ProjetoPack®
em revista
TECNOLOGIA, DESIGN, GESTÃO DE EMBALAGENS FLEXÍVEIS, RÓTULOS E IMPRESSÃO

OS DONOS DO MUNDO:

QUEM (E PORQUE) ESCOLHE AS SOLUÇÕES DE EMBALAGEM E COMO ESSA ESCOLHA ACONTECE NO PROCESSO INTERNO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS



PROJETO PACK
Consultoria e Serviços para Embalagens, Rótulos, Etiquetas e Processos de Impressão.

projetopack.com.br • Ano XV • Edição 85 • Mai/Jun 2021

25 ANOS

BETA 8



A DIFERENÇA ESTÁ NOS DETALHES

- Sistema para troca rápida de camisa porta clichê e camisa Anilox.
- Sistema "gearless" sem engrenagem com o motor montado no eixo do cilindro central.
- CNC para posicionar o grupo impressor com motores de encoder absoluto.
- Estrutura do grupo impressor em chapa de aço laminado e revestida com chapa de aço inox.
- Mancais de impressão c/ duplo fuso de esfera e dupla guia linear.
- Ajuste de pressão progressiva.
- "POWEROFFSET" – Registro de cores com ajuste de pressão nos clichês com a impressora parada.
- Doctor blade com sistema exclusivo de regulagem e revestimento antiaderente.
- Lubrificação centralizada automática programada.
- Controle remoto sem cabo.
- "Sistema Ecopower" de controle da secagem entre cores para reaproveitamento da energia.
- Dupla calandra de resfriamento.
- Troca automática de Entrada e Saída p/ diâmetro máximo de 1 metro.
- Conjunto de elevador para carga e descarga de bobinas.
- Sistema a Laser para alinhamento das bobinas.
- Sistema de troca simultânea automática com controle da emenda.
- Dispositivos elétricos e eletrônicos montados em um container climatizado.
- Unidade Central de água para controle da temperatura do tambor central, motor principal e das calandras.
- Sistema de vídeo inspeção com auto registro.
- Sistema de autolimpeza totalmente automático com viscosímetro automático acoplado.
- Carros para porta Doctor blade e deposito de coletores de tinta, transporte de balde tinta e transporte de camisa porta clichê e Anilox.
- Mesa de prova.
- Assistência técnica remota via internet.
- Gerenciador de produção.

Acesse o nosso canal e assista o vídeo da Beta 8.

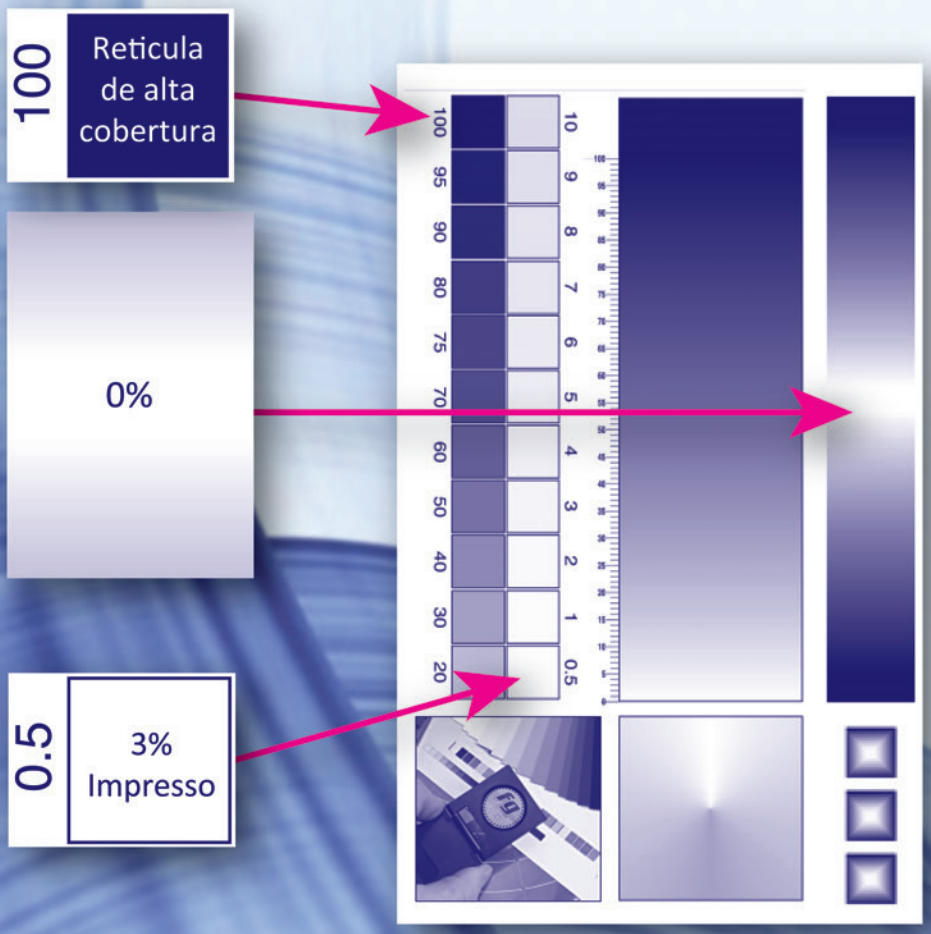
FLEXOPOWER
Tecnology

FLEXOPOWER IND. COM. E REPRESENTAÇÕES LTDA.

Av. Paranapanema, 458 - 09930-450 - Jd. São Judas Tadeu - Diadema - SP
Tel/Fax: 55(11) 4043.4230 - depto.vendas@flexopower.com.br - www.flexopower.com.br

FG100®

- Impressão acima de 100 lpc.
- Níveis de degradês e altas luzes inéditos à flexografia.
- Impressão de sólidos com melhor cobertura e densidades mais altas.
- Desenvolvimento, suporte e certificação Fotograv.



Tel.: 55 11 3868-5090 - FG100@fotograv.com.br
Av. Francisco Matarazzo, 1752 - Cj 1116 - Água Branca
CEP: 05001-200 - São Paulo

Fotograv

Acho que todo fabricante de embalagens flexíveis, etiquetas e rótulos já se perguntou, em algum momento: - quanto será que uma Nestlé, Unilever, P&G etc. gasta com material de embalagem mensalmente?

É natural. Saber quanto um líder de categoria gasta para inferir, inclusive, o tamanho do volume consumido pelo seu universo de clientes e potenciais clientes.

O que trazemos ao leitor é que este não é um segredo guardado a sete chaves. Empresas de bens de consumo "stock listed" (com ações negociadas na bolsa de valores) publicam indiretamente estes dados em seus relatórios para os investidores. Com o devido conhecimento contábil-financeiro e, claro, do tema embalagem, é possível decodificar com boa precisão as despesas destas companhias no âmbito dos materiais de embalagem.

Exploramos ainda o impacto de mais uma heurística na escolha do consumidor por uma dada embalagem: o viés cognitivo do enquadramento – do inglês ***framing effect***. Neste artigo, descobriremos juntos porque certos produtos requerem uma associação publicitária e de comunicação positiva, ao passo que outros demandam o seu extremo oposto.

A Steelserv, um dos nossos anunciantes mais tradicionais, colaborou conosco ao explicar porque um insumo de pouca participação no custo total de impressão, a lâmina raspadora, pode vir a ser um grande inconveniente, quanto tomamos por base o preço de venda, e não a relação de custo e benefício.

Há ainda entrevistas exclusivas, opiniões técnicas e muito mais. Mas a grande ruptura desta edição fica a cargo do Suplemento Especial que acompanha a revista. O primeiro que fizemos na história da publicação e que inaugura uma série de inúmeros outros que virão.

A ideia do suplemento especial é reunir, em um material compacto, técnico, prático e bem ilustrado, todas as informações necessárias ao leitor, acerca de um determinado assunto ou tecnologia sobre impressão e conversão, e que permita a compreensão rápida e abrangente do tema em pauta.

A ideia do suplemento especial é reunir, em um material compacto, técnico, prático e bem ilustrado, todas as informações necessárias ao leitor, acerca de um determinado assunto ou tecnologia sobre impressão e conversão

Estreamos com o assunto dos solventes propílicos – uma tecnologia que revolucionou a printabilidade, principalmente na flexografia, e ocupou uma participação de mercado impressionante em pouquíssimo tempo, no país.

Leia entrevistas com usuários (convertedores de roto e flexo), distribuidores de solventes, fabricantes de tintas e os próprios produtores dos solventes propílicos, além de especialistas de impressão, cromatografia e donos de marcas, para, enfim, "montar o quebra-cabeça".

Estamos convictos de que este suplemento descortina inúmeras novas possibilidades editoriais junto à ProjetoPack em Revista e vem a somar muito em conteúdo técnico e praticidade aos nossos leitores e anunciantes. Boa dupla leitura!

Aislan Baer

Editor Chefe

Sócio-diretor da ProjetoPack & Associados e editor da ProjetoPack em Revista. Atua há mais de 15 anos na área de embalagens flexíveis, rótulos e impressão, ministrando cursos, palestras e consultoria por todo o hemisfério sul. Mestre em gestão estratégica e economia empresarial pela USP e especialista na implantação de normas flexográficas pela FTA - Associação Americana de Flexografia.

Anuncie na ProjetoPack em Revista

A ProjetoPack em Revista é uma publicação especializada no mercado de conversão e impressão de embalagens flexíveis, etiquetas e rótulos, a mais respeitável revista técnica do segmento no país.

Para mais informações, acesse o site

+55 11 3258-7134
revista@projetopack.com



Descubra seu **NX** *advantage*

Veja o que os provedores de serviços de flexografia ao redor do mundo já sabem... que o sistema **Kodak Flexcel** NX aumenta o impacto nas prateleiras e controla custos de produção, permitindo uma incrível melhora no desempenho da impressão, na qual se pode confiar diariamente.

Para saber mais sobre esta tecnologia transformadora,
visite **kodak.com/go/flexcel nx**

Cores consistentes.
Simplicidade comprovada.
Impressão Excepcional.

Kodak
Flexcel NX System

© Kodak, 2015. Kodak e Flexcel são marcas registradas da Kodak.

Zanatto
Soluções Gráficas

Revendedor Autorizado de Soluções **Kodak**

falecom@zanatto.com.br
www.zanatto.com.br
Curitiba (41) 3362-1415
São Paulo (11) 3775-2727
Porto Alegre (51) 3337-7637

[SUMÁRIO]



8 **OS DONOS DO MUNDO**
Quem (e porque) escolhe as soluções de embalagem e como essa escolha acontece no processo interno de desenvolvimento de produtos

18 **FRAMING THE WORLD**
Emoldurando a sua embalagem para vender mais (ou não). Nossos julgamentos são influenciados por aquilo que vem à mente com mais facilidade



36 **ENTREVISTA**
Tyler Thompson, Rudhy Faria e George Folickman, da tilia labs, falam sobre a indústria de software gráfico e de gestão

40 **CUSTO OU PREÇO**
O que priorizar na hora de escolher seus insumos?



48 **DE ONDE SURGIU A ANÁLISE DO CICLO DE VIDA, A LCA?**
A história da análise do ciclo de vida desde o início

54 **ENTENDENDO A LÓGICA DO SISTEMA FULLPU**
A resina, no entanto, é o coração da tinta, responsável por inúmeras características de performance e maquinabilidade

ProjetoPack® em revista
TECNOLOGIA, DESIGN, GESTÃO DE EMBALAGENS FLEXÍVEIS, RÓTULOS E IMPRESSÃO

Rua Borges de Figueiredo, 303
Edifício Átrio Giorno
Conj. 617 - Mooca - São Paulo/SP
CEP 03110-010

Edição 85
Publicação bimestral

EXPEDIENTE

Editor
Aislan Baer

Diretor de conteúdo
Prof.° Lorenzo Baer

Gerente de marketing
Douglas T. Pereira

Gerentes de contas
Andrea Gomes
Deise Moraes
Roberto Lemes
Marcelo Fechio

Projeto Gráfico e diagramação
Patricia Barboni (be.érre design)

Gestão de mídias sociais
Convertty Soluções Digitais

Revisão dos textos
Jorge Mussolin

Imagem de capa: Shutterstock

Comitê editorial
Andrê Gazineu
André Kenji
Prof.° Antônio Cabral
Prof.° Bruno Cialone
Débora Higino Sodré
Eudes Scarpeta
Francisco dos Santos
Guilherme França
Joaquim Morais
Liliana Rubio
Prof.° Lincoln Seragini
Marco Marcelino
Nestor Pires Filho
Rafael Melo Pedreira
Wagner Delarovera
Wilson Paduan
Wilson Ramos Júnior

Contratos de publicidade e assinaturas
Para assinar ou adquirir edições anteriores e para participar como patrocinador da publicação, contate-nos:
revista@projetopack.com
(11) 3258-7134

Não é permitida a reprodução total ou parcial de textos ou matérias publicadas sem a prévia autorização da ProjetoPack em Revista. Para análise e autorização da reprodução, contatar a publicação por e-mail em **atendimento@projetopack.com**. Todos os artigos são assinados por seus autores e não refletem necessariamente a opinião desta revista.

steelserv

LÂMINAS RASPADORAS
NA STEELSERV

As campeãs em qualidade e custo-benefício



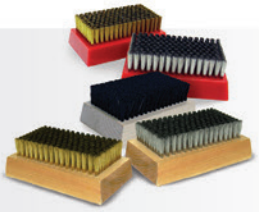
Reconhecida por reunir o maior número de soluções em rotogravura e flexografia, a Steelserv proporciona as melhores experiências ao seu negócio quanto às lâminas raspadoras **CBG ACCIAI,** produto desenvolvido na Itália e com distribuição exclusiva da Steelserv no Brasil.

