



Divulgação/Messe Düsseldorf

DRUPA 2012 REÚNE MAIS DE 300 MIL VISITANTES

A edição 2012 da Drupa terminou, deixando diversas tendências para o setor e a certeza do potencial do impresso para o futuro. A feira, realizada a cada quatro anos, aconteceu entre os dias 3 e 16 de maio, em Düsseldorf, na Alemanha. Pessoas de diferentes nacionalidades circularam pelos seus pavilhões. O evento recebeu 314.500 visitantes de mais de 130 países.

Segundo dados do balanço final, o perfil dos participantes apresentou algumas modificações, a exemplo da diminuição dos grupos corporativos ou das grandes caravanas. Dessa vez, quem marcou presença foram os gestores e tomadores de decisão. A participação desse nicho operacional representou 50,8% do público, percentual superior aos 44,4% da edição 2008. A informação demonstra a posição da feira como maior evento comercial da área gráfica. "A Drupa foi um grande sucesso para o setor. Numerosas ideias de negócios e inovações foram apresentadas aqui e tudo isso resultou em grandes investimentos."

O que os 1.850 expositores apresentaram ao longo dessas duas últimas semanas vai reforçar o potencial de desenvolvimento da indústria em um longo prazo", disse o presidente da Drupa, Bernhard Schreier. O interesse internacional pela feira foi reafirmado com o número de estrangeiros que foram conferir os inúmeros estandes. Conforme a organização do evento, esse segmento de público alcançou a marca de 190 mil pessoas. O destaque ficou por conta da Índia, contabilizando cerca de 15 mil pessoas, perdendo apenas para os anfitriões alemães (123 mil visitantes). Ainda se destacaram Bélgica, França, Holanda, Reino Unido, EUA, Suíça e Itália.

As Américas do Sul e Central totalizaram 8,8% do total, com ênfase para o Brasil (em 2008 o público vindo dessas regiões totalizou 7% do total de visitantes). No que diz respeito à presença da mídia especializada, compareceram 2.400 jornalistas, de 75 países. A próxima edição está marcada para ser realizada entre os dias 2 e 15 de junho de 2016.

Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Segmentação

Julgamento ocorre nos dias
19 e 20 de junho

Convites e as suas
tendências de mercado

ACONTECIMENTOS DO SETOR

Agenda movimentada no mês de maio. Entre 3 e 16, aconteceu a Drupa 2012, na Alemanha. As novidades tecnológicas sinalizam para a profissionalização do mercado e da indústria gráfica, cada vez mais equipada para atender às exigências dos seus clientes. Automatização, impressão digital, tecnologias híbridas e impressão ecologicamente correta foram algumas das temáticas que circularam pela feira. Aqui no estado, o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica é a notícia que mobiliza o setor. O período de inscrições já se encerrou, e as gráficas aguardam o resultado da etapa seguinte: o julgamento das peças. No dia 2 de julho, a Abigraf-RS vai divulgar as finalistas no site www.abigraf-rs.com.br. Momento de aguardar!

Fernando Pini

VEM AÍ A EDIÇÃO 2012 DO CONCURSO

O 22º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini já deu a largada. O período de inscrições acontece de 1º de agosto a 14 de setembro. Podem concorrer aos troféus peças produzidas entre 1º de outubro de 2011 e a data de encerramento das inscrições. O regulamento está disponível no site www.fernandopini.org.br.

Expediente



ABIGRAF-RS

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: @ABIGRAF-RS

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



Sindigraf-RS

Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA



SINGRAPEL

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

Aniversário

DIA NACIONAL DA INDÚSTRIA GRÁFICA

No dia 24 de junho, comemora-se o Dia Nacional da Indústria Gráfica. A data homenageia o nascimento do alemão Johann Guttenberg, inventor da máquina impressora. Em 1444, ele produziu o primeiro livro impresso da

história, a Bíblia Mazarina, que mais tarde ficou conhecida com a Bíblia de Gutenberg, um dos mais raros impressos conhecidos pela humanidade. Parabéns a todos os profissionais que ainda hoje fazem esse setor acontecer!

Sindicatos

OPORTUNIDADES COMPETITIVAS PARA AS GRÁFICAS DA REGIÃO SUL

O projeto Desenvolvimento das Indústrias da Região Sul, realizado pelo Sebrae-RS, está em pleno andamento. O setor gráfico não ficou de fora. No início do ano, o Sindigraf-RS, Singrapel e Sebrae-RS assinaram protocolo para fomentar a participação das gráficas da região. A ação objetiva melhorar a competitividade das micro e pequenas empresas do segmento industrial a fim de que possam aproveitar as oportunidades de mercado abertas com os negócios gerados pelo Polo Naval de Rio Grande. De acordo com Ricardo Fares da Silva, gestor do projeto no Sebrae Região Sul, a iniciativa opera a partir de dois pilares, em que o primeiro consiste em qualificar o nível de gestão das indústrias nas áreas financeiras, de vendas, recursos humanos, produção e estoque. O segundo ponto está na ampliação da cultura da cooperação entre os participantes e a difusão da importância de se construir parcerias. “O trabalho inicial prevê um diagnóstico para identificar os pontos fortes e fracos



lker/Stock.xchng

das empresas. Com esse mapa vamos elaborar um cronograma de ações para o ano, incluindo cursos, encontros empresariais e palestras com assuntos de interesse do grupo”, explica. A cada 12 meses, elucida Silva, as empresas adeptas ao projeto serão analisadas para a mensuração dos benefícios alcançados. “Há grupos que realizam uma série de capacitações e conquistam mudanças positivas, como o aumento de vendas, modificação de processos internos, aperfeiçoamento de equipe e formação de parcerias duradouras. Outros, por sua vez, têm uma repercussão bem pequena. Muitas vezes, verificamos que os resultados estão diretamente ligados ao perfil dos empreendedores”, constata.

