



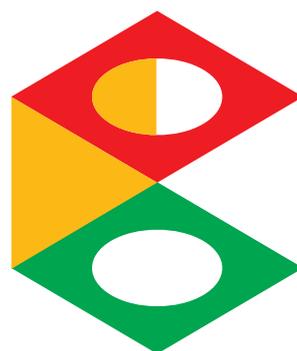
# Sindigraf<sup>RS</sup>



## Notícias

# Está chegando a hora da premiação

**C**onforme vão se aproximando as inscrições para o 2º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, os industriais gráficos já estão selecionando suas peças. Confira nas próximas páginas as novidades desta edição do prêmio (conheça também o regulamento completo no site [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)), além das dicas para inscrever suas peças, o que acontece de 1º a 30 de junho.



**2º PRÊMIO  
GAÚCHO DE  
EXCELÊNCIA  
GRÁFICA**

### **AO EMPRESÁRIO**

PÁGINA **03**

Fique por dentro de dicas sobre como melhorar o planejamento em todas as áreas de sua empresa

### **ASSOCIADA**

PÁGINA **08**

Conheça a história da Tipografia Sananduva, que tem a capacitação como carro-chefe de suas ações

## Sem precipitações

Patrícia Paes



**Temos** percebido, nos últimos meses, uma imensa retração nos negócios para o mercado gráfico em todo o país. A concorrência acirrada, que faz a própria indústria gráfica reduzir a sua margem de lucro, está desvalorizando o produto gráfico e inviabilizando o

setor. Por outro lado, vemos muitas empresas investindo na compra de equipamentos de grande produção, gerando uma oferta de produção bem acima do que o mercado comporta. A pergunta que levanto é: as empresas estão com gás para fazer esse investimento ou estão fazendo a compra em função do colega?

O que se sabe, ao certo, é que o mercado não tem capacidade de absorver toda esta tecnologia. Além da concorrência direta, ainda temos que enfrentar a crescente utilização da internet, dos meios de comunicação de rádio, televisão e jornal – que também são nossos concorrentes –, principalmente na área promocional. O mercado se torna cada vez mais reduzido. Por isso, não tome decisões prematuras. É preciso avaliar a real necessidade da aquisição de novas máquinas. Na hora de investir em novos equipamentos, é necessário verificar se eles não vão ficar ociosos e se há demanda que justifique a compra. Uma decisão precipitada pode levar até mesmo ao fechamento da empresa. O industrial gráfico deve elaborar um planejamento estratégico, pensando nas conseqüências de uma ação como essa no longo prazo. O empreendedor tem que saber, principalmente, o que quer fazer, aonde vai chegar e como vai chegar.

Ressalto que a participação em feiras – como a Expoprint, que acontece de 31 de maio a 6 de junho – é importante, independentemente de se fazerem investimentos. Ficar por dentro das novidades e trocar idéias com colegas é essencial para se manter no mercado. É bom lembrar, também, que a Abigraf-RS e o Sindigraf-RS estão constantemente preocupados em levar a informação ao industrial gráfico e o fazem por diversos meios, como cursos e eventos. Quanto mais conhecimento o empreendedor tiver, mais capacidade gerencial ele vai ter e, conseqüentemente, mais condições de dirigir a sua empresa.

**Carlos Evandro Alves da Silva**  
Presidente

## Maio

### 24 Oficina Gerencial

Chega a vez do Vale do Gravataí conhecer esta nova oportunidade de qualificação, oferecida pelo Sindigraf-RS, em parceria com o Sebrae-RS. O evento acontece a partir das 19h, na sede do Sebrae em Gravataí (Av. Loureiro da Silva, 1519). Informações pelo telefone (51) 3346-3800.

## Junho

### 10 Vendedores

O sindicato promove, nesta data, um curso sobre tecnologia gráfica para vendedores de produtos do setor. O evento acontece na sede do CEP Senai de Artes Gráficas, que fica na avenida Assis Brasil, 8.450, em Porto Alegre. Informações pelo telefone (51) 3346-3800.

## Julho

### 01 Photoshop

Os associados poderão participar de uma aula sobre tratamento de imagens com a utilização do programa Photoshop. O curso ocorre em Porto Alegre, na sede do CEP Senai de Artes Gráficas, situado na avenida Assis Brasil, 8.450. Informações: (51) 3346-3800.