Sua qualidade e precisão se alinham ao custo-benefício de lâminas raspadoras com vida útil prolongada e alta performance em suas funções, o que possibilita elevado ganho na produtividade de suas impressões.

Na máquina, inibe partículas sólidas e impede o acúmulo de resíduos no cilindro, mantendo-o intacto e aumentando sua vida útil. São lâminas produzidas com o melhor aço do mercado para garantir que você imprima mais e melhor.







DISTRIBUIDORA **EXCLUSIVA** NO BRASIL: HARPER® C.B.G. ACCIAI LUTZ BLADES® exactly

Se você está procurando aliar qualidade e custo-benefício, já sabe onde encontrar. Entre em contato:

+55 (11) 3675-3053
vendas@steelserv.com.br

Rua Tito, 1.021
Vila Romana | São Paulo/SP
steelserv.com.br

@ steelserv
oficial.steelserv
steelserv

steelserv

W5.com.br

OS DONOS DO MUNDO:

QUEM (E PORQUE) ESCOLHE AS SOLUÇÕES DE EMBALAGEM E COMO ESSA ESCOLHA ACONTECE NO PROCESSO INTERNO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

O início de qualquer projeto de Inovação é sempre emocionante: a equipe interdisciplinar se reúne para o ***brief*** inicial.



Imagens cortesia Fotograv



LEILA MALTA
Experiente Executiva de Inovação, com passagens internacionais pela Unilever, Ecolab, Reckitt Benckiser, PepsiCo e Nestlé. Fundadora & Principal Consultora da L'inno Bureau, Professora de Inovação do SENAI Theobaldo De Nigris.
contato@linnobureau.com / www.linnobureau.com

Preâmbulo do editor: eminentemente, temos como leitor e assinante da ProjetoPack em Revista o convertedor de embalagens flexíveis, etiquetas e rótulos. Este também é o alvo dos nossos projetos de consultoria e qualificação técnica da mão-de-obra industrial.

Todos os dias, tanto a nossa revista, quanto os nossos consultores, são bombardeados com questões variadas, muitas delas curiosidade sobre o processo decisório de seus clientes, os donos de marcas. Que informação estas empresas consideram em seus novos projetos de embalagem? Quais os critérios pautam a escolha por uma dada solução de embalagem? Quando manter ou trocar um fornecedor?

Boa parte destas questões, intentamos responder este ano, na pauta especial "O que pensa o dono de marca?". Não poderíamos ter escolhido mais assertivamente, ao eleger Leila Malta como locutora e intérprete do brand owner. Sua experiência e didática são as ferramentas valorosas com as quais ela lapidou as próximas linhas que você lerá.

E com perdão pelo spoiler atrevido, ao final é possível entender que há tal variedade de tomadores de decisão no ecossistema embalagem, que é natural ao convertedor ter a sensação frustrante de que está falando com a pessoa errada na hora de vender a sua solução.

Como mitigar o problema? Bem, o primeiro passo é ler atentamente o artigo a seguir. Boa sorte











SISTEMA DE
APROVAÇÃO
REMOTA

CONTROLE E OTIMIZE
TODO O FLUXO DE
APROVAÇÃO DE ARTES.



LinkFlow
SISTEMAS

UTILIZE ESTE VOUCHER E
GANHE 1 IMPLANTAÇÃO
GRATUITA.
VALEOFFPP

WWW.LINKFLOW.COM.BR
@LINKFLOWSISTEMAS

Normalmente liderada por um(a) colaborador(a) de Marketing, são apresentados os insights baseados em necessidades de mercado, dados pesquisados, referências de produtos de outras empresas concorrentes, e muitas vezes resultados de testes de Conceito de Produto realizados com potenciais clientes. São discutidos, tanto as possibilidades de realização, quanto as limitações a serem consideradas.

Uma data de lançamento preliminar é sugerida; os colaboradores técnicos se empenham no desenvolvimento de um cronograma, para então se ter uma ideia se o tempo necessário para a realização de diversas tarefas atendem à data de lançamento pretendida. Se não, discussões e negociações prosseguem até se alcançar um primeiro compromisso de toda a equipe com a entrega do projeto.

Quando a solução envolve desenvolvimento de embalagem, então quem lidera essa tarefa é a área de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D), a partir das necessidades levantadas com o(a) Líder de Marketing.

Desse momento em diante, uma série de etapas ocorrem até chegar à embalagem final, que segue para o lançamento no mercado.

Os passos que descrevo aqui são baseados nos mais de 500 produtos lançados no setor de Bens de Consumo, onde tive colaboração direta ou indireta (como gestora de participantes da equipe), no Brasil, países Latino-Americanos, EUA, Europa Ocidental e Ásia.

AS ETAPAS-CHAVE DO DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGENS

A ***primeira etapa*** para determinar a embalagem a ser selecionada é olhar para o insumo que será embalado: qual seu estado físico (sólido, pastoso, líquido), qual sua dimensão (tamanho, volume e/ou peso), se possui alguma necessidade específica (fragilidade mecânica, fotossensível, sensível à presença de oxigênio ou umidade etc.).

Essas informações são determinantes para a escolha do tipo de embalagem (rígida ou flexível), e da natureza de barreira de proteção que deve ser oferecida. A partir desse entendimento, então é selecionado o material da embalagem.

A ***segunda etapa*** é a prototipação digital e/ou física, para visualizar como será essa embalagem e sua interação com o usuário final.

Uma vez aprovado o protótipo, uma série de atividades são realizadas, incluindo o desenvolvimento do possível plano mecânico da embalagem final (o que permite iniciar o desenvolvimento da arte e realizar estimativas iniciais de custo), e testes de estabilidade ao longo do tempo para determinar se as propriedades de proteção selecionadas a partir da primeira etapa realmente são alcançadas. É de praxe trabalhar com amostras de mais de uma estrutura de embalagem, e então encontrar qual apresenta o melhor custo-benefício a partir desses estudos.

Uma vez identificada a estrutura mais provável, então se inicia uma terceira etapa, que são os testes em escala.

Este é o ponto crítico de qualquer projeto, especialmente para materiais rígidos, porque demandam o desenvolvimento de moldes para então realizar o teste com envase de produto em escala.

Por isso, para esse tipo de embalagem, desenvolver protótipos com impressoras 3D ajudou a realizar tomadas de decisão de design melhores, mesmo sem ter algo real ao alcance.

Já para embalagens flexíveis, é possível realizar testes em escala sem a impressão, com uma bobina de amostra. Nos testes em linha de produção normalmente são verificadas questões como propriedades mecânicas do filme, características de selagem (temperatura necessária, e formação ou não de microfuros), e volumetria.

Além disso, com o apoio da equipe de Formulação/Produto, são realizados testes de envase, que permitem checar a velocidade a ser utilizada para que o insumo seja devidamente embalado, bem como o volume produzido por hora (o que ajuda a projetar os custos operacionais).

O volume produzido pode ter três destinos possíveis: teste de estabilidade, e/ou teste de transporte, e/ou teste com usuários finais.

Em paralelo ao teste em escala, a equipe de Marketing inicia os trabalhos com sua equipe de design para aplicação da Marca segundo as orientações do respectivo Manual de Identidade, bem como de ***claims*** (benefícios) e das informações obrigatórias por Lei de acordo com a categoria do produto. O único campo da arte que fica em branco, aguardando a confirmação da informação pela equipe de P&D, é o de ingredientes/conteúdo.

Uma vez que todas as informações são confirmadas, então a arte é revisada pela equipe Regulatória da companhia, e somente após a aprovação desta equipe, a arte é liberada para envio ao convertedor. A equipe Regulatória inicia, então, a submissão do produto (arte + descrição da composição do conteúdo) nos órgãos responsáveis por sua aprovação (p.ex. ANVISA ou Ministério da Agricultura).

E aqui se inicia a jornada do convertedor.

NÃO SÓ TEMPO (MAS TAMBÉM) É DINHEIRO

O convertedor sofre três tipos de pressão por parte do cliente: fidelidade da impressão com a arte enviada, tempo de entrega, e confirmação do preço do material orçado anteriormente (uma primeira cotação sempre é realizada entre as etapas de prototipagem e teste em escala).

A fidelidade da impressão é dependente de dois fatores: a qualidade de impressão decorrente do maquinário utilizado, e as informações das escalas de cores, para que o melhor resultado seja alcançado.

Uma nota importante: no Manual de Identidade de Marca, proveniente do cliente, deve sempre constar três escalas de cores para cada cor utilizada na arte. Isso pode ser definido facilmente, com a ajuda de softwares (até no ***PowerPoint***® é possível determinar essas informações).

NATHALGRAF
Produtos Técnicos

CAST & CURE®
Película Holográfica Reutilizável

Crie acabamentos holográficos em seus substratos impressos, sem precisar de laminação.

Principais Benefícios:

- Aplicação total ou em reserva;
- Prevenção de falsificação com hologramas personalizados;
- Alto valor agregado e custo menor do que outras tecnologias (Ex.: cold foil, laminado holográfico);
- Aplicação em bobinas (em banda estreita);
- Aplicação em diversos tipos de materiais (Couche, BOPP com ou sem apoio);
- Ideial para impressão de etiquetas, rótulos e sleeves termo encolhíveis.

Tipos de padrões disponíveis:

- Holográficos (inclui lentes ou 3D);
- Fosco resistente a atrito.
- Vários padrões (registro);
- Padrão de Segurança.

(11) 2667-0624 | 2476-9759 | 2061-8494
Whatsapp: (11) 98759-7424
atendimento@nathalgraf.com.br
www.nathalgraf.com.br
Rua Vemag, 178 - Ipiranga -
CEP 04217-050 - São Paulo - SP



As escalas RGB (***Red*** = Vermelho, ***Green*** = Verde, ***Blue*** = Azul), CMYK (***Cyan*** = Ciano, ***Magenta*** = Magenta, ***Yellow*** = Amarelo, ***BlacK*** = Preto), e Hex (hexadecimal) ajudam a fazer a correlação da arte desenvolvida online (p.ex. no ***Adobe Illustrator***®) com o que será efetivamente impresso.

Caso o cliente apresente indicações de cores com base na escala Pantone®, então a recomendação é buscar a descrição dessa cor que apresenta as escalas sRGB (escala RGB de monitores, com gama menor de cores que a escala Adobe RGB), Hex, e L*a*b* (L* = luminosidade, do branco ao preto; a* = espaço do Vermelho ao Verde; b* = espaço do Amarelo ao Azul).

Outra escala a ser considerada (e que também pode ser facilmente obtida pelo cliente) é a HSL (***Hue*** = Tom, ***Saturation*** = Saturação, ***Lightness*** = Luminosidade), que auxilia a fazer o ajuste fino da saturação e brilho da cor a ser aplicada.

É recomendável compartilhar amostras com os clientes e avaliar a questão de cores antes de realizar a primeira produção a ser entregue (isso evita discussões e estresses desnecessários com o cliente, além de ser um indicativo de qualidade do trabalho e compromisso do convertedor).

A expectativa do cliente em relação ao tempo de entrega do material pelo convertedor é algo que pode ser um fator de escolha entre um fornecedor e outro.

Um prazo entre 30 e 45 dias é considerado como excelente; entre 45 e 60 dias, administrável; e acima de 60 dias, preocupante. Jamais assuma um prazo que não é realista: fornecedores que não cumprem prazos comprometidos são tradicionalmente mal avaliados pela equipe de Compras, e acabam sendo substituídos por outros que são mais consistentes nos prazos de entrega.

Em relação a preços, ao operar com materiais de origem petroquímica, dolarizados, é importante não chegar com "surpresas" ao cliente (p.ex. cotar com base num valor, e ao fechar a venda do insumo, apresentar um valor 25% ou mais acima).

Todos estão sofrendo com os efeitos das oscilações macroeconômicas, e por isso é importante ter uma relação colaborativa com seus clientes, acordando a periodicidade das revisões de custo de materiais devido às volatilidades do preço de insumos no mercado. Aquele velho ditado popular se faz líquido e certo aqui: o combinado não sai caro.

