

empresário digital



SUBLIMAÇÃO
GANHA MAIS
ESPAÇO

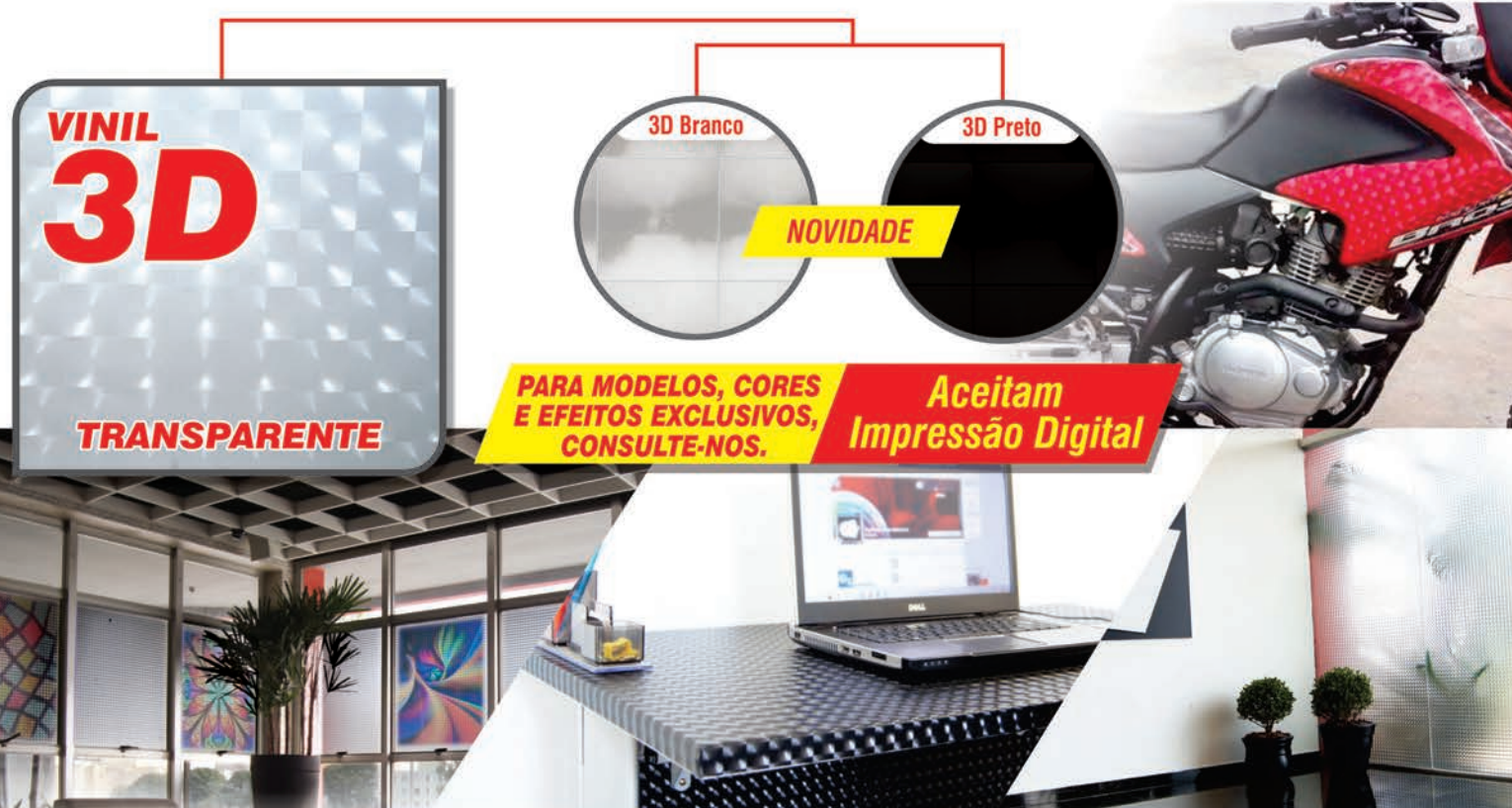
A melhor solução para Comunicação Visual



Use o QR CODE e acesse
nosso site para conhecer
todos os produtos disponíveis!

PELÍCULAS 3D

**NOVIDADES EM LINHA PARA O MERCADO DE
IMPRESSÃO DIGITAL, DECORAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO!**



VINIL 3D

TRANSPARENTE

3D Branco

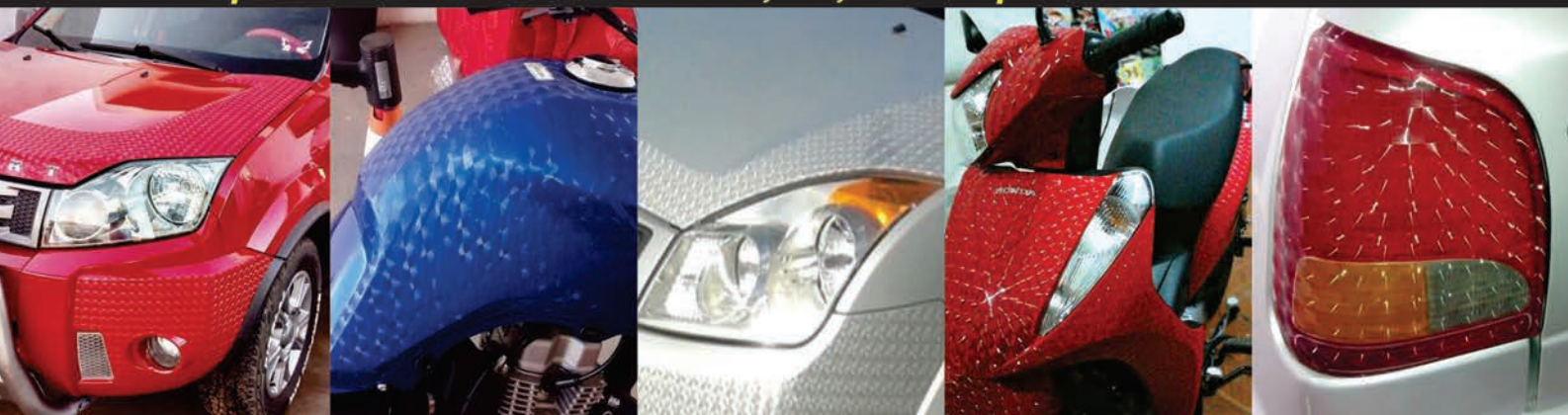
3D Preto

NOVIDADE

PARA MODELOS, CORES E EFEITOS EXCLUSIVOS, CONSULTE-NOS.

Aceitam Impressão Digital

O produto é nosso e a arte é sua. Inove, crie, inúmeras possibilidades de uso!



Repense sobre os Pensamentos

Sim, é bem verdade que o nosso país passa por um momento delicado, em que as notícias e pesquisas apontam para um ano difícil. Mas, quantas das previsões feitas em um passado recente não se concretizaram? Será que não podemos superar essa inércia e pessimismo e avançar em direção aos nossos objetivos? Se atualmente as coisas já estão difíceis, será que permanecer na inércia ou fazer menos não contribui para uma piora do cenário?

Todos temos necessidades de continuar vendendo, até porque as contas não param de chegar. Acredito que essa é uma hora boa para oferecer benefícios aos clientes e mudar os pensamentos negativos para estímulos que promovam um novo posicionamento das nossas organizações. Ideias e tecnologias não faltam, e a máxima de que precisamos vender Valor ao invés de Preço, precisa se transformar numa prática para um futuro que já chegou.

Eu concordo com muito especialistas em vendas quando afirmam que o mundo passa por uma transformação, e até mesmo a forma de vender tem que mudar, uma vez que o papel do vendedor tem outras responsabilidades. Estar mais antenado às reais necessidades dos seus clientes e buscar soluções parece óbvio, mas ainda é um discurso distante.

Não vamos esperar apenas pelos eventos que poderão ocorrer ou não. Os clientes precisam estar mais bem informados das possibilidades que se traduzam em vantagens mais competitivas. E essa é uma péssima notícia para quem não tem vantagem alguma e a "pilantrópia" é a única forma de denegrir a imagem do concorrente. Eu tenho certeza de que muitas empresas têm como principal objetivo reter os atuais clientes, mas eu pergunto: o que a sua empresa tem feito para que isso de fato aconteça? Se a resposta está baseada em Preço, seguramente vai encontrar um concorrente que faça por um pouco, ou por muito menos. O cliente, que não tem o valor percebido, e que também passa por dificuldades, talvez precise experimentar outras formas para que num futuro próximo volte a se relacionar comercialmente com a sua empresa, com valores reajustados e melhor percepção sobre a importância da parceria.

Uma empresa bem preparada precisa ter em mente que a venda é um ciclo, que começa na prospecção, passa pela visita ao cliente, por reuniões, identificação de necessidades, apresentação de soluções, primeira proposta, segunda proposta... décima proposta e, enfim, termina com um negócio fechado. Esse ciclo já era citado pelo meu grande amigo Carlos Cruz, diretor do IB Vendas.

A realidade é que todos temos mais do que uma simples opção. Podemos nos encolher e ficar reclamando ou buscar os recursos disponíveis mudando a forma de pensar e agir. Se por um lado a economia está mostrando estagnação, os mercados têxtil e comunicação visual se mostram ávidos por um crescimento que pode chegar a 30% em 2015. Com uma maior concorrência, o desafio é gerar vendas com ferramentas inteligentes e comunicações relevantes que possam ajudar a informar os clientes sobre todas as possibilidades. O primeiro passo a ser dado é deixar de julgar, conhecer melhor, e de perto, as opções e tomar decisões experimentando novas ações e formar que aproximem o seu objetivo, por meio de prospecções, de uma lista bem estruturada de clientes que você quer atender este ano.

Portanto, mãos à obra? Agora que passou o Carnaval, que tal dar boas vindas ao ano novo, com uma nova forma de pensar?

;~)

Marco Marcelino, diretor editorial



Twitter do editor: @marco_marcelino

Twitter da revista: @revista_ESD

www.empresariodigital.com.br (notícias todos os dias)



CAPA

Sublimação ganha mais espaço

Pág. 24

04 notas

06 serigrafia

08 out of home

10 cases de sucesso

12 impressão

14 digital signage

16 sustentabilidade

18 têxtil

20 sala vip

22 digital

30 gestão

32 digital



Avenida Paulista, 1079 • 8º andar

Bela Vista • São Paulo/SP • Brasil

Fone/Fax: (11) 2787-6386

www.serinews.com.br

Diretor: Marco Marcelino {44.446}
mmarcelino@serinews.com.br

Gerente Editorial: Jorge Luiz Mussolin {15.978}
jmussolin@serinews.com.br

Assistente Executiva: Tatiane Oliveira
toliveira@serinews.com.br

Jornalistas: Alexandre Carvalho {44.252}
alecarvalho@serinews.com.br

Design: Patricia Barboni
patricia@be-erredesign.com.br

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 às penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98).

COMPRA SERVIÇOS GRÁFICOS PELA INTERNET

Com uma expertise de mais de 50 anos no mercado de impressão convencional sob demanda, a Eskenazi Indústria Gráfica oficializa o lançamento da Loja Gráfica Eskenazi, que é um e-commerce ou uma gráfica on-line. Isso significa que todo o processo de encomenda de produtos gráficos pode ser feito através do site.

A ideia é facilitar e baixar custos para a solicitação de produtos gráficos via Web-to-Print para um mercado crescente de

microempresas (empreendedores) e profissionais técnicos (designers, publicitários e criativos em geral), que necessitam de agilidade, qualidade e a solicitação de serviços em pequenos volumes, com preços realmente acessíveis.