### 28 Prêmio

A noite de entrega dos troféus do 2º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica promete ser especial. O evento acontece a partir das 19h, na Associação Leopoldina Juvenil (Rua Marquês do Herval, 280), em Porto Alegre. Conheça os detalhes na página 5.

Informações pelo fone (51) 3346-3800  
ou via e-mail: [secretaria@sindigraf-rs.com.br](mailto:secretaria@sindigraf-rs.com.br).

## EXPEDIENTE



Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul e da Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional Rio Grande do Sul

Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – CEP 90240-005  
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3346-3800  
[www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br) – [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)  
[sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br](mailto:sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br)  
[abigraf-rs@abigraf-rs.com.br](mailto:abigraf-rs@abigraf-rs.com.br)

**Presidente:** Carlos Evandro Alves da Silva  
**Vice-presidente:** Luiz Carlos Pagano Gasperini  
**1º Diretor Secretário:** Paulo Roberto Borgatti Coutinho  
**2º Diretor Secretário (Sindigraf-RS):** Eloi Santos de Farias  
**2º Diretor Secretário (Abigraf-RS):** Angelo Garbarski  
**1º Diretor Tesoureiro:** Osni Tadeu dos Santos  
**2º Diretor Tesoureiro (Sindigraf-RS):** Lourival Lopes dos Reis  
**2º Diretor Tesoureiro (Abigraf-RS):** Francisco Alba

### Produção e Execução:



Fone: (51) 3346-1194  
[www.tematica-rs.com.br](http://www.tematica-rs.com.br)  
[redacao@tematica-rs.com.br](mailto:redacao@tematica-rs.com.br)

**Edição:** Fernanda Reche – MTb 9474  
Svendla Chaves – MTb 9698

**Redação:** Renata Giacobone  
**Colaboração:** Sara Cadore

**Revisão:** [www.pos-texto.com.br](http://www.pos-texto.com.br)

**Edição de Arte:** Sílvio Ribeiro e Mariana S. Thiago

**Pré-impressão – CTP e Impressão:**  
Maredi Sistema Gráfico e Editora Ltda.

**Tiragem:**  
2.000 exemplares  
Distribuição gratuita.

# Programando-se para alcançar o sucesso

Dentre as diversas ações que precisam ser tomadas para garantir a boa saúde de uma empresa, o planejamento pode ser encarado como base para a conquista de objetivos

**H**oje, as empresas precisam estar sempre à frente umas das outras, tornando possível sua sobrevivência, e uma palavra que não pode faltar no vocabulário do empreendedor é planejamento. “Planejar é decidir antecipadamente, estabelecer metas e comprometer-se com elas”, afirma o consultor do Sebrae-RS Nadir Andreolla. Ele resalta que a falta de uma programação pode colocar em risco o futuro da empresa: “É como ficar ao sabor dos ventos, sem saber se poderá chegar a um porto seguro”. As formas de planejar devem ser aplicadas em toda a organização, da portaria à presidência; o que muda é a complexidade. Para isto existe planejamento nas áreas financeira e de vendas, além de planejamento estratégico, plano de cargos e salá-

rios e assim por diante. Todos levam à definição antecipada do ponto aonde se quer chegar. Os problemas podem surgir quando o planejamento é feito de maneira impensada. “Planejar envolve processo. Um plano escrito tem 65% a mais de chance de sucesso”, avalia Andreolla. O primeiro passo é definir o tipo de planejamento que se quer. Ele pode ser dividido em operacional e estratégico, ou seja, planos de curto e longo prazos, respectivamente. Se a empresa tem um plano de metas para os próximos três meses, em termos de faturamento, lucro e fluxo de caixa, este é um bom começo. “Uma boa maneira de organizar uma empresa é implantar um sistema de fluxo de caixa integrado, que vai depender de informações de todos os setores da empresa. Se estes não estiverem devidamente estruturados, terão dificuldade para passar informações qualificadas”, conta o consultor. O consultor argumenta que, para ser bem-sucedida, uma empresa precisa se valer das suas experiências passadas e administrar o hoje com uma visão de futuro. É necessário desenvolver estratégias para alcançar os objetivos, definir um plano de ação, começando agora para ter resultados em longo prazo.