Uma vez entregue um primeiro lote da embalagem, então esse lote é analisado por vários setores antes de ser liberado para uso na primeira produção: a equipe de Marketing verifica se os elementos visuais (logotipo, caracteres, cores, imagens) estão impressos corretamente; a equipe de

P&D e Regulatório verificam se as informações Legais (lista de ingredientes, volume/peso, dizeres obrigatórios, benefícios, etc.) estão corretos; a equipe de Qualidade verifica se as dimensões, espessura e a arte de uma maneira geral estão de acordo com o que foi especificado por Marketing, R&D e Regulatório; e a equipe de Manufatura verifica se, p.ex., o dimensional e peso da bobina está de acordo com o que foi especificado ao convertedor, para que sua operação na embaladora aconteça sem maiores problemas mecânicos.

Com a bobina aprovada por todos, então ela é liberada para uso numa primeira produção.

Mesmo durante a produção, outros pontos são verificados, como sua maquinabilidade (dobras, selagem, desgaste do filme devido à tração na linha etc. – mesmos aspectos já testados em linha com amostras anteriormente).

Lembro de um projeto de relançamento de uma grande marca, cujo filme foi desenvolvido 100% no Brasil (o tipo de estrutura utilizado no filme da embalagem original demandava uma resina que não estava acessível ao nosso mercado), que, ao chegar no ponto de venda, estava delaminando. Comprei produtos dessa primeira produção, e assim que eu rasguei o primeiro pacote, o filme se separou em várias camadas.

Neste caso, arriscou-se acelerar um lançamento, mesmo com um filme desenvolvido a 80%, do que esperar o tempo para alcançar 100% do desenvolvimento para então seguir para o mercado. Devo mencionar que, apesar da delaminação inicial, o lançamento foi um grande sucesso (para a sorte de todos os envolvidos).

O DESAFIO DO USO DE MATERIAIS RECICLADOS E NATURAIS

Sempre que eu levei o tema do uso de materiais reciclados e/ou naturais aos Donos de Marca, as preocupações eram as mesmas: custo e performance.







O impacto no DRE é compreensível, pois embalagem é um item de impacto representativo em custos, mas eu defendo que se façam ajustes nos ingredientes utilizados para acomodar esse custo; não é algo difícil de se resolver. Enquanto estive do lado da Formulação, procedi desta maneira inúmeras vezes para reduzir o custo do produto – então, por experiência, sei que é uma estratégia viável.

Entretanto, performance é o verdadeiro desafio – e como performance é compreendido tanto a qualidade da impressão sobre o material de embalagem, quanto sua capacidade funcional (especialmente barreiras (oxigênio, luz e/ou umidade), transferência de qualquer substância química da parede interna ao produto, e resistência durante transporte) e maquinabilidade. Uma vez superados esses desafios, não há maiores impeditivos para a adoção desses materiais.

Com a desvalorização do Real frente ao Dólar Americano, a lentidão da recuperação econômica frente à Pandemia, e a crescente pressão da Emergência Climática, que demanda soluções sustentáveis, a oportunidade para a adoção de materiais reciclados e naturais é enorme – mas, a resolução das questões aqui levantadas são cruciais para viabilizar seu uso em escala, atendendo as necessidades de Marketing e P&D.

RECOMENDAÇÕES FINAIS PARA UMA RELAÇÃO FRUTÍFERA COM SEUS CLIENTES

Vivemos hoje a era do Valor: Qualidade é obrigatória, Preço, negociável, mas o Valor entregue é o diferencial.

A maneira como sua empresa atende ao Cliente, apoia no desenvolvimento e entrega da solução, formando genuinamente uma parceria, é tão ou mais apreciado que o preço. A prestação do Serviço conta tanto quanto o insumo comercializado em si.

Me recordo que os melhores fornecedores com quem trabalhei diretamente, ou que minhas equipes interagiram, foram aqueles que tinham uma postura colaborativa, de parceria.

Esse tipo de comportamento no ambiente de Negócio estabelece laços de confiança, que ajudam a consolidar a relação comercial, bem como a fundamentar as bases da longevidade dessa relação. ■

FLEX PACK

REPRODUZ PROVA EM SUBSTRATOS COM O RESULTADO IGUAL A IMPRESSÃO DE MÁQUINA



Sistema com cor espectral no formato universal CXF

Único Sistema de provas de substrato compatível com equipamento Epson e Roland

PERFIL CONSULTORIA GRÁFICA

CGS ORIS

VISITE O NOSSO SITE www.perfilcg.com

SÃO PAULO - SP | (11) 2391-1153 | atendimento-sp@perfilcg.com

PALHOÇA - SC | (48) 3205-9267 | atendimento-sc@perfilcg.com

PORTO ALEGRE - RS | (51) 3028.7585 | atendimento-rs@perfilcg.com

CURITIBA - PR | (41) 3155.0478 | atendimento-pr@perfilcg.com

TECHKON

Erfolg ist messbar

Série TECHKON Spectro – fácil de usar, precisa e elegante



SpectroDrive / SpectroDens

www.techkon.com

www.clicheriablumenau.com.br

dotless
HIGH DEFINITION

TECNOLOGIA DE RETÍCULA EXCLUSIVA DA CLICHERIA BLUMENAU QUE PERMITE UMA IMPRESSÃO MAIS ESTÁVEL, ROBUSTA E DE ALTA PRODUTIVIDADE.

Tecnologia de 60 LPC a 100 LPC com retícula híbrida com foco na alta definição reproduzindo trabalhos de rotogravura e offset com alta resolução e finais de degradês em zero.

PRESENÇA NACIONAL

Matriz: Blumenau/SC **Divisão Banda Estreita:** Blumenau/SC
Filiais: Belo Horizonte/MG • Farroupilha/RS • Marialva/PR
Orleans/SC • Recife/PE • Valinhos/SP • Videira/SC
Implantes: Jequié/BA • Pato Branco/PR • Barretos/SP

CLICHERIA BLUMENAU
Soluções em Flexografia



FRAMING THE WORLD:

EMOLDURANDO A SUA EMBALAGEM PARA VENDER MAIS (OU NÃO)





ANDRÊ GAZINEU

Engenheiro de produção pela PUCRS com pós em gestão da produção e qualidade na IMED, mestrando em ciências matemáticas na UPF. Passagem pela Ipiranga Produtos de Petróleo, é atualmente engenheiro de produção na Plastimarau e ministra engenharia de produção na CESURG.

andre.gazineu@acad.pucrs.br

Nossos julgamentos são influenciados por aquilo que vem à mente com mais facilidade. Não é novidade que nossas decisões são influenciadas pela forma como as informações são apresentadas. Informações equivalentes podem ser mais ou menos atraentes, dependendo de como são destacadas. Esta pesquisa objetiva desenvolver um *framework* dos atributos que estão sendo colocados para você, oferecendo perspectivas diferentes.

O efeito *frame* (em inglês *framing effect*) é mais um viés cognitivo elaborado pelo best seller e eventual ganhador do prêmio Nobel de Economia Daniel Kahneman.

CIL TEC INSUMOS GRÁFICOS ENGRENAGENS

A CIL-TEC, com sede na capital paulista, é uma jovem empresa, mas sua equipe técnica atua há mais de 15 anos no mercado de insumo para a indústria gráfica. Atendemos todo o mercado brasileiro com técnicos experientes e equipe qualificada no apoio. Além dos insumos que atualmente distribuímos, como capa de proteção para cilindros anilox, engrenagens em poliacetal, produtos para limpeza de anilox, Copo Zahn-2, desde o final de 2018 passamos a distribuir também a linha completa Exafit HP Scapa 0.38 e 0,50 para impressão flexográfica.

- Distribuidor e representante da Scapa Brasil
- Distribuidor e representante de lâminas MDC – Daetwyler Brasil
- Fabricante de engrenagens de poliacetal
- Fabricante de capas para anilox
- Distribuidor de periféricos para indústria gráfica

apex International

Scapa Industrial

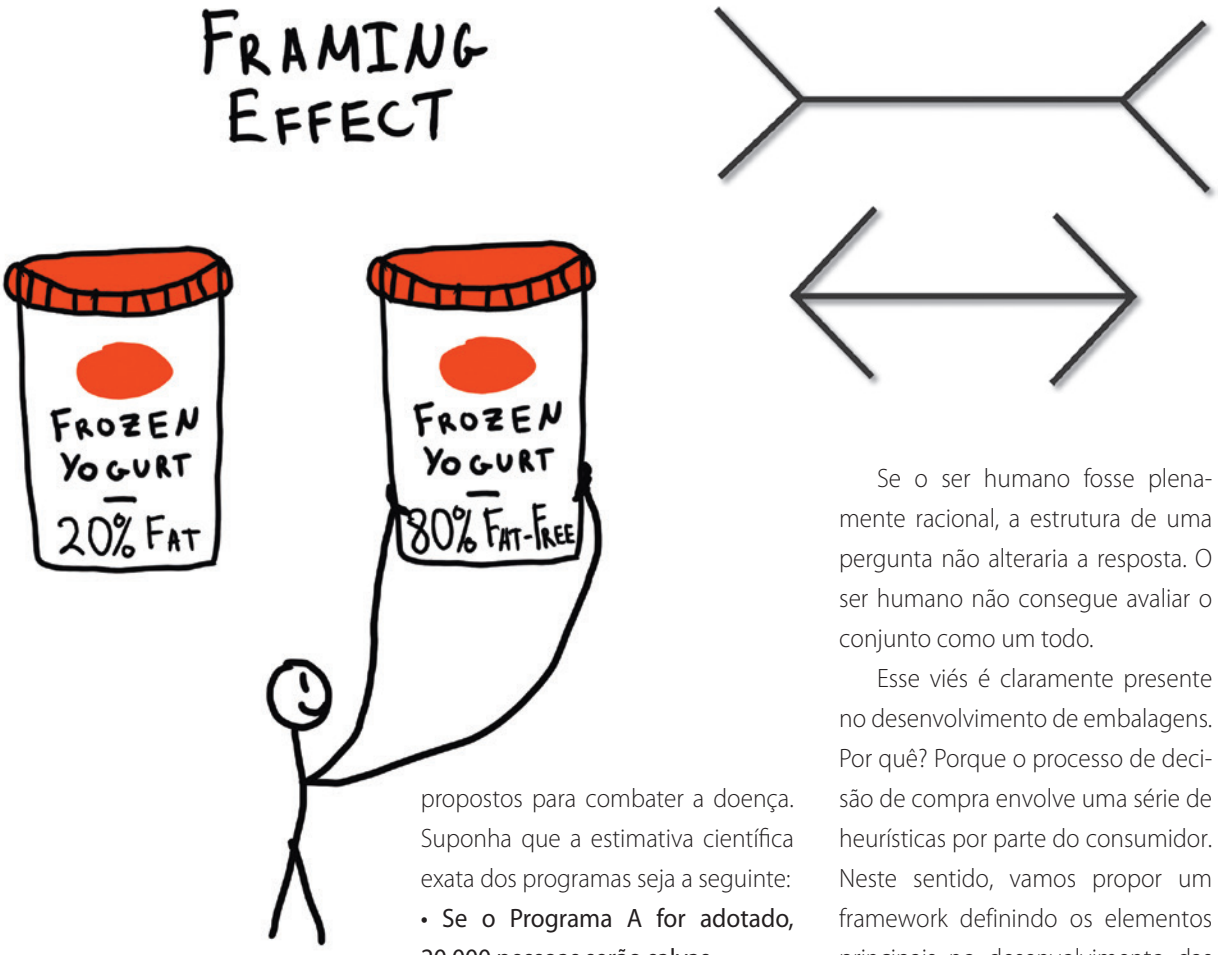
TSA

mdc daetwyler

(11) 98446-2880 gisele_polimero@yahoo.com.br
(11) 98163-7958 vic_quimica@yahoo.com.br
(11) 2747-5070 comercial@ciltec.com.br

www.ciltec.com.br





Neste viés, as preferências de uma pessoa, quando confrontada com um problema de decisão, são influenciadas pela maneira como ele é apresentado, ou seja, de seu "frame". Os efeitos do enquadramento nas preferências de um indivíduo, isto é, da moldura em que o quadro é apresentado é dependente das alternativas apresentadas, das probabilidades e consequências da tomada de decisão.

Para ilustrar melhor, vamos ao seguinte problema fictício: imagine que o Brasil está se preparando para o surto de uma pandemia que deve matar um milhão de pessoas no país. Dois programas alternativos foram propostos para combater a doença. Suponha que a estimativa científica exata dos programas seja a seguinte:

• Se o Programa A for adotado, 20.000 pessoas serão salvas.

• Se o programa B for adotado, há 1/3 de probabilidade de que 60.000 pessoas sejam salvas e 2/3 de probabilidade de ninguém ser salvo.

- Qual programa você escolheria?

A decisão da maioria dos participantes foi avessa ao risco (programa A): a perspectiva de salvar 20.000 pessoas é mais atraente do que a perspectiva de risco com o mesmo valor esperado.

Em geral, o mesmo problema de decisão pode ser formulado de várias maneiras criativas. Assim, a estrutura de decisão que um indivíduo adota dependerá em parte da formulação do problema e, em parte, dos hábitos e características do indivíduo que decide.

Se o ser humano fosse plenamente racional, a estrutura de uma pergunta não alteraria a resposta. O ser humano não consegue avaliar o conjunto como um todo.