A Loja Gráfica Eskenazi possui uma ferramenta que permite que o cliente faça o envio de sua arte e finalize seu pedido em alguns minutos. Isso permite que empreendedores e designers experientes possam

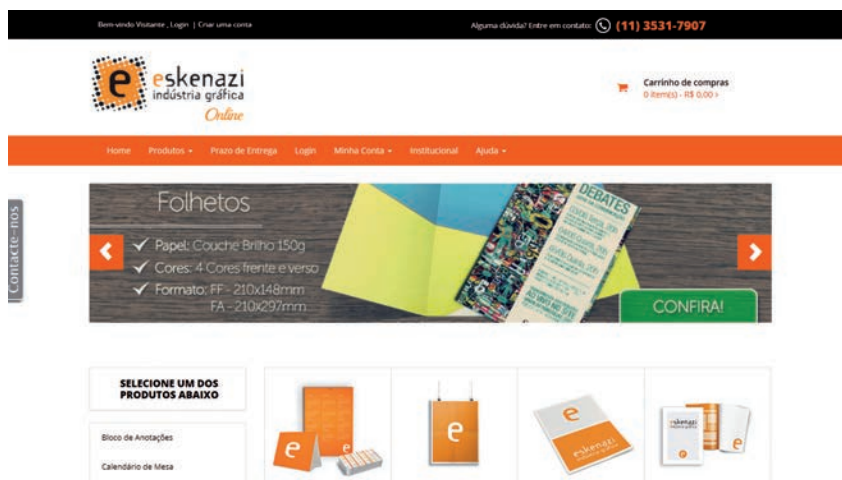
adquirir os produtos facilmente.

Segundo o gerente de e-commerce da empresa, Gustavo Loureiro, os principais diferenciais da loja on-line são: a impressão de material gráfico como cartões de visita, receiptários e papel carta ou envelopes com qualidade offset, produzida em um parque que possui certificação ISO9001; o fato de entregarem em todo o Brasil; os preços competitivos e acessíveis e a qualidade de impressão.

“Os produtos da Loja Gráfica Eskenazi são oferecidos pensando justamente em profissionais de criação em geral ou empreendedores que estão começando um negócio e precisam reduzir ou otimizar os custos para divulgar a sua empresa e alavancar as suas vendas”, detalha Loureiro.

Além de trabalhar com impressão offset, o que garante maior qualidade, é que a loja não terceiriza o serviço de impressão. Os produtos são produzidos em um parque gráfico próprio, com aproximadamente 9.500 m².

Para conhecer o novo Web-to-Print, acesse: www.lojagraficaeskenazi.com.br.



O CAMINHO DE INVESTIR NA CAPACIDADE PRODUTIVA

A Klabin encerrou o ano de 2014 com o melhor resultado de sua história. O EBITDA ajustado (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) atingiu R\$ 1,7 bilhão no ano, valor 10% superior a 2013. A receita líquida fechou o ano em R\$ 4,894 bilhões, crescimento de 6% em relação a 2013.

Pelo 14º trimestre consecutivo, a companhia registrou crescimento, alcançando EBITDA ajustado de R\$ 508 milhões no 4T2014, 15% acima do registrado no mesmo período de 2013. No último trimestre do ano, a receita líquida atingiu

R\$ 1,257 bilhões, crescimento de 2% em relação ao mesmo período de 2013.

A Klabin vem realizando, desde 2013, uma série de ampliações da sua capacidade de produção. Em novembro de 2013, inaugurou a Máquina de Papel 23 para produção de 80 mil toneladas/ano de sack kraft, na Unidade Correia Pinto (SC). No ano passado, a companhia concluiu a expansão da Máquina de Papel 9, na Unidade Monte Alegre (PR), para aumentar em 50 mil toneladas/ano sua produção de papelcartão, e adicionou 35 mil toneladas/ano de papel kraft à produção da Má-

quina de Papel 14, em Angatuba (SP).

Com isso, a Klabin atingirá, em 2015, a capacidade de produção de 2 milhões de toneladas/ano em papéis.

Completando este ciclo, seguem em forte ritmo as obras para a construção da nova Unidade Ortigueira (Projeto Puma), que deverá começar sua produção no início de 2016, elevando a capacidade da Klabin de 2 milhões de toneladas/ano de papéis para 3,5 milhões de toneladas/ano de papéis e celulose. Assim, no período entre 2013 e 2016, a companhia terá dobrado sua capacidade de produção.

TINTAS para: Serigrafia - Solvente e UV - Tampografia - Flexografia UV
Offset UV - Industriais - Digitais base Solvente e UV/LED.



Não espere outra chance
para causar uma boa impressão



Nosso maior e principal desafio é atender as necessidades dos nossos clientes com Tintas de alta performance. Utilizamos os mais rigorosos padrões de qualidade e os melhores equipamentos. Investimos na capacitação dos nossos profissionais e acreditamos nas práticas de sustentabilidade.

Fábrica +5512 3644-1550 - Vendas +5511 2085-4876

RESISTÊNCIAS E REVESTIMENTOS

Michael Gross delinea os melhores tratamentos de superfícies para aplicações funcionais e decorativas

Para possibilitar que um campo mais amplo de aplicações industriais e criativas seja processado de forma mais econômica e eficaz, a Kiwo lançou uma série de novos produtos.

Fundada em 1893, a Kissel + Wolf GmbH (KIWO) é uma empresa de médio porte que há décadas tem fornecido produtos para impressão em tela e adesivos para satisfazer clientes em mais de 110 países do mundo todo. Filiais internacionais nos EUA, América do Sul, Índia, Ásia e Austrália permitem que a KIWO esteja em contato direto com seus clientes, não importa onde estejam. Como fabricante líder de produtos químicos, a Kiwo oferece soluções nos campos de adesivos, produtos químicos para formas de impressão (serigrafia e impressão têxtil), e agentes de limpeza, assim como serviços para o desenvolvimento de produtos e de manufatura terceirizada. Suas inovações mais recentes são revestimentos resistentes e revestimentos que incorporam o profundo know-how da empresa, com base em muitos anos de experiência no desenvolvimento e fabricação de produtos químicos. Essa nova linha de produtos especiais foi projetada para aplicações de designs funcionais e decorativas nas áreas comercial, do “faça você mesmo” e industrial.

Usando um revestimento resistente, as superfícies podem ser mascaradas com um design, aplicado seja parcial ou totalmente, antes do posterior acabamento, processamento ou transporte, protegendo-as de influências externas.

Aplicações tais como decapagem, jateamento ou pulverização são os pontos focais dessa linha de produtos. Os revestimentos resistentes são emulsões de média a alta viscosidade e, dependendo do produto e para tarefas de impressão em tela, eles são aplicados através de pulverização, lami-

nação (revestimento por rolo) ou imersão.

TRATAMENTO PARCIAL DE SUPERFÍCIES

Os revestimentos resistentes para o tratamento parcial de superfícies tornam possível mascarar de forma econômica motivos decorativos ou estruturas em maiores quantidades, seja através de impressão em tela ou exposição a luz UV.

Por exemplo, se um motivo decorativo precisar ser pulverizado sobre uma superfície, geralmente as áreas que não devem ser pulverizadas são cobertas com uma película estêncil protetora plotada. Esse é o método mais fácil, se apenas uma cópia for necessária com esse design. Porém, se várias superfícies tiverem de ser fabricadas com o mesmo motivo decorativo, um novo estêncil será necessário para cada objeto.

Um método muito mais barato e mais eficaz é usar um revestimento resistente, que ou é impresso diretamente sobre a superfície ou aplicado sobre toda a superfície e depois exposto a luz UV. Após o processamento, o revestimento resistente poderá então ser

removido com produtos químicos especiais ou simplesmente descascando a película.

As aplicações incluem a decapagem de superfícies metálicas (especialmente para placas identificadoras, mas também na indústria eletrônica), e o fosqueamento de superfícies de vidro através do jateamento e escovação de superfícies metálicas.

Uma vez que uma superfície de vidro ou metálica tenha sido processada, ela poderá ser protegida contra sujeira e estresse mecânico, com a nova película ‘líquida’ protetora da KIWO, que é aplicada através de pulverização, revestimento por rolo ou imersão, e após secar, é elástica e facilmente removível.

Denominada KIWOPRINT, a KIWOMASK, SANDMASK e PHOTOMASK, esta linha de produtos oferece aos clientes da KIWO produtos para campos novos e tecnicamente interessantes que abrem as portas para uma vasta gama de aplicações.

Michael Gross é Gerente de Produtos da KIWO, Kissel + Wolf





WWW.FESPABRASIL.COM.BR
WWW.EXPOPRINTDIGITAL.COM.BR

**18 A 21 DE
MARÇO DE 2015**

EXPO CENTER NORTE | PAVILHÃO BRANCO

Veja além do horizonte da Impressão Digital

Widen your horizons of Digital Printing

A MELHOR FEIRA DE IMPRESSÃO
DIGITAL, ESTAMPARIA DIGITAL,
COMUNICAÇÃO VISUAL, GRANDES
FORMATOS E SINALIZAÇÃO.

THE BEST EXHIBITION FOR DIGITAL PRINTING, WIDE
FORMAT PRINTING, TEXTILE PRINTING, SIGNAGE AND
VISUAL COMMUNICATIONS.



PARCEIRO DE SOLUÇÕES
SOLUTIONS PARTNER



REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO | ORGANIZED BY



“BONDE DO PENTEADO” DA SEDA

Qual mulher nunca olhou seu reflexo na janela do metrô para conferir o visual, retocar o batom ou arrumar os cabelos? Essa situação é tão verídica que Seda resolveu ajudá-la a recriar o próprio estilo, sem perder tempo, para sair com as amigas, ir para aula, encarar uma reunião de trabalho ou encontrar o namorado. A marca ofereceu o serviço de cabeleireiro gratuito no início de fevereiro, dentro do vagão feminino do Metrô do Rio de Janeiro.

Para isso, o local foi totalmente ambientado como um salão e terá uma equipe de quatro profissionais e dois assistentes. Eles farão penteados rápidos para cada tipo e comprimento de cabelo, com produtos específicos da linha de Cremes para Pentear Seda. Além do vagão feminino, a ação Bonde do Penteado contou com vídeos tutoriais que foram exibidos nas telas internas do metrô. Complementando a ação, uma vending machine que foi instalada na Estação de

Ipanema/General Osório, também no RJ, permitindo que as consumidoras obtivessem desconto de 50% na compra dos cremes para pentear por meio de envio de sms, além de acessórios para os penteados. Em painéis, cartazes e demais peças de mídia exterior afixadas no metrô, em abrigos de ônibus e outros pontos, as pessoas também tiveram orientações para obter bônus de R\$ 1 para celular por meio de envio de sms.

QUE TAL UM CHÁ ENQUANTO ESPERA O ÔNIBUS?



Aqui está uma boa ideia para quem está esperando um ônibus, ainda mais quando o frio está pegando feio. Em uma campanha para a marca Lipton, realizada na Lituânia, passageiros que aguardam seus ônibus receberam chá para amenizar o frio intenso da região. Os abrigos de ônibus da JCDecaux foram equipados com sachês de chá em pó da

Lipton, da Unilever. Os abrigos avisavam os passageiros, de tempos em tempos, de que era o momento de tomar um chá. Para isso, o passageiro tinha apenas que apertar um botão e pegar o produto no dispenser criado para estimular o sampling na campanha. Acompanhe o filme sobre a ação no endereço www.youtube.com/watch?v=kbfs7szZh3U

PLUSMEDIA POSTERSCOPE GERENCIA CAMPANHA PARA COCA-COLA EM MÍDIA EXTERIOR

A Plusmedia Posterscope, agência especializada em criação, gerenciamento e controle de mídia out of home e no desenvolvimento de projetos de brand experience, está à frente da estratégia de mídia exterior da ação nacional da Coca-Cola que convida os consumidores a encontrarem o nome de alguém especial e beber uma Coca-Cola com essa pessoa. Complementando a campanha da marca, divulgada na TV, as peças de mídia exterior ocupam o mobiliário urbano de norte a sul do Brasil com o principal slogan “Bebendo uma Coca-Cola com”. A iniciativa segue a ação global da Coca-Cola criada pela Wieden + Kennedy Por-

tland e que foi adaptada para o Brasil pela J. Walter Thompson. O layout especial de mídia OOH explora mensagens de acordo com o local onde as peças estão instaladas. Em estações de transporte público poderão ser encontradas frases como “Bebendo uma Coca-Cola com a gatinha que perdeu o ônibus”, enquanto próximo a academias haverá frases como “Bebendo uma Coca-Cola com a professora de loga” (o detalhe dessa peça é que a imagem mostra uma lata de cabeça para baixo, em alusão à posição Sírshásana de loga). O objetivo da ação é relacionar o produto com as rotinas, experiências e histórias das pessoas.