Iniciativas como pesquisas de mercado e implantação de um planejamento estratégico são valiosas nessa hora. A construção de cenários também é importante, pois permite ao empreendedor maior desenvoltura para lidar com imprevistos. “Isto se aplica diretamente ao setor gráfico, onde os avanços tecnológicos constantes vêm sendo contundentes”, avalia Andreolla. A solução do problema passa por aporte de capital, nem sempre acessível. “Essa questão repercute em toda a estrutura da empresa, exigindo solução mais abrangente e profunda. É exemplo de elaboração de um planejamento estratégico, tanto da empresa como do setor.” Para quem precisa de orientação neste sentido, uma boa pedida é freqüentar as oficinas gerenciais, oferecidas pelo Sindigraf-RS em parceria com o Sebrae. Lá, é possível esclarecer dúvidas e traçar planos para que a empresa alcance seus objetivos.

O mercado gráfico gaúcho já pode contar com um fornecedor multimarcas capaz de oferecer multissoluções em papéis.

Gráfica é dinamismo e alta velocidade. Por isso, se a sua empresa precisa de um fornecedor ágil e capaz de responder com as melhores soluções em papéis, a Rio Branco, além de contar com um completo mix de produtos, oferece um atendimento profissional e uma estrutura logística que garante pronta entrega em todo o Brasil.

**RIOBRANCO**  
COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPEIS LTDA.  
CENTRAL DE ATENDIMENTO  
DDG 0800.7012699 - 0800.112010

Rua Sérgio Jungblut Dieterich, 950 • Depósito 1 • Bairro São João • Tel.: (51) 3365-8066

## Preocupações da indústria moderna

**Odalci Tempes** Gerente de produção da Gráfica e Editora Pallotti

O gerenciamento dos resíduos industriais deveria ser a maior preocupação dos comprometidos na gestão de uma empresa. Isso envolve dinamizar a produção, maximizando resultados. O objetivo é reduzir o desperdício, conhecido como resíduo, sobras ou lixo, e, conseqüentemente, tornar os custos mais competitivos.

Podemos afirmar que essas medidas trazem enormes benefícios para as empresas em termos de resultados, e também são benéficas para a natureza. Devemos ter presente que o custo para efetuar corretamente o descarte dos resíduos, conforme exigências ambientais, é alto. Quanto mais preparada estiver a equipe de trabalho, maio-

res serão as chances de redução dos custos e dos riscos. É preciso entender que ter atenção nos processos produtivos não significa gasto, mas investimento, pois isto se transforma em economia interna, com menor agressão possível ao meio ambiente, atendendo aos preceitos legais. Fazer desse "limão" uma limonada, isso é o que se sugere.

Utilizar ao máximo as matérias-primas, aproveitando racionalmente a energia elétrica e os recursos naturais – tais como água e iluminação natural –, racionalizando e padronizando os processos produtivos e treinando constantemente as equipes de trabalho, são ações que nos tornam mais competitivos e ainda diminuem os índices de resíduos industriais. Ainda vale ressal-

tar que podemos separar mais o "lixo", e tirar dele recursos significativos para reaplicar em processos de melhorias.

Os quesitos conscientização, treinamentos, encontros de equipes e campanhas internas são aliados essenciais para fixação dos sentidos de utilização, organização, limpeza, saúde e autodisciplina. Esses fatores de qualidade geram mudanças comportamentais e aguçam percepções que propiciam o crescimento profissional dos colaboradores, contribuindo, assim, para o desenvolvimento da autodisciplina, que é a base do sucesso pessoal e organizacional. As exigências jurídicas impostas às empresas, dessa forma, são atendidas naturalmente, e as futuras gerações agradecerão.

## Trabalhando o cliente

**Gilca Marchesan Bellaguarda** Consultora externa do Sebrae-RS

Em um mercado cada vez mais competitivo, o foco das empresas deve ser o cliente, enquanto as vendas ficam em segundo lugar. Apesar disso, o ato de vender tem sido deixado de lado pelas micro e pequenas empresas, que costumam dar maior ênfase à produção ou às questões operacionais.

Os micro e pequenos empresários se preocupam mais em conquistar novos clientes, esquecendo que o lucro real está no trabalho de manutenção destes. Também há deficiência no planejamento e na gestão de vendas, o que leva muitas empresas a terem problemas com a comercialização de seus serviços e produtos. No mercado gráfico, este cenário não é diferente. O domínio técnico faz com que muitas empresas se voltem mais para a produção do que para a área comer-

cial. São poucas as que, neste segmento, possuem o hábito de planejar e fazer a gestão de vendas.