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

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos:

PATRICIA CAMPELLO E RAFAEL TOURINHO RAYMUNDO

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte:

RAMIRO BASTOS E SILVIO RIBEIRO

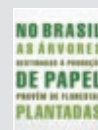
Pré-impressão – CTP e Impressão:

GRÁFICA ANS

Tiragem:

2.500 EXEMPLARES

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



Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

MOMENTO DE O JÚRI ENTRAR EM CAMPO

O período de inscrições para o 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica se encerrou. É hora de cruzar os dedos e aguardar a revelação das 50 peças vencedoras que acontecerá na cerimônia de entrega de troféus no dia 27 de julho, na Sogipa, em Porto Alegre.

O julgamento ocorrerá em 19 (avaliação técnica) e 20 de junho (avaliação de criação). A comissão julgadora, como de praxe, reunirá um time de primeiro escalão, contando com especialistas do setor, publicitários e designers, coordenados por Leonardo Araújo e Marli Almeida, do CEP Senai de Artes Gráficas Henrique d'Ávila Bertaso. Todo o trabalho será acompanhado e os resultados apurados



8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

por uma empresa de auditoria. A Abigraf-RS divulgará em 2 de julho, através de seu site, os cinco trabalhos finalistas que estarão concorrendo em cada categoria. Que vençam os melhores nesse concur-

so que se tornou o grande expoente da qualidade dos impressos produzidos regionalmente!

O que os jurados vão observar

Avaliação técnica (Peso 2)

- Características de impressão: registro, contraste, densidade, ganho de ponto, reprodução das imagens.
- Acabamento e recursos especiais: encadernação, corte e vinco, colagem, laminação, relevo, holografia e outros.
- Qualidade geral do impresso: apresentação e limpeza da peça.

Avaliação de criação (Peso 1)

- Criatividade do projeto.
- Funcionalidade do projeto.

Singraf

ENTIDADE CONCEDE REAJUSTE DE 6,5%

O Sindicato das Indústrias Gráficas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul (Singraf) e o sindicato dos trabalhadores acordaram o novo dissídio coletivo. Segundo o documento, assinado dia 21 de maio, as empresas concederão, a partir de 1º de abril de 2012, a todos os colaboradores admitidos até 1º de abril de 2011, uma variação salarial correspondente ao percentual de 6,50% – a incidir sobre os salários resultantes da Convenção Coletiva anterior.

Pelo acordo, o salário normativo mínimo passa a R\$ 763,40 mensais. Já o salário de experiência sobe para R\$ 666,60 mensais (até 60 dias). As variações pre-

vistas, inclusive os salários normativos, de ingresso e quinquênio, serão pagas juntamente com a folha do mês de maio de 2012, e/ou após o protocolo da respectiva Convenção Coletiva de Trabalho junto ao órgão competente.

Outros benefícios acordados incluem auxílio escolar, no valor de R\$ 160,40, e auxílio-funeral, correspondente a um salário normativo da categoria. As demais cláusulas presentes na Convenção Coletiva Trabalho de 2011 permanecem sem qualquer alteração, adequando-se às datas nela previstas para o período de vigência, que é de um ano a contar a partir de 1º de abril de 2012.

Tabela de proporcionalidade

Os empregados admitidos entre 1º de abril de 2011 e 31 de março de 2012 terão seus salários alterados pelo único critério da tabela de escalonamento abaixo

Admissão	Percentual a ser aplicado
Abril/2011	6,50%
Maio/2011	5,96%
Junho/2011	5,42%
Julho/2011	4,87%
Agosto/2011	4,33%
Setembro/2011	3,79%
Outubro/2011	3,25%
Novembro/2011	2,71%
Dezembro/2011	2,17%
Janeiro/2012	1,62%
Fevereiro/2012	1,08%
Março/2012	0,54%

ARP

NOVA DIRETORIA TOMA POSSE

Fábio Bernardi assumiu o comando da Associação Riograndense de Propaganda (ARP). O novo presidente tomou posse do cargo no dia 15 de maio, quando anunciou mudanças para a entidade. Segundo o publicitário, a gestão atuará

sob três pilares estratégicos: aumentar a relevância institucional e social da associação, influenciar decisivamente no negócio da propaganda e dar um novo significado ao Salão da Propaganda. Também assumiram a diretoria da ARP

para o biênio 2012-2013 os vices Roberto Sirotsky (3yz) e Cláudia Gonçalves (Dez Comunicação) e o secretário-geral Celso Chittolina. Participou da cerimônia, representando a Abigraf-RS e o Sindigraf-RS, o diretor Silvio José dos Santos.

Drupa 2012

A FEIRA DAS TECNOLOGIAS DE

Dos processos de nanografia digital às opções de acabamento para gráficas de pequeno porte, a Drupa 2012 apresentou inovações que indicam o que reserva o futuro para os impressos mundiais.