Primeira operação da Posterscope na América Latina, rede global de agências especializadas em mídia OOH da Dentsu Aegis Network, a Plusmedia Posterscope gerencia esta campanha em mídia exterior para a Coca-Cola, cujo planejamento de veiculação contempla as praças de São Paulo, São José dos Campos, Ribeirão Preto e Sorocaba, no Estado de São Paulo; Belo Horizonte e Uberlândia, em Minas Gerais; Porto Alegre, Santa Maria e Passo Fundo, no Rio Grande do Sul; além das cidades de Rio de Janeiro, Manaus, Belém, Brasília, Goiânia, Recife, Salvador, Fortaleza, Curitiba e Florianópolis.

Você tem opção!

Chega de surpresas e falsas expectativas.
INOVE com Tintas de Qualidade



www.i9tintas.com.br | Tel. (15) 3417.3051
seja um canal de venda para tintas digitais



Campanha de MKT da Leroy Merlin expõe com arte sua variedade



Da esq. para a dir., Celso Loducca, Carla Ramos, Lourdina Jean Rabieh e Eduardo Srur

Inovação e evolução são palavras que fazem parte de todas as ações da Leroy Merlin. Em 2015, a empresa do segmento do Varejo de Materiais de Construção foi buscar inspiração no mundo das artes como mote para a sua mais nova Campanha de Marketing. A prova está no fato da rede associar ícones concretizados em obras ao desejo de mudar e melhorar a casa que os clientes têm.

Assim, a base da Campanha para 2015 são 14 obras concebidas por artistas intervencionistas urbanos, sob a curadoria de Eduardo Srur, um dos principais nomes desse viés artístico. As peças são interpretações dos desejos cotidianos das pessoas e mostram como a Leroy Merlin e sua variedade de produtos faz parte do dia a dia e do imaginário de seus clientes e os inspira para que sejam os artistas de suas próprias reformas e construções, como sugere

o slogan da nova campanha: “A Leroy Merlin é assim. A Leroy Merlin tem tudo para mim!”.

Para unificar o discurso visual e dar vida às 14 peças artísticas no filme institucional, a Leroy Merlin trouxe ao Brasil o celebrado diretor de fotografia norte-americano Robert Yeoman, que tem em seu currículo filmes como O Grande Hotel Budapeste (indicado ao Oscar 2015 e ganhador do Globo de Ouro deste ano). Yeoman, veio exclusivamente para direção de fotografia, acompanhou todas as gravações do filme institucional e dos comerciais de criação da Loducca com produção da Conspiração Filmes e que serão exibidos durante o ano para cada um dos Festivais e ações da empresa.

As obras de arte, construídas a partir de diversos produtos vendidos nas lojas da Leroy Merlin, ilustram a variedade de itens que transformam os sonhos e desejos dos clientes em realidade. Por meio das manifestações artísticas, a campanha mostra que a empresa está na vida de seus consumidores mais do que na forma de produtos usados em construção, reforma e decoração, mas, sobretudo, por meio do entendimento do desejo dos clientes e, para isso, tem uma gama de 80 mil produtos e está em constante aperfeiçoamento e renovação. São quatro instalações produzidas por Eduardo Srur que selecionou outros sete nomes relevantes da arte contemporânea Flávia Junqueira, Selvvva, Yoann Saura, Tulio Pinto, Luo Capote, Laerte Ramos e Carol Gay.

“A arte sempre foi a melhor forma de se entender os pensamentos humanos, por ela conseguimos expor a variedade de itens disponíveis para pronta-entrega. O desejo de mudanças para melhorias em nossas casas faz parte do conceito da campanha e da cultura da Leroy Merlin, que sempre esteve comprometida com seus clientes. Por meio da expressão artística, acreditamos ter conseguido manifestar o sentimento de entender e atender o nosso Cliente plenamente sob uma perspectiva de beleza e inovação”, diz a diretora de Comunicação da Leroy Merlin, Carla Ramos.

O filme criado pela agência de publicidade Loducca tem 60 segundos de duração e transmite todo o conceito da rede. “Temos bastante confiança de que mais uma vez a Leroy Merlin vai romper e reiniciar uma nova maneira de se fazer comunicação na categoria. Ela é líder de categoria em todos os sentidos, de vendas, de Top Of Mind e líder de comunicação”, Celso Loducca, sócio e presidente Loducca.



EMULSÕES AGABÊ. AGILIDADE COM RESULTADOS EXCEPCIONAIS.



As emulsões pré-sensibilizadas Unifilm à base de fotopolímeros, já vêm prontas para usar. Garantem alta definição e resolução, não sendo necessário adicionar qualquer sensibilizador e reduzem o tempo de exposição, tornando o processo mais ágil e proporcionando uma qualidade excepcional. Agabê, soluções em emulsões e tudo mais para serigrafia, silk screen e estamparia.

• Emulsões • Químicos • Tecidos Técnicos • Equipamentos • Acessórios

Rua Madre de Deus, 719 - São Paulo - SP - Tel.: 55 11 2813-4600 - Fax: 55 11 2813-4601
e-mail: agabe@agabe.com - www.agabe.com



AGABÊ. EXCELÊNCIA EM SOLUÇÕES GLOBAIS.

TRANSIÇÃO DO SOLVENTE PARA LÁTEX

A comunicação visual no Brasil é pautada por uma grande quantidade de impressoras que usam as tintas de solventes em materiais como lonas e adesivos. As práticas de mercado dos últimos anos apontam uma redução na lucratividade e acirrada competição entre as empresas do setor. A procura por novos mercados no entanto, esbarram na necessidade de tecnologias capazes de oferecer novas soluções em termos de impressão. Como opção para novas aplicações e maior valor agregado, as empresas de comunicação têm na tecnologia látex, a possibilidade de atender a decoração interna de ambientes, bem como revolucionar a apresentação de eventos com materiais com maior impacto de cores e imagens. Lançada em 2008, a tecnologia de impressão HP Látex estabeleceu uma nova categoria de produtos de grandes formatos com mais de 19 mil unidades instaladas em todo o mundo, até o ano passado. Aproveitando a tecnologia de tinta HP Látex de terceira geração, à base de água, as impressoras HP Látex série 300 vêm ajudando empresas de comunicação visual na prospecção de novos mercado e aplicações. A impressão em tecidos, canvas, além de

lonas e adesivos, permite atender os exigentes profissionais de arquitetura, que buscam a personalização para deixar o ambiente com a cara do cliente. Neste quesito, as aplicações vão de persianas a adesivos de paredes passando por inúmeras aplicações em tecidos. Por falar em tecidos, cresce também o uso de tecidos na substituição de lonas para a confecção de banner e faixas. Os benefícios começam pela apresentação do produto que reproduz a imagem sem as famosas marcas do PVC enrolado e a vivacidade das cores. Além disso, o peso específico é menor, diminuindo o preço da logística e possibilitando a manutenção do banner, caso esteja amassado, ser regularizado com o uso de um ferro de passar roupa pelo verso.

Nos Estados Unidos a tecnologia vem sendo muito empregada para a impressão de adesivos e decoração de frotas de veículos, sendo aplicado após a impressão um verniz para aumentar a vida útil da impressão. As impressões se destacam pela flexibilidade e conformidade durante o processo de aplicação. A versatilidade de aplicação não para por aí. Com essa impressora, é possível imprimir adesivos translúcidos para aplicação em Placas de Acrílico ou PETG.

As tintas HP Látex de terceira geração também contribuem para um ambiente de trabalho mais saudável, com impressões sem cheiro que saem completamente secas, prontas para acabamento e entrega.

Desenvolvida para fácil operação em espaços pequenos, a impressora HP Látex 310, é um produto de entrada, de 137 cm de largura trazendo os benefícios da HP Látex em um modelo compacto, com alimentação de mídia frontal para maximizar a área de produção. Otimizado para as impressoras HP Látex 310 e 330, o software SAI FlexiPRINT HP Basic Edition Raster Image Processor (RIP), fácil de usar, acompanha essas impressoras.

A impressora HP Látex 330 de 162,5 cm de largura combina versatilidade de aplicação com acessibilidade, aceitando rolos maiores, mais pesados e imprimindo até 50 m²/h. Já a impressora HP Látex 360 de 162,5 cm de largura, de maior volume, imprime até 91 m²/hr e aumenta a versatilidade de aplicação com um coletor de tinta para materiais têxteis mais porosos. A impressora oferece registro de frente para verso automático para impressão de faixas frente e verso.





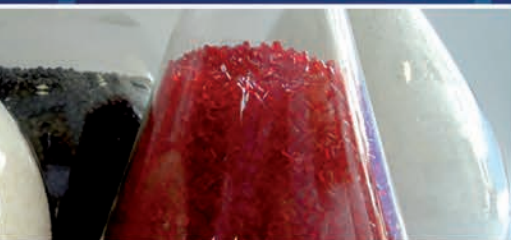
Chapas POLICLEAR G

A Chapa de PET G da MMS Plásticos

1. Excelente transparência - 2. Alta resistência ao impacto - 3. Excelente resistência química - 4. Maior resistência ao impacto que o acrílico - 5. Facilmente decorado com filmes de vinil adesivado ou silk-screen - 6. Pode ser usado em contato com alimentos - 7. Possui baixíssima flamabilidade - 8. Os riscos superficiais podem ser removidos com uma pistola de ar quente - 9. Menor custo que o policarbonato - 10. Podem ser dobrados a frio - 11. Fácil processo de termoformagem (vacumm-forming) - 12. Excelente maleabilidade - 13. Excelente versatilidade

As chapas Policlear G da MMS são feitas com um plástico extraordinariamente processável, perfeito para várias aplicações em diversos mercados como displays para ponto de venda, arquitetura e decoração, móveis, proteção de máquinas, segurança, materiais hospitalares, entre outros.

CHAPAS PARA IMPRESSÃO DIGITAL, SERIGRÁFICA E OFFSET



Vendas Rio de Janeiro

mms-rj@mmsplasticos.com.br
Tel.: (21) 3860-6952

Vendas São Paulo

mms-sp@mmsplasticos.com.br
Tel.: (11) 2436-2910

Vendas Bahia

mms-bahia@mmsplasticos.com.br
Tel.: (71) 3627-4672

Compromisso com o mercado de digital signage

A Brasil Signage Expo 2015, feira voltada exclusivamente ao digital signage e DOOH (digital out of home), segue com um árduo trabalho para repetir a fórmula que foi enorme sucesso em sua primeira edição no ano passado. Nos dias 27 e 28 de agosto de 2015, o mundo do digital signage voltará a se reunir no Pavilhão Amarelo do Expo Center Norte para conhecer todas as novidades dos grandes players do setor e aprender com os maiores especialistas do mercado.

Realizada em setembro de 2014, a primeira edição da Brasil Signage Expo foi um marco para a história do digital signage no Brasil e na América Latina. A feira acreditou no potencial brasileiro em criar, inovar e transformar o meio da sinalização digital, apostou e acertou ao promover a primeira feira voltada exclusivamente a estes setores tão importantes para a comunicação em geral. O grande sucesso é a prova maior que este é um meio repleto de inovação e pronto para receber investimentos. E em 2015 não será diferente.

