www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico

Ano IV - nº 20 - Jul/Ago. 2003 - R$ 8,00



Sistema de impressão serigráfica manuais devido a necessidade de atender diversos formatos e semi-automática. (Tintas convencionais e ultravioleta)

Displays





Artigo 16

Otiam lança impressora carrossel com sistema de impressão ultravioleta

Marketing 18

Francisco Alberto Madia de Souza, fala sobre os aspectos da concorrência indireta nos dias de hoje.

Editorial

"Que coisa não...!" A penúltima edição deste ano, marca o vigéssimo número de nosso batalhador título que busca, a cada edição, informações que atendam às expectativas e necessidades de milhares de leitores. Como diz o querido e experiente Toninho Roda, diretor da Dainet, só existe uma coisa pior do que a primeira edição. " É a segunda..." e daí por diante. A cada edição novos desafios, novas barreiras, novos paradigmas que parecem o começo de uma nova empresa. A busca constante pela informação nos leva a descobrir um mundo repleto de expectadores que lutam para conseguir atingir seus objetivos e metas. E embora existam 2400 varíaveis, como diz o nosso colunista Bira no artigo deste mês, sabemos que são apenas algumas atitudes que traduzidas pelo comportamento empreendedor irá levar a empresa ao resultado desejado. Mas o que é o resultado? Pois bem, eu participei de um seminário e escutei a definição mais coerente em uma história real e que acontece todos os dias. Um médico opera durante 10 horas um paciente e ao abrir a porta encontra a família que pergunta... Dr. como está o meu filho?... e se o médico tiver de dizer... morreu, não adianta mais nenhuma outra justificativa... aquele é o resultado. Alguns médicos dizem... faz parte dar esta notícia.... outros no entanto, dizem: Eu não estudei minha vida inteira para ter que dar uma notícia como esta e por isto continuo em busca de informação.



Mesmo sabendo que este é um exemplo que nos leva a pensar no extremo, acredito que todos nós precisamos definir metas cada vez mais claras e não achar que faz parte aquilo que tem saído de errado nos nossos afazeres. Já que temos o privilégio de escrever e ser ouvido por milhares de mentes em silêncio eu digo em bom tom: leia atentamente as informações desta edição. Alguma linha pode lhe fazer muita diferença!

Marco Marcelino - Diretor Editorial
mmarcelino@serinews.com.br

"Garanta o recebimento das edições de 2004. Assine a nossa Revista".
11 6676-3457

Cartas.....06
Notas.....08
Mercado.....12
Artigo.....16
Gestão.....18
Capa 20
Artigos.....22
Digital 26
Moiré.....30
Eventos.....36

Revista Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da
Serinews Editora

Diretor:
Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

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

Estagiária:
Andrea Faustino - Jornalismo
andrea@serinews.com.br

Assistente Editorial:
Anelize Bizaroli
ane@serinews.com.br

Contato Comercial:
Adriano Lima
adriano@serinews.com.br

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

Assinatura Anual: R$ 48,00
Assinatura Internacional: US$ 50,00
(International Subscription)
Exemplar Avulso: R$ 8,00

Serinews Editora

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

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

As matérias assinadas são de responsabilidade 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 Rolo-a-Rolo



A MT-5070 foi desenvolvida para impressões Web em materiais flexíveis rolo-a-rolo.
Imprime em diversos materiais que vão desde simples papel até alumínio e atendem mercados como circuitos impressos, membranas, CD´s e outros.
A empresa sediada em Taiwan, tem interesse em exportar o equipamento para o mercado brasileiro. Maiores informações: www.screenprinting.com.tw

Nova Tinta para Cerâmica

A Cerdec, EUA, lançou duas novas tintas para cerâmica, pratos e outros materiais do gênero. Podem ser aquecidos entre 1832 a 2102°C e são resistentes a água.
A empresa tem representante no Brasil cujo telefone para contato é 19 3471-9900

Empório das Lâmpadas

Quem dispõem de um sistema de secagem cuja utilização são lâmpadas IR (Infravermelho) ou UV (Ultravioleta) tem hoje mais uma opção em termos de comercialização. A Empório das Lâmpadas é uma empresa sediada em Curitiba que atende todo o território nacional. Informações: 41-3019-2063

Cuidados com as Mãos

A Whisk Products lançou um novo produto que limpa as mãos de produtos pesados. O WhiskPower 250 é um sabão que contém um produto especial que remove sujeira, tinta, graxa e outros. Possui uma loção que contém emolientes para hidratar a pele. O WhiskPower 260 é 100% natural e contém substâncias de laranja e lanolina que protegem a pele. Informações: whisk@lspind.com

Agilidade no Atendimento em Curitiba



Patrícia F. David e Cristiane Novak

Ao completar 1 ano, a loja da fábrica da Tecno Paint, se mostra um modelo ágil no atendimento dos clientes. Em média, a empresa demora 1 hora para a entrega das tintas que são mantidas em estoque na loja. A praticidade tem atendido empresas de diferentes setores, mas o carro-chefe da região é a indústria de frascaria. Outras novidades serão anunciadas pela empresa nos próximos meses. 41 345-4545



CARTAS

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

Agradeço pela força e iniciativa. O resultado do I Seminário de Serigrafia da USP foi melhor que o esperado e a Revista Empresário Serigráfico contribuiu para isso.

_____

Dorival Moraes – Engª de Processo Serigráfico
Vídeolar - Alphaville/ SP

Acho maravilhoso ter um grupo como o Serigrafia.org para recorrer na hora do aperto. Hoje em dia existem revistas sérias como a *Empresário Serigráfico, que ajudam a melhorar a qualidade dos serviços de impressão serigráfica*. O que o serígrafo precisa saber, qual o nível de qualidade que é possível atingir com as suas condições atuais de produção, qual a qualidade e a produtividade que a empresa pode oferecer ao mercado.

_____

Eduardo P. Vaz – Técnico Serigráfico
Multi Signs - Balneário Camboriú/ SC

Depois de receber alguns exemplares, fiquei surpreso com o profissionalismo e a preocupação dedicada a cada matéria publicada. Em face disso, tornei-me assinante. Espero que possamos trabalhar com serigrafia juntos e precisamos nos aperfeiçoar para sobreviver e prestar um serviço digno a nossos clientes.

_____

Clair - Serigráfica Trama
Leopoldina/ MG

Gostaria de dar os parabéns pela matéria feita sobre plastisol, espero continuar com a troca de informações para enriquecer o setor têxtil.

_____

Claudemir Previtalli – Texpal
Valinhos/ SP

Ao ler o artigo "Lineaturas Finas: Utopia ou Realidade?" , da revista Empresário Serigráfico, nº 19, página 34, observei que a descrição da lineatura alcançada (52 e 60 Linhas por Polegada***) estão longe de ser lineaturas finas, pois a gente imprime em (47 Linhas por Centimetro ou 120 Linhas por Polegada). Houve algum engano, ou não?

_____

Cesar Luis Brusa - Departamento Técnico Adere
*** o correto da matéria seria 52 e 60 linhas por centímetros. Obrigado pela observação.

Notas

Lançamento do Adobe Creative Suite



Adobe lança o Adobe Creative Suite, um novo produto que combina atualizações completas para Photoshop, Illustrator, Adobe InDesign e Adobe GoLive. Além disso, o pacote incorpora o Acrobat 6.0 Professional, um gerenciador de arquivo, duas famílias de fontes Adobe. Os clientes do Adobe Creative Suite terão acesso ao Adobe Studio (www.studio.adobe.com), um recurso Web, que reúne dicas, truques e orientação de especialistas. www.adobe.com.br

Curso de Serigrafia

O Senai está oferecendo curso para impressor serigráfico de 180 horas de segunda a sexta-feira, das 19h as 22h. Informações 11 6591-2900

Acordo com o CENP promete a valorização do setor gráfico

O acordo tem o objetivo de promover uma valorização do profissionalismo do setor junto aos outros setores de sua cadeia produtiva, preocupação recorrente da atual gestão da ABIGRAF. Instituído em 1998, o Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP) é uma entidade criada pelo mercado publicitário para definir condutas e regras das práticas éticas e comerciais. Vem da necessidade de um envolvimento maciço do setor, para que esta certificação tenha representatividade. A intenção é de que as empresas do GE-PROM – Grupo de Artigos Promocionais da Abigraf, em razão de seu relacionamento diário com agências de comunicação, estejam diretamente envolvidas neste processo. O acordo tem o apoio da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), que aproximou as duas entidades.

Padrão de Qualidade Seriana agora em grandes formatos!



Leonardo (Léo) e Ana, da Seriana

A Seriana, localizada em Belo Horizonte, anunciou no último dia 08 de setembro, as novas instalações para impressão em grande formato em serigrafia. A expansão da empresa, que hoje possui 25 funcionários e se destacou no mercado por excelência de impressões em formatos menores, tem agora o desafio de produzir a mesma qualidade em grandes formatos para atender às necessidades dos já clientes como TIM, Água de Cheiro, Rede Globo-MG, PUC-MG, Arezzo, Madeirense, além dos outros quase 100 clientes fidelizados à empresa. Há 20 anos no mercado, a empresa pretende ampliar ainda mais, investindo no setor de impressão digital, nos próximos dois anos. "Só investiremos para aumentar a agilidade da empresa no sentido de atender às necessidades dos nossos clientes com a máxima qualidade", diz Léo.
A Seriana tem crescido desde o advento da tecnologia UV no mercado nacional e, além da participação no mercado mineiro, a empresa também tem produzido para empresa de outras praças do nosso "brasilzão". Parabéns à empresa e aos clientes que certamente são parte fundamental para este sólido crescimento. www.seriana.com.br

Novo Sul aprimora software de pré-impressão

Lançado recentemente pela empresa carioca de desenvolvimento de software, o novo Wasatch Precision Rosette Screens é uma ferramenta para produção de retículas.
Segundo a Novo Sul, o sistema tem capacidade para suportar arquivos pré-separados e combinados, controlar ângulos e freqüência em retículas Postscript e eliminar o moiré. Possui linearização com suporte direto para o densitômetro X-Rite DTP 361T e é compatível com Macintosh e Windows. O CD-ROM incluindo esta expansão está disponível sem ônus para aqueles que adquiriram o Wasatch SoftRIP SP nos últimos noventa dias. Para outros usuários o preço do upgrade será especial. Informações: 21 2521.3904

Mais sobre tecnologia UV

Esse é o título do curso da Associação Técnica Brasileira de Cura por Radiação (ATBCR) que será promovido em 7 de novembro. Informações: 11 3034-0078.