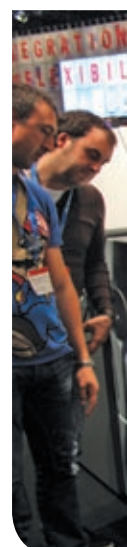
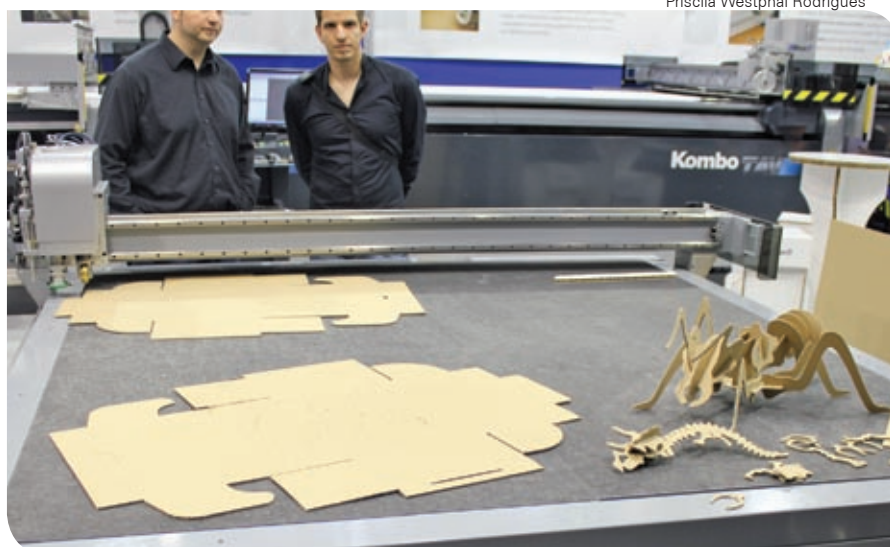
Acompanhe as observações de alguns empresários gaúchos que foram à Alemanha conferir as tendências mundiais

Automação de processos, impressão de embalagens, impressão digital, impressão ecológica, tecnologias híbridas e aplicações *web-to-print*. Esses foram os temas de maior interesse do público que visitou a Drupa 2012. Estudos realizados *in loco* revelaram que 40% dos visitantes estavam interessados em máquinas e sistemas de impressão digital. “Tecnologicamente a Drupa foi a feira dos superlativos. Ela demonstrou que a impressão está mais viva do que nunca, apresentando um número impressionante de inovações em todos os seus processos”, diz o presidente da Associação de Impressão e Mídia da Alemanha (Bundesverband Druck und Medien), Rolf Schwarz.

Para os gaúchos que participaram da exposição, o evento representou uma verdadeira oportunidade de mensurar o que está acontecendo na cadeia

produtiva da indústria gráfica mundial. O contexto envolveu parcerias, novos movimentos mercadológicos e projetos que devem dar suporte tecnológico aos impressos produzidos em todos os continentes. “Os grandes e principais fornecedores do setor estão sob concorrência cada vez maior dos fabricantes asiáticos”, constatou Emérson Nascimento, um dos representantes da Caeté Embalagens (Campo Bom) na Drupa. Segundo o profissional da área de Compras da empresa, uma mudança visível permeia a agilidade de *setups* das impressoras *offset*, que buscam cada vez mais rapidez para as baixas tiragens. Da mesma forma, vários fornecedores apresentaram melhorias na *offset* convencional, como a implementação de secagem UV por lâmpadas de *leds*, aplicação de *cold foil*, sistemas de monitoramento de cores e até impressão de dados variáveis. “Ficou evidente também a aposta na flexografia

Priscila Westphal Rodrigues



PONTA

com sistema contínuo, abrangendo inclusive corte-vinco e acabamento com *cold foil* em linha”, relata Márcio Scheffel, também do grupo da Caeté.

Só deu impressão digital

Não surpreendeu que as tecnologias digitais ocupassem lugar de honra na Drupa. Isso porque figuram como um conceito já consolidado para o futuro, suprimindo as necessidades de um setor que trabalha em cima da premissa eficiência e flexibilidade. “Entre as tendências, ficou marcado o lançamento de equipamentos de impressão híbrida e digital, salientando as soluções versáteis e integradas que proporcionam rapidez e diferenciação nos produtos personalizados para demandas menores de produção”, explica Priscila Westphal Rodrigues, instrutora de Educação Profissional do CEP Senai de Artes Gráficas Henrique d’Ávila Bertaso, que viajou à Alemanha

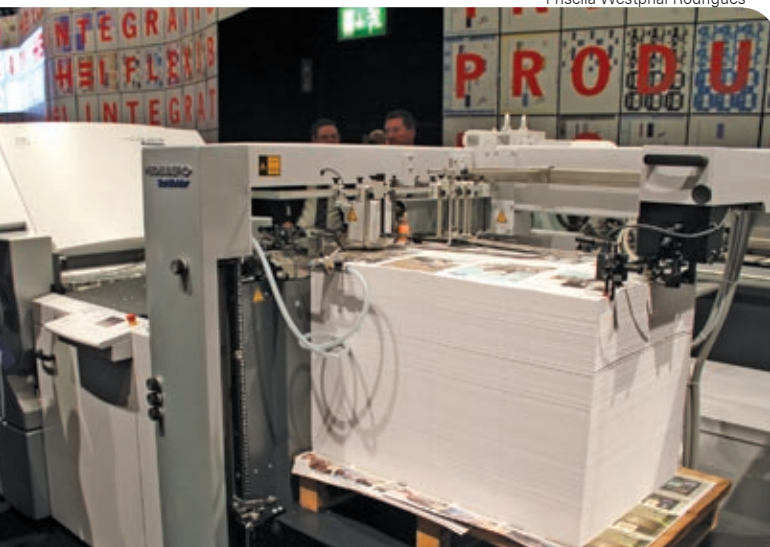
representando a entidade junto com o diretor Leonardo Araújo.

