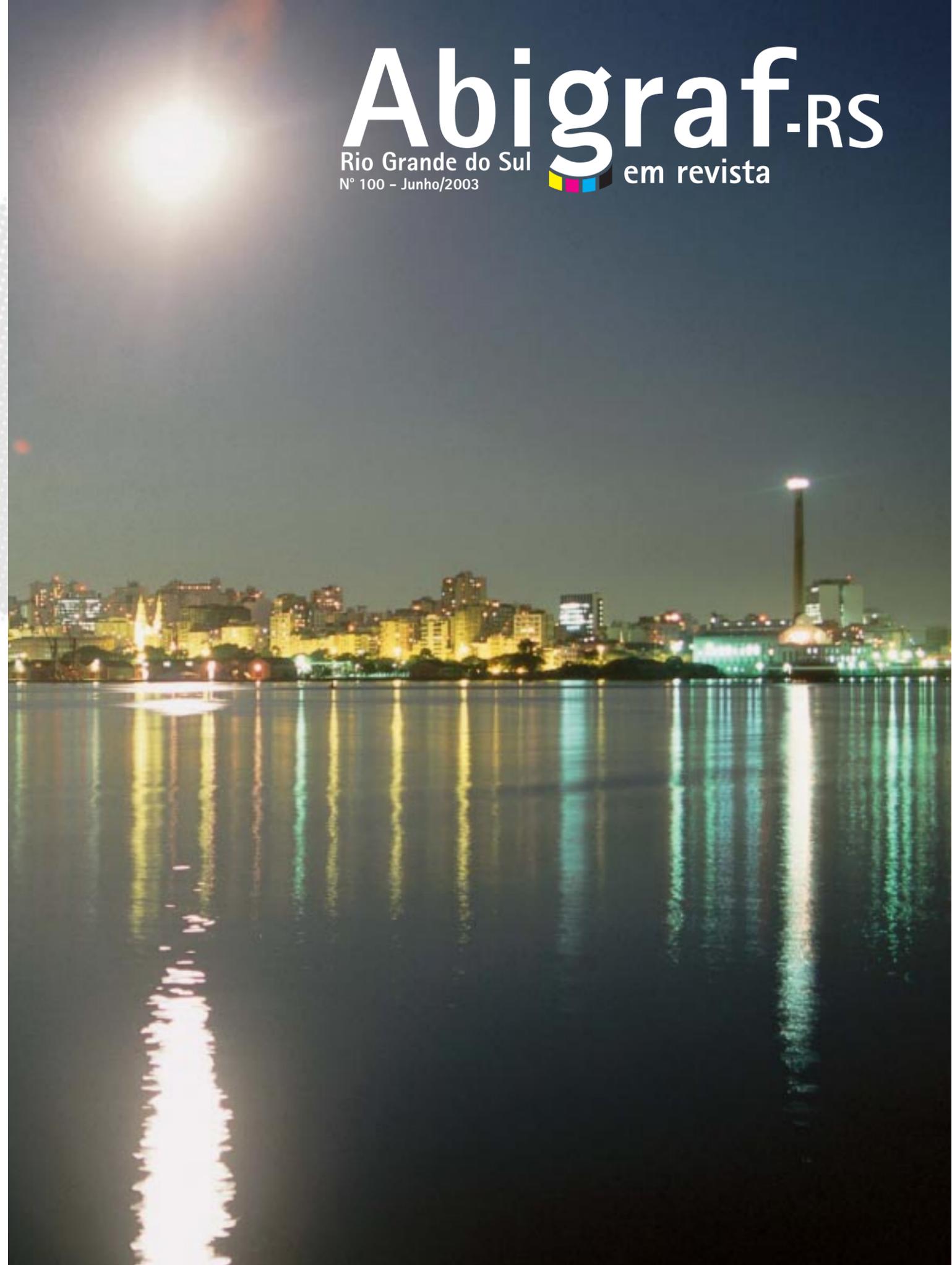


SERVIÇOS EXCLUSIVOS EXCELÊNCIA EM LOGÍSTICA VARIEDADE DE LINHA DE PRODUTOS

Abigraf-RS
Rio Grande do Sul em revista
Nº 100 - Junho/2003

KSR. DISTRIBUINDO SATISFAÇÃO

SATISFAZER PLENAMENTE OS CLIENTES É NOSSO OBJETIVO PRINCIPAL E NOSSA MAIOR VOCAÇÃO. POR ISSO, OFERECEMOS SEMPRE NOVAS SOLUÇÕES E A MAIS VARIADA LINHA DE PRODUTOS DO MERCADO DE PAPÉIS E PRODUTOS GRÁFICOS. OS MAIS MODERNOS RECURSOS DE RELACIONAMENTO, ALIADOS À COMPETÊNCIA DE NOSSA EQUIPE, FAZEM DA KSR REFERÊNCIA EM SUA ÁREA DE ATUAÇÃO. LOGÍSTICA EXATA, EFICIÊNCIA TOTAL EM SUAS OPERAÇÕES E SERVIÇOS EXCLUSIVOS PARA FACILITAR O SEU DIA-A-DIA, SE TRADUZEM EM EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO. ESSE É O COMPROMISSO QUE FAZ DA KSR A MAIOR DISTRIBUIDORA DO PAÍS.



**DUAS PALAVRAS
RESUMEM A SATISFAÇÃO
DO PROPRIETÁRIO
DA PRIMEIRA
RYOBI 754 DO BRASIL:
“É SHOW!”**

**Celso Brandão Lund, proprietário da Gráfica EGB.
Tel.: (21) 2589-1434**



Impressora offset 4 cores • Formato do papel: 788 x 600 mm
A maior meia folha do mercado!

**ENTRE EM CONTATO COM O CELSO
E ENTENDA O PORQUÊ DE
TANTA SATISFAÇÃO.**

RYOBI

Intergrafica Print & Pack Máquinas Impressoras Ltda. • São Paulo: Tel.: (11) 5522-5999 • Rio de Janeiro: Tel.: (21) 2537-8603 • www.ipp-group.net • info.br@ipp-group.net



Empresário gráfico

Estar com a empresa regularizada junto a Entidade de Classe que a representa e participar das decisões, é a maneira mais direta e correta de fortalecermos o setor gráfico gaúcho.

Como proceder para participar?

Manter a empresa filiada no Sindicato da base territorial a que pertence (Sindigraf-RS, Singraf-Caxias do Sul ou Singrapel-Pelotas) e aproveitar os benefícios que são oferecidos.

Quer mais benefícios?

Associe a empresa no Sindicato da sua base territorial que automaticamente será associada da Abigraf-RS e aumentará os benefícios oferecidos pelo Sistema Sindicatos/Abigraf-RS, entre eles palestras, cursos, consultas, eventos diversos, convênios...



Sindicato da Indústria Gráfica
no Rio Grande do Sul



Sindicato das Indústrias Gráficas
de Caxias do Sul



Sindicato das Indústrias
Gráficas de Pelotas



**Cadastre seu e-mail para receber informações:
abigraf-rs@abigraf-rs.com.br - Fone: (51) 3346.3800**

Melhore o desempenho da sua empresa

Para que uma empresa saiba como está posicionada diante do mercado é preciso comparar seu desempenho a outros referenciais. Os Indicadores Setoriais da Indústria Gráfica foram desenvolvidos pelo Grupo de Indicadores do Sindigraf-RS/Abigraf-RS para atender a essa necessidade. Atualmente, 35 empresas participam do trabalho, fornecendo seus índices para a composição das médias. Os dados são mantidos em sigilo e manipulados somente por um funcionário da Secretaria Executiva das entidades. Os resultados são divulgados apenas entre as empresas que forneceram os indicadores analisados.

O grupo já desenvolveu 16 indicadores, como o percentual de Chapas Gravadas e Perdidas, Valor do Faturamento por Funcionário, percentual de Participação dos Funcionários na Folha de Pagamento e Índice de Participação da Matéria-Prima Consumida no Faturamento. Segundo Jorge Oliveira, coordenador do GT Indicadores, os resultados nem sempre apontam números positivos, mas facilitam o gerenciamento das empresas e possibilitam elevar os índices do setor Gráfico. O Grupo de Indicadores está aberto a sugestões. Colabore!

Algumas das empresas que participam do serviço de Indicadores do Sindigraf-RS/Abigraf-RS já estão observando resultados positivos. Acompanhe três casos:

Gráfica Cometa

Desde que as entidades começaram a oferecer o serviço de Indicadores, em janeiro de 1999, a empresa começou a participar dos trabalhos. Motivada pela

oportunidade de obter bases comparativas dentro do mesmo setor, a equipe da Gráfica Cometa, de Lajeado, passou a fornecer seus índices e, atualmente, contribui com 15 indicadores. Lúcia Beatriz Junges, auxiliar administrativa na empresa, considera esse trabalho muito importante para o trabalho da Cometa. "Todos os indicadores selecionados auxiliam no acompanhamento das análises", afirma.

Gráfica Jacuí

Promover correções e melhorias na empresa, ter controle financeiro e da produção, evitando o desperdício e o retrabalho, além de adaptar-se às exigências do Programa de Qualidade. Esses foram os motivos que levaram a Gráfica Jacuí, de Cachoeira do Sul, a participar do serviço de Indicadores. O trabalho começou junto com a implantação do Programa de Qualidade e hoje a empresa já utiliza 25 indicadores. Além dos índices financeiros, a Jacuí possui alguns referentes ao desperdício, fornecedores e clientes. De acordo com a coordenadora da Qualidade Alzira Noal Vieira da Cunha, o indicador que trouxe mais resultados para a empresa foi a medição de erros, que permitiu adotar medidas corretivas e preventivas, além de melhorar o desempenho e a agilidade nas soluções. "Estamos achando ótimo, pois o serviço de indicadores veio suprir a necessidade que tínhamos de nos comparar com outras empresas. Dessa forma, conseguimos nos situar dentro do contexto da Indústria Gráfica".

Fique atento!

Você pode conferir outros exemplos de indicadores e conhecer os oito novos índices desenvolvidos, que serão apresentados durante o Workshop de Indicadores. O evento será realizado no dia 17 de junho, na sede das entidades, promovido pelo Comitê Setorial da Indústria Gráfica-Abigraf-RS.

Qualit'Graf

A Qualit'Graf Artes Gráficas Ltda. implantou um sistema de qualidade na empresa há três anos e precisava de parâmetros para poder comparar e melhorar seus resultados. Foi assim que acabaram buscando o serviço de Indicadores oferecido pelo Sindigraf-RS/Abigraf-RS. Atualmente, o indicador mais utilizado na empresa é o percentual de Produtividade, que mede a diferença entre as horas cobradas do cliente e as horas que o impressor ocupa para a execução do serviço. Com isso, há uma busca constante pelo equilíbrio entre o que é produzido e o que é cobrado no orçamento, visando a redução de custos e o melhor desempenho nas concorrências. "Os indicadores oferecidos pelas entidades são excelentes e permitem um bom parâmetro para nossa empresa", conta Eliane da Silva Rodrigues, coordenadora de Qualidade.

Prestigie quem nos prestigia

A Abigraf-RS agradece aos fornecedores que aderiram ao Plano de Patrocínio 2003 e exorta aos colegas empresários gráficos que dêem preferência a esses patrocinadores quando forem adquirir matérias-primas e equipamentos. É graças a eles que os eventos técnicos e sociais realizados pela Abigraf-RS/Sindigraf-RS, Singraf Caxias do Sul e Singrapel Pelotas nesse ano estão sendo disponibilizados aos associados gratuitamente.

PATROCINADORES 2003

Cota Master



a company of the
Ferrostaal Group

Cota Silver



Cota Standard



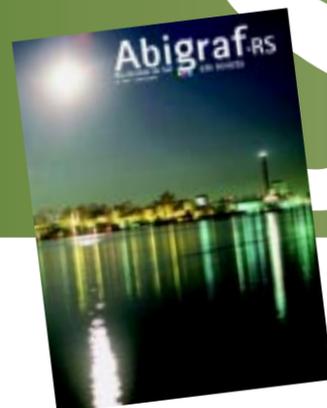
CHEGOU O COUCHÉ DA **sappi**

A MAIOR FABRICANTE DE PAPEL COUCHÉ DO MUNDO

- TRIPLO REVESTIMENTO
- MAIS BRILHO
- ALTA QUALIDADE
- DIVERSIDADE DE GRAMATURAS
- PADRÕES EUROPEUS

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO:
BRAILE
DISTRIBUIDORA DE PAPÉIS BRAILE LTDA.

sappi



Capa: Porto Alegre
Foto: Leonid Streliaev



Publicação da Associação Brasileira da Indústria Gráfica-RS e do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul
Av. Pernambuco, 2623 - 5º andar
Bairro São Geraldo - CEP 90240-005
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3346.3800 - Fax: (51) 3346.1920
E-mail: sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br
abigraf-rs@abigraf-rs.com.br

Produção e Execução:
VIRTUS Jornalismo Empresarial
Fone/Fax: (51) 3328.5243/3328.4753
E-mail: virtus@terra.com.br

Jornalista Responsável:
Isabel Pacini Teixeira / MTb 7374/33/11

Redação: Ana Paula Hengist

Colaboração: Amanda Ziani

Editoração Eletrônica:
VIRTUS Jornalismo Empresarial

Fotos: Cláudio F. A. Bergman, arquivo, divulgação

Assessoria de Imprensa: Beto Bottega

Pré-impressão - CTP e Impressão:
Gráfica e Editora Pallotti

Papel: Informativo impresso em papel couche Luminax Matte 90/180g fabricado pela Votorantim Celulose e Papel S/A e distribuído pela KSR Papéis e Produtos Gráficos

Tiragem: 3000 exemplares

Distribuição Gratuita

Circulação: Nacional

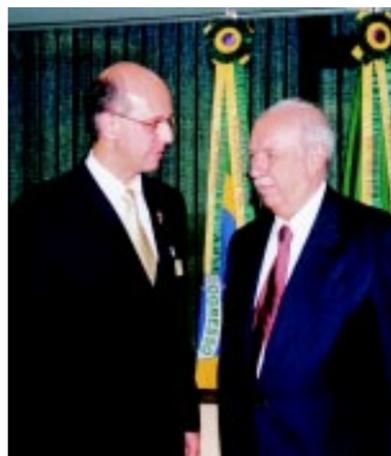
Horário de funcionamento da Secretaria Executiva do Sindigraf-RS/Abigraf-RS:
8h às 18h30, de 2ª à 6ª feira

Envie colaborações para a revista para a Sindigraf-RS/Abigraf-RS.
É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

Sumário

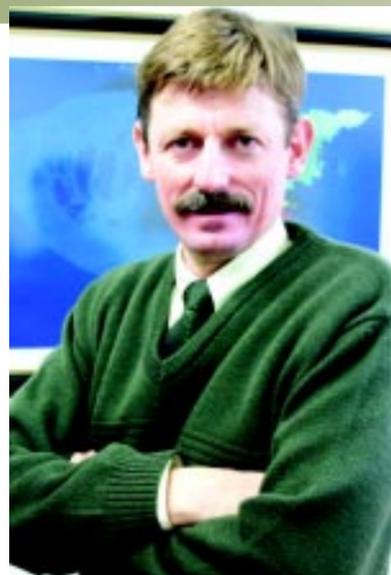
12 Entidades em Ação

Representantes da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS estiveram cumprindo uma importante agenda de visitas e reuniões nestes meses, incluindo a Secretaria Estadual do Meio Ambiente, a Receita Federal e o Palácio do Planalto, onde foram recebidos pelo vice-presidente da República, José Alencar. Confira ainda os detalhes da audiência com o governador Germano Rigotto, que está nas páginas 18 e 19, junto à entrevista especial concedida por ele à Abigraf-RS em Revista.



14 Perfil

Conheça um pouco da história de três gráficas gaúchas: a Grafiset, a Impresul e a RJR. Os dirigentes destas empresas foram entrevistados pela Abigraf-RS em Revista.



23 Planejamento Estratégico

O consultor de empresas Aristeu C. Kautzmann Filho, da SK Consultoria, conta por que, mais do que nunca, as empresas devem rever posicionamentos, quebrar paradigmas e investir em estratégias de crescimento.

24 Jovens empresários gaúchos prometem trazer novas idéias ao setor Gráfico

A formação do grupo de Jovens Empresários vai oxigenar o setor Gráfico e formar futuras lideranças. A Abigraf-RS e o Sindigraf-RS estão apoiando esta importante iniciativa e dando o suporte inicial necessário ao grupo. Veja a opinião dos participantes do primeiro encontro.

ADMINISTRAÇÃO DE CUSTOS

AUTOR: DONISETE GUIMARÃES

Custos na Indústria Gráfica

As dificuldades enfrentadas pelo setor gráfico tem aumentado dia após dia.

- Falta de capital de giro.
- Fluxo de caixa negativo.
- Incapacidade de investimentos em produção e novas tecnologias.
- Insolvência com fornecedores.
- Etc...

De onde vêm estas dificuldades?

Grande parte dos problemas da Indústria Gráfica são problemas comuns a todos os empresários brasileiros, não só do setor gráfico. Ao abrir uma empresa muitos donos são apenas técnicos e conhecedores na área de produção. Compreendem muito bem todos os processos produtivos desde a pré-impressão, impressão até os acabamentos.

Mas será que só isso é suficiente para fazer com que a empresa funcione plenamente e seja lucrativa?

Não, ser empresário é muito mais que conhecer a parte técnica de sua empresa, é também imprescindível que se conheça totalmente a administração de custos. Não basta apenas saber produzir, é preciso saber por quanto se deve vender o trabalho produzido. Aí, sim, reside o problema da maior parte do empresariado. Utilizando métodos arcaicos e sem fundamento, muitas vezes extraídos da famosa "Experiência" adquirida ao longo do tempo, o empresário cava dia a dia uma cova onde se enterrará ao longo de alguns anos.

O método para levantamento de custos para indústrias com produção sob demanda foi inventado na Alemanha antes de 1950, e mais de 60 anos depois empresários brasileiros continuam "chutando" seus custos ou calculando de forma indevida o custo de produção.

