



LANÇADO PLANO DE APOIO DO 9º PRÊMIO GAÚCHO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA

No dia 25 de setembro, a Abigraf-RS lançou o Plano de Apoio do 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. A adesão possibilita aos fornecedores vincular o seu nome ao setor e a um concurso que já se consagrou como a grande mostra do que de melhor se produz em impressos no Rio Grande do Sul. É uma chance de exposição e comunicação dirigida a um universo de 1.750 gráficas e 12 mil colaboradores.

Ao apoiar o prêmio, o empreendimento terá oportunidade de dar visibilidade (por meio de mídias eletrônicas e impressas) à sua marca e de se relacionar (via ações de marketing) com as gráficas, o mercado e a sociedade em geral, conforme a cota de investimento escolhi-

da: Diamante, Ouro, Prata e Bronze. O investimento, além de contribuir para o sucesso do concurso e para a valorização da qualidade dos impressos gaúchos, ainda oferece uma contrapartida positiva para quem aposta nesse trabalho empreendido pela Abigraf-RS.

A associação busca continuamente a inovação e o fortalecimento do setor junto aos agentes dessa grande cadeia produtiva, formando parcerias sólidas e bem-sucedidas. Assim, todos crescem. Interessados em participar podem entrar em contato com a entidade, verificar as propostas do Plano de Apoio 2013 e optar por aquela que atenda aos propósitos da empresa. Junte-se a nós!

Segmentação

O que dita o mercado no segmento de cadernos

Finanças

Profissionalismo na hora de fazer as compras da gráfica

HORA DE UNIR FORÇAS

A Abigraf-RS já lançou o seu Plano de Apoio para a 9ª edição do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. O objetivo é buscar parcerias junto aos fornecedores para a promoção do concurso, que sem dúvida é de extrema representatividade para o setor. Ao longo dos seus oito anos de existência, o prêmio se consolidou pela sua credibilidade e lisura, figurando como uma vitrine de talento. O Plano de Apoio é uma oportunidade para empresas da cadeia produtiva associarem sua marca ao prêmio, estreitarem relações com o universo da indústria gráfica e contribuírem com uma iniciativa que tem como meta a valorização dos impressos do Rio Grande do Sul e o fortalecimento dos negócios gráficos!

Singraf – Caxias do Sul

FESTA DE FIM DE ANO

A tradicional festa de confraternização de final do ano do Singraf será no dia 25 de novembro, na Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul (CIC), em Caxias do Sul. A entidade solicita a cada associado a doação de um

quilo de alimento não perecível. Os alimentos arrecadados serão repassados a duas entidades: Associação Caxiense de Auxílio aos Necessitados e Associação Jesus Senhor. Participe desta iniciativa, confraternize e colabore!

POSSE DA NOVA DIRETORIA

Em 28 de setembro, ocorreu a solenidade oficial de posse da diretoria eleita do Singraf para o biênio 2013/2014, em Caxias do Sul. O atual presidente, Luiz Carlos Moraes, foi reconduzido à presidência. Em seu discurso de posse, o dirigente sindical fez um balanço das ações realizadas nos últimos dois anos,

bem como anunciou as metas para a gestão que se inicia. Além de Moraes, a diretoria executiva está composta por Guido Hentschke e Ben Hur Flores. O superintendente da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS, Luiz Carlos Gautério Pinheiro, esteve presente representando as entidades.



Singrapel

PROJETO PARA DESENVOLVER AS GRÁFICAS DA REGIÃO SUL

O projeto Desenvolvimento das Indústrias da Região Sul, promovido pelo Sebrae, já está começando a colher bons frutos para o setor gráfico. A iniciativa, com o apoio do Singrapel e do Sindigraf-RS, está direcionando os participantes à troca de experiências e ao aprendizado contínuo. A afirmação é do vice-presidente do

Singrapel, Roberto Llanos de Ávila. “A ação concorda com a proposta de fomentar o espírito de coletividade e de justificar a importância de fazer parte de uma entidade de classe”, afirma o dirigente. Até o momento, sete gráficas aderiram ao programa, que contempla também outros segmentos como o de Confeção, Panificação e Doceiras. Os

participantes já tiveram a oportunidade de realizar cursos na área de Controle Financeiro, Custos Industriais, Análise e Planejamento Financeiro e Gestão de Pessoas. Ainda neste ano ocorrerão os workshops *Como vender mais e melhor?*, *Indicadores de Desempenho* e *Planejamento Estratégico*. Para 2013, outros módulos já estão preparados.