Surgiram novas expressões como a *NanoPrintDigital*, uma outra revolução que sinaliza para as inovações sem limites. Segundo Arthur Adalberto Schabbach, diretor da Print Paper (Porto Alegre), o assunto entrou para a lista dos

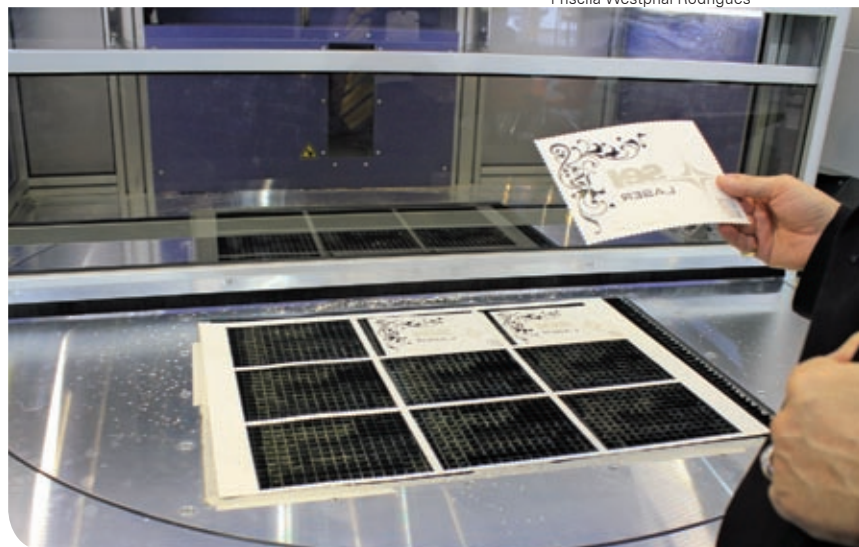
mais comentados da Drupa. “É uma tecnologia para impressão digital em processo de consolidação”, conta.

Na área Promocional e Editorial, observou o empresário gráfico, os expositores levaram para os seus estandes tanto *offset* como digital – essa última, concluiu, vem construindo opções para

Priscila Westphal Rodrigues



Priscila Westphal Rodrigues



Drupa 2012

impressos planos e para bobinas com velocidade de impressão de alta qualidade. “O caminho da impressão digital é irreversível, o que não implica que o sistema *offset* está no fim, mas que podem e devem caminhar juntos para tornar as gráficas mais rentáveis”, afirma.

Já na opinião de Ângelo Garbaski, sócio-proprietário da Impresul (Porto Alegre), as impressoras digitais à base de água apresentaram uma enorme evolução, principalmente quando comparadas aos modelos apresentados na edição 2008. “Estão mais rápidas e com ótimo custo. Percebemos que todos os fabricantes de porte estão investindo no incremento da respectiva solução. Claro que ainda não se equipara com outras tecnologias em excelência de resultados. Contudo, ao avaliarmos a melhora que houve nos últimos quatro anos, foi possível concluir que deve se sedimentar como alternativa de baixo custo não só para TransPromo”, elucida o dirigente gráfico.

A empresa Impresul negociou a compra de várias máquinas, da impressão ao acabamento. “Ainda não estamos revelando nossos investimentos.



Divulgação/Messe Duesseldorf

Aguardamos as propostas formais dos fornecedores desses equipamentos supermodernos, o que dará um grande impulso de novos produtos para nossos clientes”, acrescenta Garbaski.

Acabamentos para os pequenos

Na linha de acabamentos, a indústria focou em mostrar alternativas capazes de atender as pequenas gráficas com equipamentos de preços acessí-

veis e atendendo áreas antes terceirizadas, tais como verniz UV, *hot stamping*, corte vinco automáticas, dobradeiras, guilhotinas automáticas, alceadeiras e grampeadeiras. “Notou-se ainda a forte participação de empresas expondo equipamento para acabamento nas mais diversas áreas do negócio gráfico, principalmente oriundas da Ásia”, diz Henrique Purper, proprietário da Rota Indústria Gráfica, com sede em Estrela.



Divulgação/Messe Duesseldorf



Faça parte deste ciclo. Imprima com papel reciclado **Eco Millennium**. Bom para sua empresa e bom para **natureza**.

PH2 Full Creativity



A reciclagem só faz sentido se o produto final voltar para as suas mãos. É assim que o ciclo do papel continua. Faça a sua parte utilizando o papel reciclado Eco Millennium. Além de preservar o meio ambiente, você garante qualidade e rentabilidade na hora de imprimir.



1º papel reciclado a receber o selo ABNT

que comprova a qualidade e o processo de produção sustentável do papel reciclado no Brasil



Conheça mais sobre o papel reciclado. Acesse: [facebook/papelrecicladoecomillennium](https://facebook.com/papelrecicladoecomillennium)



Solicite uma amostra do papel Eco Millennium através do site www.bignardipapeis.com.br, ou SAC 0800 109509, e faça sua escolha valer.



Gestão

SEJA RESILIENTE E TENHA EXCELÊNCIA PROFISSIONAL

A palavra resiliência tem origem no Latim. “Resílio” significa retornar a um estado anterior. Na Engenharia e na Física ela é definida como a propriedade que alguns materiais apresentam de voltar ao normal depois de submetidos à máxima tensão. Nas Ciências Humanas, a resiliência representa a capacidade de um indivíduo, mesmo num ambiente desfavorável, construir-se positivamente frente às adversidades.