Os expositores ficaram satisfeitos com a quantidade e com a qualidade do público que visitou seus stands. Eles puderam apresentar seus equipamentos e soluções, tirar dúvidas do público presente, entrar em contato com outros players e profissionais do setor e expandir a visibilidade de seus negócios.

Em 2014, novos profissionais do setor conheceram as soluções AV Life por conta da Brasil Signage Expo, quando a empresa foi

expositora. Agora, em 2015, a AV Life volta para conquistar um novo alcance no mercado: “A participação na feira foi ótima para a nossa empresa. Fizemos muitos contatos novos e pudemos identificar que ela se tornou mais conhecida nesse segmento como um fornecedor de equipamentos para digital signage. Decidimos participar da segunda edição para ampliarmos ainda mais esse alcance da nossa marca”, declara Tiziano Pereira Mazza, gerente de marketing da AV Life.

Para Joaquim Lopes Júnior, diretor executivo do 4YouSee, a Brasil Signage Expo 2014 foi um passo fundamental para a evolução do setor: “A feira foi surpreendente. Um grande número de visitantes realmente interessados em comprar o que tínhamos a oferecer. As palestras e workshops também foram muito elogiados por todos que conversamos”.

Como relatou Joaquim Lopes Júnior, o Congresso ABMOOH e o Congresso Internacional Brasil Signage colocaram o país em uma nova direção dentro do digital signage. Durante dois dias, os profissionais do setor tiveram uma oportunidade inédita de entenderem mais sobre mercado, setores, padrões, negócios e diversos outros temas. A Brasil Signage Expo 2015 contará com a segunda edição do Congresso ABMOOH e Congresso Internacional Brasil Signage, focando em unir mais uma vez este mercado tão relevante para a comunicação.

O diretor executivo da ABMOOH, Ubiratan Macedo, que foi o responsável por organizar com sucesso a primeira edição do Congresso ABMOOH, fala dos resultados da Brasil Signage Expo e do Congresso.

“Superou todas as expectativas. A feira superou pela quantidade de pessoas circulando e ainda mais pela qualidade do público, com profissionais que chegam com as perguntas certas, sabendo o que querem; e o Congresso, lotado do primeiro ao último minuto. Isso é uma prova de que somos um segmento vivo, em ebulição. Temos profissionais aqui do Brasil inteiro. A feira e o Congresso são marcos para o digital signage no Brasil em todos os sentidos”.

O público presente também saiu satisfeito com o que viu na Brasil Signage Expo 2014 e promete voltar em 2015 para adquirir mais conhecimento. O programador Alan Avelar, de São Paulo, considerou interessante a reunião das empresas e profissionais do segmento: “Vim para saber como funcionam alguns softwares e esta tecnologia que ganha cada vez mais espaço no mercado e veio para ficar. Foi o lugar para certo para quem queria saber mais sobre isso, com muita coisa para se ver e aprender”.

Paulo Carmo é IT Guest Technologies Innovation na Accor Hotels e fala em como o digital signage colabora no seu setor: “Vim prestigiar a feira para saber o que podemos adaptar para nossos hóspedes. Cada vez mais estamos passando de uma fase guest satisfaction para guest experience, e essas experiências estão cada vez mais focadas em tecnologia. Nesse sentido, estou vendo as soluções disponíveis e estou muito satisfeito com o que eu vi”.

Atuando há oito anos no ramo de mídia indoor, o empresário Jeremias Aguiar, de Atibaia (SP), também gostou do que viu: “Temos um aplicativo na área de sinalização digital. Foi a primeira feira e congresso que visitamos no Brasil. Os organizadores estão de parabéns e agora esperamos vir aqui na próxima edição, até quem sabe como expositores”. Saiba mais: www.brasilsignage.com.br.

“A feira foi surpreendente. Um grande número de visitantes realmente interessados em comprar o que tínhamos a oferecer”

Lançamento LINHA SUBLIMAÇÃO

TINTAS



FABRICAÇÃO



PAPÉIS



FABRICAÇÃO



- ✓ **Tintas para Sublimação Top Sublime**
- ✓ **Tintas para Cabeças de Impressão Micro Piezo DX4/DX5/DX7**
- ✓ **Equipamentos:** Mimaki, Mutoh, Roland, Prisma Jet, Xerox, Epson entre outros.
- ✓ Maior cobertura e vivacidade nas cores.
- ✓ Baixo consumo e maior rendimento.
- ✓ **Papel Sublimático Paper Sublime Tech HD**
Com tratamento e desenvolvido especialmente para sublimação
- ✓ **Papel Sublimático Paper Sublime Tech HTD**
Com tratamento e resinado, com alto nível de transferência
- ✓ Menos retenção de tinta no papel, redução na carga de tintas e maior fidelidade das cores.

CONHEÇA NOSSA LINHA DE SUPRIMENTOS PARA COMUNICAÇÃO VISUAL



**Eco
TOP PRIME
Jet**

Tintas Eco Solvente

Tintas para cabeças de impressão Micro Piezo DX4/DX5/DX7



**POWER
coat**

Fosco e Brilhante

Verniz Base PU, para aplicação e proteção sobre superfícies impressas com tintas Base Solvente e Eco Solvente



Eficiência e Qualidade

Essa é a nossa Meta, essa é a nossa Obrigação



12 99139-9965

henrique@astraldigital.com.br
www.astraldigital.com.br

Pequenas e médias empresas sustentáveis

Parece redundante uma empresa que se diz mais sustentável falar da sua atuação na área ambiental. Entendo isso devido ao fato de a maioria das pessoas somente associar o termo sustentabilidade ao meio ambiente, plantio de árvores, coleta de resíduos, enfim, tudo o que tem a ver com a cor verde. Sabemos que a sustentabilidade empresarial é muito mais, não podemos esquecer que toda empresa parte das questões econômicas para existir, ou seja, sem a área financeira, uma empresa não é uma empresa. Todavia, obter lucro, buscar uma ótima receita não é tudo em um negócio. No Brasil, quando abrimos uma empresa elaboramos um contrato social mostrando qual é o nosso objetivo de prestar serviço ou produzir e vender produtos para a sociedade. Pois é, às vezes esquecemos que o empreendimento foi criado para satisfazer uma necessidade da sociedade por meio dos produtos e serviços, seja desde uma necessidade básica até uma necessidade de autoestima, como mostra a pirâmide de Maslow.

Porém, esta busca por atender a necessidade não pode impactar negativamente as pessoas ou o meio ambiente em que ela vive. Por isso, uma parte das grandes empresas está se preocupando com este tal tema da sustentabilidade para não agredir a população ou o meio ambiente no seu entorno ou no do fornecedor. E aí que está o ponto para as PMEs e empreendedores de plantão!

Ou seja, esta é a grande oportunidade para que a empresa entre ou permaneça na cadeia de valor de uma grande empresa que se diz mais sustentável.

Como o meio ambiente é o primeiro

ponto que é lembrado quando falamos de sustentabilidade, é fundamental que o empreendedor pense e aja focado também no tema. Sabemos que na vida real é muito difícil para uma pequena e média empresa dar foco para um tema que não seja produção, vendas, vendas e vendas. Mas esta ação pode ser vista como um valor agregado que ajudará inclusive nas vendas da maioria dos empreendedores.

Um exemplo é uma empresa familiar de soluções em ponto de vendas chamada MIB Group, que tem seu escritório comercial em São Paulo, o parque gráfico em Cotia e vende para todo o Brasil. Eles começaram com a análise e acompanhamento dos seus dados ambientais como uso da água, da energia, gestão dos resíduos e dos insumos. Ao mesmo tempo fizeram uma parceria com a Fundação S.O.S. Mata Atlântica para o projeto Florestas do Futuro e montaram o projeto Florestas Lamà, que consistia no plantio de árvores a cada venda do Lamà, o totem de papelão de fácil montagem, um dos principais produtos da empresa. O cliente da empresa que comprava o Lamà recebia um certificado mostrando que todo o papelão utilizado foi compensado voluntariamente por meio de plantio de árvores. Posteriormente a MIB Group tirou o certificado ISO 14001 de gestão do meio ambiente e montou um relatório de ações socioambientais, demonstrando todas as ações realizadas para o meio ambiente e para a sociedade.

Estas ações fazem parte de alguns indicadores de sustentabilidade que podem ser realizados aos poucos pelas empresas. Para o meio ambiente, segundo os indicadores

Ethos, pode-se verificar e implementar ações a partir dos seguintes indicadores, respondendo às perguntas:

Mudanças climáticas: como é a governança das ações em relação às mudanças climáticas na sua empresa? Quais são as adaptações da empresa perante as mudanças climáticas?

Gestão e impactos ao meio ambiente: Existe um sistema de gestão ambiental? Como é prevenido a poluição/resíduos? Como é o uso e controle de água, energia e materiais utilizados nos processos? É utilizado material direto da natureza/biodiversidade? Como é esta gestão? É feita educação e conscientização ambiental? Como?

Impacto do consumo: como é o impacto da empresa com o transporte, logística e distribuição? É feita a logística reversa ou recolhimento e destinação correta dos produtos no seu fim de vida?

Pode parecer assustador a quantidade de perguntas para quem está preocupado em pagar os INSS dos seus funcionários em dia. Porém, para buscar entrar numa cadeia produtiva de uma empresa que se diz mais sustentável, ou para ir além de vender produto ou serviço, basta começar com um dos pontos, depois outro, depois outro, e assim por diante. O desafio para o empreendedor é o que o motiva para o sucesso! Já escolheu um deles para começar neste novo ano?

*Marcus Nakagawa é sócio-diretor da iSetor; professor da ESPM; idealizador e presidente do conselho deliberativo da Abraps (Associação Brasileira dos Profissionais de Sustentabilidade); e palestrante sobre sustentabilidade, empreendedorismo e estilo de vida. www.marcusnakagawa.com



TRADE & UPGRADE

NOVA IMPRESSORA SUBLIMÁTICA GAD 1801 Cabeça DX5 com 1,80 metros



Uma nova tecnologia com resolução de 720 x 1440 dpi
e velocidade de produção de 10 a 17 m²/h.
Consulte nossa condição de Compra a base de Troca

www.pixelsolucoes.com.br

Rua Bélgica, 1211, Londrina - PR - 86046-280

Telefone: +55 (43) 3321-4046



PORTAL VIRGULA TRANSFORMA MÚSICAS MAIS LEGAIS DE 2014 EM CAMISETAS VIRTUAIS



Quer saber quais as músicas fizeram a cabeça da galera em 2014? De maneira inusitada, o VIRGULA compilou os hits do ano em artes que remetem a outra paixão do público do portal — camisetas virtuais personalizadas. Nelas aparecem trechos das músicas e fotos do artista que deu vida à canção. Entre as escolhidas, estão os sucessos como *Flawless* da Beyoncé, *Happy* do Pharrell Williams, *Anaconda* da Nicki Minaj e *Shake It Off* da Taylor Swift.

Confira a lista completa: <http://virgula.uol.com.br/gallery/as-musicas-mais-legais-de-2014-em-camisetas-2/#img=1&galleryId=as-musicas-mais-legais-de-2014-em-camisetas-2>

Recentemente, o VIRGULA se reposicionou guiado pelo conceito “Mainstrindie”, criado pelo portal para definir o seu próprio conteúdo, que vai do mainstream até o indie. Outra estratégia que integra o novo posicionamento é a preocupação com os conteúdos sociais, que tenham apelo para serem compartilhados pelo público.

MODA ESTARÁ NA FESPA BRASIL 2015

Agregar valor e oferecer opções especiais e únicas aos clientes são os desafios da Global Química & Moda no mercado de impressão digital têxtil. A empresa, expositora da FESPA Brasil 2015, cresce a passos largos em um nicho que ganha, à cada dia, mais espaço na área têxtil. Idealizada por um profissional com 40 anos de experiência no ramo químico e têxtil, Carlos Sanchez Moreno, a Global Química & Moda absorveu as quatro décadas de experiência no mercado de seu líder e levou toda essa essência aos seus clientes e parceiros.