Expediente



PUBLICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA REGIONAL RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303
www.abigraf-rs.com.br / abigraf-rs@abigraf-rs.com.br
Twitter: @ABIGRAFRS

Facebook: Abigraf-rs Associação Ind Gráfica

Presidente:

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

1º Vice-Presidente:

OSNI TADEU DOS SANTOS

2º Vice-Presidente:

LUIZ CARLOS PAGANO GASPERINI

3º Vice-Presidente:

HENRIQUE PURPER



Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul
Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA



Sindicato das Indústrias Gráficas de Pelotas
Presidente: GILMAR MOSCARELLI LEVIEN



Sindicato das Indústrias Gráficas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul
Presidente: LUIZ CARLOS OLIVEIRA DE MORAES

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos:

PATRICIA CAMPELLO E LUIZA MUTTONI

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte:

RAMIRO BASTOS E SILVIO RIBEIRO

Pré-impressão – CTP e Impressão:

GRÁFICA ANS

Tiragem:

2.500 EXEMPLARES



Este informativo é impresso em Papel ECO Millennium Off-set, 90 gramas



Você faz as contas mas não sabe para onde está indo o lucro da sua empresa?

**Nosso software pode te ajudar.
Ligue pra gente!**



(31) 3419-7300
www.zsl.com.br
vendas@zsl.com.br



GWorks Solution 2.0

O GS 2.0 é um sistema surpreendente, com estrutura totalmente modular, permite ser adaptado a qualquer porte e segmento de empresa

PRINCIPAIS VANTAGENS

- ✓ Melhor custo-benefício do mercado
- ✓ Agilidade e confiabilidade p/ seus orçamentos
- ✓ Ganho de produtividade
- ✓ Planejamento para o crescimento de sua empresa

SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

- ✓ Offset plana e rotativa
- ✓ Formulário contínuo
- ✓ Comunicação Visual
- ✓ Serigrafia
- ✓ Flexografia
- ✓ Cartonagem

MÓDULOS DO SISTEMA

- ✓ Cadastros
- ✓ Mapa de Custos (RKW)
- ✓ Orçamento
- ✓ Ordem de Serviço (OS)
- ✓ Estoque
- ✓ Produção (PCP)
- ✓ Financeiro
- ✓ CRM
- ✓ Nota Fiscal Eletrônica

**Mensalidade a partir de
~~R\$ 250,00~~ R\$ 175,00 *
Desconto de 30%
para associados do sistema
ABIGRAF-RS / SINDIGRAF-RS**

**Solicite uma
demonstração gratuita!**

(31) 3419-7300



Mais de 1.500 empresas em todo Brasil e as principais gráficas do Rio Grande do Sul utilizam os sistemas da Zênite

Segmentação

CADERNOS E MODA, COMBINAÇÃO PERFEITA

O período de “volta às aulas” 2013 já agita o mercado, que se prepara para oferecer produtos interessantes e inovadores de uma linha importante do segmento comercial: o de cadernos. É também uma oportunidade para a indústria gráfica aproveitar a sazonalidade e fomentar o faturamento.

O Rio Grande do Sul vem despontando no nicho de papelaria e material escolar. Dados da Pyxis Consumo, estudo desenvolvido pelo Ibope Inteligência, apontam que o estado é o que mais movimentará o setor, com um gasto *per capita* de R\$ 44,14. Os gaúchos representam, assim, 6,6% do potencial nacional, totalizando R\$ 402,57 milhões em gastos no setor.

