

É HORA DE INSCREVER AS MELHORES PEÇAS



8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

O período de inscrições para o 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica já começou e se encerra no dia 31 de maio. Todas as peças produzidas de 4 de junho de 2011 até o último dia das inscrições podem participar do concurso. É a oportunidade o setor endossar a qualidade dos trabalhos desenvolvidos em âmbito regional, colocando na disputa as suas melhores produções. Não importa se a gráfica está situada no Norte ou no Sul do estado, nem se é de pequeno ou grande porte. O que vai somar pontos e conduzir ao ranking das vencedoras é a criatividade e o alto padrão técnico dos seus impressos.

Por isso, não fique de fora. Cada empresa pode participar com até 50 peças no prêmio, sendo três por categoria. As gráficas associadas que realizarem inscrições até o dia 15 de maio ainda têm uma inscrição cortesia. Além disso, os valores de inscrição são diferenciados nesse período. O formulário está disponível no site da Abigraf-RS (www.abigraf-rs.com.br). O julgamento ocorrerá nos dias 19 (avaliação técnica) e 20 de junho (avaliação de criação), e a divulgação das finalistas será em 2 de julho. A programação da edição 2012, que homenageia a região Sul do estado, culminará na data de 27 de julho, com a cerimônia de entrega dos troféus na Sogipa, em Porto Alegre.

A Bhordo Artes Gráficas não perdeu tempo e promete entrar com força no concurso. “Estamos nos preparando melhor. Queremos participar em mais categorias do que no ano passado. Para nós, o prêmio é um reconhecimento e nos torna mais criteriosos”, diz Evandro Hender Brambila, sócio-proprietário do empreendimento. Da mesma forma, o empresário Jefferson Schmechel, da Garten Sul, acredita que o evento é uma ocasião para estimular a equipe. “Trata-se de uma competição saudável e que incentiva a continuar melhorando, investindo nos colaboradores e na estrutura”, avalia. Eles vão participar e marcar presença com o seu talento. E a sua empresa?

Segmentação

O que dita a produção dos cartões de visita

Recursos Humanos

Dicas para dar um *feedback* eficiente para a equipe

HORA DE PARTICIPAR

Dada a largada para o 8º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica! As empresas interessadas em validar a qualidade dos seus impressos têm até o dia 31 de maio para fazer as inscrições e participar do concurso. A premiação objetiva valorizar a produção regional, colocando na vitrine o talento e o que de melhor a indústria gráfica do estado disponibilizou ao mercado. Vale a pena disputar os troféus. As experiências relatadas pelas empresas que já ingressaram no time das vencedoras mostram que o prêmio estimula as equipes, incrementa o portfólio e pode ser uma grande estratégia comercial!

Pré-Drupa

UMA PRÉVIA DA HEIDELBERG, KODAK E PREPRESS

A Abigraf-RS sediou, em Porto Alegre, os eventos pré-Drupa de seus apoiadores do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica 2012, Heidelberg, Kodak e Prepress. Os encontros ocorreram respectivamente nos dias 10, 12 e 17 de abril. As empresas apresentaram uma prévia das tecnologias a serem expostas na Drupa 2012, no período de 3 a 16 de maio, em Düsseldorf, na Alemanha.

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: @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

Singraf

ENTIDADE REALIZA REUNIÃO-JANTAR EM ANTÔNIO PRADO

Mais de 50 associados e convidados participaram da reunião-jantar promovida pelo Singraf no dia 10 de abril, no restaurante Nostra Cantina, em Antônio Prado. “O objetivo é levar o sindicato para mais perto do associado e cumprir, efetivamente, com sua função regional”, esclareceu o presidente, Luiz Carlos Moraes. Na ocasião, ocorreu o sorteio de uma cesta com produtos coloniais oferecidos pela Nostra Cantina. O representante da Gráfica 13 de Maio, Osmar Dall Alba, foi o ganhador. Pelo

menos uma vez ao ano, o Singraf pretende promover os encontros, iniciados em 2011. Além de Antônio Prado, a entidade realizou reunião de diretoria no município de Serafina Corrêa no dia 23 de abril.