Mas afinal será que é tão complicado assim este método de cálculo de custos a ponto de ser desprezado por 90% das empresas? É claro que não, o que acontece é uma apatia por parte do empresário que por medo do novo ou incapacidade de raciocínio matemático nega qualquer cálculo que fuja à multiplicação da matéria prima por 2 ou 3. Outro problema é a mistificação criada por grande parte dos consultores de custos e palestrantes que para valorizar seu conhecimento criaram uma "aura" de complexidade em torno do tema.

O método é bastante simples e facilmente aplicável a gráficas de qualquer porte. É claro que não é mais fácil do que multiplicar papel por 2, mas este método é um "chute" que pode custar caro ao longo de alguns anos. Outro problema comum é que após expor o método de levantamento de custos correto para o empresário, surge sempre a máxima: "Se eu colocar tudo isto no custo do meu orçamento não consigo vender nenhum serviço".

O fato de você desprezar os custos não significa que eles não existirão, eles estarão lá, só que mascarados. Calcular seus custos com precisão também não te obriga a vender mais caro ou mais barato, mas apenas mostra qual produto é mais ou menos rentável. Desta forma você poderá posicionar sua empresa de forma adequada no mercado. Por exemplo, a margem para blocos e talões talvez esteja ótima, mas as malas diretas quatro cores você só consegue vender com prejuízo.

O correto levantamento de custos possibilitará à empresa definir seu mercado ou pelo menos trará elementos suficientes para que a gráfica se reestruture de forma a torná-la competitiva na área em que não consegue ser lucrativa. Sem estes dados você

simplesmente está "no escuro" e pode estar desprezando os lucrativos blocos em favor da "charmosa" mala direta quatro cores que dá prejuízo.

Outro grande mito do levantamento de custos é a depreciação. Muitos optam por não colocá-la em seu mapa de custos, porque esta é uma despesa que aparentemente pode ser desprezada, pois no final do mês ninguém faz um cheque para pagar a depreciação. Mas isto não passa de uma visão errada e de curto prazo, a depreciação existe e é real. Um dia você terá que repor seu equipamento, seja em 8 ou 10 anos, e nesse dia o empresário se vê em uma situação onde não tem dinheiro para repor e às vezes nem crédito para financiar. Aí chegou o fim de uma longa estrada, defasado tecnologicamente e com equipamento sucateado o empresário se vê em uma situação sem saída.

É muito importante aprendermos que em um mundo capitalista a empresa tem por obrigação auferir lucros. Temos responsabilidades sociais, para com nossa família, para com nossos funcionários e para com nosso país. Ao vendermos com prejuízo estamos prejudicando em última instância a própria nação que torna seu parque industrial sucateado.

E não vale a desculpa que a concorrência não faz assim e não calcula os custos, se você não conhece nem seus próprios custos e sua realidade, será que você conhece a do concorrente? Se ao levantar seus custos descobrir que não pode concorrer e nem se reestruturar para ser competitivo é porque talvez esteja na hora de mudar de negócio. Saia do mercado antes de prejudicar a si próprio e a milhares de outras empresas e trabalhadores que dependem do seu lucro para sobreviver.

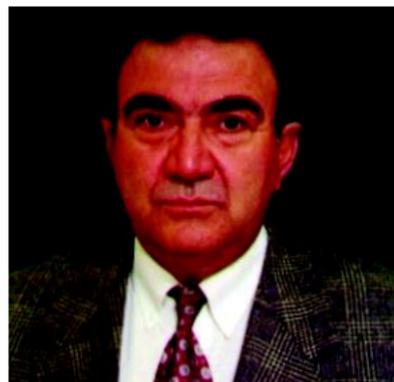
Você está perdendo mercado ou você não controla seus custos?



Sistema de Gerenciamento Informatizado
Para Windows

O sistema mais procurado pelo mercado.
Informatizando as melhores Gráficas.
Informações ABIGRAF-RS

Acidente de Trabalho – Estabilidade



Dante Rossi

Acidente do Trabalho é o que ocorre pelo exercício do trabalho a serviço da empresa, provocando lesão corporal ou perturbação funcional que cause morte ou a perda ou redução, permanente ou temporária, da capacidade para o trabalho. Salientamos que doença ocupacional é considerada como acidente do trabalho.

A Lei 8.213/91 – Planos de Benefícios da Previdência Social – assim determina:

Art. 20. Consideram-se acidente do trabalho, nos termos do artigo anterior, as seguintes entidades mórbidas:

I - doença profissional, assim entendida a produzida ou desencadeada pelo exercício do trabalho peculiar a determinada atividade e constante da respectiva relação elaborada pelo Ministério do Trabalho e da Previdência Social;

II - doença do trabalho, assim entendida a adquirida ou desencadeada em função de condições especiais em que o trabalho é realizado e com ele se relacione diretamente, constante da relação mencionada no inciso I. § 1º. Não são consideradas como doença do trabalho:

a) a doença degenerativa; b) a inerente a grupo etário; c) a que não produza incapacidade laborativa; d) a doença endêmica adquirida por segurado habitante de região em que ela se desenvolva, salvo comprovação de que é resultante de exposição ou contato direto determinado pela natureza do trabalho.

§ 2º. Em caso excepcional, constatando-se que a doença não incluída na relação prevista

nos incisos I e II deste artigo resultou das condições especiais em que o trabalho é executado e com ele se relaciona diretamente, a Previdência Social deve considerá-la acidente do trabalho. Art. 21. Equiparam-se também ao acidente do trabalho, para efeitos desta Lei: I - o acidente ligado ao trabalho que, embora não tenha sido a causa única, haja contribuído diretamente para a morte do segurado, para redução ou perda da sua capacidade para o trabalho, ou produzido lesão que exija atenção médica para a sua recuperação;

II - o acidente sofrido pelo segurado no local e no horário do trabalho, em conseqüência de: a) ato de agressão, sabotagem ou terrorismo praticado por terceiro ou companheiro de trabalho; b) ofensa física intencional, inclusive de terceiro, por motivo de disputa relacionada com o trabalho; c) ato de imprudência, de negligência ou de imperícia de terceiro ou de companheiro de trabalho; d) ato de pessoa privada do uso da razão; e) desabamento, inundação, incêndio e outros casos fortuitos ou decorrentes de força maior;

III - a doença proveniente de contaminação acidental do empregado no exercício de sua atividade;

IV - o acidente sofrido pelo segurado, ainda que fora do local e horário de trabalho: a) na execução de ordem ou na realização de serviço sob a autoridade da empresa; b) na prestação espontânea de qualquer serviço à empresa para lhe evitar prejuízo ou proporcionar proveito; c) em viagem a serviço da empresa, inclusive para estudo quando financiada por esta dentro de seus planos para melhor capacitação da mão-de-obra, independentemente do meio de locomoção utilizado, inclusive veículo de propriedade do segurado; d) no percurso da residência para o local de trabalho ou deste para aquela, qualquer que seja o meio de locomoção, inclusive veículo de propriedade do segurado.

§ 1º. Nos períodos destinados à refeição ou descanso, ou por ocasião da satisfação de outras necessidades fisiológicas, no local do trabalho ou durante este, o empregado é considerado no exercício do trabalho.

§ 2º. Não é considerada agravação ou complicação de acidente do trabalho a lesão

que, resultante de acidente de outra origem, se associe ou se superponha às conseqüências do anterior.

No que diz respeito à **estabilidade**, assim preceitua o art. 118 da Lei 8.213/91:

Art. 118. O segurado que sofreu acidente de trabalho tem garantida, pelo prazo mínimo de doze meses, a manutenção do seu contrato de trabalho na empresa, após a cessação do auxílio doença acidentário, independentemente de percepção de auxílio doença.

Nesse sentido tem se manifestado nossos Tribunais, como nas ementas a seguir transcritas:

850236 – ACIDENTE DO TRABALHO – ESTABILIDADE – A garantia de emprego dada ao trabalhador acidentado é regulada pela Lei nº 8.213/91, em seu art. 118 estando enquadrada dentre “os direitos que visem a melhoria da condição social do trabalhador” (art. 7 da CF). (TRT 1ª R. – RO 28704/93 – 2ª T. – Rel. Juíza Amélia Valadão Lopes – DORJ 28.11.1995 in CD SÍNTESE TRABALHISTA -

Administrativa e Previdenciária - Ed. Síntese, nº 02 de jul/98)

“Estabilidade Provisória. Acidente de Trabalho. O gozo de benefícios previdenciários é condição estabelecida no art. 118 da Lei nº 8213/91 para assegurar ao empregado acidentado a garantia no emprego pelo prazo mínimo de doze meses. O dispositivo legal é bastante claro ao disciplinar que a garantia no emprego tem início a partir da cessação do auxílio doença-acidentário, independentemente da percepção de auxílio-acidente. Ac. TRT 12ª Reg. 1ª T (RO 1383/93), Rel. (designado) Juiz Darcí Fuga, DJ/SC 04/10/94, p. 52” (in Dicionário de Decisões Trabalhistas, de B. Calheiros Bomfim, Silvério dos Santos e Cristina Kaway Stamato, 25ª ed., Ed. Trabalhistas, 1995, p. 20, nº 99)

Cumpra esclarecer que para o empregado acidentado tenha reconhecido a garantia do seu emprego, por doze meses, é necessário que o mesmo permaneça impossibilitado para o exercício de suas atividades funcionais por mais de 15 (quinze) dias, fazendo jus, assim, ao benefício do auxílio-doença acidentário, conforme o disposto nos artigos 59 e 118, da lei n. 8.213/91.

8

Parceria com a Fiat San Marino traz vantagens aos associados



A parceria firmada em 30 de maio entre o sistema Sindicatos/Abigraf-RS facilita aos associados a aquisição de veículos da linha Fiat. As modalidades Venda Corporativa e Consórcio, previstas no acordo, garantem diferenciais de custo e atendimento.

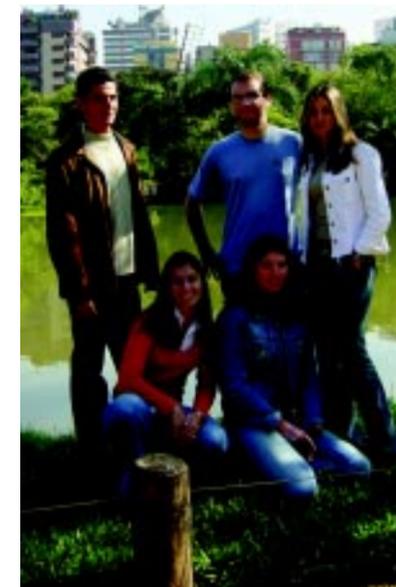
18 Entrevista com o governador Germano Rigotto



Nesta entrevista exclusiva, o governador do Estado, Germano Rigotto, fala das ações do governo para a retomada do crescimento econômico do Estado; das parcerias que estão criando com diversos setores da economia, entre as quais a Indústria Gráfica; do trabalho do governo junto à Fepam e sobre a questão da bi-tributação.

28 Eventos

A síntese de alguns dos eventos promovidos pelo Sindigraf-RS e a Abigraf-RS: o lançamento do Programa Energia Brasil, os cursos de Eficiência Energética; o curso Desenvolvimento de Habilidades Gerenciais; e a palestra Preparando a sua Empresa para o Futuro.



34 Design: na Verdi, dois é bom demais

Uma das mais conhecidas empresas de design do mercado gaúcho iniciou de uma forma realmente “caseira”, quando dois irmãos uniram forças. Conheça trajetória da Verdi Design, o perfil da empresa e o que eles pensam do mercado gráfico do Rio Grande do Sul.

Editorial	6
Agenda	7
Entidades em Ação	8
Perfil	14
Comitê Setorial da Indústria Gráfica	17
Entrevista	18
Fiepag	20
Planejamento Estratégico	23
Jovens Empresários	24
Gestão	26
Eventos	28
Senai Artes Gráficas	33
Design	34
Trabalho	36
Administração de Custos	37
Indicadores	38

Caros colegas

Estamos completando, este mês, o número 100 de nosso Abigraf-RS Notícias. Muitas informações foram publicadas nestes quase nove anos que estamos à frente do mesmo. O primeiro foi impresso durante o 8º Encontro dos Gráficos Gaúchos, em Canela, em 1993. Para festejar esta data, estamos lançando a Abigraf-RS em Revista – que em princípio será publicada trimestralmente. Esta revista foi concebida para trazer informações que sejam de efetivo proveito para o empresário gráfico gaúcho.

Durante todos esses anos, vimos crescer o interesse pelo associativismo e, graças a esta demanda, voltamos nosso trabalho para desenvolver e disponibilizar diversos serviços a todos os filiados e associados. Quanto mais oferecemos, maior é a procura, o que nos dá força para continuarmos a trabalhar para o desenvolvimento de nosso setor.

Quero informar a nossos colegas que esta diretoria não trabalha só para promover eventos técnicos e sociais, mas também administrativamente e politicamente, dentro e fora do Estado. Diversas ações recentes, cujos relatos estão nesta edição da Abigraf-RS em Revista, são prova disso.

Acompanhamos em maio o 1º Encontro Ambiental da Indústria Gráfica, de Caxias do Sul, realizado pelo Singraf Caxias do Sul, com o apoio da Abigraf-RS, onde o interesse e a presença foram os destaques. O GT Ambiental da entidade compareceu ao evento, anunciando na oportunidade o nosso trabalho para a publicação do Guia Técnico Ambiental da Indústria Gráfica Gaúcha, aproveitando o brilhante trabalho executado por nossos colegas paulistas.

Em Pelotas, estivemos no lançamento regional do “Energia Brasil”, programa que tem despertado grande interesse no meio gráfico, já que a eletricidade é um insumo que teve uma elevação de preço muito grande nos últimos anos.

Tivemos ainda audiências importantes. Uma delas foi com o Dr. José Alberto Wenzel, secretário do Meio Ambiente do Rio Grande do Sul, juntamente com o presidente da Fepam, Dr. Cláudio Dilda. Ficou acertada a criação de um grupo de trabalho entre Sema, Fepam e Abigraf-RS, para desenvolver estudos visando a eliminação dos resíduos líquidos e sólidos gerados pela Indústria Gráfica.

Em reunião com o superintendente da Receita Federal no Estado, entregamos o Guia de Utilização do Papel Imune, trabalho executado pela Abigraf Nacional. Também solicitamos fiscalização nos fabricantes, revendedores e gráficas, no intuito de realmente coibir o uso indevido desta matéria-prima. Participamos ainda, em Brasília, da Assembléia Ordinária da Entidade, onde fomos representados pelo nosso diretor Vitor Schneider. Na capital federal, a diretoria da Abigraf e da Bracelpa visitaram o secretário da Receita Federal, para solicitar fiscalização no setor Gráfico nacional. Também estivemos no Congresso Nacional, tratando da votação das leis sobre ICMS x ISS, e solicitando imediata solução que contemple todos os interesses do setor, acabando de uma vez por todas com a guerra instalada entre estados e municípios em busca de impostos, gerando bitributação, inúmeras ações na Justiça e grande insegurança ao setor.

Ainda em Brasília, o Conselho Executivo da Abigraf, representado por todos presidentes de Abigraf regionais, foi recebido pelo vice-presidente da Nação, Ex.Sr. Dr. José Alencar Gomes da Silva. Por uma hora e meia, foram discutidos problemas da Indústria Gráfica brasileira, numa reunião muito proveitosa e que nos reforçou a certeza de que temos um industrial qualificado nos representando no governo Federal. Também fomos recebidos pelo nosso governador, Ex. Sr. Dr. Germano Rigotto, juntamente com o chefe da casa civil, Dr. Alberto Oliveira, quando apresentamos algumas sugestões que visam o desenvolvimento e maior arrecadação no Estado, entre eles um convênio entre a Secretaria da Fazenda do Rio Grande do Sul (Sefaz-RS) e a Abigraf-RS, além de agradecer o apoio aos projetos que apresentamos à Secretaria Estadual do Meio Ambiente (Sema), Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam) e à Sefaz. Aproveitamos, na oportunidade, para convidá-lo a participar do Jantar Comemorativo ao Dia da Indústria Gráfica, no próximo dia 4 de julho.

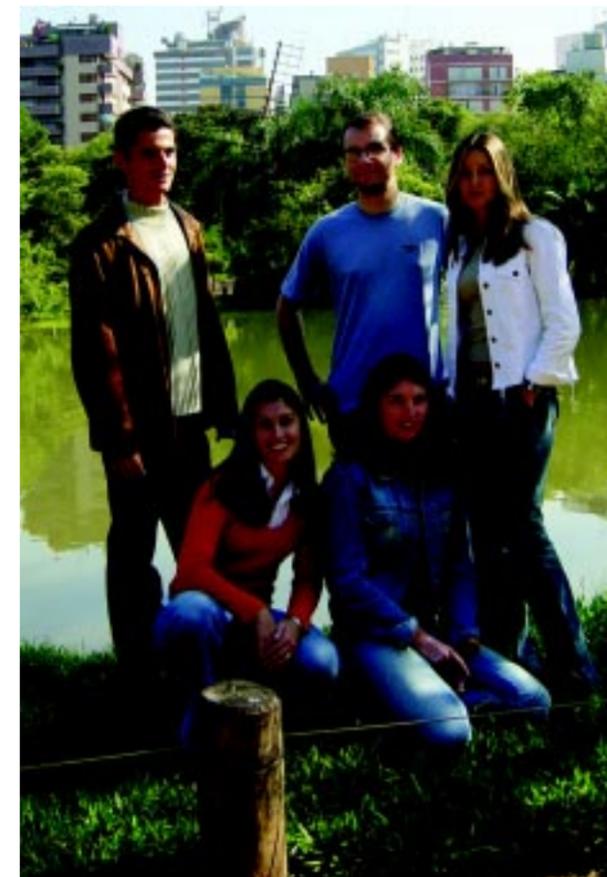
Este convite, estendo a toda a família gráfica, para que juntos possamos festejar nosso dia, apesar das dificuldades, pois é trabalhando e não esmorecendo, procurando soluções individuais e coletivas, que reergueremos um Estado mais justo, fraterno e rico. Nossa obrigação como cidadãos não termina com a eleição de nossos representantes. É nesse momento que a real democracia inicia. Nossa função não é só cobrar, mas trocar idéias e colaborar nas soluções de todos os nossos problemas, portanto participe.

sempre procuramos alimentar uma relação de parceria, principalmente pelo fato de que eu vim de lá, da gráfica, e os compreendia bem”. Hoje, acredita que o setor Gráfico passou a compreender melhor as empresas de design. “As gráficas nos ajudam a crescer. Indo até a gráfica e acompanhando o processo, podemos aprender o que é possível na prática e o que é só uma idéia bonita no papel. Sou muito agradecido ao setor Gráfico pelo conhecimento que me proporcionou. Lá, eu comecei a ter noção do processo”.