Para vender bem, é preciso treinar funcionários, ouvir com atenção clientes, ter estratégias comerciais definidas, conhecer exatamente o perfil dos clientes, quais suas necessidades e oferecer soluções adequadas e ágeis. É preciso não deixar transparecer para os clientes que a empresa é apenas mais uma que vende preço. Se isto acontecer, eles irão comprar apenas em função desta característica, e sempre vão esperar que a empresa promova o preço para efetuarem o fechamento de um negócio. Um caminho é apostar em bons serviços e em uma equipe sempre bem treinada.

Contar com uma equipe eficiente de funcionários e uma lista atualizada de clientes é indispensável para ter

sucesso em vendas. Para que haja um perfeito entendimento entre o vendedor e o cliente é necessário que o primeiro seja exaustivamente treinado e orientado para captar os desejos e necessidades do segundo. Isto deve ser observado desde o início – contratando a pessoa com o perfil certo para a função.

A empresa deve disseminar a idéia de que o profissional de vendas precisa resolver o problema do cliente, e não o dele. Se ouvir e entender o cliente, não empurrando qualquer produto, irá fidelizá-lo e vender mais. Entre as características de um bom vendedor, podemos destacar a capacidade de comunicação, de organização, o entusiasmo, a curiosidade e a percepção. O profissional terá de ser treinado, sobretudo para conhecer a empresa, os produtos que vende e os clientes.

# Prêmio recebe inscrições em junho

A menos de um mês do início das inscrições, as gráficas gaúchas já selecionam suas peças para concorrer ao 2º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

**D**epois de comprovada a qualidade dos impressos do Estado, por meio do 1º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, promovido pela Abigraf-RS, a entidade aposta na segunda edição do evento. Até o dia 28 de julho, quando acontece a cerimônia de entrega dos troféus, industriais gráficos gaúchos vão ficar na torcida pelas suas melhores peças. Como as inscrições acontecem no mês de junho, fique atento para que suas peças não percam pontos na avaliação. Os seis segmentos previstos no Prêmio foram ampliados, contemplando mais produtos. O segmento promocional é o que conta com maior diversidade de categorias, seguido do comercial. É preciso efetuar uma inscrição para cada peça. Só podem concorrer trabalhos produzidos pela empresa entre 1º de julho de 2005 e 30 de junho de 2006, que também é a data-limite para inscrever as peças. Para cada inscrição, devem ser enviados dois exemplares do trabalho. É importante lembrar que peças arranhadas, onduladas ou amassadas perdem pontos, assim como peças sujas, com poeira e marcas



271 peças inscritas marcaram o sucesso da primeira edição do Prêmio

de dedos. As embalagens inscritas não podem apresentar problemas com vincos ou pontos de cola, e caixas e displays pedem cuidado reforçado na hora do transporte. Facilitar o trabalho da equipe avaliadora, mandando um esquema de montagem junto com o display, faz a diferença, e orientar o transportador ajuda a diminuir os danos. Seguindo essas dicas, e preenchendo corretamente o formulário que estará disponível no site da entidade ([www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)) durante o período das inscrições, tudo o que o industrial gráfico precisa fazer é cruzar os dedos e esperar pelo melhor. Veja mais informações no regulamento que será enviado pelo correio e poderá ser conferido no site da Abigraf-RS.

## Na onda do monge

Seguindo a linha de seu livro anterior, *O Monge e o executivo*, James Hunter emplaca outro sucesso na lista dos livros mais vendidos no país: *Como se tornar um líder servidor*. A obra faz uma compilação concisa dos princípios da liderança servidora, além de facilitar a aplicação prática destes conceitos no dia-a-dia das pessoas e das organizações. Entre as idéias mais importantes destacadas nas 144 páginas do livro, está a de que liderar é servir.