Divulgação/Singraf

Abigraf Nacional

REUNIÃO EM BRASÍLIA

No dia 18 de abril, aconteceu a 48ª Assembleia Geral Ordinária da



Divulgação/Abigraf Nacional

Abigraf Nacional, na sede da Abigraf Regional do Distrito Federal. O encontro reuniu dirigentes de 22 estados do Brasil para discutir temas relevantes para o setor. Participaram da reunião o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Carlos Evandro Alves da Silva, e os diretores Silvio José dos Santos, Ângelo Garbarski e Henrique Purper.

Prêmio Internacional

ABERTAS AS INSCRIÇÕES DO BENNY

Até o dia 18 de maio acontecem as inscrições da 63ª edição do Benny, como é conhecido o Printing Industries of America's Premier Print Awards. O prêmio, organizado pela Printing Industries of America (PIA), é o mais reconhecido da in-

dústria gráfica mundial. Podem participar trabalhos produzidos desde 1º de maio de 2011. No ano passado, a Grafiset, de Porto Alegre, trouxe o Benny para o estado pela primeira vez. Inscrições e regulamentos estão disponíveis online. Participe!



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

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos:

PATRICIA CAMPELLO E CAROLINE CORSO

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte:

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



Até ela já está sonhando com o prêmio.

Fonte das Nereidas, Pelotas, Leonid Streliaev.



8º Prêmio Gaúcho
de Excelência
Gráfica

Mas para realizar este sonho, é preciso inscrever as melhores peças e a hora é agora. Acesso o regulamento e a ficha de inscrição no site www.abigraf-rs.com.br e participe.

Inscrições até 31 de maio!

REALIZAÇÃO



apDesign

Associação dos Profissionais em Design do Rio Grande do Sul

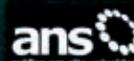


Associação Riograndense de Propaganda

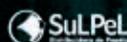


PARCEIROS

APOIADORES COTA OURO



APOIADORES COTA PRATA



APOIADORES COTA BRONZE

Pelotas, Leonid Streliaev.

Segmentação

CARTÕES DE VISITA COM SENSACÃO, AROMA E SABOR

Mais do que expressar dados, os cartões de visita devem ter o propósito da lembrança. Quem o recebe e guarda deve lembrar-se da pessoa ou do negócio que ela representa. Mas para que o cartão seja um instrumento de memória eficiente, quebrar regras, diferenciar e ousar pode ajudar e muito na produção dessa peça. Cartões de visitas com algo a mais são tendência para as criações e para caracterizar o trabalho da empresa ou empresário.

Exemplo disso é o cartão da Padaria Mercopan, que apresenta um formato de pão embrulhado em papel vegetal. Além disso, a peça contém o aroma do alimento, além da textura parecida. Bianca Bley Soares, proprietária da Hiperdesign, agência responsável pela criação da peça, salienta que o projeto objetivou retratar o produto principal de uma forma gráfica, destacando o aspecto sensorial. “Ao receber o cartão, vem à memória o pãozinho, em função do aroma, textura e formato”, explica Bianca. A profissional esclarece também que, nesses casos, em que o projeto adquire formato arrojado, é necessário que a gráfica opere com excelência e qualidade, pois há todo um estudo técnico dos substratos a serem utilizados.

Para a Grafiset, empresa responsável pela impressão do cartão que conquistou prêmios nacionais e internacionais, não há limites para as possibilidades de aplicações nesses tipos de peças. “O cliente que procura impressos do gê-

O desafio para o setor gráfico é acompanhar as exigências do mercado, desenvolvendo peças altamente criativas e que mostrem o que o cliente é e quer

nero é aquele que deseja se destacar no mercado e causar uma ótima primeira impressão”, conta o diretor comercial, Régis Mendes. A empresa também trabalhou no cartão de visitas do Café do Porto – peça que também levou troféus, reconhecida mundialmente no Premier Print Awards.

O que o cliente quer?

Ousadia e resultados além do esperado. Para Eduardo Bonfiglio, da Padaria Mercopan, o material surpreendeu. Tanto pelo formato como pela ideia. “Foi algo inusitado para o nosso setor e, que eu me recorde, de todos os setores da alimentação”, acredita. Por outro lado, Ana Cláudia Bestetti, proprietária do Café do Porto, destaca que a sintonia na



relação entre cliente, criação e gráfica resulta em um excelente produto final. “Cada parte deve comunicar com clareza as suas necessidades, disponibilidades e expectativas”, revela.