Esse viés é claramente presente no desenvolvimento de embalagens. Por quê? Porque o processo de decisão de compra envolve uma série de heurísticas por parte do consumidor. Neste sentido, vamos propor um framework definindo os elementos principais no desenvolvimento das embalagens, e como eles influenciam no processo de decisão de compra.

OS ATRIBUTOS DA EMBALAGEM

Como construção do framework para análise, podemos separar os elementos da embalagem em:

• cor da embalagem
• imagem da embalagem
• material da embalagem
• estilo da fonte da embalagem
• informações impressas e
• inovação

COR DA EMBALAGEM

A literatura de marketing revela que as cores da embalagem têm a capacidade de evocar sentimentos,

Easylock

by APLIX®



O EASY LOCK® é um sistema de fechamento para embalagens flexíveis ideal para PETFOOD. Robusto, funcional e resistente à queda, garante uma melhor conservação do produto e deixa a ração crocante por mais tempo, mantendo o fechamento mesmo sobre contaminantes (farelos).

www.parafix.com.br



comportamentos emocionais em diferentes consumidores. As cores têm o potencial de criar uma impressão e imagem profunda e duradoura sobre o produto ou marca.

Na embalagem dos produtos, os profissionais de marketing usam cores para chamar a atenção dos clientes, o que, por sua vez, cria um sentimento negativo ou positivo sobre o produto ou marca em particular.

> As cores têm o potencial de criar uma impressão e imagem profunda e duradoura sobre o produto ou marca.

Novamente, a cor deve ser pensada como o instrumento do framing a ser colocado. As cores da embalagem comunicam, refletem e exibem algumas características salientes e atributos intangíveis da marca. Portanto, significa que as cores transmitem mensagens especiais sobre as marcas que, em última análise, criam uma proposta de venda única.

IMAGEM DE FUNDO

A tipografia e composição da embalagem do produto afeta a identidade e personalidade da marca devido a vários elementos estruturais e visuais, incluindo logotipo da marca, cores, fontes, materiais de embalagem, imagens, descrições de produtos, formas e outros elementos que fornecem associações de marca.

A legibilidade da embalagem do produto são conceitos críticos da tipografia do produto principalmente porque, quando os produtos são expostos na prateleira, a justificativa para a tipografia da embalagem é reduzir o tempo gasto procurando por uma determinada marca, garantindo que o cliente localize, identifique e reconheça facilmente a sua marca preferida.

É bem realidade que levamos menos de 0,1s para essa tomada de decisão. Portanto, a marca, o nome da empresa, o local de origem e outros são componentes importantes da tipografia da embalagem, essenciais para atrair a atenção dos consumidores e, em última instância, influenciar as suas decisões de compra.

MATERIAL DE EMBALAGEM

Alguns materiais de embalagem devem ser feitos de forma que possam suportar temperaturas abaixo de zero como no caso de congelados ou bastante altas em micro-ondas, dependendo das funcionalidades do produto e das necessidades do consumidor.

Outros produtos devem possuir barreiras funcionais a uma grande variedade de necessidades como proteção à gordura, ao oxigênio, aromas ou ser impermeável à umidade.

Já imaginou desenvolver uma embalagem para condimentos que possuem pimenta ou canela e não planejar em que tipo de substrato ele será envasado?

O material também possui um valor estético muito importante. Se você quer transmitir uma intenção de nobreza e sofisticação ***premium***, uma embalagem com efeito fosco ou confeccionada em BOPP ***matte*** fará sentido em tons mais sóbrios ou dourado. Assim como uma embalagem em PET cristal ou PEBDL de alto brilho fará sentido em embalagens de doces, impressas em uma gama expandida de alta saturação.

Em um estudo sobre embalagens de alimentos, que esmiúça a percepção do consumidor acerca do vidro, plástico e papelão, os resultados da pesquisa revelaram diferentes percepções das embalagens para diferentes materiais de embalagem.

Muitos defendiam o uso de material de vidro para embalagens de alimentos, mas depois diziam que era algo pesado e costumava ser lavado após o uso.

Em segundo lugar, em relação às embalagens de papelão, os consumidores tiveram opiniões negativas e disseram que este tipo de embalagem não manteria o produto fresco





e que a sua visualização não era boa.

Os participantes desse estudo defenderam o uso de recipientes de plástico e concordaram que tais recipientes eram melhores do que embalagens de papelão e vidro porque sua tampa de rosca evitava que o produto vazasse.

ESTILO DA FONTE

A fonte é um elemento importante da embalagem, que atrai ou não a atenção do cliente. As informações de empacotamento podem criar resultados contrários. Isso pode levar a informações enganosas ou imprecisas por meio de pequenas frentes e estilos de escrita densos que são usados na embalagem.

O tamanho da fonte da embalagem é um dos principais atributos visuais na tomada de decisão de compra.

O tamanho da embalagem, por sua vez, está relacionado à usabilidade, pois os consumidores parecem usar esse critério visual como uma heurística que ajuda a fazer julgamentos de volume.

Conforme analisamos no artigo passado, mesmo que o fabricante altere o tamanho da embalagem em relação ao produto envasado, os consumidores rapidamente utilizam das suas heurísticas para se adaptar e rejeitar embalagens que possuem essa distorção.

Na verdade, a relação de altura e largura dos produtos segue conceitos protótipos. Produtos de um mesmo nicho possuem pouca diferenciação entre si. Uma embalagem maior reflete melhor valor, mas os consumidores de famílias menores não estão interessados em embalagens maiores. O tamanho maior da embalagem é mais facilmente percebido e comunica maior valor. O estilo da fonte da embalagem atrai a atração do cliente.

As empresas de sucesso têm as melhores práticas para os estilos de fonte. Eles contratam especialistas em composição que criam estilos de fonte alucinantes e atraentes. A embalagem que faz com que o consumidor realmente "quebre o pescoço", e volte para dar uma nova olhada, possui um estilo de fonte inovador. Assim, podemos dizer que existe relação entre o estilo da fonte e o comportamento de compra.

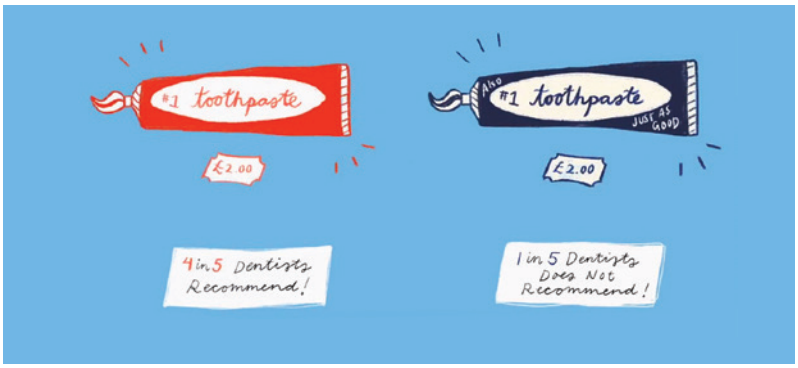
INFORMAÇÕES IMPRESSAS

A embalagem é o principal veículo de comunicação com o consumidor. Fornece detalhes do produto

no ponto de venda, incluindo valor nutricional, ingredientes adicionados, país de origem, produtor e prazo de validade.

Os elementos informativos da embalagem desempenham um papel vital na tomada de decisões. As informações fornecidas de forma adequada na embalagem têm um forte impacto nas decisões de compra do consumidor, pois essas informações reduzem a incerteza e constroem a credibilidade do produto.

Os consumidores estão se tornando compradores mais cuidadosos, consumidores pós modernos ficando cada vez mais espertos e prestando mais atenção às informações do rótulo, bem como usando as informações da embalagem de forma mais abrangente, preocupados com a saúde e a nutrição.



A embalagem pode ser a única comunicação entre um produto e o consumidor na loja, e é o fator crítico nas decisões de compra do consumidor.

INOVAÇÃO

A tecnologia desenvolvida para embalagens advém das tendências atuais de produtos e comportamentos do consumidor. A inovação em embalagens neste ambiente dinâmico deve ser orientada para o consumidor, atendendo à agenda





de marketing verde, às necessidades nutricionais e de segurança alimentar da sociedade, deve ser fabricada com eficiência e ter uma vida útil longa.

A tecnologia que vem com uma embalagem desempenha um grande papel e, portanto, constitui uma forma especial de elemento informativo. As embalagens inovadoras aumentam o valor percebido dos produtos, desde que atenda às necessidades do consumidor.

Na maioria dos casos, os clientes aceitam um produto se sua embalagem for também bem inovada, portanto, a inovação de produto desempenha um papel fundamental na tomada de decisão do consumidor.

A tecnologia que vem com uma embalagem desempenha um grande papel e, portanto, constitui uma forma especial de elemento informativo.

QUANDO UTILIZAR UM FRAME MAIS POSITIVO E UM MAIS NEGATIVO?

Para produtos onde os consumidores compram no intuito de se livrar de algo negativo, o framing negativo é mais influente. As motivações de compra de produtos como seguros, aspirina ou produtos de limpeza são principalmente "negativamente reforçadoras", de forma a ajudar os consumidores a manterem seu estado atual de bem-estar e evitarem perdas potenciais.



tesa® TWINLOCK REUTIZÁVEL E SUSTENTÁVEL

Benefícios tesa® Twinlock

Facilita os processos de montagens de clichê de impressão flexográfica de alta qualidade.

Sendo reutilizável, é sustentável e reduz custos no processo.

Tecnologia para reutilização da própria camisa autoadesiva por muitos anos.

Retorno do investimento já após 25 utilizações.

Três níveis de dureza (espuma macia, média e dura) que possibilita flexibilidade no processo de impressão.

tesa® Twinlock ganhou o prêmio de Inovação Técnica Flexográfica concedido pela FTA.

tesatape.com.br

Consumidores compram produtos transformacionais para aprimorarem-se como usuários da marca, mediante uma transformação em seu estado sensorial, mental ou social. As motivações de compra de produtos como doces, perfumes ou champanhe são principalmente de reforço positivo, objetivando ajudar os consumidores a irem além de seu estado atual de bem-estar e obterem ganhos potenciais.

Por fim, há uma categoria nos frames que pode estar cada vez mais presente. Lembram quando Milton Friedman disse que as empresas devem apenas focar no lucro e que o consumidor deve utilizar o seu poder para escolher as empresas que possuem engajamento social? Aparentemente, Peter Drucker venceu. A necessidade da atuação social das empresas já começa a ganhar voz entre os consumidores, que cobram cada vez mais esse comportamento empresarial.

A propaganda em moldura positiva tem um impacto mais favorável do que a propaganda em moldura negativa nas decisões de compra de produtos transformacionais. Agora, as mensagens publicitárias com enquadramento positivo evocam níveis mais elevados de efeitos positivos do que mensagens publicitárias com enquadramento negativo.

Esse é um processo pelo qual o efeito evocado pelo quadro exerce influência nas atitudes da marca por meio de seu impacto nas respostas cognitivas. Consequentemente, as mensagens publicitárias com enquadramento positivo geram classificações mais favoráveis de credibilidade, simpatia e atitudes da marca.

PRESSÃO DO TEMPO

A pressão do tempo frequentemente afeta as decisões de compra. Os participantes concordaram que, quando comprando com restrições de tempo relativamente altas, eles gastam menos tempo fazendo qualquer operação de compra.

Eles descreveram a compra sob pressão de tempo como "algo rápido que induz a decisões sem uma avaliação cuidadosa".

Quem joga xadrez sabe a diferença de uma ***blitz*** e uma partida pensada. O apuro de tempo faz o consumidor levar menos produtos do que o pretendido e a compras não planejadas. Nas pesquisas realizadas era mais difícil para o consumidor tomar decisões, especialmente ao considerar várias marcas ou atributos de produtos.





apex International

The Measure of Quality.



Você está pronto para isto?

Qualidade.

Todo mundo exige, todo mundo espera. Todo mundo oferece. Mas para os convertedores, a questão é: como entregar um excelente produto com lucratividade? Você deve começar com qualidade.

USE NOSSA CALCULADORA

Escaneie o código QR e nós enviaremos por correio gratuitamente a Calculadora de Volume Anilox.



Se você é como a maioria dos impressores hoje em dia, está mais ocupado do que nunca. Com clientes obcecados por alta qualidade a preços baixos, sua tarefa é entregar ambos – trabalho após trabalho. Mas a qualidade não tem um botão liga/desliga: você tem que trabalhar para isso em cada tiragem. É aí que entra a Apex: **nós tornamos sua vida mais fácil.**

QUALIDADE: Camisas HD. Você sabia que a Apex fabrica suas próprias camisas? Nós construímos as nossas camisas com as tolerâncias TIR / OD mais estreitas. Usamos anéis de aço inoxidável que não são colados, mas mecanicamente ancorados. Internamente nossas camisas são resistentes a líquidos para combater a corrosão e a dilatação. Confiáveis, regraváveis, precisas e duráveis.

QUALIDADE: Gravações **GTT$^{2.0}$** e **UltraCell+**. O premiado GTT continua a ganhar elogios por combinações chapados/traços, tinta branca, opacidade e previsibilidade de trabalho.