Verdi também defende que o parque gráfico gaúcho está bem formado em quantidade de gráficas e em qualidade de impressão. “Acredito que somos bons aqui e que não há porque buscar uma empresa de fora. Temos tudo na mão”. A única deficiência para ele é a falta de empresas mais especializadas no artesanal, no detalhe, e não tanto no industrial. “Talvez fosse um bom segmento de mercado para se buscar”, completa. Em se tratando de negociação, de “bater o martelo” em termos de preço e prazos, Verdi é decisivo e fala em tom empresarial. Para ele é preciso ter em mente, antes de tudo, uma relação ética, onde o negócio seja bom para os dois lados. Negociar com a gráfica é natural, porém querer fazer uma verdadeira guerra de concorrência desvirtua as parcerias conquistadas. Para trabalhar em conjunto, basta então ter qualidade e preço competitivo. “O resto a gente senta e conversa”, diz ele.

Cases de sucesso

“É difícil escolher entre os teus trabalhos”. Mas sinalizar alguns é perfeitamente possível. Nesse caminho, Verdi citou alguns cases que marcaram na empresa. O redesenho da marca do Colégio Anchieta, do Laboratório Weimann e da Mercur foram alguns deles. “Fizemos um lifting nessas marcas! Um trabalho quase cirúrgico, onde não mudar muito era a grande maestria da coisa”. Mantida a tradição, conquistada com anos de atuação no mercado, e agregando valor com modernidade, as marcas receberam um *up grade*. “O legal é quando sentimos o retorno do trabalho. Quando alguém vem comentar que ficou bom mesmo”.



José Antônio Verdi (esq.) e equipe da Verdi Design

Eu também fui Pini

Falando de prêmios, um logo vem à mente de José Antônio Verdi: O Fernando Pini 98, conquistado através de um trabalho inscrito na categoria Catálogos e Materiais Diversos. “Esse nós ganhamos junto com a Indústria Gráfica. A Trindade, que rodou o catálogo naquela época, divulgou o trabalho e o prêmio junto com a gente. Foi muito importante para incrementar o nosso reconhecimento no mercado”. Mais do que isso, foi inédito, pois pela primeira vez uma empresa de design conquistou um prêmio do setor Gráfico.



Verdi Design

Um Verdi é pouco, dois é bom demais

Foi do “chão” de uma gráfica que veio um dos braços da sociedade. Como arte-finalista, primeiro numa gráfica expressa e depois numa gráfica Off-Set, ele começou a aprender o *métier*. Completou o conhecimento no curso de Publicidade e Propaganda. O outro braço veio do setor Serigráfico, chegou a ter uma confecção e atuou no mercado publicitário. Em 1995, eles decidiram unir as forças, porque juntos, dois braços, duas especialidades, duas cabeças pensantes, dois Verdi resultariam numa empresa: a Verdi Design. Essa grande sacada aconteceu dentro de casa, no ambiente familiar. José Antônio e Luiz Mário Verdi são irmãos.

Os primeiros trabalhos que estamparam o nome Verdi foram desenvolvidos de forma doméstica, em casa e com pouca estrutura. Quando a coisa engrenou, eles ganharam uma mesinha, uma linha telefônica e um computador dentro de uma agência de publicidade chamada House Comunicação (hoje ela nem existe mais). Lá começaram a montar o seu portfólio e a se definir no mercado. “O nosso maior mérito ao começar a empresa foi justamente focar naquilo que nós sabíamos fazer, que era design gráfico, coisa que até hoje continuamos fazendo”, complementa José Antônio Verdi. Mas ser pequeno tem suas vantagens sinaliza Verdi. “Quando se começa um negócio, mesmo sendo em design que era uma coisa difícil de se vender há alguns anos, os custos são menores e a gente vai crescendo com a força de quem acredita no trabalho”. Foi o que aconteceu.

Hoje a Verdi é uma empresa especializada em criação e posicionamento de marcas. “Tem clientes em que a gente começa na definição da estratégia e vai até a criação da identidade visual do negócio. Outros querem ir além, agregando à atividade de design um trabalho de comunicação e marketing. Nesse caso a gente procura trabalhar em conjunto com agências de publicidade, unindo o posicionamento da marca com um plano de comunicação, e isso é muito legal”.

Criando marcas de sucesso

José Antônio define as marcas como sendo a representação da cultura de uma empresa. Se uma expressa bem a outra, se estão em sintonia, o negócio vai de vento em popa. Se a marca não mostra a essência da empresa, o resultado é o fracasso total. “Eu uso sempre o exemplo da árvore. As raízes representam a cultura da empresa, garantem sua sustentação e são invisíveis. O tronco é a estrutura física e a copa, o visível, é a marca. Não dá pra ter uma raiz de palmeira e uma copa de figueira. As coisas têm que ser compatíveis”.

É dessa compatibilidade que a Verdi Design entende bem. Ela tem um estilo, que é o de buscar sempre entender a cultura do cliente. Isso parte de um trabalho intenso de diagnóstico, com entrevistas com dirigentes, com funcionários, além, é claro, de verificar o que concorrente está fazendo. Tudo é uma questão de percepção. O design hoje funciona mais como atividade técnica, objetiva, disciplinada, do que só como criação. “Nem seria possível ser só atividade criativa. Eu tenho que dar resultado, números concretos para o meu cliente, então tenho que entender do negócio dele. Não impomos uma arte porque isso não dá resultado”, sinaliza Verdi. “A essência está em perceber o que o cliente do nosso cliente quer e busca. Temos que vestir a pele dele”.

Um outro nicho, trabalhado pela Verdi desde a fundação, são os projetos de design visando a sinalização de ambientes. “O design gráfico está bem disseminado no mercado e a nossa técnica de perceber a cultura do cliente parece ser o caminho acertado para isso. Queremos é investir cada vez mais em sinalização como comunicação eficiente”.

O mercado gráfico

“Já teve uma época em que éramos considerados os chatos do negócio pelos gráficos. Agora, somos parceiros”, diverte-se Verdi com a reviravolta das coisas. “Sempre estávamos pedindo uma coisa diferente, um papel, uma cor, um detalhe. Acho que eles não nos suportavam! Mesmo assim,

JUNHO

10 a 13 – A Fispal tecnologia 2003 – 19ª Feira Internacional de Embalagens e Processos Industriais será realizada no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Informações pelo telefone (11) 3759.7090, e-mail tecnologia@fispal.com, ou no site www.fispal.com

12 – A Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade estará promovendo o seminário **Em Busca da Excelência**. Uma oportunidade única para conhecer a cultura da excelência das organizações Classe Mundial. Inscrições e informações pelo fone (11) 5506.4037, e-mail seminarios@fpnq.org.br ou site www.fpnq.org.br.

14 – Será realizado em parceria com o CEP Senai de Artes Gráficas o curso **Produção Gráfica** para profissionais das áreas de vendas, orçamento e produção e que exercem influência direta no planejamento e controle da produção nas empresas gráficas. O curso terá 8 horas de duração e visa a transmitir conhecimento e linguagem técnicos sobre o fluxo produtivo e suas variáveis nos setores de vendas, custos, pré-impressão, impressão e pós-impressão. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

17 – Será realizado no Sindigraf-RS/ Abigraf-RS, das 14 horas às 17h30min, o **Workshop Indicadores Setoriais** destinado a empresários, coordenadores da qualidade e profissionais

envolvidos no gerenciamento das empresas gráficas. No evento serão apresentadas as experiências de algumas empresas com o gerenciamento de indicadores, além do lançamento de novos indicadores e esclarecimento de dúvidas quanto a utilização das fórmulas. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

23 – Será realizada, das 14 horas às 17 horas, uma **Visita Técnica ao Laboratório Weinmann**. O foco será o Gerenciamento dos Indicadores. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

25 – Será realizada na sede do Sindilojas em Santa Cruz do Sul, a partir das 19 horas, a palestra **O Gerente do Século XXI** com o consultor Nelson Kafruni. O evento é destinado aos empresários, diretores e gerentes das empresas gráficas filiadas e/ou associadas no Sindigraf-RS/ Abigraf-RS da região e abordará os níveis e as funções gerenciais, a aplicação das teorias de comportamento na função gerencial e as características do gerente nota dez. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

28 – Será realizado em parceria com o CEP Senai de Artes Gráficas a terceira turma do curso

Tratamento de Imagens com Photoshop para profissionais das áreas de Pré-Impressão e Design das empresas gráficas. O curso, que terá 8 horas de duração, objetiva apresentar metodologias adequadas de correção de fotografias usando o software Adobe Photoshop, observando as características de impressão. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

JULHO

4 – Um jantar especial seguido de baile com o Show Musical Caravelle está previsto na programação da festa comemorativa ao **Dia da Indústria Gráfica** que a Abigraf-RS realizará na Associação Leopoldina Juvenil, em Porto Alegre. As empresas filiadas e/ou associadas no sistema Sindicatos/ Abigraf-RS em dia com suas contribuições terão direito a convites gratuitos. Mais informações pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – Porto Alegre-RS.

25 – Inicia o curso de **Gestão pela Qualidade Total** na Abigraf-RS. Com carga horária de 32 horas, o objetivo é facilitar o processo de aprendizagem da metodologia de Gestão pela Qualidade Total, tendo como referência o Sistema de Avaliação do PGQP. Informações e inscrições pelo telefone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br, ou na Av. Pernambuco, 2623/ 5º andar – Porto Alegre-RS.

ATENÇÃO

A agenda de eventos também está disponível no site www.abigraf-rs.com.br. Acesse periodicamente para consultar os novos eventos programados e/ou realizar inscrições.

Calendário

- 10 DE JULHO**
Prêmio Qualidade RS
- 2 DE AGOSTO**
Curso Fechamento de Arquivos Digitais
- 12 DE AGOSTO**
Palestra Eficiência Energética na Indústria Gráfica
- 19 A 21 DE AGOSTO**
Curso Técnicas de Negociação para Compradores
- 23 DE AGOSTO**
Curso Gerenciamento de Indicadores
- 13 DE SETEMBRO**
Curso Controle do Processo de Impressão Off Set
- 15 A 29 DE SETEMBRO**
Curso Planejamento Estratégico
- 18 E 19 DE SETEMBRO**
Formstech 2003
- 20 E 27 DE SETEMBRO**
Curso Técnicas de Vendas
- 3 E 4 DE OUTUBRO**
Curso de Padronização
- 8 A 11 DE OUTUBRO**
Tecgraf, em Curitiba (PR)
- 16 A 18 DE OUTUBRO**
XII Congraf, em Rio Quente (GO)
- 6 DE DEZEMBRO**
Festa de Fim de Ano Sindigraf-RS/Abigraf-RS



Rio Grande do Sul em revista Veículo trimestral



Anuncie
e fale diretamente com quem é importante para a sua empresa
Fone: (51) 3346.3800

Parceria beneficia associados

Os associados do sistema Sindicatos/Abigraf-RS já podem contar com mais uma vantagem para seus negócios. As entidades firmaram parceria com a Fiat San Marino em duas modalidades para aquisição de veículos por Pessoa Jurídica, garantindo acesso facilitado e condições especiais



Ambrósio Pesce Neto, Carlos Evandro Alves da Silva e Antonio Carlos Azmus

Venda corporativa

Através da venda corporativa na Fiat San Marino, os associados do o Sistema Sindicatos/Abigraf-RS em todo o Estado podem adquirir veículos com preços diferenciados pelo sistema de frotistas. Ambrósio Pesce Neto, diretor comercial da San Marino, explica os detalhes deste benefício:

Abigraf-RS em Revista – Como funciona a venda corporativa na Fiat San Marino?

Ambrósio Pesce Neto – A área corporativa é aquela que atende ao frotista, dentro da rede de concessionários San Marino. A empresa frotista é classificada pelo número de automóveis que possui ou pelo número de aquisições que faz em um determinado período. Essa relação é direta com a Fiat Automóveis, ou seja, a rede de concessionários San Marino atua apenas como intermediária junto à fábrica.

Quem faz o faturamento do veículo, diretamente ao consumidor final, é a própria Fiat Automóveis, e não a San Marino. Assim, temos uma área chamada Vendas Corporativas San Marino, que atende somente essas relações corporativas, onde recebemos as empresas individualmente. Dentro da sua necessidade, cada empresa é classificada em uma categoria para fazer o pedido que será encaminhado para a fábrica, onde a compra é faturada diretamente para a empresa e enviada para a concessionária. Aqui, nós fazemos o procedimento de revisão e a entrega ao cliente.

AR – O que é exatamente essa parceria entre a San Marino e a Abigraf-RS?

APN – No caso da Abigraf-RS, essa relação é mais corporativa do que nunca, pois existe um grupo de empresas de um mesmo segmento que fazem parte de uma associação, e nós colocamos o grupo Fiat e San Marino na relação com esse grupo. Então, nós procuramos a entidade, através do presidente Carlos Evandro Alves da Silva, para que pudéssemos estabelecer uma regra diferenciada ao associado, que já pode ter acesso a essa área Corporativa da San Marino. Estamos trabalhando com uma tabela especial, pois entendemos que toda a empresa associada da Abigraf-RS precisa ter um atendimento diferenciado.

AR – Quais as principais vantagens dessa parceria?

APN – Na aquisição do produto, o associado da Abigraf-RS terá uma linha de atendimento diferenciado, porque também é um benefício para nós estarmos integrados com o setor Gráfico e com a sua entidade. Assim, podemos uniformizar o atendimento e garantir a agilização do processo. A compra pode ser à vista ou financiada através de um banco, até mesmos aqueles já conveniados com a Abigraf-RS, para fornecer taxas diferenciadas ou linhas de crédito especiais para automóveis. Nosso principal objetivo é facilitar a aquisição do bem e oferecer uma linha de comercialização a qual a empresa não teria acesso sozinha.

Parceria Senai Abigraf-RS/Sindigraf-RS

O Centro de Educação Profissional Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, localizado em Porto Alegre, mantém com o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS uma parceria de muitos anos, buscando sempre a qualificação dos colaboradores da Indústria Gráfica no Estado. Cada vez mais, o empresário gráfico tem consciência da necessidade de profissionais qualificados, muitos até solicitam a formação no Senai-RS como pré-requisito, o que dá credibilidade e incentivo à escola para continuar investindo na busca de parcerias. Junto ao Sindigraf-RS/Abigraf-RS, a escola promove diversos cursos técnicos para as empresas filiadas e/ou associadas às entidades. Em 2003, estarão divulgando cursos nas áreas de Pré-Impressão e Impressão Offset. Além disso, também participam do Comitê Ambiental, que visa o desenvolvimento sustentável da Indústria Gráfica.



Confira as modalidades de ensino oferecidas pelo CEP Senai de Artes Gráficas

- **Aprendizagem:** Pré-Impressão, Impressão e Acabamento
- **Qualificação:** Impressão Offset Monocolor, Impressão Offset Seleção de Cores, Page Maker, Corel Draw, Serigrafia
- **Aperfeiçoamento:** Manutenção de Máquinas Gráficas, Design Gráfico, Produção Gráfica, Cursos de Informática Básica, Encadernação de Livros Fiscais, Operador de Guillotina, Custos e Orçamento
- **Assessoria Técnica e Tecnológica:** assessoria para a implantação de programas de qualidade, desenvolvimento de novos produtos, assessoria em layout, diagnóstico e melhoria de processos produtivos e assessoria em questões ambientais (redução de desperdícios, tecnologias limpas, gerenciamento de resíduos)

Opinião

Veja o que alguns alunos do curso de Pré-Impressão do CEP Senai de Artes Gráficas dizem sobre a escola.

“O Senai-RS é a estrutura para o ingresso no mercado de trabalho, nos dando um ensino com alto nível de capacitação profissional e pessoal. O que mais gosto é a área de Informação Profissional e Orientação Profissional, que nos oferece aulas diversificadas e mostra como encarar de forma correta o mercado e a vida. Quando concluir o curso, espero conseguir um emprego na área Gráfica para aplicar o que aprendo aqui e, gradativamente, crescer dentro da empresa e junto com ela”.

Daiane Dedordi, Gravataf

“É uma grande instituição, muito atualizada e que nos proporciona a base para ingressarmos no mercado de trabalho. Gosto muito da preocupação que o Senai-RS tem com os alunos, desde as dificuldades na aprendizagem até os problemas pessoais. Tenho certeza de que as chances são maiores de conseguir vagas nas empresas com esta formação”.

Leonardo Soares Barbosa, Cachoeirinha

“O CEP Senai de Artes Gráficas é a base profissional da minha vida. Em matéria de ensino, a escola dá ‘show’. Aulas totalmente diversificadas, quebrando a rotina e despertando o interesse do aluno, que interage com colegas e instrutores. Pretendo me aperfeiçoar cada vez mais e cumprir as exigências do mercado”.

Vanessa Marques Daniel, Gravataf



CEP Senai de Artes Gráficas
Av. Assis Brasil, 8450.
Porto Alegre-RS
Fone: (51) 3347.8400

SENAI

Preparando sua empresa para o futuro



José Arthur Horn

Qual a empresa que não gostaria de garantir sua posição no mercado daqui muitos anos? Foi para atender essa expectativa que o administrador José Arthur Horn, consultor do Sebrae-RS, apresentou a palestra Preparando sua Empresa para o Futuro, dia 15 de abril, na sede do Sindigraf-RS/Abigraf-RS. Segundo Horn, o conceito de competitividade está mudando. Agora, o foco das empresas não é “derrubar” o concorrente, mas estar sempre participando do mercado. “Não é mais possível crescer isoladamente. Na competitividade deve haver cooperação”, explicou. As empresas devem ajudar umas às outras para fortalecer o setor e, assim, todas serão boas em um determinado negócio. Para ser boa, “não basta mais atender às expectativas do cliente. É preciso superar, exceder, oferecer mais do que ele quer. Isso é qualidade”, diz Horn. Para se manter no mercado, três pontos

devem merecer atenção especial do empresário: perenidade (fazer com que a empresa tenha vida mais longa), sobrevivência (continuar fazendo ações para manter a posição já conquistada) e evolução (trazer novidades, melhorar, incrementar o negócio).