E o que o consumidor busca? Qualidade, durabilidade e modismo. Segundo Wanira Salles, gerente de negócios e organizadora da Office Paper Brasil Escolar 2012, produtos personalizados fascinam o público, principalmente infantil e *teen*. A linha precisa acompanhar as tendências e o que a moda dita. “Há espaço para o tradicional, mas o que é inovador sempre ganha a preferência do brasileiro, mais especificamente das mulheres”, afirma.

Em 2013, conforme mais recente edição da Office Paper Brasil Escolar sinalizou, as capas vão trazer muito glitter, brilho, colorido e personagens licenciados, a exemplo da dupla de palhaço Patati Patatá, Turma da Mônica, Galinha Pintadinha e tantos outros que invadem o cotidiano da criança. “A cada ano há uma marca mais

O setor caderneiro está experimentando uma retomada no crescimento e a previsão de incremento nos negócios por meio de produtos inovadores e personalizados

em voga estampada nos cadernos. O mercado precisa seguir essas mudanças catalisadas fortemente pela mídia”, diz Wanira.

Setor superavitário

Para a indústria gráfica, o segmento de cadernos e agendas vai de vento em popa. Dados de importação e exportação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) mostram uma retomada no crescimento do seu saldo comercial, conforme informou o Departamento Econômico (Decon) da Abigraf Nacional. Os itens, cuja manufatura em 2011 atingiu R\$ 1,039 bilhão, equivalem a 3,5% do PIB gráfico nacional.

Ainda conforme o Decon, entre janeiro e julho de 2012, as exportações do setor cresceram 2% na comparação com o mesmo período de 2011, passando de US\$ 19,6 milhões para US\$ 20 milhões. Dentro do mesmo espaço de tempo, as importações recuaram 10,8%, de US\$ 5,8 milhões para US\$ 5,2 milhões. A balança comercial foi, portanto, de US\$ 14,8 milhões, resultado 7,2% superior ao do ano anterior. “Nem o câmbio valorizado, nem o alto custo da produção, somados à concorrência dos produtos chineses, foram capazes de segurar a retomada do crescimento de nosso setor caderneiro, um dos mais eficientes e produtivos do planeta. Apesar de todos os entraves, continuamos entregando um produto de alto valor agregado aos nossos compradores”, afirma Fábio Arruda, presidente da Abigraf Nacional.



Stock.xchng



A melhor impressão que um cliente poder ter é quando você o conhece pelo seu nome.

Impressão de Dados Variáveis (Variable Data Printing)

Tecnologia que automatiza a produção de comunicações personalizadas e relevantes e motiva os destinatários a responder. Quer seja utilizada para adquirir vantagens, aumentar as vendas ou reforçar a fidelidade do cliente. Com as soluções da tecnologia XMPie, a comunicação personalizada eficaz torna-se não apenas uma proposição com alto índice de resposta, como também uma estratégia rentável de negócios com atrativo retorno do investimento. O mercado de comunicações personalizadas de alto valor é grande e está crescendo rapidamente e a XMPie oferece várias soluções de Impressão de Dados Variáveis para ajudar você a aproveitar o vasto leque de oportunidades apresentadas pelo marketing direto.

Portais de Marketing (Web to Print)

As lojas virtuais criadas através do XMPie permitem levar o seu VDP diretamente para a internet, gerenciadas através de um servidor centralizado. Deste modo, seu cliente poderá ter à disposição uma lista de produtos pré-definidos (agendas, folders, cartões de visita, etc.) com total personalização. A versatilidade do XMPie também permitirá ao seu cliente a criação de produtos próprios diretamente nas lojas virtuais. A administração das lojas foi pensada para que se tenha um fácil controle dos pedidos e dos processos de fabricação até a expedição final. A integração com diversos meios de pagamento é mais um facilitador para o aumento de suas vendas.