QUALIDADE: Serviços. Não apenas fabricamos e vendemos anilox, trabalhamos para garantir seu sucesso contínuo com nossos produtos. Compartilhamos nossa experiência em flexografia e soluções em webinars, artigos e à moda antiga – pessoalmente ou telefonicamente. Deixe-nos provar porque a Apex é a Medida de Qualidade.

SAIBA MAIS EM **www.apexlatinamerica.com**

+ 55 (41) 3677 2678 · Campo Magro, Paraná, Brasil · **vendas@apexlatinamerica.com**

Vamos focar em características que geram diferenciação na gôndola dentro de um mesmo nicho. Que estão engajadas em uma proposta de valor como um efeito soft touch, verniz de alto brilho, embalagens ativas, inteligentes ou com aparência orgânica.

Na era do esgotamento, métricas de desempenho, na cobrança contínua por velocidade da "sociedade do cansaço", os consumidores entendem que precisam escolher algo rapidamente, terminar as compras o mais breve possível e acabam adquirindo coisas que nem sabem o porquê.

Aqui, vamos deixar de lado aspectos funcionais que entregam alto desempenho da embalagem ao produto como uma alta barreira para produtos gordurosos ou para produtos aromáticos. Ou mesmo propriedades funcionais intrinsecamente necessárias como barreira à luz ou permeabilidade a gases.

Vamos focar em características que geram diferenciação na gôndola dentro de um mesmo nicho. Que estão engajadas em uma proposta de valor como um efeito ***soft touch***, verniz de alto brilho, embalagens ativas, inteligentes ou com aparência orgânica.

CONCLUSÃO

Com base nestes fatores, podemos deduzir certos axiomas para o desenvolvimento de embalagens:

• Consumidores utilizam heurísticas simplificadoras para não pensar muito na decisão de compra;

• Os julgamentos de qualidade são amplamente influenciados pelas características do produto que estão explicitadas na embalagem (cor, substrato, design etc.). Se a embalagem comunicar alta qualidade, os consumidores presumem que o produto é de alta qualidade, a menos que tenham outras informações, de cunho negativo. Se a embalagem transmitir alta qualidade e o produto possui qualidade aquém, a função expectativa ***versus*** qualidade percebida deprimirá o consumidor;

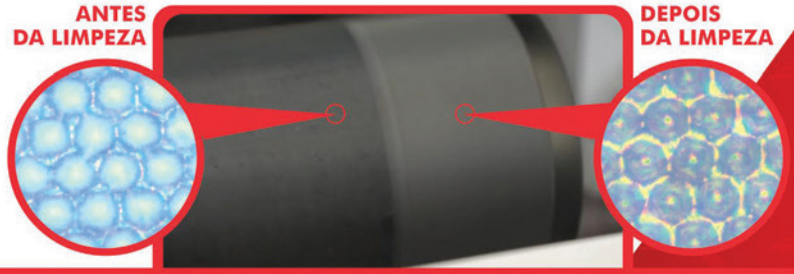


LAVADORA DE ANILOX A LASER

HEADFIRE



VENHA CONHECER ESSA TECNOLOGIA EXCLUSIVA FLEXOLINEA NO BRASIL



Devido as elevadas exigências do mercado por maior qualidade de impressão, redução de custos de insumos e mão de obra, a Flexolinea desenvolveu um novo sistema de limpeza de cilindros e camisas anilox através da tecnologia a laser.

- Eficácia: limpeza profunda e de qualidade para qualquer lineatura
- Limpeza de qualquer cor e tipo de tinta (base d'agua, base solvente, UV, adesivos, vernizes, etc.)
- Não provoca aquecimento ou danos à superfície de limpeza
- Não gera resíduos
- Não utiliza insumos
- Não requer alimentação pneumática e hidráulica
- Limpeza de superfícies cerâmicas ou cromadas
- Fácil operação
- Solução ecologicamente correta
- Baixo custo operacional
- Requer apenas energia elétrica (baixo consumo)



flexolinea@flexolinea.com.br
Rua Cruzeiro do Sul, 857 • Pinhais • PR • Fone: 41. 3653-2979

FLEXOLINEA®
ACESSÓRIOS PARA FLEXOGRAFIA

www.flexolinea.com.br

• Se a embalagem possui uma proposta ***premium*** num produto com fator de diferenciação por preço, isto pode inibir o consumidor;
• Consumidores consideram os produtos alimentícios com mais cuidado, pois consideram que "isto afeta diretamente a sua saúde". Isso significa que eles selecionam com mais cuidado esta categoria de produtos. Nunca aplicar um frame negativo em hipótese alguma;
• As informações nutricionais na embalagem são muito importantes para se julgar a qualidade do produto;
• Embalagens com o apelo ***fit*** combinam com tipografias estilizadas, tons pastéis e cores terciárias;
• Por outro lado, várias citações ilustram a menor importância de um ou outro produto alimentar, que parecem ser percebidos muito mais como uma commodity. Açúcar é um bom exemplo deste fenômeno;
• Para commodities, se a marca preferencial do consumidor não estiver lá para escolha, ele comprará qualquer outra marca semelhante. Além do açúcar, outros exemplos são o óleo de soja e o detergente;
• Produtos como sal, ervas e pimenta passaram por processos de diferenciação no produto e na embalagem na última década;
• O produto de uma empresa conhecida é percebido como o mais confiável. A marca normalmente vista na TV será comprada. A propaganda massiva gera sensação de segurança e familiaridade. Este axioma funcionava muito bem nos 80 e 90 e deve se repetir, com a devida adaptação às mídias digitais, sociais e os influenciadores;

O *framing effect* é referente ao achado de que as pessoas respondem de formas distintas a diferentes caracterizações de um mesmo problema decisório. Este efeito pode ser explorado no desenvolvimento de embalagens, pois os consumidores utilizam heurísticas (atalhos mentais) no processo de compra.

Por fim, este artigo propõe separar os atributos das embalagens em cor, imagem, material da embalagem, estilo da fonte, informações impressas e inovação (além de considerar a pressão do tempo), definindo alguns axiomas úteis ao profissional ligado ao desenvolvimento de embalagens e ao seu design, de forma geral. ■



GAMA EXPANDIDA
E A PADRONIZAÇÃO NA IMPRESSÃO FLEXO

A gama de cor expandida é um processo que consiste na padronização das impressoras flexográficas, de forma inteligente e controlada. Adicionamos cores especiais à tradicional quadricromia (CMYK) para atingir mais e melhores tons, ou seja, GAMA EXPANDIDA. Permite imprimir cores mais intensas, como as obtidas com um anilox de alta carga (chapado), chegando a simulação próxima a 90% das cores da escala PANTONE e imagens com mais detalhes, típicas de um anilox de cromia. A soma destas duas qualidades proporcionam outro benefício: a impressão de degradê com transições suaves, mínimas perfeitas e as máximas mais intensas.

Flexibilidade! Você pode produzir diferentes trabalhos ao mesmo tempo, praticamente sem limite de cores. Com o processo padronizado, pedidos urgentes não criam distúrbios no fluxo de trabalho planejado. Consistência e repetibilidade!

COMO O PROCESSO FUNCIONA?

A linha de trabalho principal consiste em acrescentarmos as cores laranja, verde e violeta (OGV). A impressora passa a trabalhar com sete cores com a vantagem que, tanto as tintas como os aniloxes permanecem fixos.

QUAIS OS BENEFÍCIOS?

Aumento da produtividade e otimização dos custos:

- Apenas os porta-clichês são trocados, o que provoca uma redução sensível no setup de máquina.
- Com a impressora permanecendo em produção por mais tempo, temos a diminuição na incidência de entupimento de aniloxes e clichês.
- Com a redução na camada de tinta, é possível aumentar a velocidade de trabalho e diminuir os problemas de secagem.

O consumidor está cada vez mais exigente! A demanda para produção de pequenas tiragens de embalagens com alto padrão de impressão, riqueza de detalhes e informações, com cores contrastantes e vibrantes que chamam a atenção dos consumidores na gôndola, desafiando o convertedor a procurar as soluções mais eficazes. **Interessado?**



imagens meramente ilustrativas.



Para implementar gama expandida na sua empresa, são necessários parceiros com *know-how* e comprometimento. Entre em contato com a LASERFLEX!

QUALIDADE, CONFIABILIDADE E REPETIBILIDADE!

LASERFLEX INDUSTRIAL LTDA

Mais informações: contato@laserflex.com.br | www.laserflex.com.br | +55 (41) 3301-7300

PROJETO PACK
Consultoria e Serviços para Embalagens, Rótulos, Etiquetas e Processos de Impressão.

de A a Z

Aaron, Akeo, Amcor...
(Algumas centenas de empresas do setor)
...Visionflex, Zaraplast, Zivalplast etc.

Líder em consultoria e treinamento para indústrias de impressão

(11) 3258-7134 | atendimento@projetopack.com | www.projetopack.com
Siga-nos também nas redes sociais: /projetopack



COMEXI SL3

Soluções simples para trabalhos de laminação complexos

Sempre desenvolvendo as soluções de conversão mais adequadas aos seus processos, a laminadora Comexi SL3 é a combinação perfeita entre simplicidade e alto desempenho. Maior produtividade e ampla versatilidade de aplicações.

Otimização
Fácil manuseio
Qualidade

Comexi Brasil
Rua Buarque de Macedo nº 4499, Bairro Faxinal, CEP 95780-000, Montenegro, RS, Brasil

+55 51 3649-8500 - brasil@comexi.com

comexi.com · comexictec.com

ENTREVISTA COM

TYLER THOMPSON, RUDHY FARIA E GEORGE FOLICKMAN

DA TILIA LABS



Da esq. para a dir., Tyler Thompson, Global Solutions Director, Rudhy Faria, Sales Latam e George Folickman, Global Sales Director

A indústria de software gráfico e de gestão está, como tudo, em transformação constante. Novos entrantes e empresas tradicionais têm buscado diferenciar-se e trazer não apenas uma melhor experiência aos usuários das suas plataformas, mas melhorar a interoperabilidade e a virtualização – dois aspectos-chave potencializados pela própria pandemia.

Como revista técnica do setor de embalagens, rótulos e impressão, precisamos estar atentos às tendências que vão, pouco a pouco, lapidando o nosso métier. E, por esta razão, convidamos a TiliaLabs para nos contar qual a lacuna a sua solução se propõe a preencher e, em que medida isso é importante para as indústrias gráficas, em especial as produtoras de embalagens cartotécnicas.

Falamos conjuntamente com Tyler Thompson, diretor global de soluções, George Folickman, diretor global de vendas e Rudhy Faria, Gerente de contas para o Brasil.

Nos fale um pouco sobre a Tilia Labs e os problemas que suas soluções tentam resolver?

A Tilia Labs é uma empresa Canadense de software que desenvolve Inteligência Artificial para estimativa, planejamento e imposição nos mercados de embalagens, rótulos e etiquetas, comercial e de impressão de grande formato. A empresa dedica-se a explorar tecnologias disruptivas e emergentes para aplicações práticas e reais para oferecer vantagens competitivas a seus clientes e parceiros em todo o mundo.

O que é Imposition AI (Imposição com Inteligência Artificial), e como isso difere de outras soluções de nesting que temos hoje no mercado?

O tilia Phoenix tem uma abordagem totalmente diferente das demais soluções de imposição. Em vez de usar um modelo ou template de faca, o tilia Phoenix opera de acordo com os requisitos da máquina e da produção para gerar layouts prontos para impressão, JDF para guilhotina ou criação de faca e relatórios de produção, em tempo real. Ele leva em consideração parâmetros, como especificações do trabalho, quan-

tidades do pedido, custos de produção, dispositivos de impressão, requisitos de acabamento e considerações de entrega, para produzir o layout mais econômico.

Parece que o tilia Phoenix é capaz de estimar, planejar e fazer a imposição final dos arquivos de uma só vez, e hoje vemos esse processo sendo tratado por soluções de MIS e Pré-impressão. Existe uma sobreposição entre essas soluções existentes e o tilia Phoenix? Elas podem trabalhar juntas?

A arquitetura Open API (Application Programming Interface) é uma tecnologia de capacitação chave no tilia Phoenix. Único entre os sistemas de planejamento e imposição, significa que clientes e fornecedores de soluções podem se integrar a praticamente qualquer sistema e automatizar todos os aspectos da produção. Sua conectividade incomparável significa que os usuários se beneficiam de uma escolha única de opções de implementação, garantindo um nível de flexibilidade sem precedentes e a transição mais suave possível. Todas as operações de API são amplamente documentadas (*docs.tilialabs.com*) para que os clientes possam aproveitar uma ampla seleção de ferramentas de código aberto, escrever sua própria interface de usuário, construir sua própria infraestrutura tilia Phoenix sob medida e até mesmo - como no caso de um cliente na Dinamarca - conduzir o planejamento de produção a partir de smartphones.

Como vocês veem as soluções end-to-end já presentes no mercado?