RTC deixa dívidas no Brasil

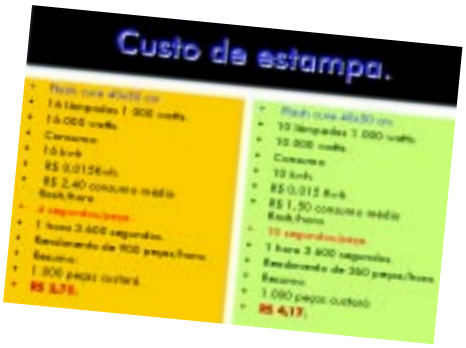
Há cerca de uma ano nossa redação esteve na RTC para fazer um artigo e destacou o exemplo qualitativo na produção de materiais promocionais para PDV. Há alguns meses a empresa decidiu encerrar as atividades no Brasil e deixou dívidas em fornecedores de materiais serigráficos como nos revelou através de um e-mail, Mauricio Rosado da Unida Comercial. Até o fechamento desta edição, a nossa equipe de redação tentou ouvir os responsáveis pela RTC, que não se manifestaram em nenhum sentido.

PROCURA-SE

A empresa Gosh está selecionando um supervisor de produção, com conhecimento em serigrafia.
OS interessados podem enviar currículo para a empresa através do e-mail: gosh@gosh.com.br

Notas

Centros de Treinamentos



Falar que a qualidade não é melhor porque não temos produtos de qualidade ou então que não há informação disponível é uma grande injustiça aos profissionais que têm dedicado tempo para ministrar palestras e até mesmo investir em espaços que têm por objetivo auxiliar o desenvolvimento do mercado. É bem verdade que existam sempre os pioneiros, mas nosso objetivo aqui é fornecer uma relação das muitas opções de treinamentos disponíveis no mercado.

Tudo começa na pré-impressão

Lidar com imagens tem sido um prazer para muitos profissionais que, depois de um longa lista de processos a serem executatos, é possível visualizar aquilo que foi feito anteriormente no computador. Neste caso, há opções de cursos de Photoshop da Adobe com a própria empresa através do site www.adobe.com.br. Já a Corel, dependendo do número de pessoas de uma empresa ou grupo, aplica o treinamento no local, segundo Ricardo Pereira, ricardo.pereira@corel.com.

Depois de criado é possível agendar treinamentos sobre colorimetria junto a ITG, www.itgcom.com ou aderir ao programa específico da KJ Brasil que muito fala sobre ganho e perda de pontos das imagens impressas em quadricromia. (www.kjbrasil.com.br).

Para fechamento de arquivos, o futuro está no conhecimento de um programa que já é realidade é o seu nome é Acrobat 6. Neste caso, basta consultar a Adobe, fabricante do programa. E se tudo ainda não for necessário, há programas de treinamentos que ajudam a solucionar problemas como, por exemplo, o moiré. Neste caso, a Dubuit Color importou uma ferramenta projetada pelo francês Joel Garnauld. (www.dubuitcolor.com.br).

Matrizes

Na área de confecção de matrizes, todos os cursos existentes falam basicamente de tecidos, abertura, espessura do fio, etc., mas em cada um é possível somar algumas informações capaz de ajudar o seu dia-a-dia. Dentre as opções relacionamos empresas que oferecem treinamentos:

- Agabê - www.agabe.com
- Sefar - www.sefarlatinoamerica.com
- Sericol www.sericol.com
- Saati do Brasil - www.saati.com

Estamparia Têxtil

No setor de estamparia têxtil localizada, alguns centros de treinamentos tem surgido para demonstrar o uso de tintas especiais ou efeitos especiais que possam valorizar e enriquecer uma coleção. Além disso, em alguns casos, são apresentados cálculos de custos, como podemos ver o quadro comparativo (acima) gentilmente cedido pela Texpal. As opções não param por aí e as empresas podem inclusive, fazer o treinamento fora do país como dispõe a Sericol.

- Fremplast - www.fremplast.com.br
- Texpal - www.texpal.com.br
- Tec-Screen - www.tec-screen.com.br
- Gênesis - www.genesistintas.com.br
- Sericol - www.sericol.com.br

Na indústria

Especificamente para as indústrias, só existem treinamentos internos e todos os citados até agora podem ser solicitados para aplicar os seus conteúdos. Entretanto, o que melhor funciona neste caso são os treinamentos especiais, preparados criteriosamente por consultores de mercado e especialistas no assunto. Aqui cabe uma observação: O Ary, se não o melhor, é um dos mais sábios conhecedores técnicos do processo e com grande conhecimento em colorimetria. O também colunista Bira, é um especialista em técnicas de in molde.

- Ary Luiz Bon - ary@empresarioserigrafico.com.br
- Ubirajara Silva - bira.ss@terra.com.br
- Circuito Impresso - www.abraci.org.br

No setor gráfico

Além de todos os contatos mencionados anteriormente, com excessão do têxtil, fica ainda as novas opções do Senai - Theobaldo de Nigris, que dentre 500m^2 tem os mais novos equipamentos da Otiam.

- Associação Técnica Brasileira de Cura por Radiação (ATBCR), 11 3034-0078.
- Senai - Theobaldo de Nigris - 11 6097-6312
- Senai - Ipiranga - 11 6591-2900

Acreditamos que existam muitas outras opções para que o mercado possa reciclar os seus profissionais e contribuir para o crescimento do setor. Contudo, aos que não citamos aqui pedimos que nos seja enviado o programa dos cursos e ajude o nosso banco de informações com temas atualizados. Para os leitores que precisam de treinamentos cujo os temas não foram relacionados envie-nos um e-mail. andrea@serinews.com.br

Contra a Maré



Salvador é a cidade onde o mobiliário urbano rema contra a maré. O setor vem dando saltos significativos em seu faturamento, indo contra a crise que devassa todo o país. Há investimentos nas principais capitais do Brasil como: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Manaus e agora, Salvador. Na capital baiana, os resultados começam a aparecer agora, depois de dois anos e meio de investimentos. Algumas empresas do setor têm conseguido duplicar o volume faturado em relação ao mesmo período do ano passado. Apesar do mercado ainda não ter anúncios suficientes para comportar a demanda do mobiliário, ele só tende a crescer. Em um estado onde 25% do seu PIB (Produto Interno Bruto) é industrial de bens intermediários, o mobiliário urbano inaugurou um novo conceito de mídia externa. Há pesados investimentos na instalação de equipamentos e grandes perspectivas de resultados. Assim como os exemplos qualitativos de Curitiva (foto), Salvador também está preparada para novas ações de marketing que fogem do eixo Rio - São Paulo.

Mega campanha conta com peças de Outdoor

A Absolut tem ação integrada de comunicação e sua estratégia é pensar todas as possibilidades de ação para a marca num raio de 360º, incluindo veiculação em mídia, outdoor, ações em casas parceiras (on-trade) e no varejo (off-trade). Um outdoor gigante, com limões em três dimensões embalados em sua tradicional rede, estará também presente no cenário paulistano. As 200 casas em São Paulo e 100 no Rio de Janeiro, contarão com o suporte de diversos materiais. "Todas estas ações visam atingir um público de 18 a 35 anos, classe A e B. O maior desafio de ABSOLUT CAIPIROSKA é conquistar estas pessoas no momento do consumo", argumenta a gerente da ABSOLUT no Brasil, Ana Cláudia Saba.

Investimento em Mídia é menor que Inflação

O investimento em mídia no primeiro semestre empatou com o volume investido no mesmo período do ano passado, a diferença é negativa em apenas 0,02%. Foram R$ 4670 bi aplicados nos primeiros seis meses de 2003 contra R$ 4759 bi de 2002.

A queda real é maior se considerada a inflação do período, que foi de 6,64%, segundo o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Essa constatação foi feita pelo relatório do Projeto Inter-Meios. É um relatório de investimento em mídia no país, tabulado pela empresa de auditoria PricewaterhouseCooper. O relatório mede, mês a mês, os investimentos em veiculação feitos pelos anunciantes na mídia brasileira. Estima-se que o projeto meça 90% do total de verbas. Os participantes encaminham seus dados diretamente para a Price que se encarrega da conversão do relatório em dólares, utilizando o último dia útil do mês em referência.

A mídia exterior apresentou crescimento de 20,35%, contabilizando R$137 milhões de faturamento. Porém, o peso relativo desse bom desempenho é pequeno por ser pequena sua fatia no mercado, pouco menor que 3%. As principais causas apontadas foram à relação custo/benefício e a profissionalização do meio.

O mercado de outdoors cresceu 0,64%, acompanhando o mercado, porém, os prognósticos afirmam que o outdoor terá queda nesse segundo semestre e no início do ano que vem visto em análise de suas quedas nos anos anteriores.