Marta Blazejuk, responsável pela gestão da Qualidade da Stampgraf, gráfica que, da mesma forma, trabalha com materiais diferenciados na composição de cartões de visita, como aço inox, confia que a experiência do cliente em relação à marca deve ser estimulada em todos os momentos. “Em relação à caracterização de formatos e materiais, observamos que quanto mais singular estes forem, mais a marca terá uma distinção, comparada aos concorrentes. Para um cartão de visita, isso irá refletir se o cliente irá guardá-lo ou não”, argumenta. Marta defende que o “fazer diferente” pode ser instigado por meio das inovações de formatos e elementos. Agregar valor e causar impacto requer um esforço para alinhar o que a empresa faz e como ela almeja ser vista pelos seus clientes, unindo funcionalidade e criatividade. “Para tal feito acontecer, contamos com uma pitada de inventividade e um bom designer para raciocinar na caracterização disso tudo”, sugere.

O sistema de gestão gráfica mais utilizado no Brasil também pode ser seu!



Adquira o

GS 2.0

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

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

* Valor referente a versão Lite. Para versão Standard ou Full, entre em contato com nosso departamento comercial.



Tel.: (31) 3419-7300
Site: www.zsl.com.br
E-mail: vendas@zsl.com.br

Mais de 1.400 clientes em todo o Brasil

Veja alguns depoimentos de nossos clientes:



"Antes de adquirir o software da Zênite, assistimos uma apresentação do sistema e ficamos surpresos com as soluções apresentadas. Ao recebermos a proposta de preço ficamos ainda mais surpresos, pois como poderia um sistema tão bom custar tão barato.

Estamos satisfeitos com o sistema, sendo que seus módulos atendem todos os principais departamentos da empresa de maneira simples e inteligente. Quando necessário contactar a Zênite o atendimento é sempre feito de forma cordial, demonstrando total conhecimento pelo sistema."

Clodoaldo José Pontim - Diretor da Kromos



"Há mais de 15 anos temos uma parceria forte com a Zênite Sistemas. Neste período, com o apoio desta parceria, conseguimos aumentar nossos resultados.

O programa desenvolvido pela Zênite nos proporcionou conhecer toda nossa empresa, nossos custos e conseqüentemente nos forneceu informações mais precisas. De fácil entendimento, aplicabilidade e baixo custo, hoje o GS é uma ferramenta indispensável em nossa empresa.

É um programa que recomendo a todos que querem sobreviver e crescer no mundo de hoje."

Rodrigo Velloso de Almeida - Diretor da Imprimaset e Presidente Abigraf-MG 2007- 2010



"A Zênite nos presta um serviço de suporte de excelente qualidade, bem como analisa todas as nossas solicitações de melhorias no sistema. Nossa relação com a Zênite é bem mais do que uma relação de consumo de um sistema, hoje existe uma relação de amizade.

Usamos, aprovamos e recomendamos."

Luciano Aragão - Gerente Administrativo da Aaron

Para ver estes e outros depoimentos, acesse nosso site.

Recursos Humanos

FEEDBACK PARA LÁ DE EFICIENTE

No contexto organizacional, o *feedback* é entendido como um fornecimento de informações para uma pessoa ou grupo com o objetivo de melhorar seu desempenho. Muitas vezes,

acontecem ruídos na comunicação, afetando os resultados em uma empresa. Receber *feedback* também pode não ser fácil para algumas pessoas. Portanto, é importante preparar um “ambiente

psicológico adequado” para que esse processo ocorra de forma eficiente. Acompanhe algumas dicas da psicóloga e consultora organizacional Meiry Kamia para incrementar o *feedback*!

Prepare o ambiente:

1) escolha um local e horário adequados para o *feedback*. Opte por um ambiente tranquilo e evite interrupções; 2) crie empatia, rebaixe as defesas da outra pessoa mostrando que você está lá para ajudar; 3) estabeleça um clima de verdade para que haja confiança no processo. Isso significa também se mostrar aberto e disponível para as opiniões do recebedor do *feedback*.