Coragem para mudar

Também é preciso romper paradigmas. Acomodação e medo de errar são os motivos geralmente alegados para evitar a mudança na cultura empresarial. Porém a mudança também traz oportunidades. “Todos os dias, o empresário deve medir os prós e os contras antes de tomar uma decisão”, disse o palestrante. É preciso prever as possibilidades. Diante de uma crise, o melhor é proagir ao invés de reagir, ou seja, não esperar os problemas acontecerem para encontrar soluções. Outro caminho para garantir a durabilidade de uma empresa é viver o presente, agindo imediatamente após a tomada de decisões. Não adianta só planejar ações sem colocá-las em prática. É claro, tudo deve ser feito com visão de mercado. O empresário precisa estar de olho no que acontece fora da empresa, acompanhando as movimentações e tendências do próprio setor. Olhar para fora, sim, mas também para dentro de casa. O erro da maioria dos empresários é ouvir apenas seus gerentes e diretores. Aqueles que não são escutados, segundo Horn, são em geral os que mais conhecem os problemas da empresa, é preciso conversar com todos na equipe.

Depoimentos

“Os conceitos foram fundamentais para o dia-a-dia da organização e ajudaram a ver as tendências de mercado, conhecer melhor o meio em que estamos inseridos e estabelecer estratégias de atuação”.

Marinês Zanella
Sociedade Pobres Servos da Divina Providência, Porto Alegre

“A palestra foi muito importante para a formação do empresário e para a própria formação dos funcionários. O que mais chamou a atenção foi o foco em gestão. O caminho é visar o futuro, preparando a empresa para o mercado”.

Marcelo Benites
K Dez Gráfica, Viamão



1 Marinês Zanella

2 Marcelo Benites

AR – O benefício é voltado aos associados da Abigraf-RS, em dia com as contribuições. Vocês terão algum controle para verificar isso?

APN – A cada pedido realizado por um associado, faremos uma consulta à Abigraf-RS para verificar se ele está dentro das normas da parceria estabelecida.

Tabela de descontos de frotista

Veículos	Desconto*
Uno Fire, Palio Fire	13,03%
Palio EX 1.0	12,51%
Palio EX 1.3	10,37%
Palio EX 1.8, Palio ELX 1.8, Siena EX 1.3, Siena EX 1.8, Siena ELX 1.8, Palio Week EX 1.3, Palio Week EX 1.8, Palio Week Stile 1.8, Palio Adventure	15,38%
Siena Fire	12,81%
Marea	12,37%
Brava	11,32%
Doblô Passageiro	12,57%
Stilo 1.8 8v/16v	11,97%
Stilo Abarth	12,63%
Utilitários	Desconto*
Strada, Fiorino	15,71%
Strada CE	14,61%
Doblô Cargo	11,78%

* Descontos a serem aplicados sobre os preços públicos dos veículos e opcionais (Preço de rede divulgado pela Fiat) - Maiores informações sobre o convênio, preços dos veículos e condições de financiamento pelo fone 3212-8214

Consórcios

Os associados do Sindigraf-RS/Abigraf-RS terão atendimento diferenciado para a aquisição de veículos através do sistema de consórcios. Antônio Carlos Azmus, diretor da Administradora de Consórcios San Marino, fala sobre a parceria estabelecida com as entidades:

Abigraf-RS em Revista – O que é essa parceria entre a San Marino e a Abigraf-RS?

Antônio Carlos Azmus – A administradora San Marino formou parceria com a Abigraf-RS para oferecer consórcios aos associados com diferenciais de custos e benefícios para essas empresas. As vantagens incluem parcelas reduzidas, facilidade na aquisição do bem e menores taxas do mercado.

AR – Quem poderá ter acesso ao benefício?

ACA – Todos os associados da Abigraf-RS no Estado, em dia com seus pagamentos.

AR – Quais modelos e que média de valores serão oferecidos?

ACA – Vamos trabalhar com valores que vão desde o Uno Mille até o veículo mais sofisticado da linha Fiat, o Marea HLX. Então, os créditos poderão variar de R\$ 14 mil a R\$ 60 mil.

AR – Como as gráficas podem ter acesso ao benefício?

ACA – Entraremos em contato com os associados através da nossa equipe de vendas. Aqueles que não forem contatados e quiserem antecipar esse fechamento de cotas podem nos ligar e falar diretamente com o departamento de Vendas de Consórcios, através do fone (51) 3338.1122.

AR – E os associados do interior?

ACA – Eles precisam entrar em contato com a San Marino, em Porto Alegre. Com exceção de Pelotas e região, e a Grande Porto Alegre, que tem as suas filiais da San Marino em Viamão, Guaíba, Gravataí, Cachoeirinha, zona Sul de Porto Alegre e bairro Menino Deus.

Fiat San Marino
Av. Cristiano Fischer, 1680 - Porto Alegre-RS
Fone: (51) 3338.1122, ramais 209, 283, 296 ou 336
E-mail: corporativas@sanmarinofiat.com.br
Filial Pelotas: (53) 273.3838.

Coquetel marca lançamento da parceria

O lançamento oficial do convênio entre o Sindigraf-RS/Abigraf-RS e a Fiat San Marino reuniu jornalistas, representantes da Fiat, empresários e gerentes de gráficas. Durante um coquetel realizado no dia 30 de maio, na loja da San Marino em Porto Alegre, o presidente das entidades Carlos Evandro Alves da Silva agradeceu a confiança da Fiat e a oportunidade de facilitar a aquisição de veículos para a Indústria Gráfica. Além dele, estiveram presentes Roberto Chiavelli, gerente geral da Fiat, Pedro Zaluski, diretor da Fiat San Marino, Ricardo Malcon, presidente da Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento (Acrefi), Ambrósio Pesce Neto, diretor comercial da San Marino, e Antônio Carlos Azmus, diretor da Administradora de Consórcios San Marino.



A distribuidora com o melhor mix de papéis do Brasil.



0800 55 3966

www.spp-nemo.com.br

Agora também com tintas. CROMOS

As vantagens da empresa ser filiada/associada e regularizada

Na condição de associadas, as empresas do setor têm benefícios ainda maiores, com acesso a serviços diferenciados para aumentar a qualidade das gráficas no seu Estado. As gráficas filiadas e também associadas ao Sistema Sindicatos/ Abigraf-RS dispõem de descontos especiais e isenção de pagamento em todas as atividades oferecidas pelas entidades. Mas não esqueça! Tanto para filiados, como também sócios da entidade, os benefícios serão concedidos somente aos que estiverem com as contribuições em dia

Empresas somente filiadas ao Sindigraf-RS

Gráficas que recolhem as Contribuições Sindical e Assistencial Patronal:

Assessoria jurídica na área trabalhista
Atendimento gratuito a consultas pertinentes à Convenção Coletiva de Trabalho vigente

Assessoria jurídica na área tributária e fiscal

Atendimento gratuito a consultas quanto à legislação tributária e fiscal referentes ao setor Gráfico

Assessoria na área de qualidade total
Orientação na implantação e manutenção da gestão pela qualidade total

Fornecimento de documentos (Declarações e Atestados)

Para participação da empresa em concorrências, licitações e outras atividades. Inclui a Declaração de Regularidade Sindical (DRS), Declaração de Registro de Atestado de Capacidade Técnica (DRACT) e Declaração de Registro de Bens Patrimoniais (DRBP)

Informações de interesse do setor Gráfico

Através da Revista ou do site e de correspondências, fornece informações importantes para a categoria, como alterações da legislação, novidades do mercado, tendências, produtos e serviços, além de fatos pertinentes ao ramo Gráfico

Indicadores Setoriais

Atualmente são 16 índices avaliados. Entre eles, o percentual de rotatividade, escolaridade, inadimplência, absenteísmo, faturamento por funcionário e devolução. Os dados fornecidos pelas empresas são tabulados, resultando no “desempenho médio” por indicador. Estas médias são informadas às empresas participantes do processo

Negociação com a classe trabalhadora

Anualmente, quando da negociação com a classe trabalhadora, cuja data base é 1º de abril, a entidade defende os interesses da categoria

Pesquisa de satisfação de clientes

Apresenta uma diretriz para as empresas do setor de como estão suas posições perante seus clientes

Pesquisa salarial

Apresenta um indicador para que as empresas do setor possam fazer um quadro comparativo referente à questão salarial

Publicações diversas (cartilhas, manuais, relação de empresas)

Referentes a assuntos que necessitam de uma informação mais detalhada e/ou de conscientização. Entre elas: Cartilha do Meio Ambiente, com orientação sobre lixo e resíduo; Classificação dos Resíduos Gráficos, conforme o grau de risco, qual o destino correto destes; Relação de Empresas para Coleta, Transporte e Tratamento dos Resíduos Industriais, com indicação de empresas sem compromisso quanto à idoneidade ou habilitação de empresas para estes serviços

Eventos técnicos

Palestras, cursos, encontros, seminários, workshops, fóruns, feiras e outros, voltados principalmente para o aperfeiçoamento dos níveis Estratégico (proprietários, sócios, diretores), Técnico (gerentes e supervisores) e Operacional (funcionários) das empresas gráficas. Estas atividades abrangem as seguintes áreas da empresa: Produção (pré-impressão, impressão, acabamento, tecnologia gráfica, materiais, compras e manutenção), Comercial (marketing e vendas), Administrativa (geral, financeira, tributária, trabalhista, segurança no trabalho, ambiental,

que coordenam os trabalhos, e com diretores que administram o setor e respondem por ele frente ao diretor ou presidente final. Kafruni esclarece que há uma solução para o impasse, desde que sejam estabelecidas políticas claras em cada nível gerencial e para cada área, visando suprir demandas, organizar e fixar regras. “O bom gerente será sempre aquele que souber delegar funções”, complementa.

Quando é hora de delegar

O que têm em comum as 500 maiores empresas do mundo? Sem dúvida, diz Kafruni, o fato de começar de forma caseira, quase amadoristicamente, tendo uma administração informal. O ponto alto é que na sua evolução, todas têm a figura de um líder centralizador. “Esse centralizador pode ser o próprio fundador, ou um sócio, alguém que chega e assume o papel de líder, visando desenvolvimento. Antigamente, as políticas e as regras da empresa estavam na cabeça desse centralizador e a empresa caminhava para o sucesso ou decadência conforme a capacidade dele. Se fosse bom, a empresa crescia. Se fosse ruim, a empresa afundava”, diz Kafruni.

Mas o fato mais marcante é que, com a evolução das técnicas de administração de empresas e do próprio mercado, todo negócio, ainda que tenha um centralizador, chega a um ponto de estagnação. “Aí é que se faz necessário colocar sangue novo no processo, para continuar crescendo. É a hora de delegar funções”, argumenta o palestrante. Kafruni enumera então três etapas distintas na história da empresa: a informalidade ou liberdade, a centralização e a delegação. Crescer na fase da delegação só poderá ser uma tarefa fácil e possível a partir do controle dos processos. “Um bom sistema de controle de informações permite que as decisões sejam tomadas em níveis diferentes de gerenciamento, sem que se perca noção do todo do trabalho”.

Opinião

“Este curso me proporcionou uma visão mais ampla do gerenciamento dentro da empresa em que eu trabalho. Algumas noções, formas de encarar o processo e de se comunicar com os colegas, que foram aprendidas aqui, eu vou tentar levar para o meu dia-a-dia”.

Rafael Noal Vieira da Cunha
Gráfica Jacuf Ltda, de Cachoeira do Sul

“O curso foi muito instrutivo para desenvolvermos técnicas e estratégias de gerenciamento. Ficaram claras a necessidade e a importância de investirmos mais na convivência com nossos colaboradores. Precisamos aprender a nos relacionarmos melhor, sem sermos rudes ou leves demais, mas simplesmente sendo profissionais”.

Sérgio Corrêa Gomes
Tecnofacas, de Canoas

“Desde a primeira aula que tivemos, eu já senti que houve diferença na minha postura de gerente. Essa mudança está justamente na forma de abordar o nosso cliente interno, conseguindo dele o máximo de colaboração. Nós entendemos que, para que a empresa dê resultados, é fundamental que o funcionário esteja satisfeito, e o gerente tem que colaborar para isso. Com técnicas específicas de administração, é possível melhorar o gerenciamento da empresa”

Paula Rockenbach de Bem
Ubea – Escola Profissional Champagnat, de Porto Alegre

“O curso é na verdade uma recapitulação do que a gente aprende no cotidiano de uma empresa. Acho que esse tipo de curso é fundamental para a classe e é importante que o Sindicato coloque à disposição de seus filiados essa oportunidade. Depois desses encontros, acredito que todos nós passaremos por um processo de avaliação nas empresas, onde vamos ver o que está certo e o que precisa melhorar. Daí, poderemos aplicar os conceitos que vimos aqui”.

Carlos Eduardo Alves da Silva
Gráfica Alziro, de Porto Alegre

“Aprender a desenvolver a gestão de pessoas é uma habilidade que eu busquei neste curso e com certeza eu vou mudar o meu posicionamento com relação aos funcionários, tentando ser mais natural e humano. Acho que todos precisam ser vistos não só como profissionais mas também como pessoas, que têm dificuldades, problemas e uma vida fora do ambiente de trabalho”.

André Luis Zilio
Zipp Imagem, de Porto Alegre



1 Rafael Noal Vieira da Cunha

2 Sérgio Corrêa Gomes

3 Paula Rockenbach de Bem

4 Carlos Eduardo Alves da Silva

5 André Luis Zilio

Habilidades Gerenciais

O ponto-chave do sucesso empresarial

Melhorar a comunicação e o relacionamento interno da empresa e garantir uma troca de informações mais eficaz entre os públicos internos, e desses com os clientes. Essas foram as principais razões que motivaram empresários e funcionários do ramo gráfico a procurar o curso Desenvolvimento de Habilidades Gerenciais

“O proprietário da gráfica pode ter um excelente controle do processo, quando o volume de trabalho é pequeno. Nesse caso, ele está em dois níveis, sendo operador e gerente ao mesmo tempo. Ele administra e está constantemente nas máquinas, conferindo o material que está sendo impresso. Mas quando a empresa cresce, o proprietário deixa de ser operador, de ser gerente, e passa para um nível institucional mais elevado, o de diretor, e é aí que surgem alguns problemas relacionados à administração da empresa”. Dessa forma o consultor Nelson Kafruni explicou aos participantes do curso Desenvolvimento de Habilidades Gerenciais como a “crise gerencial” pode se instalar e até ser devastadora para o negócio, caso não seja controlada.

O curso ocorreu na sede do Sindigraf-RS/Abigraf-RS e, devido à grande procura, duas turmas foram lotadas, de 8 a 10 de abril e de 6 a 8 de maio. Em ambas, Kafruni enfatizou que a grande dificuldade do pequeno empresário gráfico está em saber lidar com o crescimento da empresa e com a mudança de nível gerencial. O empresário, aos poucos, acaba se dando conta de que não poderá mais fazer como antes, quando era operador e gerente. Ele não terá meios de centralizar tudo, cuidando de vendas,



Kafruni: “ser líder é a arte de se tornar desnecessário. Assim, todos caminharão com suas próprias pernas no dia-a-dia da empresa”.

do contato com fornecedores, da produção, da administração, do balanço financeiro, do contato com bancos e financiadores. Sendo diretor, terá que optar pela delegação de funções a outros gerentes, que cuidarão das respectivas áreas. “A diferença entre o diretor e o gerente é que o primeiro cuida do relacionamento da empresa com o mercado, atuando para fora da empresa, percebendo o ambiente político, revendo índices econômicos e fiscais, a situação dos concorrentes, etc. Já o gerente irá executar internamente as decisões e políticas da empresa”, define o instrutor.

Entendendo os níveis no dia-a-dia da empresa

O desgaste do empreendedor que montou uma pequena empresa e foi pego de surpresa ao perceber que estava crescendo será ainda maior ao notar que não apenas mudou de nível, mas que os três níveis gerenciais (operador, gerente e diretor) continuam presentes em todas as áreas da empresa. Seja a área Comercial, Financeira, Técnica, Administrativa, todas contam com funcionários que são operadores e desempenham funções, com gerentes,

indicadores setoriais), Qualidade (gestão empresarial, planejamento, 5S, sistema de avaliação do PGQP)

Eventos sociais

Comemorações de datas significativas para o setor Gráfico, como o Dia da Indústria Gráfica (24 de junho), premiações e reconhecimentos, solenidades e a tradicional Festa de Fim de Ano. O objetivo é congrega a família gráfica gaúcha, proporcionando a integração, além de destacar as entidades e o setor Gráfico na mídia em geral

também recolhem Contribuição Social (associativa), que acrescentam os serviços a seguir:

Direito de voto

Direito de votar nas eleições e decisões, como também de ser votado para fazer parte da diretoria ou Conselho das entidades

Sistema informatizado de gerenciamento da empresa

Sistema criado especificamente para o setor gráfico, que permite visualizar com mais clareza os custos de produção, a formação do preço de venda e a avaliação dos índices de produção. Possibilita que a empresa utilize este sistema por um valor diferenciado

Consultas de cadastros de clientes, cheques sustados, roubados, extraviados e cheques sem fundo

Através de convênio com a Central de Informações Cadastrais (CIC), por um valor diferenciado

Empréstimos e financiamentos/convênios

Através de convênios com a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil, possibilita que as empresa obtenham empréstimos ou financiamentos com taxas diferenciadas e aquisição de veículos Fiat San Marino

Divulgação dos produtos e serviços que a empresa produz

Através do site, permite que os clientes cheguem até sua empresa via internet, possibilitando inclusive a solicitação de orçamentos ou link com sua página

Videoteca

Locação de fitas de vídeos com temas voltados para as áreas de Administração, Comercial e Qualidade

Eventos técnicos

Inscrições gratuitas ou com desconto especial

Eventos sociais

Convites gratuitos ou com desconto especial

Empresas associadas ao sistema Sindicatos/ Abigraf-RS

Além das contribuições obrigatórias, Sindical e Assistencial Patronal,

Por que ser filiado e/ou associado?