Até o início da década de 1990, os estudiosos defendiam que essa capacidade era inata, ou seja, alguns indivíduos nasciam resilientes e outros não. Já no final dessa mesma década, ficou comprovado que todos nós nascemos com essa capacidade. Estudos mais recentes demonstram que a base da respectiva competência vem com o nosso DNA, correspondendo a 10%. O interessante é que podemos desenvolvê-la no nosso dia a dia, desde a nossa infância e adolescência, em que devem ser plantadas as primeiras sementes da flexibilidade e determinação. É lá que devemos encorajar a tomada de decisões frente a situações difíceis, é lá que devemos iniciar o incentivo a independência para construirmos um adulto capaz de ter liberdade de pensamento e ação.

Na minha percepção, a resiliência é necessária para nossa vida, simplesmente porque ela nos fortalece e nos mostra que nada de grandioso ocorre de graça, é preciso pagar um preço para alcançarmos grandes metas e conquistarmos nossos sonhos. Essa capacidade é mais necessária principalmente para aquelas pessoas que têm grandes desafios perante a sua vida, desde liderar pessoas, crescer profissionalmente, viver na coletividade,



Cecile GraatStock.Xchng

de, fortalecer a autoestima, compreender opositos, tratar objeções, trabalhar em ambientes desfavoráveis, desenvolver a criatividade, não se deixar abater pelos desafios. Ou seja, pessoas que precisam ampliar sua flexibilidade. Essa capacidade é fundamental quando aquilo que vivemos está refletindo um caos. E em regra todas as atividades laborais são permeadas de algum caos, ou seja, mais do que nunca precisamos estar saudáveis para compreender, aprender e nos fortalecermos com esse caos que só vai aumentar.

É importante salientar que é possível expandir a nossa resiliência e só depende de nossa determinação em trabalharmos a nosso favor. Nos meus treinamentos eu aplico avaliações a que os participantes respondem para estabelecerem quais são as principais características da pessoa resiliente que eles precisam mais expandir.

O não desenvolvimento dessa competência emocional pode fazer com que as pessoas não alcancem suas metas de vida pessoal e profissional, simplesmente por não acreditarem que não são capazes de chegar à sua realização. Nós nos deparamos com muitas pessoas do quase: ela quase conseguiu a vaga de trabalho sonhada. Ele quase passou no concurso dos seus sonhos. Ele não teve coragem de aceitar o convite de transferir-se para outro Estado e assumir o tão sonhado cargo de gestor. Nós nos deparamos com muitas pessoas que andam em círculos em sua vida, dão dois passos pra frente e três pra trás. Não reagem frente aos desafios do seu dia a dia. É importante que os profissionais também desenvolvam suas competências emocionais, pois pouco adianta você ter um excelente currículo e na prática não ter capacidade para lidar com as adversidades que se apresentam no seu dia a dia e que são fatores determinantes para seu desenvolvimento pessoal e profissional ou seu insucesso diante dos desafios.

A resiliência é uma competência que todo ser humano necessita desenvolver, haja vista as pressões que vivemos atualmente, sejam de ordem pessoal ou profissional. A capacidade de superação é traço característico da pessoa resiliente. Para melhor desenvolver a sua resiliência, posso sugerir que as pessoas iniciem o processo se conhecendo melhor, tendo objetivos claros, vivendo com a atenção concentrada e mantendo a saúde física e mental.

JÔ LIMA

Instrutora de cursos e palestras
sobre Resiliência, Gestão de Equipes,
Liderança e Coaching

equipamentos CtP e CtF, softwares de pré-impressão, chapas térmicas offset e convencionais, químicos, blanquetas, impressoras digitais para prova, papéis e cartuchos para prova de cor, impressoras offset 1/2 folha e folha inteira.



Kodak

 **KBA**

EPSON

duplicopy  **eurostar**
TOP QUALITY CHEMICALS


Prooftech
PROFESSIONAL PAPER

Porto Alegre 51 3343 4688
Curitiba 41 3016 3066
imagemsul.com.br

 **imagem**
SUL graphics

Mercado

ZERO HORA APLICA TECNOLOGIA DE PONTA DA KODAK

A necessidade de elevar a produtividade influenciou a decisão do jornal Zero Hora de instalar o sistema Kodak Generation News, um CtP térmico de alta performance que faz parte da linha Kodak para pré-impressão em periódicos. O projeto envolve a utilização das chapas digitais sem processo para jornais Kodak Sonara News. O equipamento grava até 300 chapas por hora. De acordo com Péricles Cenço, executivo do Grupo RBS, os novos investimentos tiveram como base a meta de aumentar

a estabilidade e qualidade na impressão. “Tínhamos o entendimento de que deveríamos apostar na estabilidade e qualidade que o processo térmico de chapas CtP nos proporcionaria. Os jornais estão constantemente pressionados a entregar qualidade de impressão, e a mudança para o processo térmico nos pareceu ser um passo importante para atingirmos essa meta, assim como a busca por novos papéis e investimentos em softwares de pré-impressão e equipamentos de impressão”, afirmou.



Morguefile

PAPEL DE APARAS RECICLADAS É A NOVIDADE DA SUZANO

A Suzano, Tetra Pak e Ciclo (fabricante de telhas para a construção civil) firmam parceria para disponibilizar no mercado um tipo de papel reciclado pós-consumo. O lançamento tem, no mínimo, 30% de aparas recuperadas a partir de embalagens longa vida da Tetra Pak. Segundo André De Marco, gerente de produtos da unidade de papel da Suzano, o Art Premium PCR possui apelo ambiental e social. O novo projeto reduz o envio de rejeitos para aterros sanitários, com diminuição dos níveis de emissões de carbono, e ainda há a participação das cooperativas de catadores de material reciclável, que ganharam mais uma opção de venda do material longa vida.