Separe o problema da pessoa:

por exemplo, dizer que determinada parte do texto está confusa é diferente de dizer que a pessoa é confusa. Separar o comportamento/problema da pessoa é importante para que você não transforme a pessoa no próprio problema. Isso também ajuda a tornar a situação mais objetiva. Em um *feedback*, quanto menos rodeios, melhor!

Exponha o comportamento indesejado de forma objetiva e localizado no tempo e espaço:

uma pessoa raramente se comporta mal porque quer. Ela erra ou se comporta mal porque foi o jeito que aprendeu a fazer. Portanto, ao dar o *feedback* é preciso lembrar a pessoa O QUE, QUANDO, ONDE e COMO o comportamento ocorreu. Dê exemplos concretos, isso ajuda a pessoa a perceber o problema. Por exemplo: “Ontem, você saiu para conversar com seus colegas na hora do seu almoço (QUANDO). Entretanto, os demais estavam trabalhando, e você começou a contar piadas na frente dos clientes (O QUE e COMO), bem em frente ao balcão de atendimento (ONDE)”.

Descreva o comportamento desejado:

é importante deixar claro para a pessoa o que se espera dela. Dar exemplos objetivos também ajuda a pessoa a entender como agir. Ex.: “Quero que atenda os telefonemas, no máximo, até o terceiro toque”. “Quero que você mantenha o balcão sempre limpo, isso significa passar um pano umedecido com álcool, manter os molhos e guardanapos arrumados e dispostos nesse canto.”

Chegando a um acordo comum:

em algumas ocasiões você vai perceber que a pessoa não realiza as ações da forma que você gostaria porque há empecilhos que extrapolam a vontade dela. Nesse caso, o melhor seria que vocês, em conjunto, buscassem uma solução comum. É muito difícil uma pessoa ser resistente a uma ideia que ela mesma ajudou a criar.

Administração

SOCIEDADE NAS EMPRESAS, EIS A QUESTÃO!

Quando se pensa em abrir um empreendimento logo vem à mente uma importante questão: abrir uma empresa individual ou em sociedade? Essa é a dúvida de quem pretende iniciar um novo negócio, porém tem medo de arriscar a divisão do patrimônio.

Segundo Dora Ramos, especialista no mercado contábil administrativo, o empresário que está iniciando enfrenta situações difíceis, como a falta de clientes, custos elevados e déficit de capital.

“Por isso, é extremamente importante que se conheçam bem os pontos positivos e negativos de se ter um sócio, além de poder contar com um profissional especializado acompanhando todo o processo de abertura da nova empresa”, diz a consultora. Para uma sociedade dar certo, não há receita. “O ideal é que as funções de cada um sejam bem definidas e que os objetivos sejam comuns, buscando sempre o sucesso e o acúmulo de capital”, complementa.

Pontos positivos

- Poder dividir as ideias e problemas da empresa
- Saber que tem alguém para representar a companhia na sua ausência
- Ter mais capital para investimentos

Pontos negativos

- Falta de afinidades no dia a dia
- Mistura de problemas pessoais com profissionais
- Falta de liberdade para tomar decisões

Amizade colorida.



**A TLT agora está em Santa Catarina e Paraná.
Venha tomar um café com a gente.**



Estamos ao lado da Xerox, empresa que é referência mundial em equipamentos de impressão digital de alta tecnologia. Essa "expertise" norteia nosso ideal de qualidade na busca pela excelência. Toda uma linha de soluções em cópias e impressões, equipamentos e suprimentos, locação e assistência técnica à sua disposição. As impressões do futuro estão em nossas mãos.

Av. Protásio Alves, 4900 • Petrópolis
Porto Alegre • RS • + 55 51 3017.0999
teletoner@teletoner.com.br
www.teletoner.com.br



SOLUÇÕES CORPORATIVAS

xerox
Revenda Platinum

PSG
Autorizada

xerox
Assistência Técnica
Platinum

www.tltsc.com.br

Gestão

CONTRATADOS PELO CURRÍCULO, DEMITIDOS PELAS ATITUDES

Dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) indicam que em março deste ano foram criados no Brasil 111.746 postos de trabalho com registro em carteira, 20,6% mais do que em março do ano passado. Os setores que mais contrataram foram os de Serviços e Construção Civil. Também subiram os salários, cerca de 4,47%, comparados a 2011.