Associe-se ao Sindigraf-RS e Abigraf-RS e garanta ainda mais vantagens para a sua empresa. Informe-se na Secretaria das entidades, pelo fone (51) 3346.3800

Toda empresa legalmente constituída deve, obrigatoriamente, filiar-se ao sindicato representativo de sua categoria econômica e, assim, recolher anualmente a Contribuição Sindical estabelecida conforme o artigo 579 da CLT. O valor recolhido é calculado pelo capital social da empresa, enquadrado na tabela divulgada pelo Ministério do Trabalho no início de cada ano. O

recolhimento deve ser feito em qualquer agência da Caixa Econômica Federal através de guia específica (GRCS), ao Sindicato representativo da atividade econômica preponderante. Parte deste valor fica com o Governo Federal e parte é repassada para o Sindicato desenvolver suas atividades em defesa do setor que representa. O primeiro recolhimento (inicial) é feito no mês do registro da empresa e, os demais, no mês de janeiro. Além da Contribuição Sindical, toda empresa filiada ao Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul (Sindigraf-RS), ao Sindicato das Indústrias Gráficas de Caxias do Sul (Singraf) ou ao Sindicato da Indústria Gráfica de Pelotas (Singrapel) deve também pagar a Contribuição Assistencial, que é decorrente da negociação coletiva de trabalho entre a classe patronal e a classe trabalhadora, cuja data base é 1º de abril. Esta contribuição é definida na Assembléia Geral Extraordinária, realizada em março, e calculada com base nos salários de abril. O recolhimento é dividido em duas parcelas, normalmente com vencimento em maio e outubro, e feito diretamente ao Sindicato que está cadastrada/filiada.

Com as contribuições acima mencionadas em dia, a empresa estará atuando legalmente no mercado e terá, em contrapartida, um Sindicato representativo e atuante em defesa de seus interesses. Além de filiar-se ao Sindicato, o que é obrigatório por lei, a empresa poderá associar-se à entidade, passando automaticamente a ser sócia também da Associação Brasileira da Indústria Gráfica – regional Rio Grande do Sul (Abigraf-RS). A contribuição social que a empresa paga pelo associativismo é única, mas integra o quadro social do sistema Sindicatos/Abigraf-RS. A empresa tem mais benefícios que as só filiações, conforme a descrição de produtos e serviços que as entidades prestam.

Atenção!

Se a sua empresa ainda não está regularizada junto ao Sindicato da Indústria Gráfica de sua base territorial, regularize-a imediatamente.

Gráficas e resíduos: parceria com o Estado para buscar alternativas

Descobrir soluções para o gerenciamento de resíduos na Indústria Gráfica. Foi com esse objetivo que o coordenador e membro do GT Ambiental do Sindigraf-RS/Abigraf-RS, Lourival Lopes dos Reis, juntamente com a engenheira civil Heloíse Coutinho, o presidente das entidades, Carlos Evandro Alves da Silva, e o presidente do Singraf Caxias Paulo Carrer, estiveram reunidos com o secretário estadual do Meio Ambiente, José Alberto Wenzel, e o presidente da Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam), Cláudio Dilda. O encontro foi realizado no dia 22 de maio, na sede da Fepam.

A proposta é que seja elaborado um guia ambiental da Indústria Gráfica no Estado, a exemplo do Sindigraf-SP, porém mostrando não apenas as orientações técnicas, mas também as ações práticas que conduzam o gerenciamento ambiental. Para isso, será necessário fazer um mapeamento das gráficas gaúchas e definir uma única classificação para os resíduos, buscando, inclusive, o auxílio de pesquisas universitárias. Inúmeras ações já foram realizadas pelo Sindigraf-RS/Abigraf-RS, como a promoção de cursos, a busca de parcerias e a elaboração da cartilha sobre o Meio Ambiente, mas as empresas continuam enfrentando a rígida legislação sem o apoio dos órgãos ambientais. “Se não tivermos o auxílio direto dos órgãos competentes, nos

mostrando os caminhos e o que pode ser feito, nós realmente não conseguimos fazer nada”, ressaltou Carlos Evandro Alves da Silva. Em Caxias do Sul, por exemplo, o Singraf negociou com uma empresa de Curitiba (PR) para fazer o recolhimento dos resíduos nas empresas, mas ainda continuam com esses materiais estocados e sob o risco de serem multadas. Assim, a diretoria das entidades procurou o governo do Estado para evitar que as gráficas permaneçam sem orientações e pressionadas a dar um destino adequado para seus resíduos. O resultado desse encontro foi a formação de um grupo composto por integrantes do Sindigraf-RS/Abigraf-RS, representantes da Secretaria Estadual do Meio Ambiente, da Fepam, que serão responsáveis por dar continuidade aos trabalhos. Num segundo momento, o grupo irá buscar também a parceria das secretarias municipais, responsáveis pela fiscalização junto às empresas. Ao final da reunião, Cláudio Dilda traduziu seu otimismo com as decisões tomadas. “É de iniciativas como essa que o Estado precisa”, declarou. O secretário estadual do Meio Ambiente José Alberto Wenzel também demonstrou que espera bons resultados da parceria com o setor Gráfico. “Nós estamos num processo de reorganização total na área ambiental. Essa reunião mostra que vem coisa boa por aí”, apostou.

Grupo Ambiental reúne-se com o secretário estadual do Meio Ambiente e o presidente da Fepam



Carlos Evandro Alves da Silva, Carmem Vicente Níquel, Paulo Carrer, Cláudio Dilda e Alfredo Vittorio Tatto

Gerenciamento Ambiental

“O setor está realmente preocupado com o gerenciamento ambiental, mas precisa de ações mais práticas e objetivas”. Assim o presidente do Sindigraf-RS/Abigraf-RS Carlos Evandro Alves da Silva resumiu a posição das entidades durante o I Encontro Ambiental para a Indústria Gráfica, realizado em Caxias do Sul, no dia 14 de maio. Silva também aproveitou a ocasião para anunciar a intenção de produzir uma guia de gerenciamento ambiental. Considerado um evento histórico pelo presidente do Singraf Caxias Paulo Carrer, no encontro foram abordados temas como as atribuições da Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Fepam, além da Legislação Ambiental vigente para a Indústria Gráfica. Cerca de 140 pessoas estiveram presentes para conferir as palestras de Alfredo Vittorio Tatto, secretário do Meio Ambiente de Caxias do Sul, de Cláudio Dilda, presidente da Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam), e de Carmem Vicente Níquel, engenheira técnica do Serviço de Resíduos Industriais da Fepam.

Homenagem

É com muito pesar que o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS comunicam o falecimento do colega Marcos Pedro Amoretti Lisboa, ex-presidente do Singraf Caxias. Proprietário da empresa Marco Artes Gráficas, de Caxias do Sul, Lisboa comandou a entidade durante dois mandatos consecutivos, de 1997 a 2002. Esteve presente em todos os períodos importantes do Sindicato e sempre lutou pelas causas como se fossem suas próprias. Nossas condolências à família, em especial a esposa Nelci Cecília Giacomet Lisboa, e aos colegas de Caxias do Sul que vinham acompanhando seu trabalho de perto.



Palestra técnica de apresentação do Programa Energia Brasil

setor, adaptando o Programa Energia Brasil à realidade da Indústria Gráfica. Desde os dados apresentados até os exemplos analisados, tudo procura estar o mais próximo do dia-a-dia desse setor.

Assim, os participantes do curso podem ter uma visão geral do processo energético na Indústria Gráfica e saem capacitados para identificar os pontos de desperdício nas empresas e implantar as primeiras ações. Boccasius recomenda a união dos empresários em torno da sua entidade de classe para cobrarem tarifas menores. “Juntas, as gráficas têm mais força para isso”. Buscando o auxílio do Programa Energia Brasil, com um bom controle e histórico do consumo, as gráficas estabelecem indicadores que auxiliam a reduzir custos. Com isso, é possível ter ganhos energéticos e evitar desperdícios no processo produtivo, onde o gasto é realmente significativo. Nesse Programa, a energia elétrica passa a ser vista como um insumo de produção, além de criar uma consciência coletiva para o uso eficiente de energia. Depois de levantar os potenciais de economia na empresa, pode-se contratar o serviço de consultoria para indicar como essa redução pode ser feita. Esta é a única etapa que não é gratuita para os empresários.

A pesquisa feita pelo Sebrae-RS, com o auxílio do Sindigraf-RS/Abigraf-RS, apontou o consumo de energia por setores

Segmento	R\$/KWh	%
Promocional/comercial	21,8	1,3
Editorial	26,8	1,2
Embalagens/etiquetas	24,4	0,9

Saiba mais sobre o Programa Energia Brasil específico para o setor Gráfico no Sindigraf-RS/Abigraf-RS: (51) 3346.3800 ou na Central de Auto-atendimento do Sebrae: (51) 3216.5006

Participação das MPME na economia:

- 98% no total das empresas
- 60% na força de trabalho
- 42% na massa salarial
- 20% no PIB

Curiosidades

- Por enquanto, a capacidade energética no Brasil é suficiente, mas não vai durar para sempre. No ano 2000, o potencial termoeletrico era de 9.183 MW. Já o hidroeletrico, era de 58.998 MW (Fonte: Balanço Energético)
- A energia elétrica representa 18% do desperdício no Brasil, perdendo apenas para o esbanjamento de água (21%) e madeira (31%)
- O maior consumo de energia elétrica é registrado por volta das 19 horas, e o menor, por volta das 3 horas. Para calcular as tarifas, as empresas geradoras levam em consideração os picos de consumo. O uso de máquinas entre 18 e 21 horas, por exemplo, pode deixar a conta até 50% mais cara
- Fazer um histórico do consumo de energia pode ajudar as empresas a entenderem o valor da conta de luz. Muitas vezes, o consumo em um determinado mês foi menor, mas o valor a pagar é maior. Isso pode apontar que a tarifa cobrada no mês veio mais alta

Otimizando o consumo de energia

Um dos itens de maior peso nos custos de uma empresa é o consumo de energia elétrica. Nas gráficas, o uso intenso de grandes máquinas e equipamentos influencia diretamente no aumento desse gasto. Após a crise energética que atingiu o país em 2002, o Governo Federal desenvolveu o Programa Energia Brasil, em parceria com o Sebrae Nacional. “O Programa criou um novo modelo de gestão para as micro, pequenas e médias empresas. O objetivo é ensinar a utilizar de maneira eficiente a energia, gerando ganhos de produtividade e lucratividade, na perspectiva de desenvolvimento sustentável”, explicou o engenheiro elétrico Frederico Ostermayer, consultor do Programa Energia Brasil/Sebrae-RS.

O Programa está sendo apresentado através de palestras, sendo que a primeira voltada para o setor Gráfico foi realizada no dia 3 de abril, na Universidade Sebrae de Negócios (Usen), com o apoio do Sindigraf-RS/Abigraf-RS. Com o tema Uso Eficiente da Energia pelas Micro, Pequenas e Médias Empresas no Brasil, a palestra serviu para conscientizar sobre a importância de reduzir o consumo de energia, diminuindo custos e eliminando gastos excessivos.

“Fiquei impressionado em saber que a nossa energia hidroelétrica é mais barata que as outras e que a capacidade da Itaipu já está quase superada. Além de usar esse conhecimento na empresa, vou aproveitar também para o meu lar”, destacou Álvaro Gomes Corrêa, da Kraft Serviços Gráficos Ltda., de Porto Alegre.

“Nesse trabalho focado para o setor Gráfico, com exemplos do dia-a-dia nas empresas, vai ser bem mais fácil entendermos o porquê dos gastos com energia elétrica. Vamos conseguir esclarecer dúvidas e buscar resultados melhores”, prevê Dik Nilson dos Santos, da Grafset, de Porto Alegre.

Eficiência Energética

Uma das ferramentas do Programa Energia Brasil são os cursos de Eficiência Energética. Eles preparam os

No Brasil, as micro, pequenas e médias empresas são responsáveis por 32% do consumo total de energia. Na Indústria Gráfica, a energia elétrica representa 25% do desperdício. Para racionalizar este uso, o governo Federal, em parceria com o Sebrae, criou o Programa Energia Brasil

participantes para o uso inteligente e eficiente de energia, eliminando desperdícios e otimizando o desempenho dos equipamentos com o mínimo de consumo. Promovidos pelo Sebrae-RS em parceria com o Sindigraf-RS/Abigraf-RS, são voltados para empresários de todo o Estado. A carga horária é de 12 horas, quando são abordados desde os conceitos básicos de energia elétrica até as formas de otimização de equipamentos na Indústria Gráfica.

O primeiro curso foi realizado entre 22 e 24 de abril, na sede das entidades. O instrutor Paulo Boccasius alertou que a tarifa de energia elétrica deverá subir até 40% em 2003. “Até o final do ano, o MWh estará custando US\$ 100. Isso vai afetar principalmente na competitividade das empresas”, apontou. Através da análise das contas de energia elétrica, os participantes aprendem a controlar os gastos na ponta do lápis. Boccasius

explicou o sistema tarifário e mostrou que, apenas em Porto Alegre, já existem diversas empresas “vendendo” energia elétrica, como a CEEE, a RGE e a AES Sul. “Eu desconhecía várias normas e tarifas que podem ser utilizadas dentro da empresa. Fiquei até surpreso ao descobrir que existem muitas maneiras de chegar a resultados positivos na economia de energia”, relata Carlos Gonçalves, da Servscreen Estamparia, de Porto Alegre. Diogo Sander Koth, da Companhia Riograndense de Artes Gráficas – Corag, de Porto Alegre, ressaltou que logo depois do curso a empresa iria iniciar algumas ações com relação ao consumo excessivo de algumas máquinas e ao desperdício de energia com alguns equipamentos.

Foco no setor Gráfico

Boccasius lembrou que o Sebrae-RS buscou o auxílio das entidades para visitar diversas gráficas no Estado e, a partir disso, fazer o levantamento dos principais consumidores, das curvas de cargas de impressora, bombas de vácuo e compressores, entre outros dados importantes. A partir desse trabalho, foi elaborado um material específico para o

Vice-presidente da República recebe dirigentes do setor

Uma comitiva formada por 26 presidentes e representantes das Abigraf regionais e Sindicatos de Indústria Gráfica de todo o país, juntamente com o presidente da Abigraf Nacional, Mário César de Camargo, e o presidente do Conlatingraf Max Schrappe, esteve em Brasília, no dia 23 de maio. Eles foram recebidos pelo vice-presidente da República José Alencar, então presidente em exercício. Vítor Schneider, segundo tesoureiro da Abigraf-RS, foi o representante gaúcho no encontro.

Entre os assuntos abordados, estiveram a votação no Senado do projeto de Lei da Câmara nº70/2002, cuja aprovação poderá representar a solução para os conflitos dos tributos ISS e ICMS sobre diversos serviços gráficos; o uso indevido do Papel Imune; a concorrência desigual das gráficas estatais, religiosas e de sindicatos com as gráficas comerciais; e a aquisição ou produção de livros no exterior com imunidade e incentivos tributários da área cultural (Lei Rouanet). José Alencar mostrou preocupação com todos os problemas colocados e disse que algumas das questões, como a utilização ilegal do Papel Imune, são consequência da impunidade no Brasil. Ele refletiu com os dirigentes ações possíveis para solução dos problemas e prometeu ler com muita atenção o material entregue pelos empresários.



Entidade solicita fiscalização sobre Papel Imune

Defender o correto cumprimento da lei é a posição do Sindigraf-RS/Abigraf-RS. Um exemplo é a utilização indevida do Papel Imune, o que pode acarretar muitos problemas nas empresas. Em busca de medidas para regularizar a situação, o presidente das entidades, Carlos Evandro Alves da Silva, e o primeiro tesoureiro, Luiz Carlos Gasperini, estiveram reunidos com o superintendente da Receita Federal Dr. Luiz Jair Cardoso, no dia 23 de maio.

Durante o encontro, Alves da Silva e Gasperini solicitaram uma forma de controlar a comercialização do papel livre de impostos. Seu uso indevido provoca alterações nos orçamentos das gráficas, tornando desleal a concorrência no setor. “Tanto os gráficos quanto os próprios clientes são coniventes com o descumprimento da lei, pois os preços baixos são repassados no orçamento”, destaca o presidente. A proposta das entidades é que a Receita Federal reforce a fiscalização ainda na saída do papel, ou seja, diretamente nos fabricantes. O número dessas empresas é consideravelmente menor em relação à quantidade de gráficas existentes no Estado. Além disso, 60% das vendas estão sendo feitas com Papel Imune. Algumas tentativas de resolver o problema estão sendo feitas pela diretoria da Abigraf Nacional, que efetuou vários contatos com a Receita Federal e a Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa). As regionais trabalham individualmente buscando uma fiscalização nos estados através das superintendências de cada região. O encontro encerrou com a promessa do superintendente em



Luiz Carlos Gasperini, Carlos Evandro Alves da Silva e Luiz Jair Cardoso

começar o trabalho de fiscalização. Para auxiliar a iniciativa, Carlos Evandro Alves da Silva entregou a relação das 1,5 mil gráficas filiadas nos Sindicatos Patronais no Estado e dos fornecedores de papel, demonstrando à receita o comprometimento e a necessidade que temos em resolver este problema.

O Sindigraf-RS lembra aos gráficos a obrigatoriedade da entrega da DIF papel imune no último dia útil de janeiro, abril, julho e outubro para os trimestres anteriores a estes meses. Ainda que não haja movimento de estoque ou de utilização de papel imune, a **Declaração** deverá ser entregue **sob pena de pesadas multas (R\$5.000 por dia de atraso)**, bem como eventuais **penalidades por crime ou contra a ordem tributária**. Outras informações poderão ser obtidas no Departamento Jurídico, através do fone (51) 3346.3800



12 ANOS EM 12 ANÚNCIOS - Nº 01

1991

Com uma resma na mão e uma idéia na cabeça, nasceu a SULPEL.

Hoje, resma é o que não falta. E a idéia é ser sempre a melhor.

2003

SulPel
DISTRIBUIDORA DE PAPÉIS

Pode Pedir. A gente tem.