Novo comando na ANEPO

Aragão, diretor da Aragão Bus Comunicação Visual que em 1985, levou o busdoor para Santa Catarina como uma mídia externa inovadora assume a presidência da ANEPO (Associação Nacional das Empresas de Publicidade em Ônibus). Informações através do site: www.anepo.com.br



Em busca de novos desafios

É assim que definimos a PlastKolor, uma empresa que há mais de 25 anos vem atuando em serigrafia e sign. E ao contrário do que alguns ainda pensam a empresa catarinense tem uma infra estrutura tão boa quanto ou melhor que muitas empresas da capital paulista. Além da busca constante de informações e uso de produtos de qualidade disponíveis no mercado, a empresa tem investido em novas tecnologias com impressoras digitais de grande formato. Em termos de desenvolvimento a empresa já consolidou como "case de sucesso" alguns trabalhos, como podemos acompanhar na foto abaixo. A peça foi produzida em Placa de PVC expandido e impressa em serigrafia UV, valorizando o produto dentro de um cenário capaz de exercer a verdadeira função do material promocional no PDV. Por este e outros motivos concordamos com o slogan que a empresa leva ao longo de sua existência: "Compromisso com a Qualidade". PlastKolor, 48 240 9999



Carrossel UV


Impressora Carrossel Semi Automática com Sistema de Secagem UV

Confirmado o furo de reportagem dado em janeiro deste ano, quando através da revista informamos aos leitores de que a Otiam iria desenvolver um equipamento carrossel UV, ideal para a produção de materiais promocionais. Bem, nossa equipe de redação esteve em Cutitiba no final de setembro para acompanhar de perto o lançamento da primeira impressora carrossel com sisitema de secagem UV da Otiam. A empresa aproveitou a oportunidade para anunciar a venda do equipamento para a empresa InPut de São Paulo. Este primeiro equipamento desenvolvido pela Otiam teve formato de impressão focado em 50x70 cm, sendo, inclusive, um formato que atende as necessidades da InPut. Segundo Alexandre da InPut, o equipamento nem bem chegou à empresa e já tem pedidos esperando por ela.


Leonardo J. da Silva (Léo), diretor da Otiam e Alexandre responsável pela Serigrafia da Input

A carrossel UV dispõem de um sistema que controla a velocidade de impressão e a cura de maneira independente a partir de um painel de controle. O sistema de secagem é composto por uma lâmpada UV de 300 watts por polegada.

Cada base de impressão, também chamado de berço (nome herdado do sistema têxtil) tem um sistema de vácuo específico para a colocação e retirada do material, prevendo uma condição operacional mais adequada.

Com capacidade operacional de 2700 impressões por hora, que dividido por 6 cabeçotes de impressão e flash Cure UV resultam em 450 peças prontas, o equipamento necessita de apenas 1 funcionário nesta etapa do processo. Este fator torna-se importante e segue a tendência mundial que consiste em deslocar profissionais para outros setores de preparação e acabamento das peças impressas.

Em termos de ajuste de fora-contato, o equipamento atende às exigências do setor que iniciam em 1mm de distância entre a tela e o material a ser impresso. Segundo a empresa, o know-how adquirido na produção de impressoras carrossel para o setor têxil contribuiu para o rápido desenvolvimento deste equipamento que reúne vantagens que vão desde a mão-de-obra, controle de processo programável até necessidade de menor espaço físico. Para finalizar, o equipamento dispõem de um extrator para a retirada dos materiais. Veja no nosso site o filme da Carrossel UV em funcionamento. www.serigrafia.org


Sistema de Registro - Impressão de até 6 cores com cura sequencial UV - Extrator automático

Desengraxe da tela

A resistência de uma tela não está relacionada apenas na qualidade da emulsão, outros fatores também contribuem para que a tela ofereça resistência para longas tiragens. A preparação da tela é fundamental para que resista a uma tiragem estimada, sem a surpresa de ter que gravar outra tela para finalizar o pedido.

Após o esticamento ou após a recuperação, a tela deve ser cuidadosamente desengraxada, e é um bom desengraxante que vai permitir que a emulsão tenha a melhor ancoragem possível. Por melhor que possa ser a emulsão, ela não terá resistência se a tela não tiver sido desengraxada corretamente.

Ao contrário do que muitos serígrafos possam pensar, o desengraxante é um produto de grande peso na qualidade de uma matriz serigráfica. Ele não pode ser substituído por outro produto, como usualmente é feito com sabão, detergente, álcool, etc. Estes, não desengraxam a tela, não foram criados com esta finalidade.

O desengraxante foi desenvolvido para limpar e remover a gordura entranhada na malha do tecido, sem causar danos e deixá-la livre de impurezas, pronta para receber a emulsão que terá melhor ancoragem e melhor rendimento.

Há muitos fabricantes de desengraxante, que podem ser encontrados em forma líquida, gel e pasta. A eficiência é a mesma, a preferência fica por conta do usuário ou da forma que é aplicada na matriz.

Como normalmente acontece, alguns são mais caros ou mais eficientes que os outros, cabe à empresa estudar, testar e adquirir o que lhe der melhor resultado. Mesmo que o escolhido seja mais caro, a produção ficará com mais qualidade e mais barata. O importante é incluir o desengraxante na sua próxima lista de compras...

_____

Neilson Eloy - Técnico em Serigrafia

Fazer Diferente! Quem se habilita?



Outro dia me debatia em tentar simplificar algumas idéias sobre estratégia para um grupo de colaboradores. Do turbilhão de conceitos e teorias que nessa hora vêm à cabeça separei um pensamento notável de Joan Magretta, do seu livro *"What Managment Is"*. Ela diz com extraordinária simplicidade que estratégia nada mais é que ***definir como uma empresa será melhor por ser diferente.***

E o que é ser melhor e ser diferente? O melhor parece ser algo vago e inatingível, mas não é. Ser melhor é definir claramente os objetivos e metas, e ao considerar que essas possam ser as mesmas dos reais ou possíveis concorrentes, identificar os meios e as capacidades necessárias para transformá-las em ações que não possam ser jamais, ou dificilmente, imitados. E isso vale a pena para qualquer negócio, ou não?

A idéia não se esgota por aí, e conduz ao que se entende por ***ser diferente.*** Ser diferente, no contexto é o condicionante do ser melhor. A formulação de uma equação de valor iria nos ajudar a entender a idéia. Imaginemos que o valor de determinado produto ou serviço é igual à soma de todos os benefícios esperados menos o custo para obtê-los. Ora, para minimizar o valor temos duas possibilidades básicas: ou o custo deveria ser zero, ou próximo disso, ou os benefícios deveriam ser tão superiores de forma que, a qualquer custo, o valor ainda seria muito grande.

As empresas que são melhores por fazerem diferentemente das demais, são aquelas que estruturam e alinham suas práticas gerenciais e a organização com uma equação de valor consistentemente clara e superior, qualquer que seja o mercado ou ambiente competitivo.

Fazer diferente implica, então, em ter práticas que conduzam ao diferente. Como o diferente é contraditório ao habitual, mudanças são fundamentais. Para mudar é necessário disciplina e, principalmente, liderança. E isso tem tudo a ver com a possibilidade de um indivíduo ou um grupo transformar idéias em práticas vencedoras e daí em resultados.

A empresa melhor, diferente porque sempre vence, é aquela que cria e implementa processos diferentes, desenvolve uma estrutura de comando e organização para colocá-los em operação, e administra com propriedade as dores da mudança nas pessoas que nem sempre são e podem ser diferentes. Para fazer isso consistentemente precisa-se de líderes... quem se habilita?

Roberto Rooney Zabeo
Diretor-Presidente da Interchange Serviços S.A.
roberto.zabeo@interchange.com.br

Matéria desenvolvida para Revista Classe (Tam) - Edição Nº100 - ago/03 e autorizada pelo autor para veicularmos em nossa atual edição.

Concorrência

Foi-se o tempo em que carro concorria com carro e sabão em pó com sabão em pó. Hoje, concorrência específica deve ser entendida como todas as demais alternativas de produtos que prestam os mesmos serviços, e, concorrência genérica, literalmente, todos os produtos concorrendo com todos os produtos pelo tamanho do bolso – poder aquisitivo – das pessoas, e pela disponibilidade de tempo – poder restritivo – das mesmas pessoas. A propósito, existe uma historinha correndo pela internet, de autor desconhecido, que bem ilustra a situação, e se intitula "A Ratoeira". Em princípio, um prestador de serviços que só deveria preocupar os ratos, mas que acaba impactando outros animais...

Um certo dia o rato olha pelo seu buraco na parede e vê o fazendeiro desembrulhando uma reluzente ratoeira. Sai correndo pela fazenda gritando, "cuidado, há uma ratoeira na casa..."

A galinha deu um sorriso e comentou, "ratoeiras só dizem respeito aos ratos". Já o porco manifestando solidariedade ao rato disse, "cuide-se, mas, se o pior acontecer, prometo rezar por sua alma". E o boi continuou ruminando, indiferente, fingindo não ver o desespero do rato. Ou seja, para o pobre rato só restou encarar a ratoeira de frente...

Na mesma noite a ratoeira funcionou. Só que ao invés do rato, acabou "fisgando" o rabo de uma cobra venenosa. Que picou a distraída mulher do fazendeiro, levada imediatamente ao pronto socorro. Devidamente medicada, a mulher passou duas semanas de cama, com muita febre e acabou sobrevivendo.

Só que para atenuar a febre nada melhor que uma canja e lá se foi a galinha. Para alimentar os parentes e amigos que vieram visitar sua mulher o porco foi para o forno. E para comemorar a recuperação da mulher, nada melhor que um churrasco e desta vez, o "voluntário" foi o boi.

Assim, e da próxima vez que um produto novo – qualquer que seja - aterrizar no mercado, antes de dar de ombros e dizer que não lhe diz respeito, pense duas vezes e tome todas as providências, porque mais cedo ou mais tarde vai acabar impactando seus negócios.

Francisco Alberto Madia de Souza
Diretor Presidente do MadiaMundoMarketing
madia@mmmkt.com.br

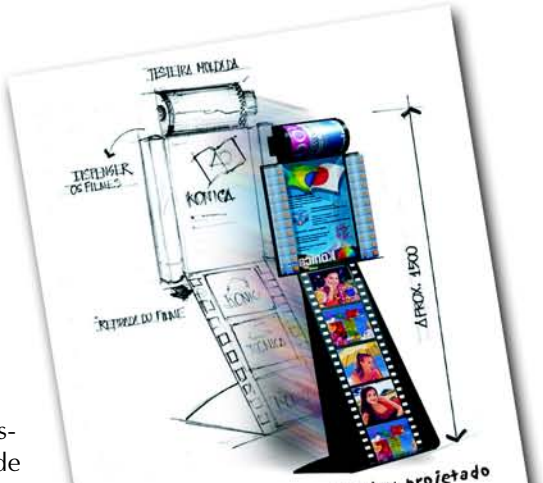
Na próxima edição da Revista Empresário Serigráfico estaremos aborando como tema de capa: Oportunidades de mercado. Um edição especial para aqueles que planejam ações para o ano de 2004. Participe! Envie sugestões, críticas e comentários sobre o assunto. andrea@serinews.com.br

displays

Quem vê um display, muitas vezes não tem idéia da complexidade e infra-estrutura necessária para produzir peças criativas



Simão Sammi, Gerente de Produção e Eduardo Silveira, Gerente de vendas no agradável Espaço Café Alpha



Do desenho manual ao Display projetado em 3D por softwares especializados



Logisitca integrada com o cliente e embalagens reforçadas com cantoneiras anti-impacto



Estoque mínimo de 60 a 80 toneladas de materiais como PETG, Acrílico, PS, PVC e outros.