## Retorno da revista Gráfica

Desde setembro do ano passado, está circulando novamente a revista *Gráfica – Arte Internacional*. Lançada em 1983, a publicação é destinada exclusivamente às artes gráficas e à arte em papel produzidas no Brasil. Desde seu retorno, a revista já recebeu o Prêmio Fernando Pini 2005, na categoria Tablóides e Folhetos Promocionais. Com periodicidade mensal, a *Gráfica* pode ser adquirida pelo telefone 0800 643-4343, pelo site [www.positivodireto.com.br](http://www.positivodireto.com.br) ou ainda em estabelecimentos comerciais nas cidades de Porto Alegre, Canoas, São Leopoldo e Passo Fundo.



2º PRÊMIO  
GAÚCHO DE  
EXCELÊNCIA  
GRÁFICA

Prepare-se! Está chegando...

Separe já as melhores peças produzidas pela sua empresa e armazene-as cuidadosamente até o período de inscrições.

Inscrições:  
01 a 30 de junho de 2006

### Informações

Av. Pernambuco, 2623 5º andar  
Porto Alegre/RS - CEP 90240-005  
Fone: (51) 3346-3800  
Fax: (51) 3346-1920  
E-mail: [secretaria@abigraf-rs.com.br](mailto:secretaria@abigraf-rs.com.br)  
Site: [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)

## Tratamento dos livros pelo PIS/Pasep e pela Cofins

Eduardo Plastina Advogado Tributarista

**A**tualmente, dentro do sistema jurídico brasileiro, qualquer que seja o padrão de tributação pelo PIS/Pasep e Cofins a que estiverem sujeitas as empresas gráficas, as receitas decorrentes das operações envolvendo livros estão submetidas à alíquota zero para ambas as contribuições – por força do art. 28, da Lei nº 10.865/04, na redação dada pela Lei nº 11.033/04. Isto vale tanto para as que adotam a tributação cumulativa quanto para as que se utilizam da tributação não-cumulativa do PIS/Pasep e Cofins. Tal benefício fiscal não se aplica apenas às operações internas envolvendo livros: a importação também se submete à alíquota zero nos casos de PIS/Pasep e Cofins – Importação,

conforme estabelecido pelo art. 8º, § 12º, inciso XII, da Lei nº 10.865/04.

Vale notar que o conceito de livro, dentro da acepção legal, instituída pelo art. 2º, da Lei nº 10.753/03, é “publicação de textos escritos em fichas ou folhas, não periódica, grampeada, colada ou costurada, em volume cartonado, encadernado ou em brochura, em capas avulsas, em qualquer formato e acabamento”. Nos termos do parágrafo único do mesmo dispositivo, equiparam-se a livro: (a) os fascículos, publicações de qualquer natureza que representem parte de livro; (b) os materiais avulsos relacionados com o livro, impressos em papel ou em material similar; (c) os roteiros de leitura para controle e estudo de literatura ou de obras didáticas; (d)

os álbuns para colorir, pintar, recortar ou armar; (e) os atlas geográficos, históricos, anatômicos, mapas e cartogramas; (f) os textos derivados de livro ou originais, produzidos por editores, mediante contrato de edição celebrado com o autor, com a utilização de qualquer suporte; (g) livros em meio digital, magnético e ótico, para uso exclusivo de pessoas com deficiência visual; e (h) os livros impressos no Sistema Braille.

Sendo assim, tratando-se de livro ou de produto equiparado, as receitas provenientes de operações, internas ou externas, que os envolvam, auferidas por empresa gráfica, encontram-se ao largo da incidência do PIS/Pasep e da Cofins.

## Empréstimos dos empregados e desconto em folha

Benôni Rossi Advogado Trabalhista

**O**s empregados podem autorizar, de forma irrevogável e irretratável, o desconto no contracheque de valores referentes ao pagamento de empréstimos e financiamentos. O referido desconto também pode incidir sobre verbas rescisórias devidas pelo empregador, desde que esteja previsto no respectivo contrato de empréstimo ou financiamento, até o limite de 30% do valor das rescisórias.

Deve o empregador observar tal limitação, bem como outras estabelecidas na Lei Nº 10.820, de 17 de dezembro de 2003, para que não seja posteriormente responsabilizado por descontos que ultrapassem os limites legais. O empregador também terá a obrigação de prestar ao empregado e à instituição as informações necessárias para a contratação da operação de

crédito, assim como terá que efetuar os descontos autorizados pelo empregado em folha de pagamento e repassar o valor à instituição consignatária na forma e no prazo previstos em regulamento.