Rua Santa Catarina, 459 - Porto Alegre - RS
F: 51. 3361.5066 - sulpel.voy@terra.com.br

Grafiset: oportunidades para qualificação da equipe

Presença constante nos eventos oferecidos pelo Sindigraf-RS, a Grafiset Gráfica e Serviços Offset Ltda., de Porto Alegre, é filiada e associada desde sua fundação, há 29 anos. Atuando no segmento Comercial, é uma das empresas que mais sabe usufruir os benefícios das entidades. Lourival Lopes dos Reis, diretor da Grafiset, acredita que a ligação com o Sindicato é fundamental para a sobrevivência da empresa, porque traz conhecimento e o relacionamento com outros colegas da Indústria Gráfica. “Sugiro que todas as empresas busquem o Sindicato, os benefícios, as palestras, os cursos e as festas de fim de ano, que aproximam o setor”, ressalta. O maior conhecimento da realidade do setor ajuda a definir os passos da Grafiset



Rodrigo, Lourival, Alexandre e Régis dos Reis



para manter sua competitividade. “Os custos e exigências aumentaram. Temos que investir em segurança, softwares de cálculos, programas de qualidade, mas não podemos repassar para o cliente. Mais cedo ou mais tarde, todas as empresas terão que se preocupar com isso”, explica Reis. Para se manter no mercado, a equipe da Grafiset acredita que é preciso seguir os critérios adotados desde o início de suas atividades, como o foco no cliente, que é a razão da sua existência e sobrevivência. Sem esquecer, é claro, de manter o respeito e o compromisso com os fornecedores, prestadores de serviços terceirizados e de seus colaboradores diretos, que são os funcionários. Aliás, investir em treinamento de pessoal é prioridade na empresa, e é por isso mesmo que há sempre alguém das 20 pessoas, entre diretores e funcionários, representando a Grafiset nos cursos oferecidos pelo Sindigraf-RS. A busca pela qualificação profissional é a “carta na manga” da empresa para manter a satisfação de seus clientes. Atender com pontualidade, ter muita consideração com os clientes e ser bastante flexível nas negociações, procurando entender a situação, é a estratégia da empresa para vencer a concorrência. “Mais importante do que o serviço é o cliente, externo e interno. Prova disso é que alguns estão com a Grafiset há quase 30 anos”, afirma Reis.

Profissionalizando a família

Atualmente, a Grafiset está investindo também na elaboração de seu Planejamento Estratégico através de uma consultoria terceirizada, que já estabeleceu: qualificação profissional é palavra de ordem para os próximos anos. Ainda mais em se tratando de uma empresa familiar.

Pai, três filhos e uma equipe de colaboradores formam o que hoje se chama a “Família Grafiset”, que definiu como prioridade o treinamento de pessoal

Lourival dos Reis trabalha junto com seus três filhos, Alexandre, Régis e Rodrigo. Um deles participou do curso técnico de Artes Gráficas na escola Theobaldo De Nigris, do Senai-SP. O investimento valeu a pena e agregou valor à empresa, apesar dos gastos para mantê-lo em outro Estado. Alexandre trabalha há 11 anos junto com o pai. Ele aprova o trabalho do Sindicato e busca somente a aproximação com outros jovens empresários.

Frente aos grandes, a estratégia da “Família Grafiset” para vencer a concorrência é manter o bom relacionamento com os fornecedores e buscar atualização sobre as novas tecnologias, participando de feiras e eventos onde são mostrados produtos e equipamentos de ponta.

Organização e limpeza são características que chamam a atenção na Grafiset. Seu parque gráfico é composto de quatro impressoras offset, uma copiadora, guilhotina, gravadora de chamas e uma processadora. Os resíduos são divididos e classificados para receberem a destinação correta. Aqueles que podem ser vendidos para reciclagem são de inteira responsabilidade dos funcionários, que distribuem entre si o valor arrecadado com as vendas.

A empresa no divã

Ao perceber as divergências e a possibilidade do agravamento de conflitos, deve-se fazer com urgência um Raio-X da situação da organização e uma espécie de diagnóstico de como está o convívio entre os membros da família. É preciso analisar os fatores técnicos e emocionais como se a empresa estivesse verdadeiramente “num divã”, para que a probabilidade de superar os obstáculos se torne mais concreta. Dependendo do resultado dessa avaliação, através de pequenas doses ou de tratamentos bruscos, se tenta colocar tudo no seu devido lugar.

Investir no fator comportamental, em relações mais saudáveis na família vai seguramente ajudar a empresa no futuro, recomenda Cláudia, e é aí que a comunicação entra com toda a força. “As desconfiças ou incompreensões dos profissionais ‘de fora’ nascem de fofocas familiares, regadas pela falta de informação esclarecedora sobre a empresa”, argumenta ela. Os “de fora da empresa” precisam, então, entender o que e se faz na companhia e o porquê de determinadas ações ou atitudes. Eles devem ser informados.

“Recomenda-se que as famílias empresárias reúnem seus membros que trabalham na empresa com os que têm vidas profissionais independentes e organizem, no mínimo, dois encontros por ano, nos quais assuntos familiares e profissionais sejam abordados por especialistas”, sugere Cláudia. E, quanto maiores ficam as famílias, mais pessoas devem participar desses encontros para irem se inteirando de todas as questões referentes ao patrimônio familiar. Somente a partir de relações mais fluídas entre os membros da família é que haverá a continuidade do negócio, com crescimento e expansão da empresa.

“A empresa não cresce na mesma proporção da família, e a companhia também não pode ser um cabide de empregos. Alguns terão que sair do ramo, e se não houver entendimento entre todos, é o gerenciamento da empresa que fica prejudicado”, adverte Tondo.

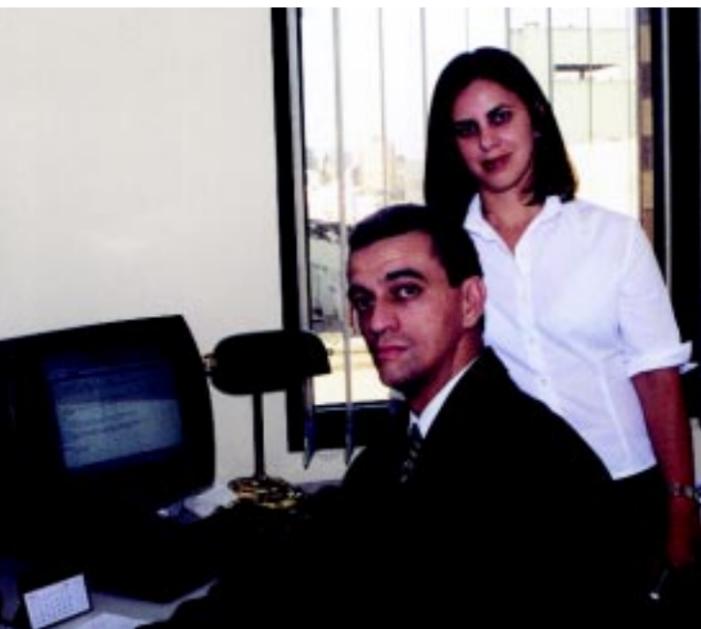
Entre a cautela do pai e o arrojo do filho

A administração de empresas mudou muito ao longo do tempo. Na quase totalidade das empresas familiares há a figura do empreendedor que, com força de vontade, trabalho e um pouco de capital, montou uma empresa para começar a vida. O negócio cresceu, evoluiu e o empreendedor vira empresário, com a clara expectativa de que o patrimônio que construiu seja preservado pelas futuras gerações.

Chegam os filhos, uns optam por outros caminhos e empregos, outros acabam na empresa familiar. E chega o momento em que pais e filhos, convivendo no mesmo ambiente profissional, acabam se enfrentando, ou pior, se confrontando. É aí que ocorrem verdadeiros choques de visões administrativas: a do pai – empreendedor, com a do filho – empresário que teve acesso à instrução escolar. Como evitar que o conflito evolua? “É preciso profissionalizar os membros da família para que, na empresa, se encarem como diretor, gerente, coordenador, funcionário, e não como pai, filho, filha, esposa”, avisa o consultor Paulo Tondo. Sentar à mesa, analisar as duas visões diretivas e comparar demonstrativos de resultados é uma forma concreta de conduzir a questão. A partir daí, percebe-se que o melhor caminho pode ser o do meio, o do equilíbrio entre a cautela do pai e arrojo do filho. “É como se o pai fosse um carro dos anos 40/50 e o filho um super lançamento de 2003. É possível congrega a durabilidade, a resistência de um, com a arrancada e o motor de outro. É a empresa que ganha com isso.

gestão

Quando a empresa está no divã



Paulo Tondo e Cláudia Tondo

Empresas familiares que mantêm seus negócios com sucesso ao longo do tempo têm uma característica em comum: encaram seus problemas de frente e investem constantemente em relações mais saudáveis entre os membros da família

Das empresas em funcionamento hoje no Brasil, 96% são familiares; aproximadamente 300 das 500 maiores empresas brasileiras são familiares; e nada menos do que 2/3 dos empregos oferecidos são nesse tipo de empresa. Números que impressionam, não é mesmo? Mas, como é possível que a grande força propulsora de desenvolvimento de um país esteja centrada em empresas onde simples picuinhas familiares podem virar demandas judiciais que paralisam os negócios?

As relações que se desenrolam entre os membros da família empresária são realmente complicadas e com frequência levam à ruína total, lembram os diretores do Centro para Empresas Familiares, a psicóloga Cláudia Tondo e o administrador de empresas Paulo Tondo. É por isso que a questão comportamental dentro deste tipo de empresa é tão decisiva.

Os “de dentro” e os “de fora” da empresa

Na primeira geração, a maioria ou todas as pessoas profissionalmente ativas da família estão envolvidas na empresa. É na segunda que está o divisor de águas: primos (as), esposos (as), cunhados (as) etc, acabam fazendo a opção por outros empregos, outros ramos de atividade. Porém, ainda que não estejam trabalhando na empresa, convivendo diariamente com seus problemas e dificuldades, e colaborando para possíveis soluções, esses profissionais herdarão, ou têm a expectativa de herdar, ações na sociedade empresarial.

Essa é uma situação bastante comum na maioria das empresas em que Cláudia e Paulo Tondo têm atuado como consultores. São os “familiares de dentro da empresa” contra os “familiares de fora da empresa”, como costumam chamar. “Cada pessoa envolvida nesse contexto tende a conhecer a realidade empresarial e familiar através de pontos-de-vista limitados e acaba formando suas conclusões sobre os demais, geralmente baseadas em perspectivas muito diferentes”, explica Cláudia.

É por isso que é normal ouvirmos dizer pelos de fora da empresa, que os “familiares de dentro” têm privilégios e vantagens que eles – “os de fora” – não têm. Da mesma forma, os que trabalham na empresa familiar não raro dizem que “os de fora” não entendem do negócio e, portanto, não devem opinar a respeito. “Um engano das duas partes”, reforçam os consultores, porque chegará inevitavelmente o dia em que os dois grupos terão que tomar decisões sobre a empresa ou, no caso de uma sucessão, precisarão discutir como será o futuro. Mais cedo ou mais tarde, esse encontro vai ocorrer, e é preciso que todos estejam preparados para ele.

Impresul cruzando fronteiras

Depois de consultarem uma numerologista, os diretores decidiram manter no singular o nome daquela que seria uma das maiores gráficas do Rio Grande do Sul: Impresul Serviço Gráfico e Editora Ltda. Fundada em fevereiro de 1968, a empresa atua nos segmentos Comercial, Promocional e Editorial, e possui atualmente 165 funcionários.

Investindo constantemente em equipamentos, máquinas automáticas e informatização, desde 2001, o principal foco tem sido os Recursos Humanos, com treinamento de pessoal e controles de qualidade. Esse trabalho levou a empresa, em 2002, à certificação da ISO. De acordo com o sócio-proprietário e superintendente, Ângelo

Garbarski, a qualidade sempre foi um sistema rígido na Impresul, que está buscando a melhoria contínua e a participação dos funcionários. “Para a certificação da ISO, foi indispensável o envolvimento de todos os profissionais da empresa”, afirma. Essa preocupação constante com a qualidade levou a Impresul a conquistar inúmeros prêmios importantes: Fernando Pini, Festival de Propaganda, Prêmio Colunistas, Certificado de Qualidade da AGQ e Salão da Propaganda.

Rumo a novos mercados

O grande projeto para os próximos anos é atingir novos mercados, além do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Paraná e São Paulo estão na mira da empresa, sempre mantendo a base de produção no Estado gaúcho, mas abrindo escritórios de representação comercial nesses locais.

“A nossa capacidade de produção, observada pela quantidade de horas/máquina disponível para impressão, já está começando a ultrapassar as necessidades do mercado local. O grande aumento de empresas gráficas com quatro cores nos incentiva a oferecer produtos inéditos e renovadores para o mercado”, adianta Garbarski. Basta dar uma volta pelos diversos pavilhões da empresa para perceber a grandeza da sua capacidade de produção e exigência pela qualidade. São sete impressoras off-set, quatro guilhotinas, seis máquinas de corte-e-vinco, máquina envernizadora, uma área de acabamento mecânico, alceamento, grampo, dobras e corte automático, máquina coladeira

automática de cartuchos, corta e cola, máquina de costuras de livros, plastificadoras internas e quatro máquinas de serigrafia para trabalhos de grandes formatos. As equipes de limpeza se revezam nos três turnos, garantindo a boa aparência e o ambiente agradável aos funcionários. As áreas climatizadas e o chão de

Dona de um dos maiores parques gráficos do Estado, a Impresul investe pesado em qualidade e começa a buscar novos mercados pelo país

parquê reduzem a umidade nos trabalhos. Uma central de comunicação, com caixas de som em todos os departamentos, mantém os funcionários sempre informados. Na Cor Fotolito, empresa de pré-impressão da Impresul, há um sistema que é único no Rio Grande do Sul e o segundo no Brasil: uma estação de rádio para enviar imagens por microondas em tempo real. Também há um departamento para receber profissionais do setor de criação das agências de propaganda, scanner cilíndrico, técnica de *computer-to-print* e um estúdio de



Ângelo Garbarski



fotografia digital para os clientes que desejarem produzir suas fotos.

A Impresul e o Sindicato

Foi ninguém menos do que o fundador do Sindigraf-RS, Henry Saatkamp, quem convidou Ângelo Garbarski para participar das decisões da categoria. Devido a sua formação em Direito, Garbarski era uma presença constante nos acertos de relações trabalhistas. “O fundamental do relacionamento junto a sindicatos e associações de classe é que nos mantemos atualizados e informados do que se passa na atividade. As gráficas que estão distantes do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS acabam também afastadas das principais informações”, avisa. “Todos os nossos quatro diretores começaram a trabalhar na Impresul como funcionários, com carteira assinada”, orgulha-se Garbarski. Isso significa que os funcionários da Impresul têm chances de um dia chegar a cargos mais altos na empresa, o que sem dúvida só faz crescer a vontade da equipe em participar dos treinamentos oferecidos pelo Sindigraf-RS.

Grandes ações na pequena RJR

Uma empresa que procura manter suas contas rigorosamente em dia e preocupada em dar sustentação para seus colaboradores e familiares. Assim é a Gráfica RJR Ltda., de Porto Alegre, que em julho completa 20 anos de atuação nos segmentos Comercial e Promocional.

Rapidez e responsabilidade formam a filosofia de trabalho na gráfica que, apesar do pequeno porte, mantém a credibilidade para garantir portas abertas com fornecedores e clientes. O diretor da RJR, Reginaldo José Recktenwald, orgulha-se por ter suas contas sempre em dia, apesar das dificuldades.

“Conseguimos ótimos preços de compra, pois somos bons pagadores e isso conta muito. Hoje, os fabricantes não podem mais esquecer dos pequenos gráficos, e o nosso poder de barganha é forte como o das grandes empresas”, explica.

Quatro impressoras, uma máquina de corte-e-vinco, picotadeira, grampeadeira, furadeira, guilhotina, escanteadeira, gravadora de chapas e o sistema de pré-impressão compõem o parque gráfico da RJR. Nos últimos cinco anos, a empresa tem investido muito em equipamentos e melhorias, tendo observado um crescimento significativo nesse período. Mas a Direção da empresa quer melhorar ainda mais.

A gráfica se filiou ao Sindigraf-RS há mais de seis anos e, desde então, a equipe tem procurado participar constantemente das ações e eventos da entidade. Fazendo os cálculos, Recktenwald avalia que ser filiado ao Sindicato é vantajoso, pois os gastos seriam bem maiores se fossem buscar por conta própria os mesmo benefícios oferecidos pelas entidades.

“Participamos dos cursos de Qualidade no Sindigraf-RS e também no Sebrae-RS, e investimos em treinamento para os funcionários”, conta. Segundo o diretor

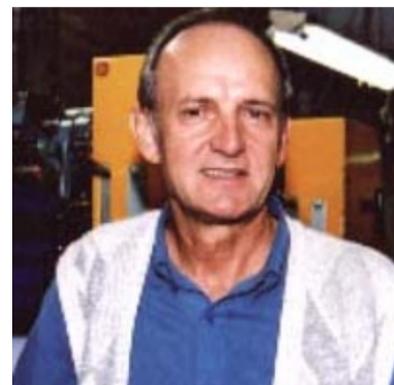
da RJR, a participação em palestras e cursos se reflete na qualidade, na produtividade e nos funcionários, para quem repassam as lições aprendidas. “Sempre aprendemos coisas novas, práticas e específicas do mundo gráfico. Isso é o importante e, por essa razão, sempre participamos das atividades”, explica. A preocupação com os 15 funcionários também é observada em detalhes pensados para garantir o bem-estar da equipe. Buscando manter um ambiente tranqüilo e arejado, a equipe do setor de Produção trabalha com um grande portão aberto ao fundo do pavilhão, possibilitando a entrada de ar, luz do sol e o canto dos pássaros.

Prós e contras de ser pequeno

“Acho que a Abigraf-RS abriu um leque de oportunidades e horizontes para as gráficas, principalmente as pequenas e médias, que lutam com mais dificuldades”, avalia o diretor da RJR, lembrando que a gráfica já teve muitos sucessos, mas também enfrentou momentos difíceis.

Muita concorrência e questões econômicas adversas são os principais problemas das pequenas e médias empresas gráficas. A falta de união prejudica o setor, na avaliação do diretor da RJR, que observa uma disputa desleal frente à oferta de serviço das empresas maiores.

Porém, para Recktenwald, ser pequeno tem lá suas vantagens. O atendimento é bem mais direcionado e personalizado. Os clientes podem falar diretamente com o diretor, que conhece, visita e ouve o que eles têm a dizer. Além disso, as máquinas nunca ficam ociosas. Em épocas de crise, a RJR está com 100% da capacidade de trabalho em atividade. “Todos reduzem custos quando estão em crise e acabam fazendo pedidos menores.