O trabalho seguiu forte no segmento de estampa convencional, foil e glitter, até uma grande virada em 2012, quando notou o promissor setor de impressão digital têxtil. Como distribuidora de importantes marcas, alcançou novos mercados e vem, desde então, sendo reconhecida pelo positivo trabalho na expansão das fronteiras do ramo têxtil. Hoje está no Brasil inteiro e já atua em outras regiões da América Latina. A empresa é distribuidora da Xennia, renomada empresa inglesa no setor de tintas digitais; a parceria fez com que a Global Química & Moda alcançasse alto nível de market-share em impressão digital direta em tecido, com corante reativo, conforme relata o diretor de novos negócios Felipe

Sanchez: “Nós buscamos por muito tempo uma parceria sólida para podermos entrar no segmento de impressão direta em tecidos com corantes reativos e ácidos, segmento que cresce 30% ao ano no Brasil e no mundo. Encontramos na Xennia um parceiro com produto de incomparável qualidade, que aliado a muita dedicação comercial e técnica da Global, hoje é reconhecido mundialmente como uma das tintas de impressão direta em tecidos com maior performance e rendimento de cores inigualável.”

A Global Química & Moda é distribuidora também dos equipamentos e suprimentos Epson, que reconheceu o esforço da companhia, dando à Global o prêmio de distribuidora que mais registra crescimento. O destaque da linha é a SureColor F2000, equipamento que imprime diretamente sobre tecidos. Focada na impressão de camisetas, a impressora Epson estampa uma peça em 27 segundos e conta com a tecnologia PrecisionCore. A F2000 tem baixo consumo de tinta e é opção para quem está iniciando um negócio ou ampliando as opções de impressão. O software para impressão digital da Wasatch também é representado pela Global.

Fabricado com exclusividade para a Global Química & Moda, o Foil Italiano é outra solução para o mercado. Desenvolvido

especificamente para a indústria têxtil, tem altos índices de solidez, fácil desmoldagem, brilho fiel e duradouro e ainda desenhos e texturas exclusivas. A cola para foil da Global também foi desenvolvida especificamente para o setor têxtil.

O gerente comercial da Global Química & Moda, Felipe Simeoni, destaca a transformação do setor: “O mercado está passando do analógico para o digital. Com isso, temos soluções mais personificadas, com impressão digital e acabamento especial. Quanto maior o diferencial, maior é o valor agregado”.

Agora, como expositora da FESPA Brasil 2015, a Global amplia esta visão: “Estar na FESPA Brasil 2015 é a consolidação da Global Química & Moda em ser uma referência no segmento digital têxtil, gerando valor agregado. Queremos fazer um grande trabalho, atuando da melhor maneira possível”, reforça Felipe Sanchez, diretor de Novos Negócios.

O atendimento e acompanhamento ao cliente são temas recorrentes para a Global Química & Moda. “Temos um dos departamentos técnicos mais competentes do Brasil, com capacitação constante, um consultor sempre atento às tendências da moda mundial, além de nossa equipe comercial focada no sucesso de nossos clientes”, finaliza Simeoni.



Auge. Tudo para serigrafia e sinalização num só lugar



A mais completa linha de produtos para serigrafia e sinalização você encontra na Auge. Tecidos técnicos, caixilhos, emulsões, produtos químicos sustentáveis, tiras e tintas para impressão, equipamentos e acessórios. E agora a Auge traz para o Brasil a impressora a jato de tinta com tecnologia "Textur 3D" que permite imprimir em vários substratos. Em relevo e com textura, com dados variáveis e personalizados.



DESVIO DE CONDUTA – PAPO RETO



*Marcelo Ponzoni é publicitário e diretor executivo da agência Rae,MP, que atua há 26 anos no mercado; e Autor do livro “Eu só queria uma mesa”, da Editora Saraiva. (11) 5070-1294
marcelo@raemp.com.br - www.raemp.com.br

Seria bom se realmente conseguíssemos andar 100% na linha, se conseguíssemos cumprir 100% de nossas promessas, se agíssemos 100% de acordo com aquilo que projetamos sobre nossa impecável e inabalável integridade. Triste utopia. Em uma breve e profunda avaliação da sua própria consciência, você irá constatar esta triste verdade em nossas tão frágeis personalidades. A autoavaliação, exposta como ré ao julgamento de nossas mentes e a exatidão da palavra honestidade, faz com que nos condenemos profundamente dentro de nossas próprias consciências.

Avaliar o nível desta cobrança de indivíduo para indivíduo seria uma tarefa quase que impossível. Vivemos em regime de sociedade, que é estabelecida sob regras não escritas em livros ou cartilhas. Vivemos com os parâmetros e referências de nossos grupos sociais e profissionais. O que é moral para um pode não ser para o outro e vice-versa. Somos observados e testados a todo momento por todos os lados e, muitas vezes, mínimos deslizes nos expõe a percepções desastrosas para nossas imagens, tão fortes quanto aquelas em que julgamos o próximo. O que é mais e o que é menos? O que pode e o que não? Quem nos ensinou e o

que realmente aprendemos dos professores e das pauladas da vida? Quem nos rege realmente é o parâmetro que estabelecemos para nossas mentes e consciências. As escolhas nos direcionam e nos abdicam dos opostos caminhos, muitos deles, às vezes, sem volta por algum estrago de grandes proporções.

Conforme amadurecemos, temos a tendência de elevar os níveis de excelência de conduta. Passamos a ser mais cuidadosos, principalmente pelas perdas que possamos ter com nossos desvios emocionais, profissionais e pessoais. A verdade explícita normalmente é uma arma de ponta bem afiada, a qual muitos jamais ousam utilizar frente a um possível retorno tão cruel ou maior quanto a disparada.

A honestidade anda em baixa neste país. Os exemplos de nossos líderes nos envergonham e pouco influenciam suas caras de pau, tão pouco suas consciências, mas, de certa maneira, fico feliz em conhecer muitas e muitas pessoas que tenho como exemplo e referência de conduta íntegra. No papo reto, aguce a cada dia suas decisões e os impactos que elas podem gerar ao seu redor, mas principalmente se essas decisões causarão dores e mágoas profundas a você e às pessoas a quem você mais ama.

Tinta Topaz T51 HD AKM

Projetada especialmente para impressoras com cabeça RICOH Gen4 : Ampla



5LITROS



Estabilidade única
Tinta de Alto Desempenho
Alta densidade de cores

Tintas Digitais NUTec
Procedência e Qualidade

PROMOÇÃO +3M
**BRPROMO
SC PLUS
D1000 e D3000**

Promoção Especial
PAPEL SUBLIMÁTICO

+ IMPRESSORAS

Conheça a SOLJET PR04 XF-640S, a mais rápida impressora da Roland. Até 122m²/h
Qualidade excepcional até 1440dpi - Nova cabeça de impressão Roland Gold Head
Equipamento robusto e durável com ótima performance em alta velocidade
Dois* Anos de Garantia livre de problemas - Largura máxima de impressão 1,625mm



www.digimais.com.br
(11) **2095-4846**

Digi+
Soluções para Comunicação Visual



ATÉ BREVE...

Amanhecemos 2015 e nas rodas de conversa o assunto é um só: CRISE. Economia fragilizada, sistema político falido, falta de água e luz, inflação, violência, custo de vida, colapso do sistema de saúde, Petróleo; ou seja, queridos amigos, estamos a dois passos do inferno e não do paraíso como diriam Evandro Mesquita e Ricardo Barreto em sua canção. E na sequência da conversa invariavelmente um dos participantes fala: “estou pensando seriamente em sair do País”.

Farei aqui um pedido especial de esperança e fé, através de uma reflexão sobre o momento em que nos encontramos.

Pra começar é importante não alimentar que viver em crise é uma exclusividade dos brasileiros. O Mundo inteiro hoje vive em crise, cada um com a sua específica, mas muitas são comuns a todos. Claro que a nossa aqui no Brasil é especialmente dolorida, pois não fizemos a lição de casa e ainda vivemos sob a herança extrativista cultural, mas, mesmo essa, acredite, está mudando. Prova disso é que teve gente que passou as festas de final de ano na cadeia e continuam por lá.

Onde tudo começou? O principal responsável pelo atual status quo mundial é o microchip 4004 da Intel, de 1971. Foi ele o agente que tornou a tecnologia um bem acessível, tanto em tamanho quanto em valor (lei de Moore) e que hoje está presente em tudo que orbita as nossas vidas, inclusive em nós mesmos, quando vestimos um dispositivo wearable ou incorporamos alguns deles em nossos corpos cada vez mais biomecânicos. A Arpanet só virou o pai da World Wide Web por que encontrou o microchip pelo caminho.

Com a tecnologia surgiram novos hábitos,

costumes e “necessidades” e assim como nas aventuras do personagem NEO na trilogia Matrix, hoje vivemos simultaneamente em dois ambientes — analógico e digital — conectados literalmente por um telefone, ou melhor, por um smartphone. Mas mesmo essa sensação é transitória, pois como disse recentemente Eric Schmidt ex-CEO do Google, a Internet vai acabar, pelo simples motivo que não saberemos mais distinguir o digital e o analógico.

Mas as mudanças não se restringem à tecnologia. Muito pelo contrário. De 2001 pra cá o Mundo virou um ambiente de dúvidas e incertezas. Quando derrubaram as torres gêmeas além das vidas e dos memoráveis prédios, nos tiraram também as certezas e a falsa sensação de segurança. Nesse exato momento morreu o “e viveram felizes para sempre”.

Hoje sabemos que o Mundo é BETA, e como decorrência, vivemos na era da supervalorização do presente. Para buscar entender melhor o momento que estamos vivendo fui beber em 3 fontes. A primeira é a matéria de capa da revista Fast Company de janeiro de 2012, que trouxe a definição da GENERATION FLUX, ou como foi traduzida no Brasil, GERAÇÃO FLUÍDA, onde deixamos de ser definidos pela nossa data de nascimento — Baby Boomer, Geração X, Geração Y e Geração Z — e passamos a ser definidos pela nossa capacidade de adaptação ao novo ambiente de CRISE e de INCERTEZAS.

A segunda fonte de informação é o sociólogo Zygmunt Bauman, autor de uma vasta bibliografia sobre a humanidade líquida e que recentemente concedeu uma entrevista à revista Época onde falou que hoje “vivemos o fim do futuro”. Segundo Bauman, somos uma geração aprisionada ao presente por não ter a mais pálida ideia sobre o que está por vir. E, finalmente, as infinitas obras existentes sobre o tema que em meu entendimento é o que melhor explica o momento atual da humanidade chamado THE NEW NORMAL, ou, O NOVO NORMAL.

Mas o que seria o NOVO NORMAL? O novo normal é justamente o ponto de encontro de todos os acontecimentos de

1968 até hoje, e que fizeram com que em 2012, como previram os Maia, o Mundo realmente tivesse acabado. Enterramos o Mundo que vivemos nos últimos séculos e com ele a revolução industrial e o capitalismo selvagem e hoje estamos construindo um novo Mundo, com novas regras e onde o capital não é mais o dinheiro, mas o conhecimento, os relacionamentos e a capacidade de colocar coisas em pé.