A criatividade empregada nos displays expostos em milhares pontos-de-vendas espalhados pelo Brasil tem demonstrado o potencial de muitas empresas. Sem dúvida, teríamos condições de escrever uma coleção de livros para demostrar tamanho potencial de nossos profissionais, que ao contrário do que alguns ainda possam pensar, são empresas bem estruturas e com capacidade tecnológica para competir com qualquer empresa do mundo.

Entretanto, escolhemos este mês a Alpha Display que desponta no mercado com uma equipe tri-campeã do Prêmio POPAI. Somente este ano foram conquistados 20 deles e quem comenta sobre a mais importante premiação do setor é o Designer da Alpha Display, Francisco Heitzmann: "Os prêmios são resultados de um trabalho focado na necessidade do cliente, que nada mais é do que ter uma peça que permita divulgar ou vender cada vez mais o seu produto, marca ou serviço. O prêmio é a consequência e um reconhecimento que serve de estímulo para toda a nossa equipe continuar trabalhando com garra e determinação, afinal, vivemos em um mercado altamente concorrido."



Estilo Próprio

Diferente dos Estados Unidos que geralmente padronizam os displays e utilizam o conceito de megastore para determinados nichos ou pontos de vendas, no Brasil a criatividade é essencial e cada cliente espera algo personalizado capaz de diferenciar e destacar o seu produto em relação aos demais. "A criatividade consiste em entender o que o cliente precisa e traduzir com a máxima simplicidade para uma peça efetivamente atrativa.
É o caso do cliente que vende tintas para pintar telhas e nada melhor do que uma telha em formato de display, onde estão aplicadas todas as tintas, em for-

ma de catálogo de cores", comenta Eduardo Silveira, gerente de vendas da empresa. Em termos de criação dos displays, pudemos notar que não há restrições, mas os mais utilizados ainda são os plásticos (poliestireno, acrílico, PVC e PETG), os metais (ferro), a madeira (MDF) e o papelão.

A partir de um "breafing" a empresa projeta a peça em softwares como 3D Studio, Photoshop, Corel Draw e Ilustrator. Encaminha para uma prévia aprovação do cliente e então, para o setor de protótipos. O cliente aprova o modelo e o material pode ser produzido em série, seja ele um display quiosque, balcão, carrinhos de degustação, expositor ou outros. "A criatividade do display depende da quantidade de substrato que pode ser usada", comenta o designer Heitzmann.

Outro detalhe é que para estimular toda esta criatividade associada a eficiência de produtos, a empresa Alpha Display também incentiva a integração funcionário-empresa com o Espaço Café Alpha e uma academia super equipada. "A capacidade produtiva e a qualidade em série, depende das pessoas e por isto é preciso que todos se sintam bem" diz Eduardo Silveira.

Do terceiro setor as palavras do presidente

Em relação ao terceiro setor, a empresa patrocina junto com a Chevrolet o ilusionista brasileiro Issao Imamura, e promove internamente projetos sociais como a arrecadação de brinquedos para presentear as crianças com câncer no Natal, comenta Silveira.

Na opinião do diretor Antonio Luiz Napolitano, o mercado brasileiro está muito bom por ser competitivo e, em comparação ao mercado internacional, está pequeno e resumido. "Ainda está difícil competir lá fora, não é um bom momento ainda", diz. Mas, afirma que isto poderá acontecer assim que o crescimento do mercado interno for sustentável.

A Alpha Display é uma empresa que está há 13 anos no mercado, tendo em vista um faturamento de R$ 27 milhões em 2002 e clientes como Unilever, Nestlé, Gillette, L´Oreál, Johnson&Johnson, Philip Morris, AmBev, Coca-Cola, Danone, Parmalat, Schincariol, Kodak e outros.



Criadores de Soluções e de quebra, campeões de diversas premiações. Começando pela esquerda: René Jardim, Magnílson Castilho, Vanessa Gobbo, Francisco Heitzmann, Wiliam Ricardo e o Trofeú Prêmio Popai Brasil 2003 (Ouro).



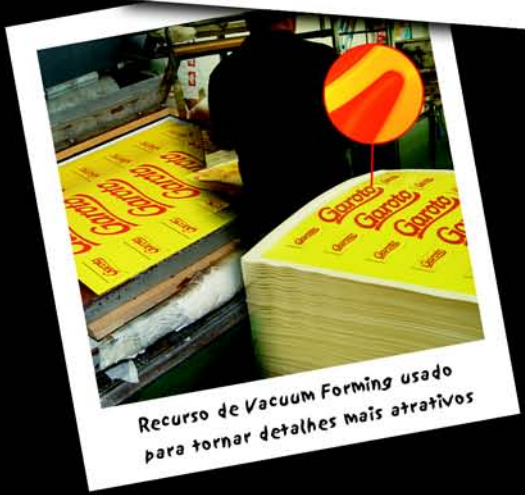
Academia e Técnica Laboral a serviço dos 260 funcionários da empresa.



Equipe de desenvolvimento de projetos especiais e protótipos.



Sistema de impressão serigráfica manual, devido a necessidade de atender diversos formatos e semi-automática. (Tintas convencionais e ultravioleta)



Recurso de Vacuum Forming usado para tornar detalhes mais atrativos

Artigo

O PDV e os quatro pilares do Marketing

Há 66 anos, o POPAI, principal entidade internacional que estuda periodicamente o comportamento dos pontos-de-venda (PDV) e que está presente em 26 países incluindo o Brasil, confirma em entrevista exclusiva à Revista Empresário Serigráfico, que 85% das decisões de compra são feitas no PDV.

Segundo Ronald Peach, presidente desde agosto de 2002, "O POPAI integra informações capaz de orientar anunciantes de modo a maximizar os resultados junto aos seus respectivos consumidores". O trabalho da entidade consiste também em estudar o que acontece em relação à propaganda em ponto-de-venda. Trabalha com os quatro pilares do marketing: varejo, anunciantes, agências de propaganda e fornecedores para aumentar a percepção do mercado, "A ciência do merchandising é o conhecimento da técnica de venda", diz Ronald Peach.

O POPAI promove pesquisas para direcionar anunciantes, grupos de trabalho para discutir assuntos de grande interesse ao mercado, caravanas para feiras internacionais, cursos e workshops e palestras em universidades para ajudar o aluno a se situar no mercado. Além de mostrar ética a todos. "Em cinco anos vemos que o mercado evoluiu enormemente, hoje podemos dizer que o Brasil tem a mesma qualidade em PDV que os americanos e europeus", diz, "O mercado brasileiro só não consegue competir mais por não conseguir se introduzir no mercado internacional. Ainda que tenha toda a capacidade de fazê-lo não permitem", completa.

Em um mercado que movimenta quase U$1,5 bilhão (projeção feita por pesquisas baseadas no PIB brasileiro em relação ao americano) possui de 20% a 25% dos investimentos de publicidade e sua característica daqui pra frente, é se dividir cada vez mais.

"Todos os mercados foram afetados pela crise brasileira e mundial, porém, temos conhecimento que o merchandising de PDV foi uma das atividades que teve menos queda dentro da área de comunicação, em virtude do varejo ter apresentado crescimento médio de 4% ao ano nos últimos 10 anos. Há boas perspectivas para todo o setor para o final de ano e início de 2004, que deve apresentar aquecimento da economia" informa o presidente.

A entidade também organiza o Prêmio POPAI que avalia não só a produção criativa das peças (displays), mas também o comportamento da mesma no ponto-de-venda. Este ano foi a 5ª edição e foram inscritas 321 peças e premiado 24 categorias com ouro, prata e bronze. Neste quesito, a serigrafia tem contribuido muito, haja visto a versatilidade do processo que não restringe a criatividade das empresas. O que falta é uma maior divulgação das empresa mostrando os processos através dos materiais de ponto-de-venda produzidos. Informações: www.popaibrasil.com.br

A Elite e os Plebeus

Recentemente tive a oportunidade de participar de dois eventos, excelentes em qualidade, e preocupantes em essência . Participei de uma reunião do grupo que discute as normas da serigrafia como um todo, grupo este organizado pela ABTG, e também participei de um seminário organizado pela USP, com palestras proferidas por algumas das mais importantes empresas do nosso segmento. Ao analisar os dois fatos fiquei com a seguinte dúvida: não estamos elitizando a serigrafia e deixando uma grande e significativa parcela do segmento sem a informação atualizada, e sem possibilidade de melhorar tecnicamente seus trabalhos?

No caso do grupo da ABTG, considero extremamente válido que se normatize, para que tenhamos parâmetros, normas e linhas de orientação para pré, durante e pós-impressão. Mas pergunto:

- Qual o percentual do mercado vai seguir estas normas?
- Qual segmento consumidor de serigrafia vai exigir que se sigam estas normas?

No caso do seminário da USP, o evento foi digno de elogios, porém, sou favorável a ampliar este tipo de evento, e muito. O objetivo terá que ser sempre a ampliação da informação e da técnica. E por que não a regionalização da informação?

Acredito que tenhamos características serigráficas regionais, e podemos aproveitar isto para ampliarmos o conhecimento geral. Vejamos o exemplo americano, que faz a sua feira anual itinerante, exemplo este copiado pela Fespa, que a partir de 1992 passou também a ser apresentada em vários países de Europa.