O XMPie leva aos pequenos, médios e grandes consumidores a possibilidade de acesso aos meios tecnológicos mais avançados na impressão de seus produtos gráficos. A fiel reprodução da identidade visual está garantida pela impressão em equipamentos de última geração.

TODA A CAPACIDADE ESTRATÉGICA VIABILIZADA PELO XMPIE NA GERAÇÃO DE NEGÓCIOS PARA OS DIVERSOS SETORES EMPRESARIAIS, COMO A INDÚSTRIA GRÁFICA, PODE SER CONHECIDA ATRAVÉS DA TLT. PARA MAIS INFORMAÇÕES, CONTATE NOSSOS ESPECIALISTAS.



one to one in one™

A **xerox** Company



SOLUÇÕES CORPORATIVAS
TELETONER
www.tlts.com.br



Matriz: Av. Protásio Alves, 4900 • Petrópolis • Porto Alegre | RS
55 51 3017.0999 • teletoner@teletoner.com.br • www.tlts.com.br

Filial: Rua Engenheiro Rebouças, 2721 • Rebouças • Curitiba | PR
55 41 3014.5999 • teletoner@teletoner.com.br • www.teletoner.com.br

Artigo

Gestão

DICAS PARA ADMINISTRAR MELHOR OS E-MAILS NO TRABALHO

Um estudo da Universidade Católica de Louvain, na Bélgica, divulgou recentemente que o excesso de e-mails nas empresas está relacionado com o aumento de estresse dos trabalhadores, assim como com a perda de produtividade das companhias. Segundo a professora responsável pela pesquisa, Caroline Sauvahol-Rialland, o excesso de e-mails e de informação em geral acarreta riscos sociais e psíquicos para os empregados e empobrece a empresa.

Parece assustador, mas essa é uma realidade para muitas pessoas, principalmente para aquelas que utilizam o e-mail como uma ferramenta de trabalho. É claro que o aumento da velocidade dos meios de comunicação trouxe benefícios para a sociedade em geral, porém, algumas de suas consequências preocupam. Segundo uma pesquisa realizada pela empresa da qual sou CEO, a Triad PS, o brasileiro gasta em média três horas diárias para ler, organizar, classificar e depois responder os e-mails.

O e-mail, sem dúvida, é uma das tecnologias recentes que mais dominou a vida das pessoas. O problema é que ele também virou um vício. Para muitos, ficar sem e-mail por algumas horas dá tremedeira no corpo, quase um processo de abstinência. Nas empresas, o e-mail se tornou o maior ladrão corporativo da produtividade (quase empatado com as reuniões).

O uso errado do e-mail é padrão: todo mundo copia todo mundo, volume de e-mails desnecessários, pessoas ansiosas

que mandam e-mail e conseguem ligar antes de o mesmo chegar, pessoas que usam e-mail para tirar a sua responsabilidade, caixas postais lotadas e muitos outros erros que o e-mail proporciona.

Nosso foco tem de ser na redução do tempo que lidamos com e-mail, e para isso existem diversas estratégias. Separei algumas que considero mais importantes para você aplicar:

Veja o seu e-mail a cada 2 horas

Se você ficar com seu e-mail aberto a todo momento, você terá mais interrupções, além de aumentar seu nível de estresse, ansiedade, e vai fazer você multitarefar. Esse é o pior hábito que o profissional pode ter para perder o controle do seu tempo. Se a coisa for urgente de verdade, as pessoas vão te ligar. Se as pessoas não podem esperar duas horas para obter uma resposta sua, o seu problema não é e-mail, pense nisso.

Escreva de forma objetiva

As pessoas que recebem minhas respostas já perceberam que eu não escrevo mais do que três ou quatro parágrafos. Se o assunto é longo eu ligo ou agendo pessoalmente, não perco tempo escrevendo. Ninguém mais tem tempo e paciência para ler e-mails muito longos, pode reparar que quanto mais longo seu e-mail, mais tempo ele demora a ser respondido.