Mais do que aproveitar a oportunidade para encontrar ou mudar de emprego, é importante que os profissionais brasileiros invistam na construção de um bom currículo e no aprimoramento de suas principais atitudes e habilidades.

Diversos são os motivos que levam as empresas a demitirem seus funcionários, mas entre as cinco primeiras razões, três estão relacionadas à personalidade. Ou seja, dependendo do cargo, não adianta a pessoa falar três idiomas, ter MBA, experiência comprovada, mas ter péssimo relacionamento com o grupo e inaptidão para a lideran-

ça. Se prestarmos atenção, podemos perceber que o fato tem grande relação com a falta de Inteligência Emocional.

Até o lançamento do livro "Estruturas da Mente", do psicólogo Howard Gardner, para a grande maioria das pessoas, a inteligência era atribuída a pessoas com alto QI (Quociente de Inteligência). Gardner confrontou este paradigma, mostrando que as pessoas são habilidosas de diferentes formas. Entre as inteligências apresentadas pelo psicólogo, as que tratam da capacidade de se relacionar com as pessoas e consigo mesmo, somadas, resultam no QE, ou Inteligência Emocional.

Normalmente, o baixo QI tende a limitar o crescimento profissional, já o baixo QE pode destruir uma carreira, por mais alto que seja seu QI. As pessoas com pouca inteligência emocional têm um autoconhecimento limitado, e esse é o maior problema. Como consequência, costumam ser egocêntricas, lidar mal com o estresse e ter baixa tolerân-

cia a frustrações, entre outras questões comportamentais citadas como razões para demissão.

No entanto, a Inteligência Emocional pode ser aprimorada. É preciso que percebamos o efeito que nossos comportamentos estão tendo sobre as pessoas, no ambiente de trabalho e até mesmo na vida pessoal. Para isso, é essencial que se leve em consideração os *feedbacks* recebidos, seja de um superior ou de parentes e amigos.

Saber usar os pontos fortes, controlar os pontos limitantes, relevar os pontos fracos e persistir diante de frustrações fazem parte das competências de um profissional com alta Inteligência Emocional. Um alto nível de QE nos permite perceber melhor quem somos, estabelecer relacionamentos saudáveis com aqueles que nos rodeiam e tornar nossas vidas muito melhores.

EDUARDO FERRAZ

Consultor de Gestão de Pessoas

Marketing

SUA EMPRESA TEM UM BRAND BOOK E UM BRAIN BOOK?

Brand Book é um livro que contém a estratégica e identidade da marca. Ele apresenta a origem, definição, essência, personalidade, análises de voz, aplicabilidade e identidade visual. O Manual de Identidade Visual (MIV) é parte integrante de um Brand Book, que tem um foco mais amplo, permitindo o entendimento da empresa, a vivência da história e a essência da marca. É a garantia de integridade em todas as aplicações.

Já o Brain Book surgiu com um campo relativamente novo do marketing, o neuromarketing. O neuromarketing estuda a essência do comportamento do consumidor, une marketing e a neurociência, busca as razões do consumo, o

entendimento dos desejos pela marca, as reações aos estímulos. O objetivo do neuromarketing é aperfeiçoar as métricas de preferência do consumidor.

Um exemplo clássico de aplicação do neuromarketing é o estudo das marcas Pepsi e Coca-Cola: ao serem testados, os dois produtos tiveram preferências diferentes com e sem a visualização da marca, ou seja, os estímulos cerebrais motivados pela visão da marca remetiam a um lugar de lembranças, sensações e desejos, enquanto a falta de conhecimento da marca provada remetia apenas ao sabor, mudando o resultado do estudo.

O neuromarketing, além da Coca-Cola, vem sendo utilizado por inúmeras

empresas, como Procter & Gamble e McDonald's. Atualmente a FGV possui um laboratório de neuromarketing, para desvendar a lógica por trás da decisão de consumo, em que se disponibilizam a técnica da neurociência e conhecimento para auxiliar no entendimento dos fatores que influenciam o comportamento.