NOVIDADES DA MÜLLER MARTINI NA DRUPA

Na Drupa 2012, o CEO da Müller Martini, Bruno Müller, e o gerente corporativo Felix Stirnimann receberam os jornalistas para falar sobre os grandes desafios que os fornecedores da indústria gráfica estão enfrentando. “Aqueles que querem ser e permanecer bem-sucedidos precisam se adaptar à flexibilidade do mercado, reconhecendo-a rapidamente para aproveitar ao máximo às novas oportu-

nidades”, afirmou. Para o estande a empresa levou novos equipamentos e sistemas tradicionalmente aplicados na impressão offset e que foram desenvolvidos para a impressão digital. A companhia suíça apresentou as tecnologias Alegro (encadernadora), FlexLiner (sistema de inserção de encartes), FlexPack (sistema de formação de pacotes) e Ventura MC Compact (máquina de costura em linha).

KONICA MINOLTA LANÇA A IMPRESSORA DIGITAL KM1

A Konica Minolta lançou oficialmente na Drupa 2012 a revolucionária KM1, impressora digital inkjet com tecnologia de cura UV. A solução opera na impressão industrial em vários tipos de mídias flexíveis, desde substratos muito finos até mídias com espessura de 5mm, o que também torna a máquina apta a trabalhar com embalagens. O projeto foi desenvolvimento em parceria

com a companhia japonesa Komori, especializada no segmento offset. O equipamento conta com resolução de 1200x1200 dpi, suporta formato B2, impressão numa única passada e cabeçotes piezo-elétricos. Além disso, traz como um de seus principais destaques a capacidade de fazer impressões duplex ou simplex, oferecendo respectivamente velocidade de 1.650 folhas/hora e 3.300 folhas/hora.

HEIDELBERG: NÚMEROS ACIMA DA EXPECTATIVA

A Heidelberg comemorou resultados acima das expectativas na Drupa 2012, entre 3 e 16 de maio, na Alemanha. A empresa registrou, durante os 14 dias de evento, quase 2 mil pedidos de clientes de mais de 80 países. Do montante, 550 correspondem a impressoras offset planas. Os lançamentos, por sua vez, representaram um terço das solicitações de compra.

Inovação

FIM À INÉRCIA DA FOTO

Depois da febre do Instagram, chega uma nova mania que promete ser o centro das atenções: o Cinema-gram que aposta em fotos animadas

como diferencial. Em vez de clicar um retrato, o usuário grava um vídeo de três segundos e seleciona qual parte do enquadramento continua se mo-

vimentando na imagem, enquanto o restante permanece com a imagem estática. O resultado é uma foto que se mexe. Curioso!

SE VOCE NÃO PÔDE IR A DRUPA...
NÃO TEM PROBLEMA ;
A PREPRESS TRAZ ELA ATE VOCÊ!



- A Prepress esteve na Drupa 2012 com uma grande equipe de profissionais, entre analistas e consultores, para pesquisar e acompanhar de perto, os principais lançamentos e novidades para o mercado de impressão.
- Procure um de nossos consultores e descubra como estas novidades poderão lhe ajudar a inovar e surpreender seus clientes.
- Coloque sua gráfica na **WEB**.
Conheça as novas ferramentas de venda **WEB TO PRINT e STORE FRONT**.

**Compre soluções de impressão digital, na revenda XEROX
com o maior conhecimento gráfico do Brasil.**



Segmentação

CONVITES DO CONTEMPORÂNEO

A indústria gráfica vem trabalhando em projetos inovadores dessa peça que figura como principal item de comunicação de um evento

Quando o assunto tange a produção de convites, as possibilidades são muitas. O consumidor exigente busca nos seus fornecedores ideias, diferenciais e projetos que causem a impressão inicial do que a sua festa promete. Sem dúvida, o segmento desponta como um nicho aquecido e com grandes oportunidades para a indústria gráfica. Basta dar uma olhada nos dígitos. Segundo a Associação dos Profissionais, Serviços para Casamento e Eventos Sociais (Abrafesta), o mercado “festeiro” movimentará, até o final de 2012, R\$ 14 bilhões. Dados do IBGE, em 2010, registraram 977.620 festas no país, um incremento de 4,5% em relação a 2009.

Os números animadores se traduzem também em demanda de trabalho, razão pela qual é fundamental ficar atento às tendências para surpreender o cliente final. De acordo com a empresária Marilene Colling, da Colling Eventos, o impresso pode ser considerado o primeiro meio de apresentar a festa aos convidados.

O estilo dá o tom do acontecimento. Tal compromisso tem levado aniversariantes, formandos, empresas e noivos a apostarem alto. “Uma proposta que se consolidou é trabalhar com uma identidade visual, com características padronizadas. Utilizam-se detalhes como monogramas (com as iniciais do nome) e que também são aplicados nos cardápios, guardanapos e bems-casados”, conta a cerimonialista.

Modelos democráticos

A força motriz do segmento de convites são as versões empresariais, de formaturas, aniversários e casamentos. Nesse circuito, desfilam peças convencionais, modernas, arrojadas e com perfis para suprir a necessidade de distintos públicos. Dependendo do orçamento, abre-se um leque de opções. “O cliente é eclético e procura desde peças contemporâneas até aquelas bem tradicionais”, explica Paulo Roberto Borgatti Coutinho, diretor da Indústria Serigráfica Tekne, de Porto Alegre.