Meta de ver o branco da caixa de entrada

Isso significa que sua "Inbox" deve ter menos e-mails do que a capacidade de uma tela, para você poder ver o branco que fica quando você tem poucas men-

sagens. Para isso, nesses horários foque em transformar seus e-mails em tarefas, reuniões, informações (pastas) ou simplesmente em lixo. Nada de trabalhar por e-mail, trabalhe por tarefas prioritizadas.

Troque o e-mail por outros meios

A tendência é o e-mail deixar de existir nos próximos anos, e isso vai acontecer pelo uso de ferramentas como Messenger, ferramentas de colaboração com um Neotriad, softwares de escritório como o Word online, compartilhamento de documentos, etc. Sempre que possível, pense em como evitar mandar um e-mail por outra forma de comunicação.

Se for urgente, não mande e-mails

É necessário que as pessoas adotem essa política de resolver as urgências pessoalmente ou então por telefone. Isso porque, além de facilitar a organização da caixa de entrada daquele que receberia a mensagem, faz com que o problema seja resolvido muito mais rapidamente com uma conversa direta.

O bom uso do e-mail consegue definir o profissional produtivo do improdutivo. A capacidade de lidar com as interrupções é um exercício diário de assertividade e objetividade, isso é uma questão de sabedoria na gestão do seu tempo. Procure planejar bem suas atividades e evite mensagens desnecessárias, que, muitas vezes, atrapalham sua vida e a daqueles com quem você compartilha este vício.

CHRISTIAN BARBOSA

Especialista em Administração
do Tempo e Produtividade

Português

dicas

Acabar com / Acabar em

O uso das preposições corretas é essencial para o sentido que se quer dar à frase. Exemplos: Acabar com a festa significa terminar com ela, encerrá-la; já acabar em festa é expressão usada para informar que no final ocorreu festa. Portanto, não se deixe trair pelo uso inadequado das preposições.

Atender / Atender a

Com os sentidos de deferir e auxiliar, o verbo atender não requer preposição: O juiz não atendeu o apelo. O médico atendeu o doente. Com o sentido de observar, levar em conta, rege a preposição a: O candidato não atendeu aos requisitos mínimos.

Desempenho Impressionante em Cores!

Apresentando uma qualidade de impressão superior, possibilidade de acabamento espectaculares e capacidade de produção significativa, as imagePRESS C7010VP / C6010VP / 6010 se tornam os equipamentos ideais para fazer o seu negócio evoluir.

Canon



imagePRESS C7010VP / C6010VP / C6010



Qualidade refinada e performance poderosa



LUNES3

Fone: 51 3357.5502
www.lunes3.com.br

Artigo

Técnico

O PAPEL DA EMBALAGEM NA SUSTENTABILIDADE

A embalagem no mundo globalizado surgiu da necessidade de prolongar a conservação, o armazenamento e o transporte a fim de evitar o desperdício de produtos. Com tantas funções existentes na embalagem, fica claro que ela não será extinta, mas, portanto, deve ser repensada. Com a mudança na formação social de famílias cada vez menores e também pela postura mais individualista, houve o fracionamento dos produtos, aumentando o volume de produção de embalagens e, conseqüentemente, o da descartabilidade.

Com esta breve retrospectiva sobre a trajetória das embalagens nas últimas décadas compreende-se melhor o excesso de embalagens. Na década de 60, por exemplo, o cenário mundial é marcado pela era baby-boom e pelo aumento da expectativa de vida. Neste mesmo período, surgiram as embalagens one-way, favorecidas pelo surgimento das garrafas de PVC. A década de 70 destaca-se pela era da reciclagem.

Na década de 90, na Alemanha foram realizadas as primeiras práticas ambientais valorizando os resíduos, determinando-se então que as embalagens não poderiam ser incineradas, nem enviadas para aterro sanitário e que deveriam ser classificadas de acordo com as substâncias e matérias-primas. Em 1995, a demanda pela diminuição do peso e do volume fica em evidência. Como por exemplo, as embalagens de garrafas tornaram-se mais leves. Nesse período, foi inserido ainda o uso de refis e de sachês e, posteriormente, as embalagens biodegradáveis.