Na maioria dos fluxos de trabalho ou soluções "end-to-end" disponíveis hoje, vemos uma lacuna em sua ca-





pacidade de avaliar vários tamanhos de folhas, diferentes configurações de impressora e, o mais importante, vários pedidos simultaneamente. À medida que as tiragens continuam a diminuir e a proliferação de SKU continua a aumentar, torna-se um gargalo tentar usar o software existente para resolver esse problema complexo. Um software mais inteligente é necessário para identificar rapidamente a maneira mais econômica de planejar e impor pedidos de impressão com base no custo de produção. Esta é a lacuna que estamos preenchendo com planejamento e imposição dinâmicos e orientados por Inteligência Artificial com nosso premiado produto, o tilia Phoenix.

Vocês teriam alguma mensagem especificamente endereçada ao mercado brasileiro?

Manter a eficiência e as margens de produção neste ambiente diverso pode ser extremamente difícil. Unindo funções de planejamento e pré-impressão, o tilia Phoenix pode ser integrado a qualquer fluxo de trabalho ou sistema MIS escolhido para reduzir o tempo de pré-impressão, automatizar tarefas sujeitas a erros, otimizar o uso de mídia e reduzir a complexidade da pós-impressão. Saiba mais sobre como nossa tecnologia está revolucionando a maneira como os provedores de serviços de impressão planejam e impõem suas ordens de produção: ***www.tilialabs.com*** Contem conosco. ;-) ■

A porta de — entrada para o seu negócio!

Escolher um modelo de embalagem apropriado é umas das mais importantes e principais ações que devem ser tomadas pelas empresas, uma vez que ela representa a "primeira impressão" dos consumidores em relação ao produto e marca que pretendem adquirir.

Designers modernos e inovadores, tem se tornado as grandes preferências do público e alcançado posições de destaque no mercado de embalagens, que se inova constantemente para atender grandes demandas e necessidades dos produtos.

Investir em embalagens hoje é determinante para conseguir alavancar as vendas, mas fazer a junção de um designer moderno com a qualidade dos substratos e tintas que a compõem é crucial. Sua embalagem e produto se tornam destaque nos pontos de venda e atendem aos requisitos dos seus consumidores.

Por isso a Siegwerk trouxe soluções que permitem a otimização da sua embalagem em diferentes estruturas, visando o melhor desempenho do seu produto. Através de matérias primas renováveis e soluções reutilizáveis, tornamos a sua experiência nossa maior motivação.

Seja funcional! Transforme, reinvente e dê mais cor ao seu negócio junto com a Siegwerk. Queremos fazer parte desta mudança, com as nossas soluções inovadoras para o setor de embalagens.

A Siegwerk oferece plataformas de tintas e vernizes que permitem soluções para otimização de estrutura e desempenho da sua embalagem.



INK, HEART & SOUL

SIEGWERK

R. Luiz Lawrie Reid, 454/490 - Diadema - SP
+55 11 3568-6500 | **www.siegwerk.com**

PREÇO

OU

CUSTO

O que priorizar na hora de escolher seus insumos?



GABRIELA ORLANDI BARREIRA

Formada em processos de produção e gestão da qualidade, e pós-graduada em desenvolvimento de embalagens flexíveis, tendo atuado por quatro anos como analista da engenharia de processos na Zaraplast e Embrasatec e especialista em gerenciamento de cores na Fotograv. Atualmente, ocupa o cargo de gerente nacional de vendas na Steelserv.

Na incerteza do cenário atual, o mercado gráfico, assim como todos os outros, vem acumulando aumentos. Os custos fixos subindo, os insumos cada vez mais caros e escassos, e a demanda em alta, faz com que as fábricas tenham uma meta em comum: economizar.

Quando falamos em economia, automaticamente a palavra preço nos vem à cabeça, mas será que buscando preços mais baixos, realmente estamos economizando?

Quando o assunto é indústria gráfica, devemos lembrar a todo momento que se trata de uma indústria de conversão, ou seja, um conjunto de materiais é convertido em uma embalagem impressa e acabada.

O produto embalagem como conhecemos, é fruto do processamento de diversos insumos, como masterbatch e resinas, tintas e solventes, lâminas raspadoras e fôrmas de impressão, dentre outros que fazem parte dessa cadeia de conversão.

Como resultado dessa aglutinação de insumos e utilização de ferramental, a embalagem final acaba se tornando a somatória de todos esses custos que, aliada à grande concorrência, faz com que sua margem de lucro seja cada vez menor, diminuindo o espaço para erros.

Apesar dos subterfúgios encontrados para equilibrar a delicada balança qualidade x metragem produzida, não podemos deixar de lembrar que essa embalagem carrega uma história e a imagem que determinada marca quer passar para seus clientes.

Para essa imagem ser devidamente representada, toda a cadeia produtiva deve ter seus processos estáveis e o foco na consistência da qualidade deve ser regra.

- Mas como manter a qualidade e conseguir economizar, se meu insumo já está mais caro que antes?

A resposta é "calculando o custo



desse material, não apenas analisando o seu preço".

Com maquinários rodando em velocidades de até 500 metros/minuto, toda e qualquer parada de máquina para troca de acessório, rompimento do filme ou defeito de impressão é geradora de grandes desperdícios, ou seja, nosso custo de produção aumenta. Para exemplificar melhor vou utilizar como exemplo as lâminas raspadoras.

A lâmina no processo de impressão, quando utilizada da maneira correta, não chega a representar mais do que 5% do custo total de impressão.

Porém quando se opta por um material de qualidade inferior, a lâmina pode ser responsável por perda de ritmo, geração de apara e em casos mais graves, chega a danificar e inutilizar outros acessórios como as fôrmas de impressão (cilindros de rotogravura) ou o anilox, passando a representar um percentual relevante no quesito custo.

Uma lâmina de qualidade deve ser produzida com o melhor aço à disposição. Isso depende de uma composição química pura, moléculas pequenas de carbonetos, alta densidade (sem porosidade), e uma estrutura metalúrgica similar por toda a peça. Além de necessitar de equipamentos robustos para que se possa controlar a espessura e garantir um polimento homogêneo. A indústria italiana CBG ACCIAI fabrica lâminas raspadoras de acordo com estas premissas há mais de 100 anos. O atendimento a estes critérios rígidos garante um desgaste uniforme, paralelismo entre lâmina e cilindro perfeito, e permite um trabalho com baixa pressão da lâmina sobre o cilindro, maximizando a sua vida útil.

Outro ponto importantíssimo para ser ressaltado é a forma como essa lâmina se desgasta.

Materiais puros com estruturas corretas, devem ser transformados em pó durante sua utilização, enquanto materiais com aço inferior, durante seu processamento se degradam em forma de limalha de aço.

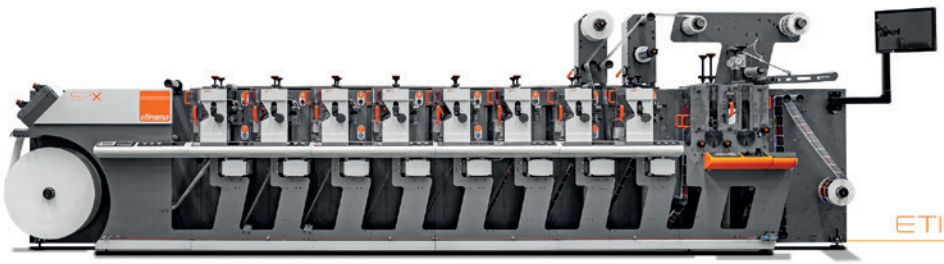
Essas limalhas são pequenas agulhas que se desprendem do



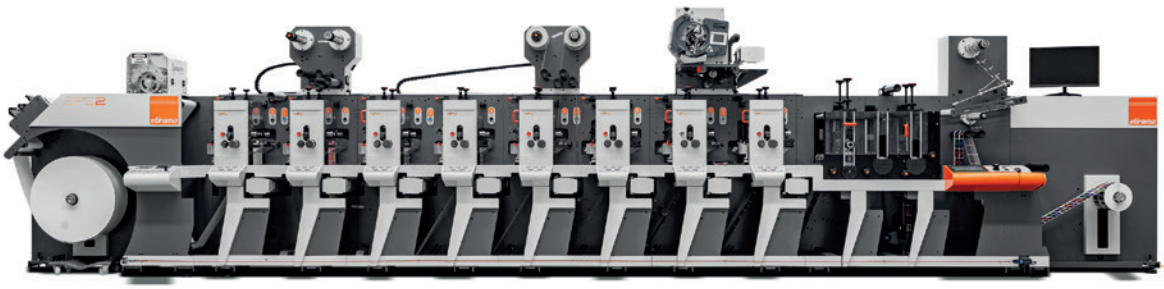
AS MELHORES SOLUÇÕES EM MÁQUINAS PARA PRODUÇÃO DE RÓTULOS EM ALTA QUALIDADE



ETIRAMA **ONE**



ETIRAMA SPX



ETIRAMA SPS2

+55 (15) 3238-7700
www.etirama.com.br
facebook.com/etiramaflexo
youtube.com/videosetirama
etirama.etirama
ETIRAMA - Schroter & Wiederkehr Group

etirama

think easy

	Preço	Para rodar 200.000 mts	Custo de lâminas
Lâmina A	R$ 12,00	2 conj de lâminas	R$ 24,00
Lâmina B	R$ 14,00	1 par de lâmina	R$ 14,00

Redução de 41,6%

Consumo mês Lâmina A	500 metros
Valor mensal Lâmina A	R$ 6.000,00
Metragem rodada por cada conjunto de Lâmina A	150 mil/metros
Metragem rodada mês	37.500.000

Consumo mês Lâmina B	375 metros
Valor mensal Lâmina B	R$ 5.250,00
Metragem rodada por cada conjunto de Lâmina B	200 mil/metros
Metragem rodada mês	37.500.000

Redução de 25% do consumo da Lâmina

Custo anual lâmina A	R$ 72.000,00
Custo anual lâmina B	R$ 63.000,00

Redução de custo de 12,5%

Economia de R$9.000,00 / ano

corpo da lâmina durante a raspagem. Uma vez desprendidas, essas particulas ficam soltas no sistema de impressão, com grande propabilidade de gerar riscos, entupimento dos filtros e danos irreparáveis aos cilindros ou camisas anilox.

Por fim, e não menos importante, devemos nos ater ao quesito vida útil dessa lâmina.

Como visto acima, para termos uma lâmina de qualidade precisamos de um aço de boa qualidade, que deve se desgastar linearmente, e se transformar em pó. Com esses quesitos atendidos, obrigatoriamente teremos uma lâmina que dura mais tempo? A resposta é sim!

É sempre positivo, quando falamos dos custos envolvidos, atribuir um exemplo.



ENTENDENDO A DIFERENÇA ENTRE PREÇO E CUSTO DAS LÂMINAS RASPADORAS

Imagine que temos 2 doctor blades montados, cada um com um conjunto de lâminas A e B.

A Ordem de Produção na máquina é de 200 mil metros lineares. Após 150 mil metros rodados, a lâmina A teve seu rebaixo desgastado por completo, enquanto a lâmina B ainda possui 25% de seu rebaixo intacto; isto significa que, para completar o volume a ser impresso, precisaremos trocar o conjunto da lâmina A.

Levando em consideração que o preço de cada peça da lâmina A é de R$12,00 e o da lâmina B é R$14,00, ao final da produção de 200 mil metros lineares impressos, teremos:

Voltando ao foco inicial desse artigo - o custo, e tomando por base o exemplo acima, uma lâmina com todas essas caracteristicas obviamente não tem o menor preço, e sim o menor custo.

A partir desta reflexão, somos capazes de perceber como um fato primeiramente tão simples como a escolha de uma lâmina raspadora para impressão pode se tornar quesito crucial na redução do custo de operação.

O exemplo citado anteriormente mostra uma gráfica que possui um parque de impressão que produz em média 37.500.000 metros ao mês e atualmente compra 500 metros de lâminas do tipo A.

Utilizando os mesmos dados do primeiro exemplo, podemos concluir que para imprimir os mesmos 37,5 milhões de metros, essa empresa necessitaria de somente 375 metros da lâmina B.

Não é muito, aparentemente. Isso porque a lâmina não costuma representar muito no custo total de impressão, como discutimos previamente.

Reinaflex

FABRICANTE DE MÁQUINAS
Desenvolvemos a máquina ideal para a sua necessidade!