No caso dos impressos para 15 anos e cerimônias matrimoniais, por



Convite de 15 Anos da linha Inovadora



Opção para casamento, seguindo o estilo Moderno

AO TRADICIONAL

exemplo, o empresário destaca uma inclinação para concepções mais inovadoras, com texturas, relevos e *hot stamping*, entre outros recursos. “Atualmente, trabalha-se muito com verniz, *glitter*, pingentes, cores e *doppler* personalizados”, complementa Coutinho. Já os convites empresariais seguem o padrão mais clássico: “Geralmente a arte foca o uso de fotos, logomarca da empresa e dos patrocinadores. O interessante nesse processo é que, além do convite, conseguimos desenvolver outras peças gráficas complementares, como o cardápio, informações comerciais e brindes. É um meio de ampliar as possibilidades de trabalho”.

Luxo e design

Por ser a principal ferramenta de comunicação de um evento, o mercado tem dispensado um tratamento glamoroso aos convites. “Em função dessa tendência, entramos forte no exigente mercado de luxo de Porto Alegre, fazendo uma parceria com a Petit Luxe, com um escritório no bairro Moinhos de Vento para atendimento personalizado”, afirma Michele Rosendo Vargas, da Contgraf Impressos Gráficos, de Eldorado do Sul. A versatilidade acompanha o objetivo da clientela. Se a empresa foca no cuidado com o meio ambiente, ressalta a empresária, a operação envolve papel reciclado e um acabamento em rafia. Para quem procura sofisticação, a opção pode estar num papel italiano ou mesmo nacional, mas com gramatura alta e textura diferenciada. “Também sugerimos uma caixa-convite para profissionais como assessores de imprensa e formadores

de opinião. O importante é tudo estar em sintonia com o contexto do evento”, dá a dica.

Interessante e criativo

O aspecto criativo também tem feito muitas peças alcançarem o reconhecimento. Para o diretor de Criação da e21, Pablo Bohrz, interação e criatividade explicam o êxito de uma peça com a proposta do *Convite Harman*, vencedora do 7º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e do Salão Gaúcho da Propaganda. Criada pela agência e impressa pela Contgraf, a produção objetivou anunciar a união entre a Selenium e a Harman do Brasil, em setembro de 2010, estampando como frase *Descubra a novidade que promete falar alto no mercado*, acompanhada de um botão centralizado. Ao empurrar a tecla para cima, uma simulação de luzes LEDs demonstra visualmente a elevação do som, enquanto o cartão interno surge na parte superior revelando:



Agora a Selenium é Harman do Brasil, bem como dados do evento de lançamento. “Constatamos que ainda um grupo pequeno de clientes investe em peças capazes de proporcionar interação. Isso pelo fato de o custo de acabamento ser maior. Também há poucas que cumprem com eficiência seus objetivos porque são fracas em ideia e um tanto deslocadas de seu público-alvo. Nesse caso, obtivemos sucesso em todos os aspectos”, enfatiza. Bohrz aponta como outro fator vital para garantir a qualidade final a troca entre cliente, agência e gráfica. “Atuamos sempre com o ideal de estabelecer parceria.”



Divulgação/Indústria Serigráfica Tekne

Convite empresarial da linha Moderna

Vendas

O VENDEDOR GRÁFICO PRECISA DE CONHECIMENTO TÉCNICO

Fiz uma análise sobre a atuação dos nossos vendedores gráficos, tanto aqueles que atuam em ambiente externo como interno. Cheguei a um triste resultado: são pouquíssimos os que têm conhecimento absoluto daquilo que estão oferecendo aos clientes. E isso não acontece só em nosso segmento, não. Essa é uma constatação generalizada.

Nossos vendedores falham muito (até mesmo os autônomos) por falta de conhecimento técnico. E o conhecimento é de enorme importância em nossa atividade industrial. Um consumidor da minha empresa chegou a perguntar-me por que o meu representante sempre falava que “iria perguntar lá na gráfica” sobre o questionamento dele naquele momento. Nossos executivos de vendas não sabem escutar o cliente, que muitas vezes compram o que não querem, gastam o que não precisam e aí vem a insatisfação completa. Falta assessoria.

Falta ao vendedor, na realidade, já ter trabalhado no interior da gráfica e conhecer os procedimentos da execução de um serviço. É necessário um conhecimento técnico mínimo em pré-impressão, impressão, acabamento, papel, tinta e um dos mais importantes: os processos de condução de cada serviço. A partir daí, ele estará pronto para satisfazer as exigências e responder às perguntas do valioso cliente.

Tem cliente que nos ensina muito mais do que lhes oferecemos. Se tratarmos o cliente de igual para igual, ele nos respeitará e dará crédito às nossas informações. Trate seu cliente como você gostaria de ser tratado. Levar até eles as melhores sugestões e informações é sua obrigação como profissional. E considero que o relacionamento representa 50% do fechamento de qualquer negócio. Um executivo de vendas tem a obrigação de ler jornais, revistas, *folders*, assistir aos telejornais e ter um mínimo de noção de política. Muitas

vezes, o seu preço não é o menor, mas com muito jogo de cintura (conhecimento daquilo que você vendedor está falando) ele consegue fechar o negócio com o seu preço normal.