No NOVO NORMAL o crescimento não é mais de dois dígitos, sustentabilidade deixa de ser discurso e passa a ser questão de existência nossa e das próximas gerações. Empreender já não é mais uma segunda ou futura opção de emprego, mas uma realidade/necessidade atual, bem como estamos aperfeiçoando os modelos de terceirizações e quarteirizações. No NOVO NORMAL estamos — finalmente — aprendendo a viver numa sociedade de todas as sexualidades, credos e raças, construindo novos modelos de família e de relacionamento e, finalmente, doa a quem doer, no NOVO NORMAL estamos nos tornando pessoas cada vez mais críticos e superficiais. Sei que ficou chateado comigo com essa última afirmação, mas aceite os fatos: Quantas vezes você foi além da segunda página do Google nas suas pesquisas recentes? E quantas vezes você foi além do que disse o Wikipedia ou aquele vídeo engraçado no Facebook, ou ainda, quando foi averiguar se aquela informação polêmica, fotos ou vídeo que recebeu no WhatsApp era de fato consistente e verdadeira? Sei que não fez por mal, eu também não fiz, ninguém faz... Mas para construirmos juntos um NOVO NORMAL do qual tenhamos orgulho, será preciso fazer. Se Shakespeare fosse vivo atualizaria sua consagrada frase para “ser ou não ser FLUÍDO, eis a questão”. O problema é que a resposta desta afirmação não é mais questão de escolha, mas de existência.

E você, como se sente? Bora atravessar a rua para o lado dos “fluídos” e ajudar a construir o NOVO NORMAL antes que a água acabe? Ainda há tempo...

Fabio Madia - fabiomadia@madiamundomarketing.com.br



J-Teck Tintas e produtos para sublimação digital

Há mais de **12** anos oferecendo os
melhores produtos para **sublimação digital!**

Com as tintas **J-Teck** o seu **carneval** está **garantido**



Toalhas e tecidos para
sublimação digital

Papéis para
sublimação digital

Chips e Cartuchos

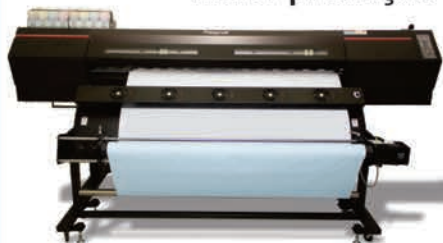
Equipamentos de
grandes formatos



Equipamentos de grande formato com 1 ano de garantia*

Impressora de **1,80m**

Maior produção



Papyrus Black

Duas cabeças de impressão DX5
Velocidade de até 64 m²/h
Rebobinador automático
Secador frontal

Impressora de **1,60m**

com **preço** de 1,10m



E-Jet V0

Painel eletrônico de fácil ajuste
Uma Cabeça de impressão DX5
Rebobinador automático já incluso
Melhor custo-benefício

Impressora de **1,80m**

**Economia e
alta produção**



E-Jet V2

Painel eletrônico de fácil ajuste
Duas cabeças de impressão DX5
Maior velocidade de impressão
Impressão até 1080 dpi

Fone: 47 3267-8400 | 9945-8752 | 9945-8753 vendas@j-teck3.com.br - www.j-teck3.com.br

Rua Panamá, 333 - Bairro das Nações - CEP: 88338-185 - Balneário Camboriú - SC

capa

SUBLIMA
GANHA MAIS ESPAÇO
5

Q

uem acompanha o mercado têxtil pode perceber, nos últimos dois anos, um expressivo crescimento das atividades, em função do aumento do uso de produtos no setor de cama, mesa e banho, em especial na área de tecidos estampados para decoração, a partir da técnica de sublimação. Esse crescimento, que conta também com as expectativas dos empresários do setor, aumenta a passos largos e alguns profissionais chegam a cravar como certo um crescimento de 30% ao ano. Além da área de tecidos para vestuário (confeção), a técnica da sublimação também gerou uma demanda enorme junto ao setor promocional.

A boa previsão é que a mesma tendência parece estar engatinhando no setor de decoração de inúmeros outros materiais como cerâmica e metais. Algumas estimativas arriscadas para prever o crescimento que deve acontecer calculam que, somente o processo de impressão digital, deve consumir algo em torno de 1,4 milhões litros

ção

de tintas para o ano de 2015. Ou seja, se o ano começou com pessimismo, dúvidas, receios, medos e retração para a maioria dos empresários, o fato é que alguns outros provavelmente ocuparão esse espaço para crescerem e se destacarem, até porque os principais setores geradores de demanda de tecidos sublimados têm uma previsão de crescimento o ano, incluindo nessa previsão a área eventos que deve ter um crescimento significativo no uso de tecidos. Além desse segmento, existe também uma previsão otimista para os setores de decoração de interiores, materiais para ponto de venda, além do próprio mercado de vestuário e calçadista que busca uma maior participação oferecendo peças exclusivas, diferenciadas e com valor agregado. E você, como bom profissional de impressão, sabe muito bem que a reprodução de uma boa imagem impressa contribui, e muito, para se criar o impacto necessário para a venda da peça. Mais tinta, mais papéis, mais impressoras, mais emprego, maior número de empresas trabalhando e um mercado em destaque. Com tantas perspectivas boas, com certeza haverá uma maior necessidade de diferenciação e oferta além, é claro, de um preço ajustado e competitivo. E, neste sentido, encontramos duas empresas que somaram forças em suas estratégias de marketing. Tanto a BN Papéis Especiais como a Pixel Soluções estão engajadas na promoção das melhores práticas sobre sublimação. O trabalho em conjunto teve início a partir de um estudo realizado pela Pixel Soluções na América do Norte, Europa e Ásia, no ano passado.

Segundo o Diretor Estratégico da Pixel, Rogerio Takeshita, é necessário explorar as características técnicas das imagens com o mesmo rigor que se deve ter em



conhecer os diferentes tipos de cabeça de impressão e a escolha da impressora que atenda especificamente a necessidade do seu negócio. “É preciso compatibilizar as cores da imagem com a versão impressa e transferida para o tecido a fim de garantir o mais alto nível de qualidade”, explica Takeshita. O gerenciamento do Workflow de cores, ou fluxo de trabalho de cores, integra a particularidade de cada sistema, somado aos consumíveis papel, tinta e os sistemas de impressão e transferência. Em palavras mais simples, o trabalho correto consiste em planejar a cor final do tecido e controlar todas as etapas do processo para garantir um menor gasto de insumos, além de energia e tempo produtivo.

“Muitas vezes, o constante aperfeiçoamento e pesquisa sobre o funcionamento e evolução de cada RIP permite otimizar a forma de transferência da tinta com diferentes resultados para prensas e calandras. Em muitos casos, uma simples e adequada manutenção dos equipamentos pode aumentar substancialmente a vida útil da cabeça de impressão e competitividade do seu negócio como um todo”, comenta Takeshita. Segundo o especialista, há muitos mitos e inverdades sendo veiculadas no mercado brasileiro, bem como uso de técnicas sem quaisquer fundamentos comprovados. Esse tipo de “cultura paralela” cria paradigmas falsos e, consequentemente, uma quebra de expectativas diante dos resultados. Com

isso, surgem as frustrações, principalmente quando o equipamento começa a perder desempenho e você é induzido a trocá-lo. Em muitos casos, o empresário, colocando os custos na ponta do lápis, com o trabalho de dois anos para pagar o equipamento, ao final deste período se vê obrigado a gastar um bom dinheiro para a troca de peças ou impressora. “Ver o sofrimento de muitos empresários nos motivou a estudar mais os processos e outros mercados mundiais para desenhar as melhores práticas da sublimação”, finaliza Takeshita.

A seguir, você acompanha parte do estudo realizado pela Pixel Soluções e BN Papéis Especiais, juntas numa campanha de marketing para promover o mercado de subli-



Lindomar
da Silva

mação no Brasil. O objetivo deste artigo é abordar de forma democrática e saudável os diferentes pontos de vista que servem como base para a tomada de importantes decisões para inúmeros empresários do setor têxtil, calçadista e promocional.

O ponto de Vista da Fabricante de Papéis Especiais

A cidade de Benedito Novo em Santa Catarina, inspirou o fundador Carlos Stein, quando em 2001 adotou as iniciais da cidade para fundar a BN Papéis Especiais. No início, o foco era fabricar papel de seda para a indústria calçadista, e guardanapos (tipo TV) para bares e restaurantes, com a produção de 10 toneladas por dia e 25

funcionários. Hoje a empresa conta com 10 diferentes tipos de papéis e produz até 60 toneladas por dia com mais de 120 funcionários. Muita tecnologia e uma visão estratégica que faz todo o sentido para entendermos a importância do papel para a sublimação digital.

A visão de produzir papéis especiais vem da análise das necessidades de cada nicho de mercado. Os papéis para sublimação, por exemplo, tem formulação química específica e reserva segredos industriais durante parte do processo de fabricação. A empresa compra a celulose e fabrica o papel somando componentes orgânicos e químicos especiais, de tal modo que não interfiram na tinta de sublimação. O papel HD é um produto tratado na máquina de fabricar papel, onde a composição da receita respeita as necessidades técnicas exigidas pelas impressoras digitais, com a alta preocupação em manter acima de 99% orgânico, pois é sabido que os componentes minerais influenciam negativamente na vida útil das cabeças de impressão. Diferentemente de outros papéis que foram “adaptados”, o papel HD, foi desenvolvido para obter os seguintes atributos:

- Alta resistência à tração, o para uso em calandras;
- Baixa gramatura, para aumentar a transferência de pigmentos no menor tempo de contato possível, reduzindo significativamente o consumo de energia elétrica;
- Especialmente construído para não liberar resíduos como fibras de celulose, amido e minerais, permitindo ao usuário aumentar sensivelmente a vida útil da cabeça de impressão;
- Sua superfície lisa e uniforme foi especial-

mente concebida para permitir que a gota de tinta seque de dentro para fora, mantendo a tensão superficial da gota intacta e, assim, gerando um ponto de impressão perfeito e extremamente preciso, resultando em uma imagem com riquezas de detalhes.

Já o papel HTD (linha de papéis de alta performance de devolução de tinta), além do tratamento recebido na máquina de papel, recebe uma aplicação (revestimento) de um composto químico especial que propicia maior devolução de tintas para os substratos, sendo indicado para aplicações que exijam maior intensidade de cópia e definição das imagens. A rapidez com que libera quimicamente o pigmento, é que gera benefícios únicos ao processo de sublimação, tais como: economia no consumo de tinta; cores radiantes e vivas, independente do fabricante ou origem da tinta sublimática; rápida transferência, mantendo as características primárias do tecido, como suavidade, brilho e manuseio. Resumindo: o papel da BN, além de propiciar tudo isto é “puro”. Fazendo analogia com a fabricação de pães, sem bromato, diferente de outros papéis que são originalmente concebido para outras aplicações, comenta José Roberto Schmitt, Gestor Comercial da empresa.

Além da tecnologia e dos processos controlados, a BN Papéis destaca-se pela qualificação na Gestão de Pessoas. A empresa ganha, a cada ano, prêmios como o destaque da Great Places to Work - SC (Melhores empresas para trabalhar em Santa Catarina). Em 2014, ficou como segunda colocada, entre as empresas até 1.000 Funcionários, acompanhando a Dudalina que teve idên-

tico destaque entre as que possuem mais de 1.000 Funcionários no estado. Segundo os executivos da BN Papéis, a soma de todos os cuidados permite produzir Papéis Especiais, dando real sentido à sustentabilidade do negócio (Gestão Financeira, Gestão com Pessoas, Gestão Ambiental e Gestão de Processos). Por conta disto a empresa vem apresentando resultados positivos, possuindo certificação integrada nas ISO 9001-2008, ISO 14001-2004 e NBR 16001-2012, e seus produtos são homologados por laboratórios específicos da área papelreira, no âmbito nacional e internacional, como por exemplo o ISEGA, laboratório alemão que certifica papéis para contato com alimentos.