A globalização resultou no aumento da população, do consumo e do descarte, mas também nas primeiras ações para o equilíbrio e a ordem pós-consumo, reafirmados pela identificação de materiais passíveis de reciclagem e do redimensionamento de volume e peso na produção de embalagens.

Em 2007, Jean-Louis Barloo, ministro de Estado da França, com o apoio do presidente Nicolas Sarkozy, definiu diretrizes pioneiras para o desenvolvimento sustentável com a elaboração de um plano de ação prevendo quatro medidas prioritárias, sendo elas: a aplicação de tarifa justa para o financiamento do serviço público; desenvolvimento de responsabilidade ambiental pelas empresas junto à análise de produtos desenvolvidos, principalmente os nocivos à população e à natureza; Análise do Ciclo de Vida de Produto; Informação e sensibilização na prevenção da geração de resíduos.

O Brasil, atualmente, é um dos países que se destacam na produção mundial de embalagens. De acordo com os dados divulgados pela Associação Brasileira de Embalagens (Abre), em 2011, a indústria de embalagens apresentou um crescimento de 13% nas exportações e de 3% nas importações se comparados ao ano de 2010. Estes dados expressam a produção de embalagens de diversos segmentos produtivos gráficos separados por materiais, como papel e papelão, filmes plásticos, metais, madeira e vidro.

Recentemente, em um evento na Print Media Academy em Heidelberg, na Alemanha, foram apresentadas perspectivas futuras para o mercado gráfico mundial. Em um dos momentos, apontou-se a migração na demanda de produção de produtos gráficos da América do Norte para a América do Sul, sendo o Brasil o país de maior interesse para as negociações, e o produto de destaque em volume a ser produzido serão as embalagens.

Em dezembro de 2010, foi aprovada no Brasil a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Nela percebem-se alinhamentos às diretrizes propostas pela França, onde se pode reorganizar a sociedade para uma nova cultura, em que o cenário atual obrigatoriamente necessitará ressigni-

ficar os resíduos sólidos gerados pelas empresas e pela sociedade brasileira.

Na produção e no consumo de embalagens em geral são produzidos resíduos que devem ser controlados adequadamente. Por isso, essa política tem o intuito de ampliar não somente a vida útil de aterros sanitários e de eliminar os lixões, mas também de valorizar o potencial do resíduo, a fim de prolongar a disponibilidade de recursos naturais, a inovação tecnológica e o crescimento no setor de serviços de coprocessamento de resíduos. E no Brasil? O governo tem como meta até o ano de 2014 para o funcionamento da Lei 12.305 de 2010, em todo o território brasileiro.

Na Alemanha, por exemplo, as embalagens são identificadas com o símbolo Der Grüne Punkt, que representa a inserção da lei de resíduos implementada a partir de 1991, mas também a constituição e aplicação de um sistema integrado para a reciclagem de materiais de embalagens.

Como a indústria gráfica brasileira pode inovar no segmento de embalagens e ser reconhecida mundialmente? A visão sistêmica do designer torna-se fundamental para os três pilares da sustentabilidade: o econômico, o social e o ambiental para a resolução de problemas de projetos de embalagens, mas o designer precisa ir além e a indústria gráfica pode contribuir. Para isso, é necessário que a gráfica invista em tecnologias, materiais, mas principalmente na qualificação das pessoas, para uma mudança cultural, a fim de conduzir as atividades de forma mais sistêmica, buscando alternativas em equipe para reduzir os desperdícios e resíduos gerados. A ferramenta de análise de ciclo de vida do produto tem como objetivo auxiliar na construção desta visão geral e contribuir para a busca destas soluções alternativas.

PRISCILA WESTPHAL RODRIGUES

Instrutora de Educação Profissional
do CEP Senai de Artes Gráficas

Kodak

TRANSFORME SUAS IMPRESSORAS ROTATIVAS OFFSET EM IMPRESSORAS DIGITAIS

COM KODAK PROSPER SÉRIE S, VOCÊ PODE!