Não dar retorno ao cliente no prazo que prometeu é um erro gravíssimo. Não atender às ligações do cliente, mesmo fora do horário comercial, é outro erro enorme. A partir do momento em que um cliente te faz uma pergunta via telefone e você diz a ele que “vai ver”, você já confessou que não está acompanhando a produção do serviço encomendado por ele. Isto é inaceitável. A resposta na hora da pergunta é garantia de colheita de bons frutos no futuro. O cliente confiará sempre no vendedor.

Lendo o artigo de Thomaz Caspary, diretor da Printconsult, peguei algumas dicas de como se tornar um executivo de vendas:

Conhecimento técnico: você precisa conhecer aquilo que oferece, de que forma é fabricado, quais os materiais possíveis de se utilizar em cada segmento de mercado, como são os procedimentos com relação à pré-impressão, ter noções de cores e tintas de impressão, pantone, entre outros.

Conhecimento de custos: o profissional de vendas deve ter uma noção de como se estabelece o custo de um produto gráfico e quais as influências da matéria-prima e dos custos de transformação na mudança de quantidades, por exemplo.

Conhecimento do cliente: o vendedor precisa saber tudo a respeito do cliente: hábitos, quem decide, nome das pessoas mais importantes na empresa dele, principais produtos que adquire da gráfica, principais concorrentes dele (nossos futuros clientes) e principais fornecedores gráficos.

Conhecimento de nossa gráfica: conhecer nossos pontos fortes e fracos, nossos concorrentes e seus pontos for-

tes e fracos, bem como nosso desempenho e reconhecimento no mercado.

Fabricação e gestão: nossa gráfica não pode mais sobreviver com sustentabilidade se não aplicar as Boas Práticas de Fabricação e Gestão, que não são mais do que normas e procedimentos que se iniciam em vendas, passando pelo pré-cálculo, administração de materiais e serviços de terceiros, PCP e a produção propriamente dita. Além disso, fazem parte destas normas todos os trâmites de pós-venda e pós-cálculo. Para nos ajudar nessas tarefas, existem hoje diversos sistemas de gestão disponíveis no mercado tanto para as microempresas quanto para as grandes.

O vendedor gráfico precisa parar com o vício de sempre empurrar seus problemas para os seus superiores, fugindo da sua responsabilidade. Ao contrário, deve oferecer bom atendimento a seu cliente e buscar sempre não cometer o mesmo erro duas vezes. Procure no primeiro horário, pela manhã, junto ao PCP, saber do andamento e da posição dos seus serviços. Se for preciso, vá de máquina em máquina, confira os que foram terceirizados, para você não informar de forma equivocada seu valioso cliente.

Quando um vendedor começa a ficar bom, o mesmo pede as contas na empresa e monta sua própria gráfica (captador de serviços) e terceiriza todos os empreendimentos para os mesmos. Só que isto ele não fala para o cliente dele, nunca leva o mesmo para conhecer a sua gráfica. Ele não tem nenhum custo social, não paga impostos e muito menos gera emprego. Muitos dos grandes empresários gráficos de Goiás começaram assim. Inclusive eu, que passei por todos os departamentos em uma gráfica e coloquei a minha família toda no segmento.

JOSÉ TADEU FERREIRA COELHO

Industrial Gráfico do estado de Goiás

VOCÊ PROCURA UMA SOLUÇÃO COMPLETA EM IMPRESSÃO DIGITAL OU APENAS UM EQUIPAMENTO?

A Área Técnica mais especializada está na Sulsistem!

Comercialização de
equipamentos e
suprimentos

Locação de equipamentos
multifuncionais e impressoras
(com garantia de insumos, técnicos
especializados e suporte ao usuário)

A mais completa
Assistência Técnica
autorizada Xerox

 **Sulsistem**[®]
a boa impressão é a que fica



Sulsistem Digital Ltda
Rua 20 de setembro 325 - Azenha - Porto Alegre
Tel.: 51 30285050 (Porto Alegre) | 53 30285020 (Pelotas)
www.sulsistem.com.br



Associadas

Estação Gráfica

INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA

A Estação Gráfica, de São Leopoldo, está entusiasmada com o desempenho de sua nova aquisição, a Ryobi 524GX. A agilidade e qualidade de impressão da máquina junto a um acerto de cargas de tintas do CIP 4 chegando próximo de 100% resultam em um maior êxito na produção. O modelo é compacto e projetado para atender empresas de médio porte, que precisam de *setup* rápido para imprimir grande



número de trabalhos diariamente. Com esses resultados, a gráfica pretende aumentar sua capacidade com a aquisição de novos equipamentos para seu parque gráfico até 2014.

Impresul

AGÊNCIA MATRIZ VENCE PIRANDO NO CEMIKY

Depois de muitas curtidas, o CMYK Jagger, personalizado pela agência Matriz, foi o vencedor da promoção *Pirando no Cemiky* – iniciativa da Impresul.

A agência ganhou um Frigobar Retrô “recheado” e uma festa patrocinada pela empresa. Mais informações no site <http://www.facebook.com/bddivulgacao>.

Box Print

HOMENAGEM DA EMBANEWS

Recentemente, a revista Embanews prestou homenagem à Box Print como uma das empresas com mais conquistas nas categorias Tecnologia & Qualidade, do Prêmio Brasileiro de Embalagem Embanews – Troféu Roberto Hiraishi. A gráfica também foi reconhecida pela sua relevante participação durante a trajetória dos concursos.



Cássia Maldonado e Sérgio Damião, representantes da Box Print, no evento

Apoiadores de 2012

Ouro



Prata



Bronze