Não pode a empresa impor ao empregado ou à instituição financeira qualquer condição que não esteja prevista na Lei 10.820 para a efetivação do contrato e a implementação dos descontos autorizados. As condições do empréstimo serão objeto de livre negociação entre a instituição financeira e o empregado. Pode a empresa, com a anuência da entidade sindical representativa da maioria dos empregados, ajustar com bancos condições gerais e demais critérios a serem observados nos empréstimos aos empregados. Também podem os próprios sindicatos, sem ônus para os empre-

gados, ajustar com os bancos acordo que defina condições gerais e demais critérios a serem observados nos empréstimos que venham a ser realizados com seus representados.

Não é permitida aos empregadores ou às entidades sindicais a cobrança de qualquer taxa ou exigência de contrapartida pela celebração ou pela anuência nos acordos com os bancos. O empregador será o responsável pelas informações prestadas, pela retenção e repasse dos valores de sua remuneração mensal ao empregado, o qual deverá ser realizado até o 5º dia útil após a data de pagamento. Observando as limitações impostas na lei, não tem o empregador qualquer responsabilidade sobre o pagamento dos valores que o empregado tira de empréstimo, assim como não tem impedimento para a realização dos descontos.

## Abigraf-RS participa de reunião na Abigraf Nacional

Nos dias 28 e 29 de abril aconteceu, em São Paulo, mais uma Assembléia Geral Ordinária (AGO) da Abigraf Nacional. Representando a Abigraf-RS, estiveram presentes o presidente Carlos Evandro Alves da Silva e o tesoureiro Osni Tadeu dos Santos. Na pauta da reunião, o projeto de lei sobre o conflito tributário referente ao ICMS e ao ISSQN e a prestação de contas do último ano.

### Capital recebe HotShow

No final de abril, aconteceu em Porto Alegre o evento HotShow, para apresentar à indústria gráfica gaúcha as últimas novidades em tecnologia produzidas pela Heidelberg. Compareceram 176 pessoas de 64 gráficas de todo o Estado, e o Sindigraf-RS esteve representado por integrantes de sua diretoria.

### Convenção Coletiva

No último dia 11 de abril foi realizada reunião na qual se concretizou a negociação entre empresários e classe trabalhadora, resultando no acordo da convenção coletiva. Em fase de protocolo na DRT-RS, a convenção tem vigência de 1º de abril a 30 de março de 2007. O percentual de reajuste ficou em 5%.

Em breve a convenção será enviada a todas as empresas filiadas ao Sindicato. Mais informações no site [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br).

### Bom público

No dia 26 de abril, o Sindigraf-RS promoveu a palestra *Limites da jornada de trabalho dos empregados e da utilização do banco de horas*, ministrada pelo assessor jurídico da entidade, o advogado Benôni Rossi.

O evento, que aconteceu na sede do Sindigraf-RS, contou com a participação de 35 pessoas. Graças a isto, 23 empresas filiadas puderam se atualizar em temas como

jornada, especificidades do trabalho noturno, horas extras e multas. Já no dia 3 de maio foi a vez de 22 industriais gráficos, de 11 empresas, conferirem uma palestra com a equipe do segmento empresarial da Caixa Econômica Federal (*foto*), que apresentou as linhas de crédito e os demais serviços que a CEF disponibiliza para o setor gráfico. A avaliação de crédito não tem custos para as empresas filiadas ao Sindigraf-RS e pode ser feita antes mesmo da decisão pelo financiamento ou capital de giro, pois é válida por seis meses. Ao final dos eventos, o Sindigraf-RS sorteou brindes, como agendas, camisetas, porta-cartão de visita e calculadoras.



## Tecnologia e ociosidade

Nos últimos 10 anos, o setor gráfico se desenvolveu assustadoramente. Tanta tecnologia em tão pouco tempo está gerando um sério impacto para o negócio gráfico. O aparecimen-

