem custo relativamente alto. Além do que, não basta oferecer treinamentos trazendo de fora um técnico internacional, cujo o idioma, ainda significa uma grande barreira para os mais interessados nos equipamentos, que são os operadores. É preciso que haja um maior entendimento entre os fabricantes e as empresas, mas para isso é importante que os empresários vejam na serigrafia sua importância e invista de acordo com as expectativas do seus clientes que, nada mais é, do que frascos de alta qualidade.

MATRIZES

Aspectos de Secagem

Alguns problemas ocorrem com a matriz devido ao procedimento inadequado em uma das etapas muito importante do processo, a secagem de tela. É muito importante que a tela seja seca corretamente para evitar que o serígrafo tenha problemas na gravação e na recuperação da mesma.

A tela não estando totalmente seca, não oferece boa aderência na aplicação da emulsão e quando a mesma é submetida a uma secagem forçada (brusca), os fios se dilatam e a abertura da malha fica irregular comprometendo o trabalho e a vida útil da tela.

Quando a tela é submetida a uma temperatura muito elevada, é comum ocorrer o rompimento de alguns fios e, como conseqüência, a mesma acaba rasgando-se até mesmo dentro da estufa ou ao menor esforço que seja submetida, causando surpresas desagradáveis ao serígrafo.

A pressa na maioria das vezes faz com que o serígrafo faça uso desesperadamente dos sopradores para secar suas telas rapidamente, no intuito de cumprir seus prazos de entrega, pressionado pelos clientes ou até para atingir meta ele aproxima o soprador da tela que acabara de desengraxar ou secar a emulsão aplicada, para então, partir para a gravação.

O serígrafo acaba provocando danos a matriz, às vezes irreparáveis, e quando o problema acontece, nem sempre ele sabe porque e o que fazer para evitar.

Os sopradores geralmente atingem temperatura muito alta. A aproximação da tela, mesmo que seja por poucos segundos, pode causar sérios danos à matriz, pois a temperatura excessiva dilata os fios do tecido alterando a formação da trama, perda de tensão, cataliza a emulsão dificultando na recuperação, comprometendo a gravação e tornando a tela frágil.

Por isso é bom ficar atento e não secar suas telas na temperatura acima de 40° para não ter surpresas desagradáveis.

Neilson Eloy - Técnico da Tecnosilk Comercial / RJ

Escola de Líderes... o nome já diz tudo!

Um dos temas mais debatidos hoje em dia, relacionam a necessidade de mão-de-obra especializada e eficiente. Este assunto pode parecer óbvio para muitos empresários, mas na realidade é uma questão que vem deixando muitos no prejuízo e fazendo com que a empresa perca espaços, para a eficiência daqueles que tiveram atitude, em investir no principal da empresa, os funcionários!

O exemplo prático, no qual a revista Empresário Serigráfico tem acompanhado de perto, são os investimentos que a Tec-Screen, indústria de tintas serigráficas está fazendo com a aquisição de um programa de treinamento com a Escola de Líderes do professor Alkindar.



Almeida e Edson Lira da Tec-Screen e Elaine Curtir Ramazzini - Psicóloga

Além da Tec-Screen, a empresa Alkindar Treinamento e Desenvolvimento Organizacional tem como cliente a *Alcatel Telecomunicações*, Associação Comercial de São Paulo, Aventis Pharma, FIESP/CIESP, McDonald's, Mercedes Benz, NEC Telecomunicações, Siciliano, Volkswagen Serviços e outros.



Alkíndar de Oliveira

Segundo Eduardo Ribeiro, gerente de treinamento do *McDonald's* América Latina, *as aulas* tem propiciado uma sintonia ainda maior com a realidade atual e, principalmente, com a visão de futuro. Durante uma aula sobre motivação, o professor Alkindar dimenciona diversas ferramentas que os líderes devem utilizar para motivar a si mesmo e os demais funcionários.Em complemento ao comentário, nós da revista Empresário Serigráfico tivemos a plena convicção de que o conteúdo apresentando é de excelente nível e, ao final de cada aula, a nítida percepção de que muita coisa mudou em termos de atitude para os que participaram do evento.

O curso é composto por 16 módulos de aula e duas palestras, ministradas por consultores e palestrantes do mercado como é o caso da Psicicóloga Elaine Ramazzini.

As aulas são aplicadas através de exercícios práticos, filmes e demais recursos didáticos, direcionadas para pessoas que lideram, supervisionam ou gerenciam equipes de profissionais em empresas ou demais formas institucionais.

Maiores informações: 11 5042-4884 ou através do site www.alkindarcursos.com.br

Novidades para o Segundo Semestre

A Dubuit Color, indústria de tintas para serigrafia que há 5 anos está com sede no Brasil, já representa metade do volume produzido na França em termos de tinta UV. Além do contentamento dos diretores em superar as metas, a empresa aproveitou o momento da maior feira de serigrafia da América Latina, para reunir a imprensa e apontar as novidades para o segundo semestre. O evento foi realizado no dia 12 de julho em São Paulo, com o objetivo de falar dos novos lançamentos da empresa, a tinta UV Polyflex para vacuum forming em PVC e poliestireno, e a tinta UV para banners em lonas e PVC, Bancure.

Segundo o diretor geral da Encres Dubuit, Philippe Duminy, o momento é bom e o principal projeto é aumentar a produtividade na fabricação de tintas para distribuição em toda América do Sul. "Com a nova fábrica que está sendo construida no interior de São Paulo, iremos atender diversos centros de distribuição da Dubuit em várias localizações e nossas distribuidoras irão comercializar pacotes completos que envolvem tintas e os demais produtos dos nossos atuais parceiros", comenta Duminy.