Enquanto o Brand Book é o DNA da marca, o Brain Book, por sua vez, apresenta o estudo das reações do consumidor a esta marca, aos produtos e serviços da empresa, é o DNA do comportamento à marca.

DANIELA RONDINELLI PESTANA

Assessora de Marketing do Sindigraf-RS

PrintcorSul. Crescendo com qualidade, reforçando os laços com o mercado.

Há 20 anos o Grupo Printcor tem marcado presença no mercado gráfico brasileiro com qualidade, agilidade e atendimento total. Uma boa prova disso é a PrintcorSul. Mais do que uma unidade a mais, uma usina autônoma de soluções, preparada para atender a demanda crescente de qualidade do sul do país. O sul cresce, a PrintcorSul acompanha. Com investimento em sua planta industrial, na aquisição de novos equipamentos, como moinhos tri-cilín-

dricos de última geração, novos cowles, equipamentos de ponta para laboratório, nova frota de veículos e lançamento de produtos inovadores como tintas flexográficas a base de água, para impressoras de baixa, média e alta velocidade, proporcionando alta definição de imagem. Tudo isso e muito mais norteado pela seguinte idéia: crescer com qualidade e reforçar, cada dia mais, os laços de qualidade com o mercado do sul. Pode contar com esta força. PrintcorSul.

- DUPLICAÇÃO DA PLANTA INDUSTRIAL
- NOVOS EQUIPAMENTOS
- NOVA FROTA
- LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

 **PrintcorSul**

Solução completa. Suporte total.

Grupo **Printcor**

www.printcor.com.br



Printcor Sul
(51) 3470-6407

Printcor Matriz
(11) 4066-3500

Printverniz Matriz
(11) 4343-7992

Bahia
(71) 8853-9837

Brasília
(61) 3386-1749

Espírito Santo
(27) 3289-6029

Goiás
(62) 3291-5191

Mato Grosso
(65) 3054-2050

M. Grosso do Sul
(67) 3042-5838

Nordeste
(81) 9964-1333

Rio de Janeiro
(21) 9612-2637

Representantes em todo o Brasil

Setor editorial

O BRASIL FORMADO POR 88,2 MILHÕES DE LEITORES

A mais recente pesquisa do Instituto Pró-Livro (IPL), com o apoio da Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares (Abrelivros), Câmara Brasileira do Livro (CBL) e Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel), revelou que o brasileiro lê em média quatro livros por ano, entre literatura, contos, romances, livros religiosos e didáticos. Conforme o estudo Re-

tratos da Leitura no Brasil, o Brasil é composto por 88,2 milhões de leitores – pessoas que leram pelo menos um livro inteiro ou em partes. Há mais leitoras no país. Do montante de pesquisados, 53% são do sexo feminino. Para a maioria dos participantes, 64%, ler bastante pode fazer uma pessoa vencer na vida e melhorar sua condição socioeconômica’.



Stoock.xchng

Novidades

REUTILIZAÇÃO DE PAPEL POR MEIO DA “IMPRESSÃO REVERSA”

Metodologias revolucionárias invadem o universo da indústria gráfica. No Reino Unido, pesquisadores da Universidade de Cambridge estudam

um método para otimizar a reutilização de papel. Trata-se da “impressão reversa”. A invenção evapora a tinta de páginas impressas com toner feito de carbo-

no e polímero de plástico, permitindo a impressão de novo conteúdo. O sistema ainda está sendo desenvolvido, sem previsão de lançamento de uso comercial.

Mercado

HEIDELBERG ANUNCIA NOVA MARCA DE IMPRESSÃO DIGITAL

Chega ao mercado a Heidelberg Linoprint. É a nova marca da empresa para a sua linha de tecnologias digitais para impressão comercial e de embalagens. Com soluções para gráficas comerciais,

a série Linoprint C será apresentada com o novo fluxo de trabalho Prinect Digital Print Management, permitindo a produção integrada entre impressão offset e digital. Ela inclui gerenciamento de cores e controle

de produção desde a pré-impressão até o acabamento. Outro lançamento será a série Linoprint L, com sistemas para a produção econômica de etiquetas, rótulos e embalagens sob demanda.