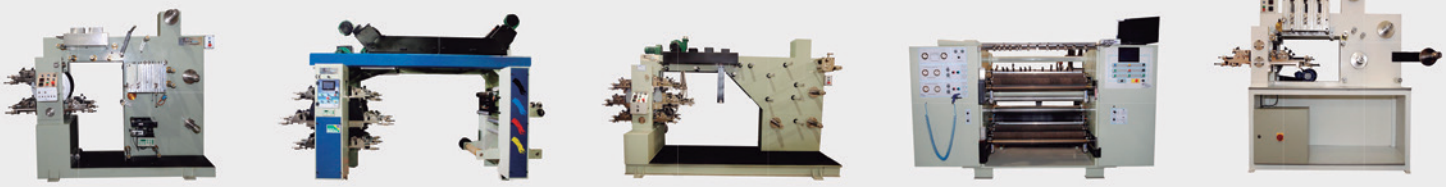
IMPRESSORA FLEXOGRÁFICA BANDA ESTREITA

IMPRESSORA FLEXOGRÁFICA BANDA MÉDIA

REBOBINADEIRA

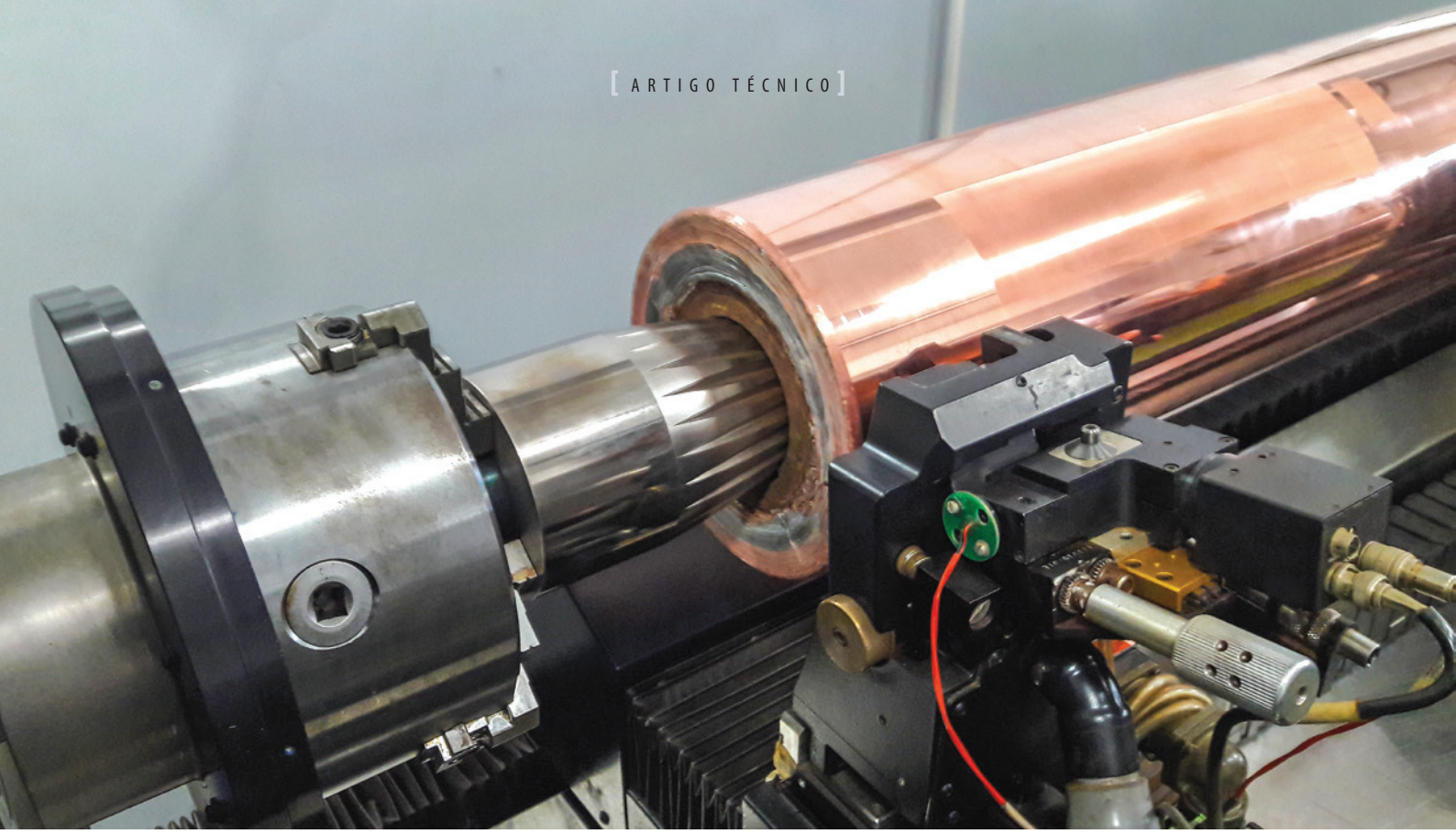
REBOBINADEIRA BANDA LARGA

TROQUELADORA E REVISORA



reinaflexmaquinas reinaflexmaquinas

WWW.REINAFLEXMAQUINAS.COM.BR +55 11 2341-3323
Rua Marcello Muller, 451 – Jardim Independência – São Paulo



> Temos ainda os eventuais gastos com regravação por danos aos cilindros, provenientes de uma lâmina de pior qualidade e que se desgasta irregularmente, gerando limalhas.

Todavia, são dois meses de estoque de lâminas a mais, considerando o consumo médio da lâmina de tipo B para a empresa.

Também não traduzimos em custo o tempo de parada adicional para a substituição de mais lâminas, no caso da lâmina de tipo A. Muito provavelmente, meia hora de máquina parada tenha um custo direto e um custo de oportunidade muito mais valorosos do que a economia anual que estamos debatendo para o exemplo.

Temos ainda os eventuais gastos com regravação por danos aos cilindros, provenientes de uma lâmina de pior qualidade e que se desgasta irregularmente, gerando limalhas. Há ainda paradas para eliminação dos defeitos de impressão que estas limalhas podem gerar, como riscos, cometas e manchas. Tudo isso, partindo do pressuposto que o impressor vai detectar todos estes desvios de qualidade e nada irá ao cliente, ocasionando devoluções, a eventual perda definitiva do cliente e todo o impacto na imagem da empresa como um fornecedor confiável ao mercado.

Os 9 mil reais de economia potencial poderiam ainda, ser empregados na compra de importantes aparelhos de medição e controle, como medidores de volume dos anilox após a limpeza, ou espectrodensitômetros. Com dois a três anos de economia para o cliente do exemplo, quaisquer destes aparelhos poderiam ser adquiridos exclusivamente com o valor economizado.

Para você que ainda compra pensando em preço, será que seu custo está pronto para absorver o aumento da parada de máquina, maior percentual de aparas, baixa velocidade de impressão e regravação de seus anilox ou cilindros?

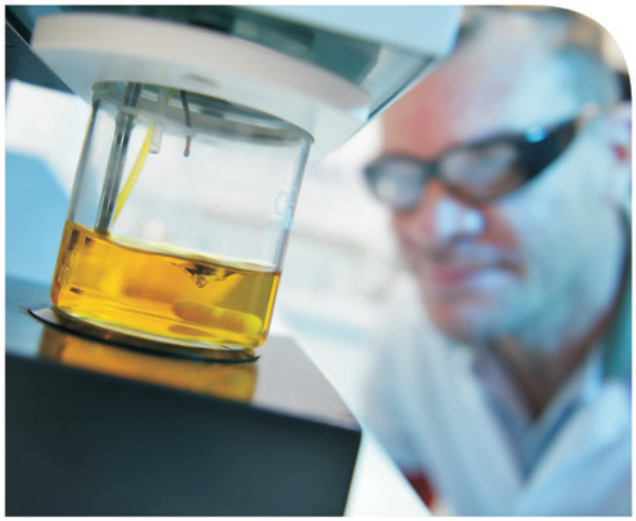


Lupac

uniplastic

ISO 9001 - ISO 14001 - BS OHSAS 18001

Somos referência em alta performance



WWW.**UNIPLASTIC**.COM.BR

Para manter-se como referência de alta qualidade no mercado, a UNIPLASTIC disponibiliza aos clientes, para o acompanhamento de todo seu processo produtivo, uma equipe de técnicos especialistas em cada segmento que atua. Além disso, mantém modernos laboratórios onde se realizam as pesquisas, o desenvolvimento e todo o controle de qualidade, garantindo a performance final de seus produtos.

Tintas e Solventes Propílicos para Flexografia e Rotogravura

CERTIFICADORA:

Member of CISQ Federation
RINA
CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM

DISTRIBUIDOR:

SunChemical
a member of the DIC group

unikem

uniplastic

Fone: (19) 3404.3240 | contato@uniplastic.com.br |

DE ONDE SURGIU A ANÁLISE DO CICLO DE VIDA, A LCA?





AISLAN BAER
Fundador e CEO da ProjetoPack & Associados; Co-fundador da Inovagraf; Editor Chefe da ProjetoPack em Revista; Especialista em impressão e embalagens

A história da análise do ciclo de vida remonta aos anos 60. Precisamente, em 1963, durante a Conferência Mundial de Energia, onde Harold Smith – gerente geral de projetos da Usina Nuclear de Douglas Point, no Canadá – trouxe à pauta o conceito do esgotamento de recursos naturais e propôs uma forma de calcular a demanda energética acumulativa ao se produzir produtos químicos e intermediários em geral.

Anos mais tarde, Harry E. e Teastley Jr., funcionários da The Coca Cola Company, conduziram um estudo envolvendo inúmeros critérios para decidir qual das duas soluções de embalagem possuíam o ciclo de vida mais econômico e adequado em termos ambientais. A época, suas conclusões determinaram que garrafas plásticas eram menos poluentes que as garrafas de vidro.

Suas conclusões suscitaram uma série de discussões acadêmicas e científicas para que se pudesse estruturar mundialmente um método padronizado e confiável para a avaliação de ciclos de vida dos produtos.

É bem importante lembrarmos que a preocupação pela mudança da matriz energética sob a alegação de salvaguardar o planeta foi germinada por um representante da indústria

VISCOFLEX
SOLUÇÕES PARA FLEXOGRAFIA

LAMINADORA SOLVENTLESS

NOSSOS PRODUTOS:

- Lavadora de Clichê
- Lavadora de Anilox
- Lavadora de Peças
- Viscosímetro Automático
- Recuperadora de Solvente
- Rebobinadeiras/Refiladoras
- Bombas de Tinta
- Filtros Magnéticos
- Montadora de Clichê
- Dosador de Adesivos
- Sist. de Limpeza Automático



www.viscoflex.com.br
vendas@viscoflex.com.br
(41) 9.9896-7984
(41) 3364-7853

de geração nuclear. Também coincidentemente, menos de uma década mais tarde o mundo ocidental se viu imerso na crise do petróleo, quando os países membros da Organização dos Países Árabes Exportadores de Petróleo proclamaram um embargo a todas as nações que deram apoio à Israel durante a guerra de Yom Kippur (Canadá, Japão, Holanda, Reino Unido e Estados Unidos, em um primeiro momento).

Isso tudo enseja o que nós todos sabemos: interesses econômicos, políticos, comerciais, bélicos e ideológicos das nações e grupos de interesse são vetores importantes na criação ou co-criação de agendas sociais e ambientais.

Isso não invalida, de forma alguma, a preocupação em sistematizar as escolhas sob o prisma ambiental. Apenas a iniciativa e o desejo de se buscar o melhor já é um bem maior ao Planeta e às novas gerações.





LCA "PADRÃO" EXISTE?

Nestes últimos anos e, especialmente, por conta da pauta da nossa publicação, cada vez mais ligada às questões ambientais e que afetam imensamente a indústria de embalagens e, por conseguinte, nossos clientes, passamos a estudar mais profundamente o tema da Análise do Ciclo de Vida, a LCA (Life Cycle Assessment).

O primeiro tabu que precisamos debater é que as avaliações LCA não são fechadas.

Não existe um padrão internacional (embora haja algumas tentativas da ISO em normatizar desde há muito, tudo que ela conseguiu até o momento) e dar alguma diretriz para o que não pode ficar de fora de uma análise LCA) ou, por falta de termo melhor em português, "guidelines".

Existem centenas, se não milhares de abordagens diferentes e NENHUMA delas chega na mesma resposta. A ferramenta também é muito suscetível a vieses cognitivos.

Apenas como exemplo, o defensor do papel pode considerar na análise que o papel se degrada muito antes do plástico como ponto forte da sua dialética verde.

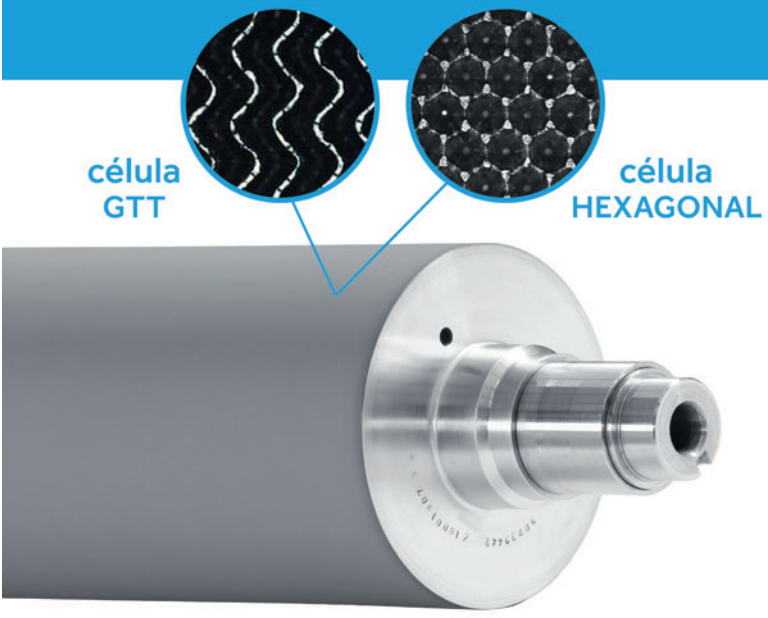
Em resposta, o defensor do plástico pode enfocar que temas como a razão peso da embalagem x peso do produto, o peso médio transportado e a quantidade energética para reciclar são infinitamente superiores no plástico (principalmente se entrar na conta a capacidade de reutilização de envoltórios plásticos como sacolas em relação ao material equivalente em papel).