Philippe Duminy

O gerente de negócios da América Latina da Autotype, Eric Vayer, esteve presente no evento para mostrar os produtos que a Dubuit Color irá comercializar da Autotype no Brasil. Destaque para a emulsão XL Autosol, um produto universal direcionado para diversos tipos de materiais.



Eric Vayer

O executivo de vendas regional da CPS, Antonie Robert, uma empresa ligada a Autotype esteve apresentando uma ampla linha de produtos concentrados para preparação e recuperação da matriz serigráfica.Além da cola bi-componente para telas. "Nossos produtos são concentrados de auto rendimento e, que tem por princípio, não agredir os fios das telas e principalmente ao meio ambiente. Somos inclusive licenciados no comitê de normalização da ISO na Europa", comenta Antonie.



Antoine Robert

Em termos de rodos para serigrafia, a parceria da Dubuit Color foi estabelecida com a Fimor, que desenvolveu diversos tipos de rodos com particularidades específicas para cada tipo de aplicação. Destaque para o rodo Serilor Combi, que dispõem de um sistema de anti-deformação das borrachas.



Manuel Zuckerman

Por fim, quem se apresentou foi o especialista mundial em fotolitos, Joël Garnaud, que desenvolveu em 92 o Serilor LOG, um sistema para evitar moiré e que agora o produto segue inovado com 22 diferentes ferramentas para controlar os efeitos indesejáveis sobre a impressão. "Em apenas três segundo é possível verificar se sua impressão terá moiré e ainda corrigir este problema com 100% de eficiência", finaliza Joël.



Joël Garnaud

Ao final das apresentações, a Dubuit Color apresentou o responsável pelo centro de distribuição do Rio de Janeiro, Raymundo Monteiro que irá em breve anunciar o lançamento da nova estrutura carioca. Maiores informações: 11 3858-9855

Entrevista

Exemplo de Empreedimento

Todas as semanas, nós da Revista Empresário Serigráfico, estamos presentes nas empresas de serigrafia afim de, trocar informações para que nosso editorial traga sempre matérias atuais e de interesse de nossos leitores.

Temos feito diversas visitas e estamos nos surpreendendo pelo nível de trabalho que estamos encontrando nos últimos meses. Recentemente, uma empresa nos chamou muito a atenção pela sua transparência e conduta no empreendimento serigráfico. A Petink Industrial e Comercial Ltda é uma empresa que pode ser considerada de porte pequeno se comparada às grandes que existem no mercado. Entretanto, uma empresa com capacidade de atender grandes clientes através de muito profissionalismo e organização.

Quem conhece nosso trabalho sabe da nossa seriedade editorial e jamais iríamos falar assim de uma empresa se não buscássemos a fundo conhecer a forma de atuação para fazer um artigo isento como este. Aliás, fica aberto o nosso espaço editorial, caso haja alguma controvérsia sobre a entrevista realizada recentemente com os diretores da Petink, Lourival Mariano Filho e Arnaldo Mariano. Acompanhem!



Treinamento e reconhecimento

A Petink está há 11 anos no mercado atuando no ramo de merchandising e ponto-de-venda.

Revista Empresário Serigráfico: Depois de todo esse tempo, o que passa a ser mais importante?

Petink: Renovar a cada instante nossa maneira de atuação, investindo no que há de mais importante em uma empresa, nossos funcionários. De março de 2000 à julho de 2001, a empresa investiu no programa Sebrae de Qualidade Total e valorizamos nossos funcionários com prêmios bimestrais e participação nos lucros.

Compromisso com o cliente

Atualmente a empresa dispõe de sistema ultravioleta para impressão em banners, faixas e diversos tipos de materiais para o seguimento publicitário, o que já é uma realidade em centenas de empresas brasileiras que se preocupam em produzir materiais de melhor qualidade na reprodução de imagens mais definidas e atrativas.

RES: Que história é essa de bonificar os clientes caso haja atraso na entrega?

Petink: Dentro da filosofia da Petink, o comprometimento com o cliente tem lançado desafios para nossa empresa. Então nós decidimos ressarcir o cliente em 1% do valor do pedido para cada dia de atraso, caso isso aconteça. A única restrição para efetuar essa bonificação é a falta de energia elétrica.

RES: Quais serão os próximos passos da empresa?



Petink: Valorizar nosso processo serigráfico, buscando cada vez mais melhorar nossa qualidade e atendimento. Para isso, já decidimos que iremos visitar a FESPA, maior feira de serigrafia do mundo que irá acontecer em julho de 2002. Além disso, participamos de grupos empresariais como o da Abigraf (Associação Brasileira da Indústria Gráfica) que tem como objetivo, unir o setor serigráfico e ir em busca de novidades para atender as necessidades de nossos clientes. É importante estar atento a todos acontecimentos e participar de forma a agregar valor ao mercado de serigrafia e garantir os melhores resultados aos clientes da serigrafia.

A simplicidade em tratar suas questões nos levou a perguntar qual seria o segredo para tal administração e a resposta: nós não temos segredos. Talvez este seja o nosso diferencial, somos muito amigos dos nossos concorrentes e quando eles precisam de alguma coisa, estamos aqui. Ou se precisarmos, sempre encontraremos as portas abertas. Isto facilita o nosso dia-a-dia e com isso quem ganha é o cliente.

A Petink é uma empresa paulista que, sem sombra de dúvidas leva o título de empresa do ano, segundo a Revista Empresário Serigráfico. Nossos sinceros Parabéns!