SUZANO ENTRE OS MELHORES FORNECEDORES DO MERCADO DE COMUNICAÇÃO

A Suzano conquistou, recentemente, o prêmio “Melhores Fornecedores da Indústria da Comunicação”, realizado pela Revista Negócios da Comunicação. A companhia saiu vencedora nas categorias Melhor Fabri-

cante de Papéis para Materiais Promocionais, Melhor Fabricante de Papéis para Livros e Melhor Fabricante de Papéis para Revistas. A sua distribuidora, a SPP-KSR, também foi reconhecida como melhor distribuidora de

papéis para revistas, livros e materiais promocionais.

A premiação objetiva valorizar empresas que contribuem para o incremento da qualidade dos fornecedores do mercado da comunicação.

SOFTWARE FREEFLOW VI É ATUALIZADO PELA XEROX

Recentemente a Xerox anunciou mais um lançamento para o mercado brasileiro e internacional: a versão 10 do FreeFlow VI. A tecnologia possui como principal atributo a personalização com o uso da linguagem

VIPP (Variable Information Production Printware) e a impressão de itens de segurança. O FreeFlow VI viabiliza a reprodução Gloss Marks, uma espécie de impressão holográfica com infravermelho visível apenas com a incidência de

luz IR e impressões fluorescentes, visíveis com a incidência de luz UV. Além das opções, a nova versão do software imprime ainda microtexto (fontes minúsculas). O recurso normalmente é aplicado em talões de cheques.

ERRATA

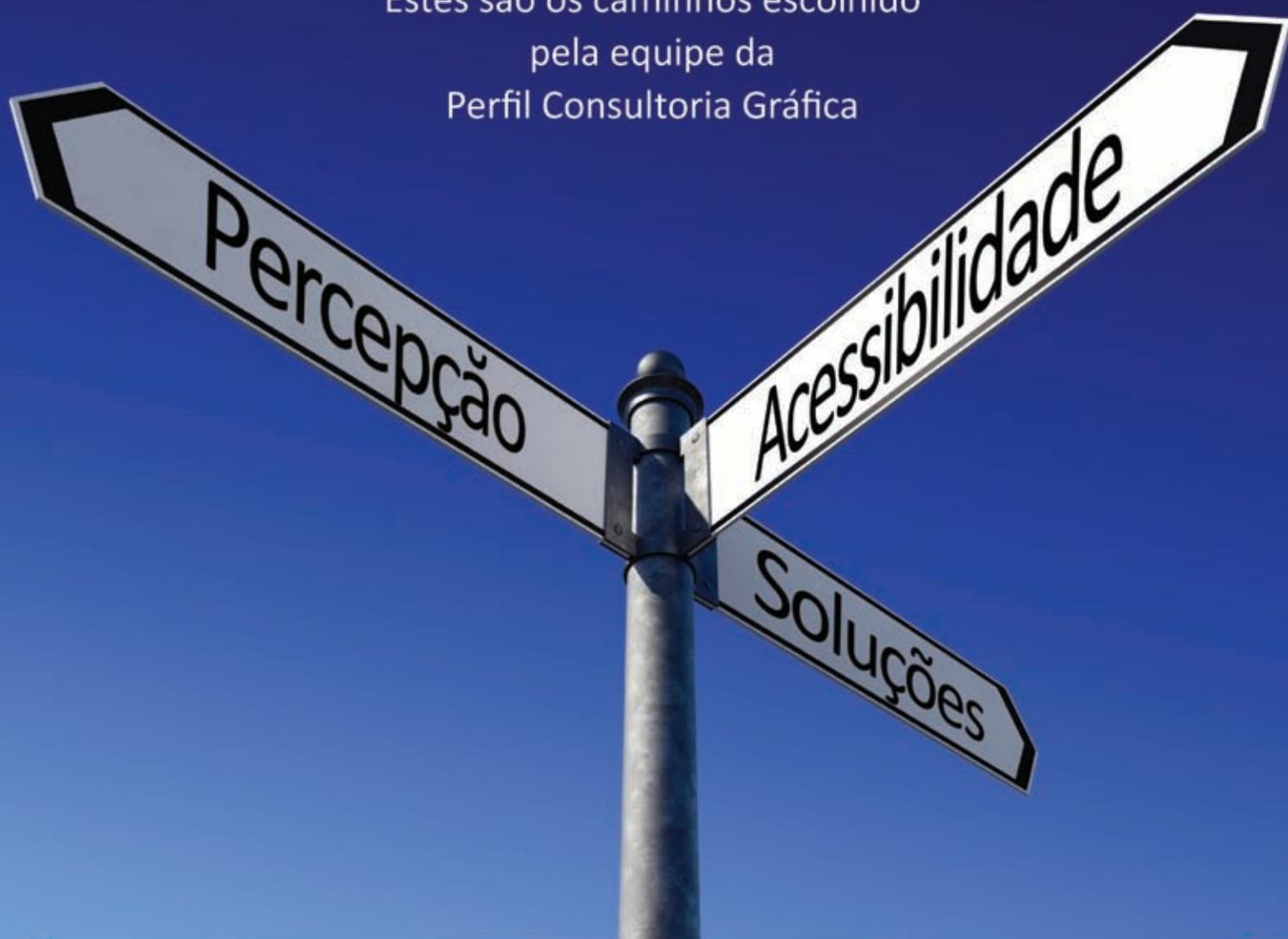
O Singraf já está com a sua agenda de atividades 2012 em andamento. Para mais informações, entre em contato com a entidade. Diferentemente do que foi publicado na edição passada do Abigraf Notícias, o número do telefone da entidade é (54) 3222-2427.