Vamos todos pensar nisso, e se alguém tiver alguma sugestão, entre em contato pelo e-mail

Bom trabalho a todos.

Sergio Horta
s.horta@serigrafia.org

China tem Empresa de Mídia interessada em trabalhar com Empresas Brasileiras

A Ningbo YuanYuan Digital Ink Jet Materials Co., Ltda está localizada em Ningbo, China, e é especializada em fabricação de mídias para impressão digital de peças como banners, cartazetes e outros. Os materiais fabricados são de resistência e aplicações Indoor e Outdoor. Os interessados em importar os produtos da empresa ou mesmo representá-los podem fazer contato, em inglês, através do telefone +86(0)574 86229192, ou pelo site http://nbyy.chinasuppliers.alibaba.com

Artigo

2400 Variáveis !?*@...

Velocidade de impressão; Altura do fora-contato; Inclinação do rodo (raca) de impressão; Dureza do rodo; Perfil do rado; Pressão do rodo; Viscosidade da tinta e Tipo de malha dentre outras, são algumas das infindas variáveis que a serigrafia tem e juntas, totalizam cerca de 2400 variáveis ou combinações de variáveis.

É comum dizer que mesmo existindo tantos equipamentos e instrumentos de controle, a elevada quantidade de variáveis no processo, compromete a repetitibilidade e ameaça a qualidade total.

As variáveis da serigrafia, podem se tornar grandes aliadas, mas, para isso antes de tudo, saber com clareza, quais são as especificações determinadas pelo cliente e assim, produzir o que o cliente deseja.

Imagine por exemplo, que uma determinada tinta quando impressa está mais clara e, portanto, fora de padrão. As vezes a solução não é trocar de tinta ou trocar a malha de impressão, mas aumentar a camada de impressão inclinando ou arredondando o rodo de impressão.

É evidente que todo serígrafo sabe disso, então só resta dizer que o problema está em detectar a falha durante a produção e para resolver isto, não existe outra maneira se não saber qual é a especificação do cliente e a partir daí, investir em um controle de qualidade de processo que atue dentro da produção.

Em outra oportunidade, argumentei que a serigrafia, ao contrário de outros mercados, não dispõe de ferramentas passa-não-passa, paquímetros, micrômetro e outros instrumentos de medição para auxiliar no controle de qualidade é justamente por esta razão que insisto na intensificação de controle de qualidade de processo.

Quando se tem um processo com tantas variáveis, elas podem ser a solução, principalmente quando descobrimos que são elas que fazem da serigrafia um mundo mágico, capaz de corrigir os inúmeros problemas de produção.

Seria quase impossível de gerenciar o controle de todas as variáveis, então, a dica é detectar quais são as variáveis que efetivamente comprometem a sua qualidade e estabelecer um controle preventivo sobre elas.

Não estou sugerindo que se deva engessar o processo com inúmeros controles de qualidade, mas estou dizendo que é preciso detectar o exato momento em que elas, "as tais variáveis comprometedoras", atuam na sua produção.

Uma vez detectada, *na produção*, a variável que compromete a qualidade, as 2399 variáveis restantes da serigrafia poderão se tornar ferramentas ou meios para possibilitar a correção daquela fatídica variável comprometedora.

Ubirajara Souza Silva - Consultor Serigráfico
bira.ss@terra.com.br

Empresas não podem ser ilhas

No Premier Print Awards 2003, promovido pela norte-americana Printing Industries of America (PIA) e considerado o mais importante certame de qualidade gráfica do mundo, a América Latina recebeu 28 prêmios. Dentre estes, 17 couberam ao Brasil. O país ficou em primeiro lugar no World Calendar Awards, promovido pela Calendar Marketing Association, também dos Estados Unidos, e conquistou duas medalhas de prata no Concurso Sappi Trading Printer.

A performance brasileira em competições internacionais, cada vez mais expressiva nos últimos anos, não é fortuita, incidental ou fruto da aquiescência dos corpos de jurados, sempre constituídos por profissionais e técnicos de alta qualificação. Na verdade, os produtos gráficos nacionais têm hoje qualidade e preço FOB similares aos dos países do primeiro mundo com antiga *expertise* no setor.

Expresso também no aumento do volume de exportações (cerca de US$ 130 milhões anuais, com perspectiva de atingir US$ 250 milhões nos próximos exercícios), o salto tecnológico da indústria gráfica brasileira — que agregou ao setor o binômio "qualidade/preço", fator condicionante do sucesso dos negócios na nova ordem econômica mundial — resulta de uma série de distintas causas e ações conjugadas e intercomplementares. Um dos fatores é relativo aos investimentos em máquinas, equipamentos e processos, que somaram mais de US$ 6 bilhões nos últimos 10 anos.

Paralelamente, foram ampliados e aperfeiçoados o treinamento e a formação profissional. Neste campo decisivo, as principais iniciativas concentram-se nas ações coesas desenvolvidas pelo Senai-SP, por intermédio da Escola "Theobaldo De Nigris", e a ABTG (Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica). Além do ensino de nível técnico, já ministrado há tempos com grau de excelência, o Senai passou a formar tecnólogos em pioneiro Curso Superior de Tecnologia Gráfica, com duração de oito semestres. Em 2003, o Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado de São Paulo (Sindigraf-SP) facilitou o acesso de profissionais das gráficas a cursos do Senai e de empresários e executivos, a cursos de gestão da ABTG, subsidiando 90% do valor.

Alinham-se, ainda, ao avanço de qualidade da indústria gráfica, as pesquisas e elaboração de normas pela ABTG, oficialmente reconhecida pela ABNT como Organismo Setorial de Normalização. A entidade também é a representante brasileira no Comitê Gráfico da ISO, fator que ampliou o intercâmbio e a troca de conhecimento com instituições técnicas de todo o mundo. Todo o trabalho de normalização agregou padrões de excelência aos processos industriais do setor.

Fabio Arruda Mortara
Empresário gráfico, e presidente da ABTG

A Nova Geração 64bits

A tecnologia 64 bits está invadindo o mercado. De que forma? Através dos processadores dos computadores designidados para uso de imagem, audio e vídeo. Recentemente, duas empresas fizeram anúncio da tecnologia e nossa equipe foi de perto conferir.



KJ Brasil compra PowerMac G5

Um dos principais bureaus de pré impressão do setor de serigrafia, sai na frente e depois de conferir o lançamento oficial da Apple, adquiriu dois novos equipamentos Power Mac G5. O principal motivo é que com o aumento de recursos disponíveis nas versões dos softwares a criatividade das agências tem demandado equipamento com processadores mais potentes. Afinal neste segmento quase tudo é para ontem. Segundo a Apple, o Power Mac G5 é o mais rápido computador pessoal do mundo, a ponto de quebrar a barreira de 4 passando a usar até 8 gigabytes de memória. O novo processador G5 – disponível em velocidades de até dois processadores de 2GHz, com uma nova arquitetura de sistema de banda ultralarga, com AGP 8X e PCI-X – torna o equipamento uma revolução na potência de processamento para desktop. O computador já está à disposição do mercado para pronta entrega e será vendido por todas as revendedoras autorizadas Apple do país. Foi lançado em 3 modelos com os preços: 1.6GHz –R$ 11.490,00, 1.8GHz – R$ 13.490,00 e Dual 2.0GHz – R$ 16.790,00. O lançamento é compatível com todos os tipos de software. Informações: www.apple.com.br

Processadores para PC

Em termos de PC, a empresa de circuitos integrados AMD,também lançou recentemente os processadores de 64bits com custos que vão de R$1.251,00 a R$2.199,00 (o processador). Vale lembrar que este sistema ainda depende do desenvolvimento de um sistema operacional que a Microsoft apresentará em maio de 2004. Maiores Informações: www.amd.com/brasil.



Vutek Comemora 15 anos

A empresa americana, fundada em 1988, e fornecedora de impressoras de grande formato, está celebrando seu 15° aniversário no mercado. Desde seu início, a Vutek continua com o mesmo posicionamento em relação ao constante desenvolvimento do mercado de impressão digital. A Vutek preparou as novas PressVu® UV 180/600 EC flatbed, UltraVu® 150 grande formato, UltraVu® 3360 EC e a UltraVu® 5330 para a SGIA´03, feira americana do setor que acontece de 15 a 18 de outubro em Atlanta, EUA. Informações: www.vutek.com

Pesquisa dedicada a impressão digital

André Lúcio, ex-Sansuy anunciou recentemente através de um release, o desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa e qualitativa sobre o mercado de impressão digital. O projeto irá contemplar a opinião de fabricantes de equipamentos e insumos; empresas de comunicação visual e clientes formados por agências de publicidade, merchandising e anunciantes de diferentes setores. A dedicação profissional tem com objetivo oferecer a um pool de empresas, estratégias de marketing direto que possam agregar valores entre fornecedores e clientes.

Olympus Lança Lente com Grande Resolução

As Zuiko intercambiáveis Digital Specific Lenses permitem maior resolução e são rápidas e compactas. Com base no novo Four Thirds System (Sistema de 4/3), as Zuiko Digital Specific Lenses encaminham a luz para o sensor, propiciando imagens claras com precisão. Comunica-se com o corpo da recém-anunciada câmera profissional Olympus E-1. Elas compensam problemas com as informações Distortion Compensation incorporadas na CPU das lentes. O projeto das Smart Lens permite que os usuários utilizem versões atualizadas para cada componente. Ao conectar a câmera E-1 a um computador com Internet, o software Olympus coleta e atualiza informações para lentes, flash e corpo. Para obter mais informações sobre o Olympus Digital SLR System, visite o site www.olympusamerica.com/e-1 (em inglês).