“Nós sabemos que o processo de sublimação digital tem muitas variáveis, e que um papel especial pode contribuir em diversos aspectos para o cliente, começando pela qualidade na transferência da imagem. Um papel, feito especialmente para essa finalidade, tem maior estabilidade dimensional com baixas gramaturas. Depois, pela economia de tinta, além de muitos outros recursos como menor tempo, maior produtividade, menos gasto de energia elétrica e maior capacidade de repetibilidade, seguindo os mais rigorosos padrões de qualidade. Nós garantimos o papel pelo conhecimento no processo de fabricação desde a celulose, mas também somamos a importância das outras variáveis e, por este motivo, somamos experiências e estudos com a Pixel”, finaliza José Roberto Schmitt. A estratégia da empresa é abrir canais de venda OEM, junto a distribuidores que já conhecem o perfil e cultura dos clientes. Em geral são canais de vendas que já comercializam equipamentos de impressão, além de tinta, e que precisam de um papel de qualidade. E, por falar em qualidade, engana-se quem pensa que apenas a fabricação do papel é um diferencial para o processo digital.

“O desenvolvimento destes produtos deu-se à partir do segundo semestre de 2012 quando sua equipe de desenvolvimento

da BN Papéis procurou entender, em um primeiro instante, as dificuldades e necessidades dos usuários, que até então só dispunham de papéis comuns como o calandrado ou monolúcido. Além disso, a equipe buscou entender, como os equipamentos de impressão funcionam e como as tintas sublimáticas agem desde o momento da impressão até a sua fixação através da transferência por calor e pressão. Somente para os estudos dessa fase, foram consumidos 6 meses e mais outros 6 para o desenvolvimento dos produtos em si. A preocupação em cuidar do processo, do seu início até o fim, levou a empresa a fazer um investimento considerável, implantando um laboratório de análises específico para

quantidade de tinta influencia no custo, com a mesma importância que a dose e intensidade das cores influenciam nos resultados da qualidade das imagens sublimadas.

As empresas que fazem uso das técnicas e conhecimento adequados, possuem ferramentas de controle e insumos apropriados para o tipo de impressora, conseguem um custo altamente competitivo, aliado com produtividade e qualidade satisfatória de imagens transferidas. Parece utopia, mas o nome disso é planejamento e a constatação do estudo feito pela Pixel no último ano. Tudo começa com o treinamento do seu time para que eles possam processar e dar o devido tratamento para cada fase do processo.

Porém, comparando com empresas que



Da esq. para a dir., José Schmitt, Nilson Zanella e Rogério Takeshita

sublimação e adquirindo uma rebobinadeira própria para garantir a estabilidade do produto com perfeita tensão de enrolamento desde o início do rolo até o seu final, permitindo um “desbobinamento” perfeito na impressora digital. Como consequência, há vários relatos de empresas que imprimem durante a noite, sem a presença física de um técnico. Finalmente a empresa chegou à última fase do desenvolvimento do produto que se mantém até hoje. Com o incremento dessas técnicas e outras premissas e com o auxílio de parcerias técnicas, como o frequente contato com especialistas em tecidos, constantes testes com diversos tipos de tintas sublimáticas, impressoras, calandras, prensas e softwares RIPs, permitindo a

obtenção de produtos de classe mundial”, afirma Nilson Zanella, Gestor de Operações. O Ponto de Vista da Integradora de Soluções Para a Pixel, o uso inadequado das cores como resultado, diminui a chance de compra de qualquer produto no ponto de venda. No caso de uma mensagem publicitária no ponto de venda ou ambientes internos decorados, o desconforto é um quesito que afasta as pessoas da comunicação e, conseqüentemente, do objetivo projetado inicialmente pelo estilista, designer ou arquiteto.

Reproduzir uma impressão em tecido com o processo digital de sublimação, sem levar em conta a mensagem e os objetivos da aplicação, pode comprometer o resultado para o cliente ou o seu resultado com o lucro. Sim, a



fazem a mesma sublimação, em outros países, constatou-se que o problema não é o nível de conhecimento, mas sim a qualidade do que foi aprendido e como esse aprendizado está sendo empregado, de maneira a comprometer as impressoras, cabeça de impressão, além do consumo de tinta e a queda no padrão de qualidade. O uso de padrões de cores de outras empresas que tiveram sucesso não terá o mesmo efeito diante das variáveis que incluem papel, tecido, temperatura, ambiência e umidade. Cada empresa precisa desenvolver seu próprio estudo de cores integrando a própria realidade dos espaços de cores.

A Pixel Soluções Digitais, empresa estabelecida na cidade de Londrina no Estado do Paraná, através de seus sócios, Rogerio Takeshita e Daniel Ribeiro, contribui com profundo conhecimento técnico já que ambos têm uma carreira consolidada principalmente nos departamentos de Assistência Técnica. Rogerio Takeshita possui mais de 23 anos de experiência técnica com todos os tipos de equipamentos de grandes formatos para impressão, indo desde os antigos equipamentos que deram a origem ao nome PLOTTER (que usavam canetas a nanquim, penas esferográficas e grafite para desenhar projetos CAD), passando pelas tecnologias

Eletrostática, Laser, LED, Jato de tinta base água, pigmento, solvente, eco-solvente, UV, sublimação e agora impressão direta no tecido e cerâmica. Já Daniel Ribeiro possui mais de 10 anos de experiência com a maioria das tecnologias já mencionadas anteriormente.

Durante os últimos 6 anos de experiência no mercado de Sublimação, a Pixel desenvolveu um incansável trabalho na busca por verdadeiras soluções. Foi a primeira a identificar a necessidade real do uso de software RIP para imprimir sublimação, desenvolver um papel ideal para sublimação e até identificar e aplicar a técnica de WORKFLOW de COR para impressão sublimática. A Pixel hoje possui total entendimento sobre todo o processo de produção sublimática, incluindo os papéis para sublimação da BN PAPEIS para a solução completa, eliminando totalmente problemas, como:

- Cor - onde o cliente aprende a obter exatamente as cores que ele deseja, independente da tinta, impressora, papel, software RIP e prensas que utiliza;
- Software RIP - demonstrando e ensinando como utilizar os softwares RIPs que hoje são utilizados com os diferentes fabricantes de impressoras e ainda como extrair de cada um deles o máximo de recursos utilizáveis e aplicáveis na impressão sublimática;

- Papel - revelando aos usuários o que realmente cada tipo de papel usado no mercado nacional pode gerar de benefício, custos e danos ao processo de produção sublimática. O quanto um papel usado erroneamente pode gerar grandes prejuízos e aumento de custos porque alguns papéis não possuem características que atendem ou não se aplicam à tinta ou à impressora de sublimação;

- Prensa e Calandra - em consequência do uso inadequado do papel e a carga de tinta à que esta sendo submetida cada produção, demonstramos o quanto se desperdiça de tempo e energia elétrica quando se usam tais equipamentos;

- Tinta - demonstrando e ensinando como se deve aplicar um WORKFLOW de cor e como ele, bem implementado nas empresas, pode evitar o grande desperdício de tinta no processo de produção (até 50% de toda tinta comprada, não é efetivamente usada no processo de produção, assim até 50% é jogada fora);

- Tecidos - expondo como os diferentes tipos de tecidos, quando não gerenciados, prejudicam a qualidade da estampa final, o quanto se joga de tinta fora por não se ter um gerenciamento de cor adequado para cada tipo.

As 7 práticas para a excelência na liderança

M

uitas organizações querem melhorar os resultados e ampliar o desempenho da sua equipe, mas não sabem como ou por onde começar. Eu acredito que a liderança é o “X” da questão e o caminho certo.

James Hunter, autor do livro “O Monge e o executivo”, define liderança como a habilidade de influenciar pessoas a trabalhar entusiasticamente para atingir objetivos estabelecidos e em prol do bem comum. Ou seja, o papel da liderança é fundamental nas corporações bem sucedidas.

Presenciei na prática como o líder faz toda diferença quando fiz um curso com o Instituto Disney. Lá, descobri que a gestão de excelência busca o lucro, mas isso só acontecerá se existir: práticas de encantamento de clientes externos; funcionários satisfeitos, motivados e bem treinados e uma liderança que ensine, inspire e transforme pessoas e resultados.

Faça uma autorreflexão sobre sua performance e as sete práticas para a excelência na liderança que cito a seguir:

1) Paixão

É fundamental ter paixão pelo que se faz. Uma frase do filósofo Confúcio expressa bem esse conceito: “Encontre um trabalho que você ame e não terá que trabalhar um único dia em sua vida”. Todos nós temos problemas, mas quando fazemos o que gostamos, a paixão vira amor, as dificuldades viram etapas e os resultados acontecem. E você,

tem chegado entusiasmado no trabalho com aquela paixão no primeiro dia?

2) Comunicação

Como tem sido a comunicação com a sua equipe e pessoas ao seu redor? Tem uma frase do Duda Mendonça, um publicitário que eu gosto muito, que diz que comunicação não é o que a gente fala, e sim o que o outro entende.

Eu digo isso porque visito várias empresas em treinamentos e palestras e percebo que alguns funcionários têm medo dos seus líderes. Quando eles estão em algum tipo de apresentação ou recebem instruções de seus superiores, dizem que entenderam por insegurança ou medo. Ocorre que, de fato, isso não é verdade e resulta num desacordo com o que o líder esperava.

3) Meta

O filósofo Sêneca já disse: “Não existe vento favorável para o marinheiro que não sabe onde ir”. A meta precisa estar aliada a um bom planejamento e um ótimo monitoramento. Meta é saber aonde quer chegar, planejamento é como chegar e o monitoramento é o acompanhamento que você precisa fazer para este processo ser efetivado com sucesso. Uma dica para ajudar a traçar uma meta corretamente está no sistema SMART, ou seja, ela precisa ser bem Específica, Mensurável, Alcançável, Relevante e Temporal.

4) Disciplina

Disciplina é fazer o que tem que ser feito, ou seja, não adianta fazer apenas o que se tem vontade e sim, fazer o que for necessário para conquistar o objetivo desejado. E mais: disciplina aliada ao foco. Visitando muitas empresas tenho visto líderes atirando para todos os lados. Eles acabam se esquecendo de focar naquilo que é realmente importante e que precisa ser feito.

5) Motivação

Um grande líder precisa saber envolver as pessoas, motivar todos os integrantes da equipe. Com isso, conseguirá transformar interesses individuais em objetivos comuns. Segundo a teoria do especialista no assunto, o psicólogo David McClelland, a motivação é algo intrínseco, ou seja, de dentro para fora. Mas cabe ao líder criar um ambiente motivador para que o próprio colaborador se motive. Fatores como desafios constantes, reconhecimento, elogio, possibilidades de crescimento profissional e um bom clima organizacional, favorecem para que os números e os resultados cresçam.

6) Resultados

Nada convence mais do que resultado, portanto, não fique trocando resultado por desculpas. Alguns líderes que não conseguem seus objetivos começam a se justificar e desculpar o tempo todo. Lembre-se ainda que o resultado não deve ser conquistado a qualquer custo ou preço, afinal, o líder deve ser exemplo para os demais.

7) Equilíbrio

Um verdadeiro líder precisa saber administrar o tempo, conciliar a carreira profissional e a vida pessoal, para não correr o risco de ser apenas um grande líder profissional. Ele precisa ter tempo para poder cuidar dos outros pilares que compõem a felicidade, por exemplo, dedicar-se à família. Afinal, não há sucesso profissional que compense o fracasso pessoal.

Acredito que o verdadeiro sucesso é ser feliz, portanto, aproveite intensamente cada momento, só assim a felicidade será plena.