ENTENDER E PERCEBER
AS **NECESSIDADES**
DO MERCADO GRÁFICO

-
BUSCAR **SOLUÇÕES**

-
TORNÁ-LAS **ACESSÍVEIS**
AOS CLIENTES

Estes são os caminhos escolhido
pela equipe da
Perfil Consultoria Gráfica



 **PERFIL**
CONSULTORIA GRÁFICA

FONE (51) 3028.7585
www.perfilcg.com

Associadas

Datacerta

EMPRESA REALIZA EVENTO PARA COLABORADORES

No dia 14 de abril, no Milão Turis Hotel, em Porto Alegre, a Datacerta realizou a palestra Ergonomia. Segundo Tatiane Kalfelz, gerente administrativa da empresa, o objetivo do evento foi conscientizar os colaboradores sobre as práticas de ergonomia, os cuidados com a postura e saúde, além de promover um momento de confraternização e apresentação do planejamento estratégico e das metas socioambientais da gráfica. "Organizamos esse encontro para colocar os nossos profissionais por dentro das principais metas. É importante manter todos informados, pois somos uma equipe e trabalhamos como tal", explica. A palestra referente à ergonomia foi realizada pela consultoria Action Result,



Divulgação/Datacerta

tendo como palestrante um de seus sócios, Renaldo Souza, demarcando o início de inúmeras medidas que a Datacerta começa a implantar. "Criamos um espaço para descanso, construímos novos vestiários e montamos uma nova cozinha onde acontecem confraternizações quase semanais", destaca Tatiane. A gráfica também se cadastrou nos programas sociais do Sesi, com o intuito de participar cada vez mais de projetos desenvolvidos pela entidade.

Impresul

GRÁFICA LANÇA DESAFIO PARA PUBLICITÁRIOS GAÚCHOS

A Impresul lançou um desafio aos publicitários de Porto Alegre e região do Vale do Rio dos Sinos: a customização do bonequinho Cemiky pelos profissionais de Criação. E o céu é o limite. A peça confeccionada com uma espécie de resina foi enviada às agências, ficando sob a responsabilidade dos participantes personalizá-la de acordo com a imaginação. Os Cemikys customizados ficaram expostos no perfil do Facebook da Impresul para o público votar na melhor criação. O bonequinho com mais "curtidas" será premiado com um Frigobar Retrô recheado. O concurso se encerra no dia 18 de maio, quando a empresa divulgará o resultado.

Apoiadores de 2012

Ouro



Prata



Bronze