Tintas a base de Solvente

Comprar tintas para impressoras digitais a base de solvente significa estar atendo ao que acontece no mercado. Para impressoras DGI e Infinity o custo das tintas CMYK são de R$ 350,05 por litro e para Vutek, Arizona e Salsa o custo por litro é de R$ 203,46, conforme boletim informativo divulgado pela Multisign em setembro/outubro de 2003.
Maiores informações através do telefone: 41 3015-8635

Nova cortadora de vinil

O equipamento S-60 (Puma), possui largura de corte de até 590 mm, velocidade de corte até 600mm/s, força de corte até 400g e possui porta USB. É indicada para o mercado de sinalização, comunicação visual, serigráfico, indústria têxtil, indústria de vidros, e na confecção de brindes promocionais. Vários materiais podem ser utilizados como vinil adesivo, filme rubi ou âmbar, flock térmico, sand blast. A Akad está vendendo a partir de US$ 1998,00. Mais informações: www.akad.com.br

Artigo

Crescimento e adequação técnica x administrativa



Muitas vezes eu escrevo artigos na primeira pessoa do singular, por favor não tomem isso como uma intenção de me apresentar como o campeão de plantão. Eu simplesmente falo de minha experiência,esperando que seja útil.

Ter bastante experiência (quantidade) em um mercado como o da serigrafia pode ser um pouco frustrante algumas vezes. Do ponto de vista puramente técnico, me agrada (como também acredito que agrade à maioria dos serígrafos) aprender coisas novas, ver os avanços técnicos nos equipamentos e produtos, ver a evolução e a interpenetração entre a impressão digital e a serigrafia.

Então chega aquela hora em que você presencia empresas serigráficas que, após um crescimento considerável, entram em um declínio. POR QUE isso acontece?

Como eu sou um "teórico", tenho uma teoria sobre isso...

Quando o Marquinho pegou firme para levar adiante esta revista, com a proposta editorial que tem, teve meu total apoio desde o início. Fazia falta uma revista que abordasse o mercado da serigrafia desde um ponto de vista da administração do negócio que envolve esta técnica de transferência de imagem de que gostamos: a serigrafia.

A observação que faço é que, quando falamos em administração, parece estar dissociada da parte técnica da aplicação da serigrafia. Neste ponto entra o "filme" que assisti algumas vezes durante meus anos de vivência em fábrica e na consultoria. É MUITO diferente gerenciar um empresa de uma pessoa só, outra com impressores dedicados, outra com equipamento semi-automático, outra com condições de manuseio mecanizado, e assim por diante - embora todas as mencionadas façam a mesma coisa, serigrafia.

Numa empresa onde trabalhei como funcionário, tinham 260 pessoas das quais 30% na operação de tarefas relacionadas à imagem (ao meu encargo técnico), 10% eram impressores de serigrafia, 5% eram montadores de filme, mais laboratório, fotografia direta, e arquivo. Como a empresa produzia circuitos impressos, o restante dos funcionários se dividia entre linha química, operações mecânicas, programação e controle numérico, e controle da qualidade - mais o setor administrativo, compras, vendas e manutenção.

É claro que a empresa tinha problemas. Tínhamos um índice de refugo de 3,5% no produto acabado (considerando 10 mil m^2 de circuitos de um dos tipos, é muito), e uma pressão do administrativo para reduzir este índice, claro. Minha queixa principal (como todo técnico) dizia respeito à estrutura implantada e falta de recursos, o que é uma armadilha para o técnico. Um dia, o administrador chega e diz:

- Taí, comprei o equipamento, agora cala a boca e vamos ver números.

Mas o nosso assunto não é sobre este ou aquele equipamento, e sim sobre a adequação à produção. Sempre foi líquido e certo que, ao pressionar a tiragem para cima, o índice de rejeição aumentava. "Culpa da falta de treinamento, culpa da falta de manutenção, culpa do material, culpa do outro departamento que passou a bola quadrada, etc. etc."

Não adianta fazer o jogo do ciclo dos culpados, tem que olhar a estrutura inteira implantada, com olhos de generalista, não de especialista. O serígrafo tem a tendência de ser especialista. Quando um empresário (serigráfico) me diz com orgulho:

- Temos 15 máquinas semiautomáticas na linha..."

Eu penso,

- Xiii...

Por que será que o empresário brasileiro pensa quatro vezes antes de comprar equipamento e sai contratando mão-de-obra a torto e a direito? Eu não tenho nada contra diminuir os números do desemprego, mas quem já fez a conta dos custos indiretos de administrar gente...? E dos custos de produzir esticando a produção aos picos de demanda na estrutura existente (horas extras, índices de refugo, etc.). Se o cara tem 15 máquinas semi-automáticas, por que não substituir por quatro semi e somente uma totalmente automática? Por que gosta de sofrer?

A ilusão da mão-de-obra barata é a armadilha do administrador, assim como o sonho de que um equipamento específico vai resolver tudo é a armadilha do especialista técnico. Uma vez, discutindo isso com o dono de uma estamparia de São Paulo, ele me disse:

- Mas como eu vou fazer o investimento em impressoras e retornar se o mercado só paga R$ 0.09 por batida...? (era um preço da época).

Eu disse pra ele:

- Você vai passar a gastar menos na administração.

Foi duro, ele tinha 30 impressores manuais e mesas corridas, o processo não foi simples, ele passou depois a ter 15 impressores e uma máquina oval, hoje ele tem 3 máquinas carrossel, o faturamento aumentou MUITO e a quantidade de gente empregada se manteve.

Ao empresário mencionado, parabéns, eu sei que você deve estar lendo isso. Fiz menos trabalhos para ele do que gostaria, mas ele tem minha simpatia e respeito. Ele passou a investir em ferramentas administrativas e controles usando computadores, etc.

Geralmente as empresas de serigrafia começam pequenas. Muitas crescem, e fecham. Diversas se mantêm num certo patamar. Poucas crescem bastante e se mantém grandes. Minha teoria é que a parte técnica deve dar espaço para a parte administrativa (e vice-versa). E daí se pode pensar em crescer mecanizando ou automatizando funções onde for possível. A propósito disso, a diferença entre mecanização e automação é que a última não é possível sem a instrumentação; mas isto é matéria de um artigo futuro.

Ary Luiz Bon - Especialista e Consultor em Serigrafia
ary@empresarioserigrafico.com.br

Como evitar moirés na impressão

Acompanhe a partir desta edição uma sequência de matérias sobre moiré. Aproveite os e-mails dos autores para tirar as suas dúvidas ao fim de um amplo material de consulta. Afinal, moiré é um efeito indesejável que irá cruzar o caminho de qualquer empresa que queira reproduzir imagens através da serigrafia. Com vocês Werner! Muitos usuários que utilizam tintas UV e imprimem superfícies como por exemplo CD/DVD, placas ou também papel couchê se perguntam repetidamente por que surgem moirés nas tonalidades cheias. Ou por que a impressão reticulada de quatro cores Y+M+C+K em grandes formatos não apresenta problemas, mas, as superfícies produzem um moiré no mesmo trabalho de impressão se ele for realizado com apenas duas cores, por exemplo cyan e magenta. Ou por que surgem leves ondas na impressão de CD's e DVD's com cores Pantone!



Formato grande: superfície "tonalidade cheia cyan e 90% magenta"



CD: cor Pantone verde sobre branco-opaco

Qual é a razão?

Para manter o volume da tinta o mais baixo possível mesmo em tintas UV, só se pode trabalhar com tecidos de 140 fios/cm ou mais finos. Para auxiliar na escolha do tecido, dispomos não só do título do fio mas também do diâmetro do fio de 27, 31 ou 34 microns. Isto produz diferentes geometrias do tecido. Decisivo é se a abertura da malha é maior, igual ou menor do que o diâmetro do fio.

A B C



Na sequência: SEFAR PET 1000 150-27, 31 e 34

a) A abertura da malha é maior do que o diâmetro do fio. Tem alta resolução: é selecionada para traços e retículas muito finas.

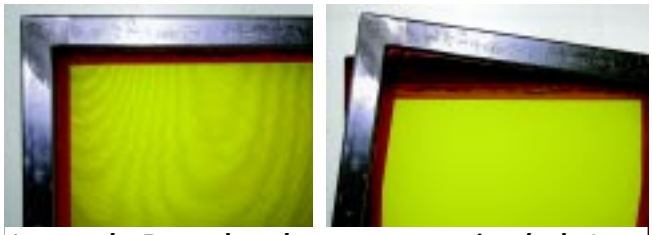
b) A abertura da malha é do mesmo tamanho do que o diâmetro do fio. Tem boa resolução e boa durabilidade: é um meio termo entre os itens a e c

c) A abertura da malha é menor do que o diâmetro do fio. Tem durabilidade muito longa e consumo reduzido de tinta: empregada para grandes formatos com retículas grossas! Principalmente em tecidos como (c) pode ser que, na impressão, a estrutura do tecido fique delineada em ambas as cores e este fenômeno só possa ser visto em um microscópio (tintas com solventes não tendem tanto a apresentar este fenômeno)

Como evitar esta formação de moirés?

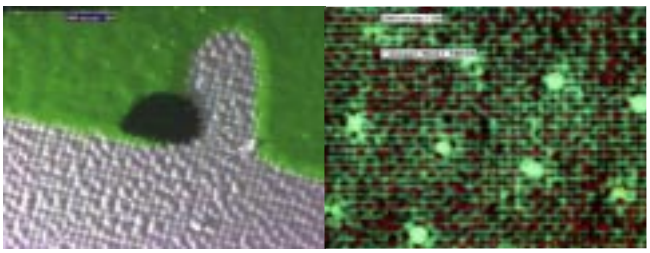
Na tinta: Como em muitos outros problemas, é preciso encontrar um meio-termo. É necessário romper a tixotropia de retícula da tinta (correr/parar) com um aglutinante especial (20% de aglutinante transparente). Não é necessário trocar de fabricante de tinta e de forma alguma adicionar outros agentes de controle de fluidez.

No tecido: Como já mencionamos, os tecidos (a), (b) proporcionam um melhor fluxo de tinta do que o tecido (c). As duas ilustrações abaixo mostram como o problema pode ser eliminado apenas com um pequeno deslocamento das duas telas, sem que seja necessário trocar de tinta.