* Erik Penna é especialista em vendas, consultor, palestrante e autor dos livros “A Divertida Arte de Vender” e “Motivação Nota 10”.
Saiba mais www.erikpenna.com.br

A feira têxtil global e brasileira

Novas tecnologias
Impressão têxtil
Sustentabilidade
Seminário tecnológico
Máquinas e equipamentos

Tecnotêxtil Brasil

FEIRA DE TECNOLOGIAS PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL

EVENTOS SIMULTÂNEOS:



Seritex

Feira de máquinas e equipamentos para Impressão Têxtil



ENTBrasil

Exposição de Equipamentos e Insumos para Não Tecidos e Tecidos Técnicos

SEMINÁRIOS E FÓRUMS INÉDITOS:

Seminário Tecnológico
ABTT

2º FÓRUM/Digital
Tecnotêxtil - UserFashion -

2º FÓRUM/Informações
Tecnotêxtil - Têxtilverde

07 a 10 de Abril de 2015

Das 14 às 21 horas - **Pavilhão azul**
Expo Center Norte - São Paulo - SP - Brasil

www.tecnotextilbrasil.com.br

Visite o evento que reúne todos os profissionais e tecnologias do setor têxtil brasileiro.

INFORMAÇÕES:

FCEM SÃO PAULO:
(11) 5589.2880
saopaulo@fcem.com.br

FCEM FORTALEZA:
(85) 3111.0595
fortaleza@fcem.com.br

FCEM PORTO ALEGRE:
(51) 3382.0700
fcem@fcem.com.br



Empresa Associada:
UBRAFE



O MERCADO AO SEU ALCANCE
OPENING NEW BUSINESS OPPORTUNITIES



A escolha do Gigante

Na mitologia, os Gigantes recebiam o nome de Titan porque queriam escalar o céu para destronar Júpiter. Na era da Comunicação Visual, o céu é o limite e as empresas concorrem para entregar a mais alta qualidade, num menor prazo e com um preço mais competitivo. E foi estudando as dezenas de opções de mercado que a Plastkolor, empresa que completa este ano, 45 anos, escolheu a Jeti Titan X, da Agfa.

A empresa sediada em Florianópolis atende o mercado publicitário e sabe que, para se manter competitiva, é preciso ter um parque industrial moderno e que tão importante como atender a atual demanda, num menor tempo e com mais qualidade, é preciso de tecnologia de ponta para alcançar novas possibilidades. “A escolha da Jeti Titan X aumenta a nossa confiança na prospecção comercial, uma vez que a tecnologia permite uma impressionante qualidade e definição de detalhes. Nós fizemos muitos testes com a mesma imagem em várias impressoras e diferentes materiais”, comenta Alessandro Witoslawski, diretor da Plastkolor.

Para Herick Lytk, executivo de vendas inkjet da Agfa, a impressora UV inkjet com 48 cabeças Ricoh, 8 cabeças por cor (CMYK+W+Lc+Lm) combina qualidade de impressão e alta velocidade com uma relação custo de impressão x produtividade e qualidade imbatível. “Com 3,2 metros de largura, a Jeti :Titan X possui uma opção flat-to-roll para imprimir em mídia flexível, assim como substratos rígidos, e está sendo a escolha de mais de 12 empresas nos últimos 18 meses”, comenta o executivo.

Na prática, a Plastkolor faz 50 trocas por dia e imprime mais de 300 metros quadrados em apenas 8 horas. Mas tende a aumentar o desempenho de produtividade chegando a mais de 60.000 m2 do material por mês. “Tão importante quanto imprimir rápido é garantir ao cliente uma qualidade de cor e resolução de imagem. Tem peças impressas em papelão que, vista a uma distância de 1 metro, confunde até os mais experientes do mercado passando por uma impressão em poliestireno. Ter uma tecnologia de altíssima qualidade, e que permite impressão em materiais como esse, dão uma vantagem competitiva para nós e para os clientes que muitas vezes precisam gastar menos

com logística e ter uma alternativa mais funcional”, argumenta Alessandro.

Destacada como uma impressora versátil, a Jeti Titan X é uma impressora com tecnologia de impressão UV que tem alta rentabilidade de impressão quando comparada com o processo convencional, ou algumas impressoras UV de mercado mas teve a melhor avaliação da Plastkolor que comparou a tecnologia com outras impressoras UV de mercado. “Existem muitas impressoras boas no quesito de qualidade, mas escolhemos a Agfa pelo conjunto da tecnologia, e o que teve enorme peso foi o fato da empresa manter uma impressora como Show Room no Senai de Barueri. Nós podemos mandar nossos funcionários para serem treinados lá e isso faz muita diferença para nós”. finaliza Witoslawski.

A Plastkolor que também está instalando o Workflow Asanti, e que nos testes práticos otimizou de uma hora para apenas cinco minutos, a preparação da imagem até o início da impressão. A empresa já iniciou novos estudos de mercado para a sua próxima aquisição, de uma impressora UV rolo a rolo e que irá acontecer ainda no ano de 2015.

O melhor portfólio de soluções inkjet UV do mercado.

* Família :Jeti

DISPLAYS: PDV **SINALIZAÇÃO:** COMUNICAÇÃO VISUAL **EMBALAGEM/LENTICULAR:** GRÁFICAS COMERCIAIS

DECORAÇÃO: CENOGRAFIA **INDÚSTRIA:** MOVELEIRA, COURO, METALGRAFIA, ETC.



Jeti Titan S e Titan HS
até 160 m²/h • 6 cores + branco



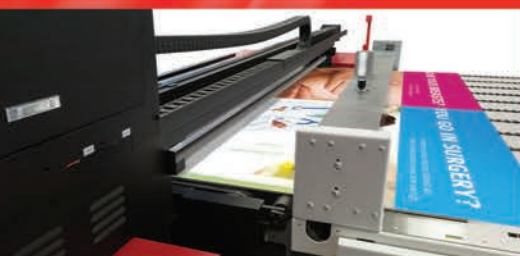
Eleita Melhor Impressora
Flatbed/Híbrida pela **EDP 2014**



Eleita Produto do Ano
pela **SGIA 2014**

* Família :Anapurna

DISPLAYS: PDV **SINALIZAÇÃO:** COMUNICAÇÃO VISUAL **DECORAÇÃO:** CENOGRAFIA **FOTOGRAFIA:** FINE ARTS



:Anapurna M2540 FB (Flatbed)
até 45 m²/h



:Anapurna M1600 (Híbrida)
até 46 m²/h



:Anapurna M2050i (Híbrida)
até 101m²/h



:Anapurna M2500i (Híbrida)
até 115m²/h



:Anapurna M3200i (Rolo-a-rol)
até 123m²/h

:Asanti

- Fluxo de trabalho PDF automatizado para qualquer aplicação;
- Funções integradas;

Agilize o seu fluxo de trabalho; torne-se mais eficiente; mantenha a consistência; otimize a produtividade; utilize vários dispositivos integrados; elimine erros e retrabalhos.

*Confira a linha completa de equipamentos inkjet e o maior portfólio de tintas UV do mercado em nosso site **www.agfa.com**

Agfa Graphics
marketinggs.br@agfa.com
Tel.: 11 5188.6400

ISO 9001 • ISO 14001 • ISO 50001 • OHSAS 18001

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

SENAI BARUERI RECEBE EVENTO SOBRE TECNOLOGIA DE PRÉ-IMPRESSÃO PARA RÓTULOS E EMBALAGENS

O SENAI de Barueri receberá no próximo dia 5 de março, das 13h30 às 18h, a primeira edição do Fórum Integrado de Pré-impressão, Rótulos e Embalagens (FI-PRE), um evento realizado pela Starlaser, Zanatto Soluções Gráficas e Projeto Pack. E que contará também com a participação de marcas mundialmente consagradas que ambas as revendas representam no

Brasil, como Kodak, X-Rite, GMG Color, PACKZ e GSE.

O objetivo é mostrar tecnologias de pré-impressão que não somente aumentam a qualidade na criação e gestão de produção, como também agilizam e trazem maior confiabilidade ao processo de pré-impressão e impressão de rótulos e embalagens.

A abertura do evento será realizada por Ais-

lan Baer, editor da Revista Projeto Pack, e, em seguida, prosseguirá com apresentações de temas de fundamental relevância, como provas multicanais, inovações tecnológicas, formas de se obter alta qualidade em roto-gravura e impressão flexográfica, otimização no consumo de tinta e no gerenciamento de cores. O fórum será encerrado com uma mesa redonda da qual farão parte representantes das empresas e marcas citadas.

“Será uma grande oportunidade de os participantes verem, juntas, marcas líderes do mercado comercializadas por duas empresas tradicionais no mercado nacional e que gozam de grande respeito, como a Starlaser e a Zanatto”, disse Sidney Silveira, diretor da Starlaser.

“O segmento de embalagens e rótulos cresce exponencialmente e, por isso, demanda cada vez mais novas soluções que permitam produzir mais, com segurança, qualidade e redução de custos. Grande parte das possibilidades de se atingir esse ideal será mostrada nas palestras que realizaremos no fórum”, destacou Daniel Eraldo, diretor de marketing e novos negócios da Zanatto.

Para participar, basta fazer sua inscrição através do telefone 11 3413-4416, ou pelo e-mail contato@parlaassessoria.com.br



SILMAQ PROMOVE TREINAMENTO EXCLUSIVO, E GRATUITO, SOBRE ESTAMPAS INDEXADAS EM BLUMENAU

A Silmaq, empresa blumenauense com 28 anos de atuação no mercado têxtil nacional, traz com exclusividade para Blumenau e região o treinamento Index Now que ensina técnicas avançadas para preparação de arquivos e gravação de quadros para estamparia em alta definição.

O processo, conhecido internacionalmente como Indexação de Cores, é uma técnica de separação aplicada para criar cores apuradas sem perder a fidelidade de uma imagem ou

ilustração que será impressa pelo processo de serigrafia com tintas plastisois. Uma técnica global pouco conhecida no Brasil e promovida com gratuidade pela Silmaq para clientes e parceiros. O objetivo principal do evento é apresentar aos participantes os caminhos e segredos de como realizar esta técnica utilizando Photoshop.

Além de todo o processo de edição no Photoshop os participantes terão a oportunidade de acompanhar o processo de gravação digital dos quadros, utilizando a i-Image

da americana M&R, e também o processo de estampa da arte no Carrossel Challenger III. Para isso, a Silmaq receberá a visita de George Forero, que virá dos Estados Unidos para apresentar os produtos da marca.

O treinamento é gratuito e acontecerá nas dependências da Silmaq, em Blumenau, no dia 28 de fevereiro de 2015 a partir das 8h. Os interessados em participar do evento devem enviar um e-mail solicitando a ficha de inscrição para eventos@silmaq.com.br.

SILMAQ®

Só quem vende e importa de verdade consegue manter 50mil máquinas em estoque e ainda oferecer ofertas exclusivas para sua empresa.



Overlock 737k



Reta Eletrônica KM-250 AL-7S



Cortadora Automática D8002



Caseadeira Automática LBH1790



Bordado - SB-WE-912-55

SILMAQ®



www.silmaq.com.br

[f /SilmaqSa](#) [i /silmaq_sa](#) [v /silmaqsa](#)



Sua empresa merece aumentar a produtividade e manter a qualidade, exija as melhores marcas!

A Silmaq é distribuidora das melhores máquinas de costura e equipamentos têxteis do mundo, não se deixe enganar com cópias das nossas marcas. Nós mantemos em nosso estoque mais de 50mil máquinas para atender a demanda no tempo que a sua empresa precisa.

Maringá - 44 3268-4111 / Recife - 81 2126-0260 / São Paulo - 11 3331-0335 / Blumenau - 47 3321-4444



Kannegiesser

Bullmer

SunStar

SWF

SIAUBA

JUKI®

**VERSÃO OEM
PARA REVENDAS
DE TODO O BRASIL
CADASTRE-SE**

www.bnppapel.com.br



ÚNICA FÁBRICA DE PAPEL PARA SUBLIMAÇÃO



Da Celulose ao Papel para Impressão com Tinta Sublimática

BN Papel Catarinense Ltda

Estrada BNV 447, s/n | Caixa Postal 47 | Benedito Novo, SC - 89124000

Fone/Fax: 47 3385.2000 - 3385.2002

2015



LOADING...

NOVAS IDEIAS, NOVOS IDEAIS.