Reginaldo José Recktenwald



Investindo na melhoria do seu parque gráfico e no treinamento e bem-estar de seu pessoal, a pequena RJR vem oferecendo rapidez e confiabilidade aos seus clientes

Uma quantidade pequena de impressos tem valor mais baixo em gráficas pequenas”, argumenta.

nova visão da empresa e do ramo em que estamos atuando”.

Edina Farias
Maredi, Porto Alegre

“Para mim, essa união vai ajudar a conhecer pessoas e trazer um maior entrosamento entre os colegas do setor”.

Edson Júnior
Maredi, Porto Alegre

“Acho que esse grupo já pode começar a pensar e trabalhar para levar a qualidade do setor Gráfico gaúcho ao nível nacional. Somos tachados aqui no Sul de não fazermos coisas boas, somente a região Central. Hoje, não se permite mais esse pensamento e a tecnologia está disponível para todos. O grupo deve mudar isso para que nossos filhos não tenham que escutar esse tipo de comentário”.

Everton Farias
Maredi, Porto Alegre

“O mais importante é a renovação que estamos propondo e a troca de idéias entre nós, porque certamente temos os mesmos problemas. Conhecendo a realidade de cada um, podemos crescer, aprimorar e trabalhar com mais tranqüilidade”.

Flávio Possani
Gráfica Nova Prova, Porto Alegre

“Acredito que o grupo possa contribuir muito através da troca de idéias entre todos e ajudar a nossa empresa, porque na região em que estamos, somos praticamente sozinhos. Não temos muito essa troca com outros colegas e o grupo pode auxiliar”.

Maiquel da Rosa
Impressos Portão, São Leopoldo

“Achei todos bastante motivados e isso é o mais importante. Estando motivado, o grupo só vai pra frente e poderá se fixar”.

Alice Almeida
Impressos Portão, São Leopoldo

“Minha expectativa é que todos troquem informações e aproveitem para transmitir e receber o máximo de conhecimento. Também espero que todos os jovens comecem a pensar numa futura sucessão, completamente organizada e tranqüila. Essa é uma grande oportunidade para que as empresas se solidifiquem e se preparem para o futuro”.

Alexandre Santos
ANS Gráfica, Porto Alegre

“Acho que esse contato vai nos possibilitar uma administração mais padronizada em todas as gráficas e evitar prejuízos em muitas empresas, como é o caso das que fornecem

orçamentos fora de mercado por não saber como o mesmo está se comportando”.

Alex Santos
ANS Gráfica, Porto Alegre

“Acredito que grupo tenha um futuro promissor, pois a qualidade está acima da expectativa. Acho que o sucesso é pleno. Agora só falta o trabalho, a dedicação e a união de todos”.

Marcelo Benites
K Dez Gráfica, Viamão

“O grupo vai ajudar a entidade e os jovens empresários, trocando idéias e conhecimentos que vamos adquirir. É um trabalho que promete, pois todos parecem estar interessados”.

Alexandre dos Reis
Grafiset, Porto Alegre

“A troca de idéias entre os jovens pode beneficiar as nossas empresas de uma forma graduada, passando os novos conceitos de geração para geração. Quem sabe daqui não saia a nova administração do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS”.

Rodrigo dos Reis
Grafiset, Porto Alegre

“O grupo é muito interessante para a troca de experiências e para a evolução do mercado gráfico, que está em ascensão, apesar de alguns problemas. Acho que só vai contribuir para crescermos mais e melhor”.

Régis dos Reis
Grafiset, Porto Alegre

“Será uma evolução para nós, aqui no Rio Grande do Sul, com esses jovens, amigos e colegas. O grupo só deverá melhorar o nosso dia-a-dia e acho que será um trabalho excelente. O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS estão de parabéns pela iniciativa”.

Alexandre Ferreira
Gráfica Ferreira, Porto Alegre

“Acredito que a criação do grupo vem para somar, pois é uma forma de obtermos mais informações, com facilidade e rapidez. Pelo o que eu vi, todos estão interessados e tenho certeza que isso vai contribuir muito. Estou muito otimista”.

Roberto Ávila
FormPrint Ind. de Formulários Contínuos, Pelotas

“O grupo vai trazer sangue novo para a entidade. Na medida em que as futuras gerações estiverem entrando, será possível capacitar os novos empresários. Todos têm a ganhar, tanto os que estão começando

nas empresas quanto os que já trabalham nelas há mais tempo”.

Alexandre Recktenwald
Gráfica RJR, Porto Alegre

“Esse é um grande passo que estamos dando para o desenvolvimento do setor. Estou participando porque imagino um futuro melhor para os nossos filhos. Acho que essa união é muito importante para dividirmos os problemas e as conquistas com os colegas. É uma forma de realmente compartilharmos as experiências do dia-a-dia”.

Marcel Pinheiro
Graphimax Gráfica, Copiadora e Serigrafia, Charqueadas

“É preciso interação entre o grupo todo, para que possamos trocar informações e experiências. Assim, vamos errar menos, acertar mais e conseguir vencer as dificuldades”.

Ana Paula Valim
Idéia Impressa, Porto Alegre

“Trabalho com a minha namorada e somos muito novos no ramo. Por isso, vamos ter muito mais para ouvir e aprender do que para passar. Mas, é claro que com o nosso espírito jovem, vamos ter alguma coisa também para acrescentar. Estou muito empolgado e acho que o grupo vai ajudar bastante na nossa carreira”.

Gustavo Pezzini
RB Produções Gráficas, Novo Hamburgo

“Acredito que esse grupo vá proporcionar um crescimento profissional muito importante, que irá refletir nos resultados da minha empresa”.

Vera Cristina S. de Oliveira
Print Paper, Porto Alegre

“Quero parabenizar essa iniciativa do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. É uma troca de experiência e de informação que deve continuar. Para nós, é muito mais importante ouvir os mais experientes do que explanar os assuntos. Temos muito para aprender e espero o apoio de todos”.

Daiane Borcati
RB Produções Gráficas, Novo Hamburgo

“Acho que esse grupo tem tudo para dar certo. É uma bela iniciativa da diretoria do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. Para o futuro, acredito que possa sair desse grupo um grande expoente da Indústria Gráfica e, quem sabe, até mesmo um presidente nacional da entidade”.

Fernanda Saenger
Caeté Embalagens, Campo Bom

Jovens renovam o setor Gráfico



Trazer idéias diferentes, oxigenar o sistema Sindigraf-RS/Abigraf-RS e formar novas lideranças. Foi a partir destas necessidades que as entidades incentivaram a criação do grupo Jovens Empresários. O esperado era algo em torno de dez participantes, mas a primeira reunião surpreendeu com a presença de 35 jovens de 24 empresas gráficas, e representando os diversos segmentos que formam a Indústria Gráfica.

O presidente das entidades, Carlos Evandro Alves da Silva, e a diretoria, indicaram Murilo Trindade, diretor do Sindigraf-RS, como responsável para coordenar as atividades do grupo até que os próprios jovens possam seguir sozinhos. A inspiração para a formação do grupo, segundo Trindade, foi pela grande participação de jovens empresários nos eventos da entidade e aproveitando as atividades desenvolvidas pela regional de São Paulo.

O primeiro encontro foi dia 8 de maio, na sede do Sindigraf-RS/Abigraf-RS, e os futuros passos dos Jovens Empresários serão determinados por eles na próxima reunião, que ocorre em junho. Não haverá monitoramento da Direção das entidades, mas somente o apoio e estímulo às decisões tomadas. Trindade afirma que a diretoria do Sindigraf-RS/Abigraf-RS tem muitas esperanças quanto à atuação dos jovens empreendedores. "Certamente, o grupo trará outros associados e formará novas lideranças para o setor Gráfico", acredita

"Nenhum de nós é melhor do que nós todos juntos". Esta frase, mencionada por Murilo Trindade no primeiro encontro, deverá reger as ações do grupo, que já tem

participantes de todo o Estado e está aberto a todos os jovens empresários do setor que desejarem se integrar nos próximos encontros.

Primeiras impressões

"O principal benefício do grupo é esse compartilhar de idéias, que ajuda a buscar soluções nas experiências dos colegas. Além disso, é a oportunidade de ingresso da nossa geração para construir e trazer união ao segmento gráfico, integrando os jovens com a atual geração de proprietários e diretores".

Walter Schwingel,
Gráfica Cometa, Lajeado

"Minha meta nesse grupo é buscar relacionamentos, trocar experiências, conseguir novos clientes e tudo mais o que vier para acrescentar. Para nós, será como uma terapia de grupo, onde vamos tratar das mesmas dificuldades e buscar soluções".

Juliano Pfeifer
Gráfica Print Store, Porto Alegre

"Nós, jovens, temos uma visão diferente das gerações anteriores. O que eu vejo de mais gratificante nessa nova experiência é a troca de informações, para que um possa ajudar o outro quando for necessário".

Fernando Pfeifer
Gráfica Print Store, Porto Alegre

"O grupo pode melhorar o setor Gráfico de várias formas, buscando a integração entre os jovens, que eu acho que é o objetivo do grupo, e promovendo a troca de experiências".

Felipe Trindade
Gráfica Trindade, Porto Alegre

"O grupo pode nos ajudar esclarecendo dúvidas que temos no trabalho e auxiliando a resolver os problemas. Espero que ele nos dê liberdade para conhecer e falar com os colegas".

Gustavo Trindade
Gráfica Trindade, Porto Alegre

"Com esse grupo reunido, vamos trocar experiências, idéias e dificuldades que todos nós temos, para crescermos todos juntos e garantir um futuro melhor para a Indústria Gráfica e pra nós mesmos".

Andréa Paradedá
Gráfica Riverprint, Porto Alegre

"O mais importante é o grupo se conhecer primeiro e trocar experiências com uma visão jovem, de quem está entrando na empresa, pois quem está de fora sempre vê de outra maneira. É importante trazer essa

Novas oportunidades

Se no primeiro semestre de 2003 você perdeu alguma atividade disponibilizada pelo Comitê Setorial da Indústria Gráfica-Abigraf-RS, ou por outros comitês parceiros, fique atento! A partir de junho, a programação está ainda mais diversificada. Confira:

Visitas técnicas

Com o objetivo de conhecer o sistema de gestão de empresas destaque em Qualidade, estão agendadas as seguintes visitas:

Data	Empresa	Foco	Responsável
23 de junho	Laboratório Weinmann	Indicadores	Comitê Setorial da Indústria Gráfica
16 de julho	Aços Finos Piratini	A definir	Comitê Setorial Papel Papelão
20 de agosto	Altus	Avaliação de desempenho	Comitê Setorial Têxtil
27 de outubro	Santa Casa	A definir	Comitê Setorial Papel Papelão

Cursos

Os comitês também estão oferecendo cursos para instrumentalizar os participantes com novas metodologias de gestão:

Data	Curso	Responsável
13 de junho	Treinamento de Avaliadores Nível 2/Atualização	Comitê Setorial da Indústria Gráfica
24 e 25 de junho	Treinamento de Avaliadores Nível 2	Comitê Farmacêutico
3 de julho	Treinamento de Avaliadores Nível 1	Comitê Farmacêutico
21 e 22 de agosto	Treinamento de Avaliadores Nível 2	Comitê Setorial Papel Papelão
23 de agosto	Gerenciamento de Indicadores	Sindigraf-RS/Abigraf-RS
15, 18, 22, 25 e 29 de setembro	Planejamento Estratégico com BSC	Sindigraf-RS/Abigraf-RS

Workshops

Para possibilitar a troca de experiências em gestão, o Comitê Setorial da Indústria Gráfica-Abigraf-RS estará realizando dois workshops. O primeiro será no dia 17 de junho, com foco em Indicadores Setoriais. Já o segundo será a apresentação de um case na área de Qualidade, no mês de novembro.

Confraternização

Além dos eventos já citados, para os meses de julho e outubro estão sendo programados encontros entre as empresas do Comitê. O objetivo é integrar, reconhecer pessoas e empresas e avaliar o andamento dos trabalhos, além de sugerir melhorias.

Lançamento de indicadores

O Grupo de Indicadores do Sindigraf-RS/Abigraf-RS está desenvolvendo novos indicadores, que serão lançados oficialmente no workshop do dia 17 de junho. O evento será promovido pelo Comitê Setorial da Indústria Gráfica-Abigraf-RS e realizado na sede das entidades. São eles:

- % de atendimento de fornecedores essenciais quanto a prazo de entrega
- % de atendimento de fornecedores essenciais quanto

ao atendimento das especificações

- % do efetivo que trabalha na produção
- % do efetivo que trabalha fora da produção
- Relação da mão-de-obra direta sobre a indireta
- % da Folha de Pagamento comprometido com o efetivo da produção
- % da Folha de Pagamento comprometido com o efetivo fora da produção
- % de produtividade na sala de impressão

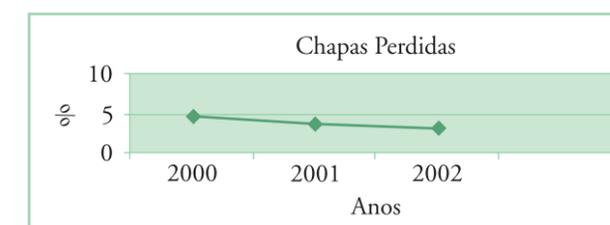
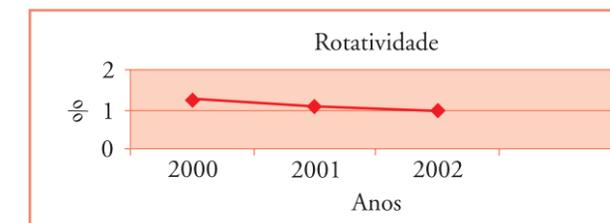
Sistema de Avaliação Ciclo 2003

Fique de olho nos prazos do PGQP! As empresas que farão a avaliação externa devem enviar sua auto-avaliação até o dia 30 de julho. Para aquelas que não farão, o prazo de entrega encerra no dia 20 de dezembro. Em caso de dúvidas sobre os

treinamentos, consulte a Secretaria do Sindigraf-RS/Abigraf-RS através do fone (51) 3346.3800, e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br ou diretamente na sede das entidades. Av. Pernambuco, 2623 - 5º andar. Porto Alegre.

Tendência

Observe como os indicadores abaixo estão apresentando tendência positiva. Isso é um dos resultados do gerenciamento dos indicadores na Indústria Gráfica. Participe!!!



Germano Rigotto

Passados seis meses desde a posse dos novos representantes do governo estadual, a Abigraf-RS em Revista entrevistou o governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto, para esclarecer algumas das principais dúvidas da Indústria Gráfica quanto às políticas que o novo governo está adotando e que possam beneficiar o setor. Acompanhe:



Abigraf-RS em Revista – Um dos pontos em que seu programa de governo está baseado é a atração de investimentos e desenvolvimento econômico. Neste sentido, qual a importância que está sendo dada para o desenvolvimento industrial?

Germano Rigotto – A atração de investimentos é um dos pilares que vão garantir a base da retomada do crescimento econômico e social do Estado. Nesse sentido, estamos executando um trabalho de abertura do Rio Grande, ampliando a interlocução nacional e internacional, a fim de mostrarmos as potencialidades que temos, das questões cultural e étnica às que envolvem infra-estrutura e mão-de-obra qualificada. Nós estamos atuando de forma a redimensionar os potenciais investimentos, torná-los, sobretudo, parcerias do Estado com empresas e seus trabalhadores.

AR – De que maneira ou que tipo de investimento poderá beneficiar o setor Gráfico?

GR – O desenvolvimento industrial é uma necessidade que deve, primeiro, estar adequado às vocações produtivas regionais, o que torna os investimentos mais fáceis de serem absorvidos na sua região de instalação, com resultados mais efetivos. Acredito que o crescimento desse setor traz mais possibilidades de ocorrer um efeito cascata nos diferentes setores que orbitam em torno desses empreendimentos. A Indústria Gráfica, sem dúvida, é uma que tem espaço nesse trabalho de maturação de um investimento, que precisa, também, ser conhecido para tornar-se mais forte e buscar sua consolidação.

AR – No Rio Grande do Sul, 90% do setor gráfico é composto por micro e pequenas empresas. Sabe-se que no seu governo foram ampliados programas de execução compartilhada com entidades que atendem estas empresas. Neste sentido, que tipo de parceria poderá se estabelecer com o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS enquanto entidades representativas do setor Gráfico no Estado?

GR – O processo de abertura do nosso governo tem por objetivo demonstrar que o importante é o Rio Grande do Sul, e não meramente as questões que estão vinculadas ao partido do governador e aos que o apóiam. Dessa forma, estamos criando um leque de parcerias com diferentes setores da economia para que, na medida de seu conhecimento, possam ajudar na implementação de políticas de governo que tragam resultados objetivos para o RS. O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS também estão sendo chamados para debater o futuro da Indústria Gráfica no Estado e de que forma poderemos melhorar as ações desenvolvidas pelo governo nesta área.

AR – O Rio Grande do Sul é um dos Estados que tem legislação específica na área ambiental e é considerada uma das mais rígidas no país. Como a Fepam está atuando neste sentido e como poderemos enfrentar a questão do tratamento dos resíduos industriais gráficos, uma vez que ainda não existe destino/tratamento para alguns destes resíduos, e para os quais a legislação prevê multa (caso não seja dado o destino correto)?

GR – O primeiro trabalho que estamos executando dentro da Fundação de Proteção Ambiental (Fepam) é reduzir

Planejamento Estratégico Tomando as rédeas do seu negócio

O processo de globalização e a entrada da internet foram decisivos para que o entendimento sobre gestão de empresas sofresse mudanças. De forma mais expressiva nos últimos cinco anos, esses fatores acarretaram aos empresários de todos os setores um aumento expressivo da concorrência, vinda de todos os lugares e de onde menos se esperava. Médias empresas acabaram espremidas entre grandes e pequenas, e todas passaram a competir entre si de forma mais acirrada. Os preços foram reduzidos ao extremo para permitir o enfrentamento com os concorrentes, gerando perda acentuada de lucratividade e até mesmo prejuízo operacional. O cliente passou a ser o fator decisivo na compra, obrigando as empresas a se concentrarem tanto no produto como nos serviços prestados, aumentando ainda mais os custos.