A esquerda: Duas telas sobrepostas em um ângulo de 0
A direita: Duas telas sobrepostas levemente deslocadas

Werner Fritschi - técnico de aplicação da Sefar
werner.fritschi@sefar.ch (em Português)



A estrutura do tecido visível somente em um microscópio

Artigo

Instrumentos de Medição

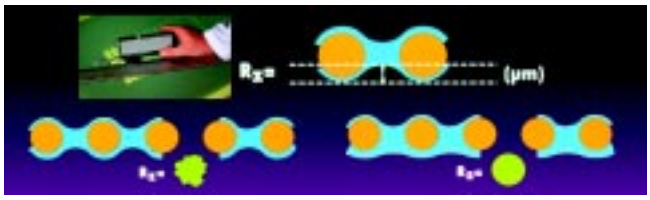
Há muito ouvimos falar da importância dos instrumentos de medição na serigrafia. Mas quais seriam e para quais finalidades? As dicas são de Christian Langenegger da Sefar e Ana Munoz da Saati que mostram especificamente o Medidor de Umidade. Não estamos relacionando, aqui, tensiômetros que medem tensão das telas e já são bem difundidos. Assim como também os conta fios.

Medidor de espessura:

Este instrumento mede a espessura do tecido e da camada de tinta aplicada. A espessura da matriz determina a espessura das extremidades, a resolução e a espessura do depósito de tinta úmida no impresso.

Medidor de Rugosidade:

Verifica a superfície da matriz. É necessário colocá-lo na superfície do tecido, a 22,5° em relação ao fio do tecido. Durante a medição, o tecido se move alguns milímetros para obter um número pré-determinado de amostra nos pontos mais altos e baixos da superfície. A medida média, em Um, aparece na tela digital do instrumento. O valor Rz (nomenclatura da DIN - norma de rugosidade média) para matrizes serigráficas deve sempre ser menor do que a espessura da camada medida. Uma superfície de matriz relativamente lisa é essencial para a impressão de extremidades definidas, para evitar efeitos de "dente-de-serra".



Radiômetro:

As matrizes secam e curam melhor quando expostas a uma boa fonte de luz. As fontes devem radiar, predominantemente no intervalo, UV entre 350 e 420nm. As lâmpadas têm vida útil limitada e a energia radiante diminui com o tempo, requerendo, portanto, uma compensação de exposição. O radiômetro oferece um meio simples para avaliar a eficiência da lâmpada.

Medidor de dureza

Este instrumento é usado para medir a dureza da borracha do rodo (unidade de medida em Shore). A borracha é afetada por vários solventes e está sujeita a um processo natural que faz a dureza mudar com o passar do tempo. Toda cor que é passada numa mesma impressão deve usar um rodo com a mesma dureza. Rodos diferentes causam problemas de registros e alteração de cores.

Viscosímetro:

A viscosidade no meio de impressão (tinta, verniz, cola, etc.) tem uma grande influência na velocidade de impressão, na quantia de tinta que atravessa a matriz, na espessura do filme úmido, na nitidez das extremidades e etc. Para resultados de impressão consistentes, a viscosidade do meio de impressão deve ser mais constante possível. Um viscosímetro é usado para medir a viscosidade do meio de impressão ou para ajustar a velocidade de um valor pré-determinado. A viscosidade é medida em Pascal ou Poises.

Espessura da camada úmida:

Determinadas aplicações de impressão exigem uma camada de espessura cuidadosamente controlada e reproduzível (espessura de cobertura). A solução é este dispositivo simples para medir a aplicação em úmido. O instrumento é rolado cuidadosamente sobre a tinta fresca. A espessura da camada em Um, é lida em uma escala, no ponto onde cessa aplicação.

Medidor de particulas:

O tamanho da partícula do meio de impressão deve ser pelo menos, 3 vezes menor do que a abertura da malha dos tecidos de serigrafia. Uma amostra-teste simplesmente é colocada sobre o dispositivo. O tamanho da partícula, em um, é lido em escala, onde termina a amostra.

Termômetro/Higrômetro:

O meio de impressão, o material e os quadros são bastante afetados pela temperatura e pela umidade atmosférica. Monitorando a qualidade do ar no ambiente de impressão, pode-se evitar muitos problemas e minimizar suas causas.

Medidor de Umidade por Contato

Instrumento estudado especificamente para determinar quando um quadro emulsinado está sufucientemente seco para a exposição. O equipamento funciona por contato fornecendo uma leitura imediata do resíduo de humidade contido na foto emulsão. Previne a formação de micro furos e rupturas prematuras das imagens gravadas.





As prioridades da Serigrafia

Olá amigos do grupo de serigrafia.
Tenho uma imagem para ser impressa em cromia com predominância de vermelho e azul, e uma área de preto chegando a 4%. A imagem está com 167 dpi em tamanho final. Há muitas fórmulas diferentes no mercado para se definir o conjunto de setup apropriado. Tomemos como parâmetro o seguinte: Vou imprimir com Tinta U.V. e malha Sefar 150.34 com tensão de 17 N/cm 24 hs após a esticagem o que transforma a malha em ±143.34.
Que angulações usar nas retículas?
Que lineatura usar, considerando uma faixa entre 60 e 90 lpi? Passo esse caso a vocês porque vivemos na prática um problema que não conseguimos solucionar. Tivemos com moire no vermelho e no preto. Testamos com malha 165 e o problema persistiu. Gravamos com malha 180 e...piorou.
Fazemos gravação e esticagem aqui na empresa. Temos um conjunto de pinças mecânicas e uma prensa a vácuo. Fonte de Luz de metal Halogêneo de 5000w. Três dos seis quadros que testamos esticamos na color Screen pra não dizer que foi a esticagem mal feita e o problema continuou. E aí, alguém tem alguma dica?
Obrigado
Jenival - Seal Screen

Puxa Jenival.....sinto um alívio quando vejo suas mensagens. Percebo que não estamos sozinhos com esses problemas .....rs.....boa sorte p/ todos nós.....rs.
Paulo - PHB Surya

Paulo,
Sinto alívio da mesma forma quando outros membros do grupo expõem suas dificuldades. Os problemas existem. Alguns dividem, outros não. A verdade é que a grande maioria dos serígrafos tem os mesmos problemas e algumas soluções, então resolvem não dividir os problemas pra não ter que dividir as soluções. É um assunto delicado eu sei...Espero um dia ter soluções pra oferecer...rs...muita sorte pra todos nós.
Jenival - Seal Screen

Vamos por partes como dizia Jack.
E vamos partir pro pau, que eu estou inspirado hoje..
1) imagem .. cromia com predominância de vermelho e azul, ... preto chegando a 4%... 167 dpi ..tamanho final
Para serigrafia 150 ppi tá BOM, se tiver traço use 200 ppi (na imagem é ppi e não dpi). O preto chegando a 4% = imprima uma escala com a retícula "zerada" (sem compensação) e meça em que região rendeu 4%. Reestabeleça a compensação baseado nesta escala. Use pelo menos 20 pontos (valores) de medida. você vai precisar de um densitômetro de transparência para conferir o filme e de um densitometro de reflexão para conferir o impresso. Predominâncias... você quer usar separações n-colorspace em vez de CMYK? fale com o Alex na Midgraf (xx11 3813-4138 midgraf@ajato.com.br)

2)...fórmulas diferentes no mercado ... Tinta U.V. e malha sefar 150.34 com tensão de 17 N/cm 24 hs após a esticagem o que transforma a malha em ±143.34. Teste as "fórmulas" e depois jogue fora. Procure tirar conclusões sobre o que funciona e porquê. Fazer coisas sem saber porquê só é bom para bruxas e engenheiros bitolados. Tinta UV - por que não? Tela 150.34 = não tem uma melhor? 34 micra é muito grosso para 150 fios (bleargh!). Só no Brasil se usa esta porcaria!!! Defensores de plantão e fornecedores de tecido, pronunciem-se!!! Mudança de contagem = OK, tem que acontecer. 17 N/cm = FROUXO!!! Você precisa melhorar sua esticagem. tente utilizar telas de baixa elongação, seja da Sefar, da Saati ou da NBC e fazer tensionamento progressivo até 25 N/cm pelo menos.

3)Que angulações usar nas retículas?
Faça testes práticos. Com mais tensão os problemas de moiré vão se reduzir.

4)Que lineatura .. entre 60 e 90 lpi?... moiré no vermelho e no preto. .. malha 165 e o problema persistiu. .. 180 piorou.
Use lineaturas variáveis. quem disse que as lineaturas de todas as cores têm que ser iguais...? Use a combinação de lineatura e ângulo que dê o melhor resultado para cada cor. Comece com os ângulos sugeridos pelo Peyskens, daí mude conforme seus resultados. PARE DE USAR MALHAS COM ALTA CONTAGEM ISTO É O VENENO QUE ARRUINA A SERIGRAFIA NO BRASIL !!! Use 120 ou 130. Use 110 calandrada se quiser reduzir a espesura impressa. Existe uma outra realidade serigráfica... eu posso te mostrar os impressos feitos, da minha coleção particular... Ao usar contagens menores, calibre as cores cortando com verniz e medindo no

densitômetro... Faça isto no SENAI da Mooca ou com a ITG (meus parceiros)...