Conheça nossa família de produtos e escolha o que melhor atende à sua necessidade.



Kodak Prosper S5

- Solução híbrida. Oferece impressão de dados variáveis "classe offset" com custos inkjet.
- Vantagens: Confiabilidade, produtividade, baixo custo de operação e excelente qualidade de imagem.
- Resolução de 600x600 DPIs, com velocidade de 152 mpm
- Monocromática.



Kodak Prosper S20

- Impressão CMYK sobre rotativa offset;
- Resolução de 600x300 DPIs, com velocidade de 600mpm;
- Reduz os custos de produção em até 50%;
- Principal Vantagem: Velocidade - para gráficas que rodam acima de 1000 fpm e gráficas/bureaus que imprimem volume de páginas mensal de 10 milhões de A4, em média.



Kodak Prosper S10

- Imprime substratos revestidos e não revestidos
- Resolução de 600x600 DPIs, com velocidade de 305 mpm;
- Adaptável a sistemas de impressão offset rotativos ou mesas de transporte pré-existentes;
- Modularidade: aplicações de endereçamento, códigos de barras, numerações, etc, utilizando apenas uma cabeça de impressão e com possibilidade de redimensionar o conjunto para maiores extensões de dados, área de impressão, formatos especiais, etc;
- Mais horas trabalhadas, com baixo tempo de manutenção.



Kodak Prosper S30

- Mais recente expansão da linha de produtos InkJet S Series;
- Resolução de 600x200 DPIs, com velocidade até 900 mpm;
- Principais Vantagens: Velocidade e aumento de produtividade para gráficas/editoras que rodam até 3000 fpm e gráficas/bureaus que imprimem um volume de páginas mensal acima de 15 milhões de A4, em média.

Nenhum outro sistema inkjet pode imprimir 3000 fpm in-line com offset em 600x200 DPIs.
KODAK PROSPER SÉRIE S. Três vezes mais velocidade com um terço do consumo de tinta.



Finanças

PROFISSIONAL DE COMPRAS, PEÇA FUNDAMENTAL DO NEGÓCIO

Um bom comprador no ramo gráfico contribui para aumentar a competitividade da empresa e evitar o desperdício



Andrzej Gdulia/Stock.xchng

Uma área da empresa que precisa de atenção redobrada é o setor de compras. Ele pode ser tratado como um pilar estratégico para mantê-la com as portas abertas. Segundo Thomaz Caspary, diretor da Printconsult, a área responde por 60% dos custos operacionais das gráficas. A utilização de modernas técnicas de gestão de estoques e compras voltadas para mercados competitivos é vital para a promoção de lucros no setor. “Não podemos descuidar de nenhum detalhe,

seja técnico ou de negociação. Temos que estar afiados no conhecimento de cálculos financeiros, juros compostos e, principalmente, em sintonia com o Plano de Negócios, o Fluxo de Caixa e, sem dúvida alguma, com o Follow-Up de nosso PCP”, explica o consultor.

O comprador, seja ele funcionário ou proprietário da empresa, deve pensar sempre no custo do material, o qual não representa o preço da compra, e, sim, a economia que tais produtos proporcionam na produção, aumentando a produtividade e reduzindo o desperdício. “A pessoa que compra terá que conhecer as mercadorias que está adquirindo sem ir na ‘lábria’ do vendedor. Os compradores são, na verdade, um vendedor ao contrário. Precisam ser conhecedores do que adquirem e do mercado”, explica Caspary.

O especialista ainda enfatiza a importância de estar atento aos serviços terceirizados, tanto na questão da qualidade como do valor e, principalmente, dos controles de entrada e saída dos materiais. “Para isso, aconselho a utilização das normas das boas práticas de fabricação e gestão dedicadas aos serviços de terceiros”, finaliza.