O LCA pode ir para temas altamente sofisticados como a quantidade de oxigênio que se deixa de gerar ao cortar as árvores que deram origem ao papel da embalagem. Ou os créditos de carbono "em haver" do



Bellissima DMS

AGORA TAMBÉM DISPONÍVEL PARA ANILOX HEXAGONAL



Bellissima DMS

Seeing is believing

Bellissima, a mais nova tecnologia desenvolvida para o mercado flexográfico, a partir de agora está disponível para uso com **ANILOX HEXAGONAL**. **Bellissima** é uma tecnologia de formação de retículas em tom contínuo, sem as famosas "rosetas".

Traga seu trabalho de flexografia para a Alpha e produza sua melhor impressão.
(19) 3869.5943 | vendas@alphaclicheria.com.br | www.alphaclicheria.com.br

alpha® CLICHERIA

NOSSO TRABALHO
CAUSANDO A SUA
MELHOR IMPRESSÃO!



> Como ambiental e social andam juntos, deveríamos considerar avaliar o impacto econômico das duas cadeias na escolha do produto, por exemplo. Qual a riqueza, bem-estar social e felicidade criados no fomento à indústria de celulose e papel versus a cadeia dos termoplásticos?

plástico, ao estimular o uso de uma matriz energética não-renovável.

Como ambiental e social andam juntos, deveríamos considerar avaliar o impacto econômico das duas cadeias na escolha do produto, por exemplo. Qual a riqueza, bem-estar social e felicidade criados no fomento à indústria de celulose e papel ***versus*** a cadeia dos termoplásticos? Tudo isso sem esquecer as intrincadas cadeias de coleta e reciclagem.

Neste momento - nossa opinião somente - é que a maturidade no uso de análises LCA é ínfima para que se possa tomar decisões técnicas entre um material de embalagem ou outro.

Ela serve para apontar lacunas de melhoria no desperdício de recursos e estimular o pensamento crítico dos desenvolvedores e donos de marca para perguntas como "estamos fazendo o melhor que podemos para diminuir o impacto ambiental das nossas embalagens?"

Como a história sempre nos mostra - quem prega a panaceia universal está longe de curar alguma coisa. Nenhum material pode pegar para si o título de mais sustentável.

O que deve ser feito é um esforço consciente enquanto cadeia produtiva para rumar à mentalidade "Cradle2Cradle", do berço ao berço - ao considerar, desde o nascimento do produto, que o fim não é o descarte, mas a reintrodução do descarte na mesma cadeia ou em diferentes cadeias produtivas, esticando a vida útil do produto ao passo em que gera riqueza e outras benesses à sociedade e ao entorno. ■

FLEXOpress INDUSTRIAL

A ~~PRIMEIRA~~ melhor IMPRESSÃO É A QUE FICA.

Faça manutenção de suas impressoras com qualidade.



Somos uma empresa especializada em solução integrada para serviços de assistência técnica e vendas de peças de reposição em flexografia, e contamos com um corpo técnico atuante no mercado flexográfico a mais de 20 anos. Mantemos nossa base na ética e inovação, para proporcionar à vocês serviços modernos e de alta qualidade.

PEÇAS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA PARA IMPRESSORAS E LAMINADORAS:

Solution;
Millennium;
Sleeve - Gearless;
Laminadoras;
Solventless e
Base Solvente.



Profissionais
altamente qualificados

- IHMS e PCs industriais;
- Controles remotos para ajuste de cores;
- Retrofit em impressoras e retífica de tambor central;
- Engrenagens, motores de passo, molas-prato para mancais hidráulicos;
- Vedações.
- Travamento hidráulico individual;
- Diagnóstico de defeitos;
- Suporte técnico;
- Remoção de equipamentos com agilidade, conhecimento e segurança.

/flexopressindustrial • 55 41 3677.7060 | 99971.7903 • www.flexopress.com.br • FLEXOpress INDUSTRIAL



ENTENDENDO A LÓGICA DO SISTEMA FULLPU



NEY BORDIGNON
Gerente de Negócio
INK - Brasil, Coim Group

As tintas para a impressão de embalagens flexíveis são compostas por resinas, pigmentos, aditivos e solventes. A resina, no entanto, é o coração da tinta, responsável por inúmeras características de performance e maquinabilidade.

A mais comum destas resinas é a nitrocelulósica, que oferece uma razoável umectabilidade do pigmento, baixo odor, boa resistência térmica, baixa retenção de solventes, uma ampla compatibilidade e um custo-benefício excelente.

Quando nos referimos à ampla compatibilidade da resina nitrocelulósica, equivale dizer que a resina permite um alto grau de modificação (aprimoramento) mediante adição de outras resinas que tenham propriedades específicas e que, incorporadas à resina de nitrocelulose, resultem em uma boa variedade de tintas destinadas a aplicações técnicas na impressão complementares ou melhoradas. Grande parte dos fornecedores possuem, em sua linha de produtos, tintas nitrocelulósicas modificadas com resinas poliuretânicas (PU).

O principal motivo desta combinação é que as resinas poliuretânicas possuem ótimas características de adesão, tanto em filmes tratados eletrostaticamente (tratamento corona) quanto quimicamente (co-revestimentos conhecidos popularmente como "top coat", por exemplo). Estas resinas possuem também grande printabilidade, alto brilho, elevada transferência, resistência térmica altíssima, alta força de laminação e baixa retenção de solventes.

Tais propriedades tornaram as tintas base PU inicialmente a primeira escolha em aplicações de embalagens flexíveis altamente críticas como o retortable pouch.

Há não muito tempo, produzir tintas líquidas de base 100% poliuretânica era algo complexo, até mesmo restritivo. Como toda resina existente no mercado, a PU possui características boas e ruins. No que concerne à impressão,



temas como resolubilidade do sistema e controle da viscosidade eram críticos nos sistemas full PU (100% PU), nos primórdios da tecnologia.

A solução para mitigar as fragilidades do sistema full PU e potencializar os benefícios, bem maiores em número e relevância, é efetivamente dominar a fabricação da resina PU, a ponto de poder combinar diferentes grades de produto, com pesos moleculares, compatibilidade, viscosidade, dureza e nível de retenção de solvente distintos – e criar blends ajustados para cada aplicação de impressão existente (considerando principalmente a aplicação final do produto e as velocidades de operação).

Por uma feliz coincidência, as resinas PU são a principal matéria-prima utilizada na fabricação de adesivos solventless para laminação de filmes flexíveis. E a Coim, ocupando uma posição privilegiada mundialmente na fabricação e comercialização destes adesivos, é verticalizada no desenvolvimento e produção de PU.

O know-how adquirido ao longo de décadas foi gradualmente migrado para a nova operação de tintas, de forma que a companhia pudesse compreender as necessidades dos clientes, processá-las e traduzi-las em formulações de tintas full PU para rotogravura e flexografia, com alto grau de qualidade e performance operacional.

O grupo italiano Coim, empresa que produz especialidades químicas desde 1962, ingressou no mercado de tintas líquidas para impressão em rotogravura e flexografia no ano de 2019, batizando a nova divisão de negócios como *CoimInks*.

A ideia de oferecer uma solução 3 em 1, com a venda de tintas, vernizes e adesivos ao convertedor foi o pináculo do projeto – uma vez que a demanda por segurança de uma indústria para com a compatibilidade entre os três sistemas tem crescido muito (todos querem fugir



miraclon

f Miraclon, the Kodak trademark, logo and trade dress are used under license from Kodak.



Flexo, um passo à frente.

Na Miraclon nunca paramos, porque a flexo também não para. Há mais de 10 anos, nossa equipe criou a tecnologia por trás do Kodak Flexcel Solutions e mudou tudo aquilo que a flexo se permitia fazer, possibilitando a que nossos clientes abrissem novos caminhos. Enquanto moldávamos uma reputação de qualidade inigualável, nossos clientes construíram um novo e ousado futuro para a flexografia.

Hoje, estamos mais focados e somos mais ágeis do que nunca. Estamos empenhados em levar a flexo ainda mais longe - em direção a umaImpressão melhor, mais limpa e mais econômica. E não estamos sozinhos. Estamos orgulhosos desta comunidade e das inovações que estamospossibilitando: redefinindo o que a impressão de embalagem pode ser. Juntos.

Porque o futuro não está escrito. É Flexo.

Para mais informações sobre os produtos KODAK FLEXCEL NX no Brasil visite: zanatto.com.br/flexografia/



Evidentemente, a Coim precisa focar esforços não apenas no atendimento à nova demanda por tintas fullPU, mas também ao mercado tradicional de tintas NC/PU, onde ainda surfa na competitividade que desfruta como fabricante e fornecedora de resinas poliuretânicas plastificantes.

O movimento da indústria de flexografia e rotogravura nacional para consumir um volume maior de tintas de alto desempenho do tipo fullPU tem mostrado crescimento exponencial. Convertedores de grande, médio e pequeno porte estão ou usando regularmente o produto, ou avaliando em máquina os resultados dos testes de rendimento iniciais, surpresos com a economia potencial na ponta do lápis.

E, no mercado nacional altamente competitivo, num período complexo como o que estamos atravessando de retração econômica em virtude da pandemia da covid19, da instabilidade na cadeia de suprimentos e volatilidade de preços – qualquer centavo conta.

As tintas fullPU produzidas e comercializadas pela CoimInks tem demonstrado rendimentos na ordem de 20% acima de outras tintas convencionais comercializadas no mercado – o que mais do que justificaria uma avaliação criteriosa pela área técnica e de compras. ■

do "empurra-empurra" que acontece quando há uma devolução por problemas de força de laminação, por exemplo).

O conhecimento das interações entre tintas, vernizes e adesivos é vital também às chamadas "aplicações críticas" de embalagens flexíveis, a exemplo de produtos envasados a quente, sistemas que passam por esterilização e as aplicações estáveis em prateleira que dispensam a cadeia do frio (*retort pouch*).

A autossuficiência da empresa na manufatura das resinas poliuretânicas permitiu não apenas o desenvolvimento de produtos plenamente compatíveis a um custo bastante competitivo, mas a vantagem técnica de se misturar diferentes *grades* de resinas PU para compor uma base de alta performance nas tintas – algo visivelmente perceptível no branco, carro-chefe da linha fullPU.

O movimento da indústria de flexografia e rotogravura nacional para consumir um volume maior de tintas de alto desempenho do tipo fullPU tem mostrado crescimento exponencial.

Existe a
tinta branca

E a tinta branca FullPU Coim Inks



Custo baixo é a premissa fundamental para manter a sua empresa saudável no competitivo mercado da rotogravura e flexografia. Grande parte do custo diz respeito ao consumo de tintas para impressão. As empresas acabam iludindo-se com preços aparentemente baixos de tintas que, em máquina, não entregam a cobertura requerida, sendo necessária uma camada aplicada extremamente alta (as vezes nem isso ajuda). O branco CoimInks faz exatamente isso pela sua empresa: traz a **melhor relação custo x benefício** com **alta cobertura** e **baixo volume aplicado**. Saia dos sistemas nitroPU e venha para a tecnologia fullPU da CoimInks. Faça um teste em máquina sem compromisso e passe a economizar milhares de reais todos os meses.

www.coimgroup.com/coiminks_pt.htm

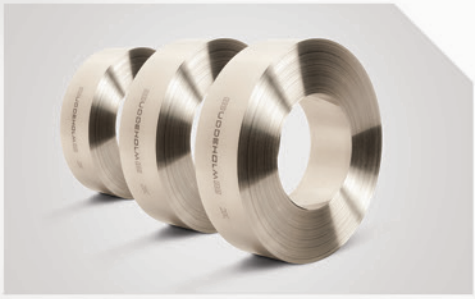
coimINKS
FOR FLEXIBLE PACKAGING

CERTIFICADA ISO 9001



NÃO SE ENROLE AO ECONOMIZAR NOS MATERIAIS QUE GARANTEM UMA BOA IMPRESSÃO.

HÁ MAIS DE 20 ANOS SOMOS A SOLUÇÃO











Lâminas raspadoras
Fitas dupla face acolchoadas 3M
Lâminas de refile
Solução para limpeza de anilox

Único fabricante na América do Sul com tecnologia sueca de lâminas raspadoras auto-afiantes para Rotogravura e Flexografia

(11) 4221.9913 | www.steelknife.com.br

STEEL KNIFE
LÂMINAS RASPADORAS (RACLES)
CERTIFICADA ISO 9001

3M Distribuidor Autorizado
Produtos para Flexografia