Esse contexto moderno, aliado a alguns paradigmas dos empresários gráficos mais tradicionais, fez com que muitas empresas ficassem estagnadas e muitas outras acabassem sucumbindo no momento de crise. “Um dos principais paradigmas do setor gráfico é de que máquina parada é perda de lucratividade. O empresário acaba reduzindo preços e margens na tentativa de alcançar o concorrente, mas sem perceber que o trabalho não cobre os custos de produção. Assim a empresa acaba aumentando o seu prejuízo. Este não é o momento de tocar e sim de parar e pensar: um dos piores erros que se pode cometer em gestão é este, pois a empresa acaba entrando na “espiral da morte”, onde cada novo serviço “aprofunda o buraco”.

Outro paradigma é que não se pode mudar o foco de atuação da empresa gráfica, principalmente quando ela é familiar”, esclarece o consultor de empresas Aristeu C. Kautzmann Filho, da SK Consultoria. Para ele, mais do que nunca é hora de rever alguns posicionamentos, quebrar paradigmas e investir em estratégias para o crescimento da empresa. O Planejamento Estratégico é uma das metodologias mais utilizadas para ajudar os empresários a fazerem isto.

“O Planejamento Estratégico é, sem dúvida, uma boa maneira de enxergar a empresa, direcionando-a para o local mais adequado”, define Aristeu. “E mais, esta metodologia não é algo possível apenas para médias e grandes companhias, sendo aplicável também para as pequenas empresas devido a sua facilidade de utilização. A partir do Planejamento Estratégico, a empresa focalizará seus negócios atuais e futuros, podendo expandir com base em ações bem planejadas. Assim sendo, o uso desta metodologia facilita o reposicionamento adequado da empresa nos momentos de crise. “Nessas horas, é fundamental que o empresário gráfico dedique um tempo para parar, pensar e projetar a empresa para o futuro. E o ideal é que o fizesse não só nas crises”, recomenda.

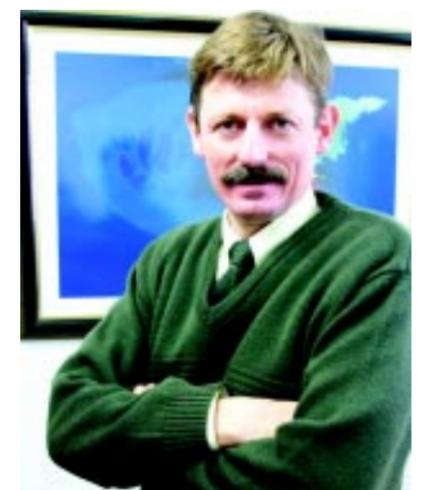
Montando o Planejamento

“A primeira etapa para desenvolver o Planejamento Estratégico é a fase onde a empresa conhece a si mesma. É a Identidade”, explica Aristeu Kautzmann. Esta etapa engloba, entre outros aspectos: definição da Missão ou Razão de Ser, identificação dos Princípios e Valores, estruturação das Unidades de Negócios, análise do Cenário e do Ambiente Competitivo, elaboração do Orçamento e do Plano de Investimentos, proposição da Visão de Futuro, definição dos Objetivos, revisão do Organograma e definição das Estratégias, que são os caminhos que a empresa escolhe para atingir todas as suas metas. A segunda etapa é a Análise do Ambiente Externo – mercado e concorrentes – com a avaliação dos fatores competitivos que interferem na tomada de decisão (qualidade, entrega, prazo, preço, pós-venda, atendimento, etc.). Tendo o conhecimento do ambiente externo, o empresário deverá olhar para dentro da empresa, na terceira etapa do Planejamento Estratégico, que é a Análise do Ambiente Interno, identificando pontos fracos e os positivos, buscando adequar os que estão incompatíveis com o mercado e com as necessidades dos clientes.

Com todas as informações na mão, define-se os Projetos Estratégicos e se detalha os Planos de Ação. Nesses, serão visualizadas as mudanças e alternativas que a empresa tem para entrar de forma mais efetiva no mercado e fazer frente à concorrência.

A prática

O tempo adequado para elaborar o Planejamento Estratégico gira em torno de três a cinco meses. “O Planejamento Estratégico requer sistemática, inclusive para medir se ele está dando certo. É necessário que se gerencie o próprio Planejamento Estratégico e as diversas ações da empresa. Reuniões terão que ser realizadas, embora muitos não estejam habituados, pois elas servem para “se medir a febre”, para ver na prática o que está funcionando. Mas lembrem-se: reuniões curtas, objetivas, com definição de tarefas e atividades sempre rendem mais”, recomenda Aristeu. Finalmente com o Planejamento Estratégico estruturado e sendo constantemente revisado, a empresa não é mais empurrada pelas contingências de mercado. Ela já sabe como e onde agir e, fundamentalmente, sabe agir com competitividade.



Kautzmann: O Planejamento Estratégico não sai da noite para o dia. Ele é resultado de um esforço da empresa para crescer, ou para se reposicionar num momento de crise

Fiepag

Gaúchos contratam consultoria



Abigraf-RS fecha acordo com o Instituto de Soluções e Estudos Gráficos

Empresários gaúchos e diretores da Abigraf-RS aproveitaram a 17ª Fiepag para visitar o estande do Instituto de Soluções e Estudos Gráficos (ISEG) e assinar um contrato de consultoria. O objetivo é avaliar a capacidade produtiva de 14 gráficas da grande Porto Alegre e estruturar um modelo operacional para nivelar a lucratividade individual das empresas com a rentabilidade coletiva dos segmentos Promocional e Editorial. Devido ao acirramento da concorrência, muitas empresas adquiriram máquinas para impressão em policromia e estão

sofrendo com a desvalorização do real. “São gráficas que investiram muito em tecnologia e tiveram que repactuar seus contratos. Agora, decidiram se reunir para discutir os problemas em comum e encontrar soluções, detectando as deficiências de gestão, que fazem com que todo o grupo seja prejudicado”, explica Murilo Lima Trindade, diretor da Gráfica Trindade. A opção pela consultoria do ISEG foi um consenso entre as 14 empresas, que consideraram seus profissionais técnicos de alto nível e com uma visão mais

abrangente do setor. Os técnicos do Instituto farão uma primeira avaliação e coleta de informações mais detalhadas sobre cada empresa. Em seguida, os resultados serão tabulados e um relatório será apresentado ao grupo, durante *workshop* a ser realizado na sede da Abigraf-RS, em Porto Alegre. Depois dessas conclusões, a Abigraf-RS deverá definir temas de palestras e cursos que auxiliem as empresas na condução de suas atividades, atendendo aos resultados obtidos com a consultoria.

ao máximo o número excessivo de processos que esperam por deliberações ambientais. No total, assumimos o governo com mais de 25 mil ações no estoque. Claro que isso não pode determinar nenhuma dificuldade para a atuação da Fepam no que diz respeito à fiscalização. O que o governo quer é que mantenhamos nossa legislação ambiental como uma das mais conceituadas no país, trazendo os benefícios aos ecossistemas gaúchos. Precisamos pensar, também, nas mudanças e adequações que poderemos vir a promover em algumas partes da legislação ou com a criação de projetos específicos para normatizar determinadas áreas. Esse trabalho vai demandar um segundo esforço, em que será necessário um debate com os setores envolvidos, como no caso da indústria.

AR – No setor Gráfico, um dos grandes conflitos atuais é a questão tributária. Os empresários estão vivenciando uma bitributação, ou seja, a municipal (ISSQN) e a estadual (ICMS), sem saber que decisão tomar. Como o Estado se posiciona diante disso? De que forma os empresários podem se posicionar diante do conflito tributário, evitando multas e processos judiciais?

GR – Acho que é possível se relativizar a questão, uma vez que existe um entendimento do setor que, principalmente os trabalhos que envolvem o setor de embalagens é que estariam propensos a receber a tributação estadual, ficando os outros serviços para a tributação municipal, via ISS. No entanto, ainda é preciso que façamos um estudo dentro da Secretaria Estadual da Fazenda para que possamos realmente determinar qual o caminho para resolver essa questão que aflige o setor da Indústria Gráfica.

AR – A partir deste ano, o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS estarão realizando uma divisão do Estado em regiões, com o objetivo de descentralizar da capital e levar seus produtos e serviços a todas as empresas. O seu governo também pretende interiorizar suas ações através dos Coredes. Neste sentido,

alguma ação poderá beneficiar diretamente a Indústria Gráfica?

GR – O processo de interiorização é uma ação que tem por objetivo descentralizar as ações do governo, discutindo junto às comunidades de diferentes regiões as suas principais demandas e levando a elas os órgãos da administração estadual para determinarem suas ações setoriais e

regionais. O processo de Participação Popular que estará sendo colocado em prática, a partir do mês de julho, deverá, sim, criar necessidades em que o setor gráfico, dentro do seu processo de descentralização de atividades, poderá contribuir para ações conjuntas com o governo.

Germano Rigotto recebe representantes do setor Gráfico



Diretoria dos sistema Sindicatos Abigraf-RS em audiência com o governador do Estado

Diretores do sistema Sindicatos/ Abigraf-RS estiveram reunidos com o governador do Estado, Germano Rigotto, para solicitar apoio político nas ações das entidades. O encontro foi realizado no dia 2 de junho, no Palácio Piratini. Na ocasião, Carlos Evandro Alves da Silva, presidente do Sindigraf-RS/Abigraf-RS, listou algumas das iniciativas que estão sendo tomadas pelo setor Gráfico, como a luta contra a sonegação fiscal de empresas-fantasma e a parceria com a Secretaria Estadual do Meio Ambiente para a destinação dos resíduos. O presidente também solicitou a realização de algum projeto que incentive a cobrança de notas fiscais e demonstrou interesse em divulgar a Indústria Gráfica, numa ação conjunta com o Governo do Estado.

Em resposta às colocações, Rigotto prontamente se posicionou favorável à parceria do Governo com o setor para a efetivação de um convênio com os sindicatos, onde o cadastramento completo das indústrias gráficas serviria para coibir as gráficas

“virtuais”. Também sugeri que aproveitassem a Semana do Meio Ambiente para realizar as primeiras ações na Indústria Gráfica. Quanto à cobrança de notas fiscais pelos consumidores, o governador adiantou que sua equipe pretende retomar campanhas como “Paguei, quero nota”. Um projeto de educação fiscal já está sendo aprovado pela Assembleia Legislativa, e deverá mostrar a importância das notas fiscais. O presidente do Singraf Caxias, Paulo Carrer, também solicitou uma atenção especial na definição do imposto adequado para a Indústria Gráfica, ICMS ou ISS, ressaltando que a região de Caxias do Sul tem sofrido com esse impasse. Ao final, Carlos Evandro Alves da Silva convidou o governador para o jantar do Dia da Indústria Gráfica em Caxias do Sul, no dia 24 de junho, e em Porto Alegre, no dia 4 de julho. Germano Rigotto elogiou o trabalho do setor Gráfico no Estado. “Temos uma amizade e uma vinculação tão grande com o setor que, com certeza, faremos uma boa parceria”.

Fiepag 2003: soluções para pequenos, médios e grandes

Apesar da ausência dos grandes expositores, a 17ª Fiepag não deixou a desejar para a edição anterior, que era considerada até então a melhor de todos os tempos. O evento ocorreu de 26 a 29 de março, no Anhembi, em São Paulo e agradou gráficos de todos os portes e setores



Gaúchos marcaram presença na Fiepag 2003

A 17ª Feira Internacional de Papel e Indústria Gráfica (Fiepag) teve um público de 45 mil pessoas e muitos negócios fechados. Para os visitantes, o evento possibilitou o contato com produtos e equipamentos dos expositores, e soluções para as necessidades da grande maioria do mercado, que são gráficas de pequeno e médio porte. “Essa Fiepag teve uma característica diferente das anteriores. Como boa parte das grandes empresas não participou e o público foi o mesmo, pudemos observar que os gráficos vêm à Fiepag independente de quem esteja expondo. Acho que os pequenos e médios expositores tiveram mais atenção dos gráficos e foram favorecidos”. Esta foi a avaliação do presidente da Abigraf Nacional, Mário César de Camargo. Quem esteve na 17ª Fiepag, realizada juntamente com a Converflex Latin

America – Feira Internacional de Máquinas para Impressão de Embalagens, Convertedores e Materiais, pôde conferir as novidades, obter informações e trocar idéias com outros colegas do setor Gráfico. Técnicos, empresários e trabalhadores de todo o Brasil e da América Latina também participaram da 38ª Assembléia Geral Ordinária da Abigraf Nacional e a Assembléia Geral Extraordinária da Confederação Latino-americana da Indústria Gráfica (Conlatingraf), realizadas no primeiro dia da Fiepag. A atenção dos visitantes ficou dividida entre os 579 expositores de 30 países e os 70 cursos, palestras e seminários organizados pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG). A equipe do Senai-SP também ofereceu, em seu stand, palestras gratuitas sobre Capacitação Profissional. Aliás, a informação foi um dos principais focos nesta edição da Fiepag. Outros destaques foram as sete ilhas de produção instaladas, apresentando um painel do que há de mais avançado e acessível à maioria do mercado em Comunicação Visual, Impressão Digital, Gerenciamento de Cores, Serigrafia, Equipamentos Nacionais, Pré-Impressão e Gestão.

Empresários gaúchos na Fiepag

O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS organizaram uma caravana de empresários do Rio Grande do Sul para participar da 17ª Fiepag. Juntamente com o presidente Carlos Evandro Alves da Silva e outros diretores da entidade, o grupo encontrou muitas alternativas para seus negócios. Feliciano Souza, da Gráfica e Editora Brasul, de Porto Alegre, destacou que a

feira proporcionou uma integração maior entre os expositores menores e os empresários do setor. “Nas edições anteriores, havia uma centralização nas grandes empresas e a integração entre os gráficos era menor”, afirmou. O diretor da Mala Direta Serviços Gráficos e Editora, Francisco Alba, de Porto Alegre, destaca as ilhas de produção, por terem apresentado soluções claras de tecnologias para pequenas empresas. Os pontos que mais chamaram a atenção de Alba foram as soluções de acabamento para as pequenas gráficas e a ampliação de alternativas para impressões digitais, embora ainda com preços elevados para as empresas menores.

Para Adilson Costa, diretor Comercial da Meta Indústria Gráfica, de Novo Hamburgo, foi o setor de Flexografia que surpreendeu, especialmente pela velocidade das máquinas, com boa qualidade de impressão e um bom preço.

Opinião

“Achei a Fiepag muito interessante, principalmente por algumas das grandes empresas não terem acreditado na feira como nós acreditamos. Com isso, elas deixaram espaço para as pequenas e médias mostrarem o seu trabalho. Eu apostei muito nessa feira, principalmente pelo lançamento do nosso CTP em âmbito nacional, o que nos trouxe resultados fantásticos. Fizemos muitos negócios e esperamos ter um ano muito bom graças a essa feira. Logo após a Fiepag, a Pre Press fechou a venda de dois CTP modelo Cobalt4, do fabricante Escher Grad, com o jornal Correio do Povo. A participação dos empresários gaúchos foi maciça e a ausência dos grandes fabricantes não afetou em nada”.

André Tulini
Pre Press

“A Indústria Gráfica está presente em todos os 5 mil municípios do Brasil através das suas 14 mil empresas. É a participação do pequeno gráfico na Fiepag que fará o setor prosperar, porque existe um efeito em cascata de conhecimento, de avanço tecnológico e de participação em seminários e feiras como essa, proporcionando o desenvolvimento da Indústria Gráfica de baixo para cima. A participação em eventos não é mais apenas uma opção,

mas uma necessidade. O lema da nossa gestão na Abigraf Nacional é ‘inteligência para o empresário gráfico’. Eu tenho insistido nisso, porque o setor se desenvolveu tecnologicamente e profissionalmente, através do treinamento dos seus profissionais de chão de fábrica. O setor está num momento difícil e, no meu entendimento, a solução passa por uma melhor percepção estratégica do empresário gráfico. Ele precisa deixar de ser gráfico e passar a ser empresário, encarando o seu investimento como algo que traga retorno para si, para seus funcionários e para a comunidade. Muitas vezes, o empresário gráfico se considera um artesão, que vive do seu negócio, da sua profissão e da sua arte, mas pensa pouco em ter retorno”.

Mário César de Camargo
Presidente da Abigraf Nacional

“É muito importante o papel da Abigraf ao levar empresários de outros Estados. Normalmente, o pequeno não tem muitas oportunidades para participar de eventos como esse, onde encontra informações e novas tecnologias. Além de melhorar o nível tecnológico das empresas, isso ajuda a congrega os empresários com a Abigraf, para defendermos melhor o setor Gráfico. Estamos passando por uma transição de tecnologia muito acentuada, com a entrada cada vez mais marcante da impressão digital. Acho que a Fiepag dá muitas oportunidades em momentos de crise como estamos atravessando. Se o empresário estiver atento, ele consegue perceber isso claramente e encontrar alternativas e soluções diferentes para a produção. É na crise que temos as melhores oportunidades para reinventar o nosso negócio”.

Jacks Ubiratan
Presidente do Conselho Diretivo da Abigraf Nacional

“A Fiepag 2003 foi muito boa diante das circunstâncias desse evento, do ano que estamos passando e da dificuldade para montar essa feira. Acho que muitos já se

A 38ª Assembléia Geral Ordinária da Abigraf Nacional e a Assembléia Geral Extraordinária da Conlatingraf ocorreram no primeiro dia da Fiepag



1 Mário César de Camargo

2 Jacks Ubiratan

3 Max Schrappe

arrependeram de não terem participado, ao menos com um estande. No hemisfério Sul não existe feira melhor do que essa, é uma opção melhor para os latino-americanos do que a Drupa, na Alemanha, ou a Print, nos Estados Unidos. A Fiepag traz negócios muito importantes, pois temos a exposição de vários tipos de máquinas que se complementam. Portanto, fica mais fácil para o gráfico comprar, porque ele entra num consórcio e tem condições de receber o seu maquinário, pagando prestações módicas. Sempre temos que participar desses eventos. Não é preciso apenas olhar máquinas, mas conversar com os colegas, saindo um pouco do dia-a-dia e aliviando a cabeça para resolver os problemas com mais facilidade”.

Max Schrappe
Presidente do Conlatingraf