Tarefas e responsabilidades

- Receber e classificar as requisições de compras dos departamentos.
- Organizar e monitorar o sistema de controle de compras no computador.
- Reunir-se com a gerência e funcionários de outros departamentos para ajudar a determinar as necessidades de aquisições.
- Estudar tecnicamente os materiais existentes no mercado e os novos lançamentos.
- Contatar os fornecedores e negociar preços e condições de contratos de compras.
- Manter arquivos por fornecedor com registros de entrega e pagamentos.
- Avaliar se as mercadorias recebidas estão em bom estado e efetuar as mudanças necessárias. Em caso de problemas, fazer Laudos de Não Conformidade e reclamar junto ao fornecedor, solicitando as providências cabíveis.
- Encontrar novos fornecedores, em todas as áreas e de vários materiais, negociar e contratar quando conveniente, após um estudo global dos benefícios para a gráfica.

SUA
PRODUÇÃO ESTÁ CHEIA?
TERCEIRIZE CONOSCO.

ans
gráfica em alta velocidade

Impressão com
digital + qualidade
em - tempo

xerox

TLT
SOLUÇÕES CORPORATIVAS



XEROX DIGITAL COLOR PRESS X700

DIRETO DA DRUPA 2012
IMPRESSÃO DIGITAL
QUALIDADE INCOMPARÁVEL



NOVA
XEROX 1000

evandro@normaz.com

Laminação BOPP

Verniz UV
local e total

Acabamentos em revistas



Banners
em lona e

Adesivos vinil
Recorte eletrônico

Novidade em

Impressão off-set



APRESENTAMOS A NOVA IMPRESSORA XL 75 8 CORES HEIDELBERG
PRODUZ 90 MIL IMPRESSOS 21X28 4X4 CORES EM 1 HORA!



MISSÃO DADA É MISSÃO CUMPRIDA!



Rua Oscar Schneider, 467 - Medianeira - Porto Alegre - RS - (51) 3230.9000

www.ans.com.br - ans@ans.com.br

Notícias

VEM AÍ A 58ª FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE

Para os apreciadores da literatura, a Feira do Livro de Porto Alegre figura como uma oportunidade ímpar. A 58ª edição será realizada de 26 de outubro a 11 de novembro, na Praça da Alfândega, no Centro da capital gaúcha. A atividade é considerada o maior evento a céu aberto das Américas. Além do vasto material

exposto nas barracas, há centenas de programações culturais. São debates, reuniões, mesas-redondas, seminários, encontros com autores, oficinas, leituras e apresentações artísticas inteiramente gratuitas. Em 2012, assumiu a posição de patrono Luiz Coronel – escritor formado em Direito e Ciências Sociais pela



Luis Ventura

UFRGS com 52 livros editados, sendo a poesia o seu gênero preferido.

COREL LANÇA PROGRAMA DE ASSOCIAÇÃO

Corel anunciou o Programa de Associação, no qual os usuários do CorelDRAW Graphics Suite X6 se conectam pelo sistema de nuvem. São dois níveis diferentes: Standard

(no qual é possível obter atualizações dos produtos e acesso online a conteúdo digital) e Premium (que possibilita conteúdo digital exclusivo e utilização antecipada de novos recur-

sos). A aquisição da modalidade Standard é gratuita, já a Premium chegará ao Brasil com custo de R\$ 280 ao ano, o equivalente a R\$ 24 por mês. Mais informações: www.corel.com.br.

BOX PRINT PARTICIPA DA MERCOPAR 2013

Box Print, de Campo Bom, participou da 21ª edição da Mercopar, uma das maiores feiras de subcontratação e inovação industrial

do Brasil. O evento aconteceu entre os dias 2 e 5 de outubro, no Centro de Feiras de Eventos Festa da Uva, em Caxias do Sul. Especializada em

embalagens e displays, levou para o estande o seu portfólio, bem como o padrão de trabalho que desenvolve para os mais variados segmentos.

Apoiadores de 2012

Ouro



Prata



Bronze