5) ...pinças mecânicas , prensa a vácuo. Fonte de 5000w.... quadros ..na Color Screen ...problema continuou. Peça a esticagem a 25 N/cm. Use tela mais aberta. verifique a UNIFORMIDADE da tensão - não use se houver mais de 2 N/cm de diferença na mesma tela dentro da área da imagem. Verifique na gravação se os seus pontos mantém o formato ou viram uma "estrela" (lupa 50X). Verifique na tela revelada se a emulsão apresenta bom "corte" (paredes perpendiculares = lupa 100X). Verifique a planicidade da emulsão revelada. Isto pode falhar devida a (a) camada, (b) secagem antes da fotografia, (c) exposição, (d) qualidade do filme fotolito, (e) idade da lampada expositora, (f) tensão de alimentação da unidade expositora, (g) revelação, (h) temperatura da estufa x tipo de sensibilizante, etc... porque a lista é longa. Todos estes fatores interferem e podem potencialmente contribuir com o moiré, na fotografia da tela.
Ufa.
Ary Luiz Bon - Consultor

ÔÔÔÔÔPA!
O cara está inspirado mesmo. Muito obrigado pela sua resposta Ary. As questões abordadas são muito pertinentes. Embora não tenha mencionado tudo no meu email, O Wallace tratou de temperar o meu verbo. Acho que esta conversa vai dar um bom caldo. Gostaria muito de ler os comentários do pessoal de malhas. A propósito, Ary, gravamos com 150.31 e 150.27 também e adivinha...? Moiré!
Abraços
Jenival - Seal Screen

Olá, eu enviei o seu e-mail à SEFAR (SUÍÇA) para departamento técnico e aguardo uma resposta.
Mauricio Rosado - Unida
Ps: Veja artigo da página 30

Bom Jenival....sou meio suspeito p/ falar....mas vamos lá..... No ano passado tive alguns contatos via fone com o Ary e depois nos conhecemos pessoalmente. Ele nos visitou e sugeriu um trabalho de consultoria, fechamos um pacote que era viável p/ as duas partes. Iniciado o trabalho o Ary fez algumas visitas na nossa empresa e nos passou um relatório, onde precisaria ser melhorado. Atacamos um problema de cada vez e o resultado foi muito legal, conseguimos melhorar muito nossa qualidade.
Ele sempre falou uma coisa p/ gente e ele também sempre escreve em seus artigos que não existe serigrafia controlada sem instrumentos de medição de ponto e cor e eu acrescento uma coisa, um cardiologista não consegue fazer nem um exame sem um instrumento de medir batimentos cardiacos, na serigrafia é a mesma coisa.....fazendo um comparativo grosseiro, somos cardiologistas tentando ouvir o coração do paciente no nosso ouvido, sem instrumento!!!
Infelizmente, por uma questão financeira, tivemos que interromper o trabalho com o Ary, que pretendo retomar assim que as coisas melhorarem um pouquinho, afinal qualidade também nos leva a ter mais vendas.
Por isso, um conselho de amigo, ligue p/ ele,marque uma visita, com certeza vale a pena!!!
Abraços
Paulo - PHB Surya
Ps:Veja artigo sobre instrumentos na página 32.

Em meio a tantos e-mails e trocas de informações, houveram algumas visitas técnicas por parte de algumas empresas até a Seal (Santos/SP) e o acontecimento do I Seminário de Serigrafia da USP que trouxe da França, o especialista Jöel Garnauld que embora não teve muito tempo para falar e com isso assumiu o compromisso de escrever alguns artigos em nossas próximas edições.

Estou tentando entender o problema (mas acho que já foi resolvido). O tecido 180.31 só se fabrica (qualquer fabricante) em TW, com um depósito teórico de tinta maior (9,5 cm3/m2) e mais problemas de moiré por não ser ligamento tela (1:1, PW).
O nosso conselho e preferir sempre um tecido PW (1:1), para evitar problemas. O 180.27 PW é um tecido com um depósito teórico de tinta (insisto, teorico), de 8 cm3/m2, sendo o diametro do fio menor, e menos resistente, mais não tem problemas em trabalhar com níveis de tensao adequados (16/18 N, depende) e formatos relativamente pequenos. Estou enviando cópia para Mario Nakamura o nosso técnico, se precisar mais informação e só conversar com ele.

Ana Muñoz - Saatiprint

Participe do grupo de discusão via e-mail do Serigrafia.org é gratuíto... inscreva-se através do endereço. ***www.serigrafia.org***

Ps: Os padrões de qualidade da Seal são, de fato, muito exigentes e as preocupações dos diretores demonstram o quanto a empresa está comprometida em produzir qualidade. Para muitos, este mero detalhe acontece todos os dias e o que infelizmente escutamos é: "Não faz mal, o cliente não vai perceber...". Os tempos mudaram e o índice de exigência também. Esperamos que as empresas evoluam e por isto dedicamos tanto para produzir espaços como este.
Assim Esperamos!!!
Marco Marcelino





I Seminário de Serigrafia Ministrado pela USP

Aconteceu em Alphaville, no dia 13 de setembro, um sábado frio e chuvoso, o I Seminário de Serigrafia promovido pela USP, tendo o apoio da Revista Empresário Serigráfico. Durante um dia inteiro cerca de 150 de pessoas, tiveram acesso a sete palestras, alguns temas agradaram o público, outros, nem tanto. Nos intervalos e final do evento, nossa equipe de redação esteve coletando dados para saber o índice de satifação dos seminaristas. Dentre os inúmeros comentários, ficou evidenciado a 1a palestra aplicada pelo Diretor Executivo da KJ Brasil, Wallace Spendori falou sobre a importância da colorimetria na Serigrafia. Em estilo dinâmico, o palestrante, além de mostrar quadros comparativos, apresentou na prática, através de softwares gráficos, como deve ser tratado um arquivo para serigrafia. "O tratamento é fundamental, mas é preciso que a indústria de tinta produza informações (CiLab) para que os Bureaus de Fotolitos possam calibrar os arquivos de acordo com a colorimetria aplicada no processo serigráfico", diz Wallace.


Wallace Splendori

A Segunda palestra, ministrada pelo diretor da Reta Importadora, Ruy Hansen enfocou como tema: "o que está acontecendo com a Serigrafia?". Uma analogia sem enfoque técnico, mas de postura empresarial, além, claro, de apresentar os produtos que a empresa tem comercializado no mercado brasileiro.

Na sequência, uma palestra inteligente feita por Christian Langenegger, da Sefar. Ele comparou o processo de confecção de matrizes com a preparação de uma feijoada, aliás, muito a calhar, já era quase a hora do almoço. Em suas pertinentes colocações, o palestrante mostrou que é possível comer uma feijoada com diferentes sabores o que representaria a qualidade e os resultados de impressão a partir da escolha dos produtos mais indicados. O palestrante também abordou aspectos importantes para o processo de quadricromia que mais tarde foram melhor explorados pelo convidado especial da Dubuit Color, o especialista francês Joël Garnauld. Em pouco tempo, Joël mostrou as principais causa do moiré e demonstrou como controlar o processo para evitar tais problemas.

Outro a apresentar um conteúdo interessante, mostrando algumas tendências internacionais foi Mário Nakamura, da Saati. E quando todos esperavam ouvir de um fabricante de tintas, aspectos químicos das tintas, Celso Pavani da Sericol quebra paradigmas e mostra os resultados de uma pesquisa internacional que revela o futuro da tecnologia, não só em termos de tintas, mas em termos de equipamento. Demonstrou as futuras opções ao mercado em termos de cura por meio de Nitrogênio e demais sistemas de tecnolgia com Espelho Frio.

Ao final Éder, da Faulhaber, revelou dicas que ajudam a maximixar a vida útil das lâmpadas UV e também sobre os reais aprimoramentos no uso da Tecnologia UV.

Cada palestrante recebeu um troféu em nome da USP, ao qual nos orgulhou muito receber um exemplar das mãos do idealizador deste evento, Dorival Morais, engenheiro de Processos Serigráficos da Videolar e membro do Cecae, Unidade de apoio a empresários da USP após a entrega dos prêmios encerrou o evento com agradecimentos e a satisfação de ter contribuído para o crescimento do mercado serigráfico. Parabéns a todos os participantes! " Evento de sábado só para os que realmente gostam ou tem necessidade". Marco Marcelino



Escolar 2003

Quem imagina a Escolar um evento distante do setor de serigrafia e comunicação visual, realmente precisa rever alguns conceitos. Este ano vimos de perto, a convite da Imprimax, uma feira cheia de oportunidades. Além de cadernos e artefatos básicos para o estudo, o público têm procurado ferramentos que estimulem a criatividade de crianças, jovens e adultos. E na realidade o que vimos foi um gigante ponto-de-venda no qual os materiais promocionais (displays, banners, brindes e decorações) eram as ferramentas para atrair os visitantes que além de muito seleto, estavam preocupados em fazer negócios. Focado de forma moderna e inovadora, a Imprimax além de contruir um estande alegre e atrativo, implantou tecnologia de ponta para tirar pedidos e atender o cliente de modo a transmitir as informações imediatamente ao setor de produção das fábricas. É muito provável que o cliente de uma determinada região do país chegue junto ao pedido. E o que a empresa tem oferecido de novo? São adesivos decorativos que além de versáteis, são práticos e podem atender diversos nichos de mercado, inlcusive comunicação visual (madeira, aço escovado, mosáicos, etc). Entretanto, o destaque mesmo ficou para o lançamento do papel fotográfico auto-adesivo, que já está disponível em diversos formatos. www.imprimax.com.br





2a Turnê de André Peyskens no Brasil

A exatamente um ano, o belga André Peyskens fez sua primeira turnê de palestras pelas empresas no Brasil. Este ano, Peyskens teve de ampliar sua agenda que além dos eventos dedicados em grandes corporações também ministrou seu amplo tema de confecção de matrizes aos leitores da revista Empresário Serigráfico em diferentes cidades. Outro detaque é que, além da Saati, ao qual André Peyskens se orgulha de vestir a camisa, teve também o apoio da Sericol. As cidades selecionadas foram Blumenau, Caxias do Sul, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e por fim Bogotá. Ao todo, somando as palestras em empresas e pontos estratégicos atingiu-se um número perto de 1.000 expectadores.

Segundo a Saati, André deve voltar ao país para lançar o seu livro na versão português. O material já está sendo produzido e contou com o trabalho de Ary Luiz Bon, maior especialista técnico de serigrafia do Brasil, para fazer as versões. A passos largos a Saati aproveitou a visita de André para informar o mercado sobre o novo Centro de Tecnologias de Serigrafia estruturado em Piracicaba, SP. Os profissionais interessados em cursos mais extensos, incluindo teorias e práticas já podem se inscrever. Outra novidade recente anunciada pela Saati, é a contratação de Emanuel Ribeiro.

Informações: 0800 77 04701

Evento em Universidade

Entre os dias 08 e 13 de setembro, a Imprimax participou do Congresso Internacional de Design da Informação e do Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design de Informação na Universidade Federal de Pernambuco.