to de siglas como CtP, JDF e CIP4, somadas ao desenvolvimento do PDF, revolucionaram nosso mercado. A automação que estas soluções trouxeram está impulsionando a produtividade dos equipamentos em escala geométrica. Uma impressora a 4 cores, por exemplo, ao estar ligada on-line ao CtP, gera o perfil de impressão e diminui o acerto (setup) em três ou até quatro vezes. Os equipamentos gráficos estão cada dia mais automatizados, interligados em rede, possibilitando a geração do orçamento, a programação do corte, a preparação de um acerto de dobradeira e de alceadeira sem a necessidade do operador. Quando em operação, estes vão realimentando o sistema, monitorando o desempenho de cada uma destas máquinas, e fazendo o pós-cálculo, também automaticamente. Paradoxalmente, estes desenvolvimentos não estão aumentando a lucratividade da gráfica. A competitividade entre os fornecedores de equipamentos fez com que a indústria se multiplicasse, mas não tanto quanto o mercado de impressos. Os novos métodos de gestão, chamados recessivos e hoje aplicados na economia global, fizeram as tiragens baixarem. Este cenário trouxe a ociosidade, que hoje combatemos à base de mágicas nos custos. Se permanecermos com a mesma estratégia, não conseguiremos acompanhar estes desenvolvimentos, e o resultado será o sucateamento. Portanto, é preciso começar a tomar outras providências.

Eloí Santos de Farias, 2º Secretário do Sindigraf-RS

# Unindo tradição e desenvolvimento

**A** Tipografia Sananduva, que leva o mesmo nome de sua cidade, é uma empresa essencialmente familiar comandada por Décio Caron, que hoje está à frente de duas unidades em Sananduva. São quase 40 anos de prestação de serviços, suprimindo as necessidades locais e regionais no setor de impressos. Com o tempo, a família Caron ampliou seu mercado, transformando a gráfica em livraria e bazar, “quase uma loja de departamentos”, segundo Décio. “É uma típica loja de interior”, afirma ele. A principal área de atuação são ainda os segmentos de impressos comerciais e promocionais, com destaque para a área publicitária, que vem seguida pelos

formulários e material administrativo. Entre os clientes estão a Prefeitura Municipal de Sananduva, a Agro Industrial Lazzari e Unimed local. A Tipografia Sananduva também atua na área editorial e na confecção de brindes, setor que vem apresentando crescente desenvolvimento. Caron destaca ainda a confecção de adesivos para rótulos, etiquetas e tecidos adesivados. A renovação de maquinários é feita freqüentemente, e os principais investimentos da família estão na capacitação e treinamento dos 26 funcionários do quadro. São cursos de atualização do Senai-RS e do Sebrae-RS em parceria com o Sindigraf-RS, realizados geralmente em



Divulgação

Passo Fundo. Décio destaca que regularmente ele traz profissionais do mercado à empresa para acompanhamento e troca de experiências. É com esse espírito empreendedor e visionário, valorizando e capacitando seus profissionais, que Décio Caron conduz a Tipografia Sananduva, provando que tradição e desenvolvimento podem e devem andar juntos.

Empresas associadas interessadas em ter sua história contada nesta seção podem escrever para [sindigraf@tematica-rs.com.br](mailto:sindigraf@tematica-rs.com.br).

## Agenda Fiscal – Maio de 2006

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
Previdência Social	Folha de pagamento 04/2006	2/5	IOF	1º decênio 05/2006	15/5
IOF	3º decênio 04/2006	4/5	Providência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/5
Salário	Folha de pagamento 04/2006	5/5	Gia Mensal	Vendas abaixo de 174.000 UPF	18/5
FGTS	Folha de pagamento 04/2006	5/5	Simples	Faturamento 04/2006	22/5
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 04/2006	5/5	ICMS - Indústria - EPP	Vendas 04/2006	22/5
Sintegra	Mês 04/2006	9/5	Gis Mensal	Vendas 04/2006	23/5
Imp. de Renda na Fonte	Período: de 01/04 a 30/04/2006	10/5	IOF	2º decênio 05/2006	24/5
ISSQN	Prestação de Serviços 04/2006	10/5	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/05 a 15/05/2006	31/5
ICMS - Comércio - EPP	Vendas 04/2006	12/5	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 04/2006	31/5
Gia Mensal	Vendas acima 174.000 UPF	12/5	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 04/2006	31/5
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/04 a 30/04/2006	15/5	IRPJ-Simples	Exercício de 2005	31/5
Confins	Faturamento 04/2006	15/5	IRPF-Quota	2ª Quota	31/5
Pis	Faturamento 04/2006	15/5	REFIS/PAES	Faturamento 04/2006	31/5

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Prestigie quem nos prestigia: **patrocinadores 2006**



HEIDELBERG



GUTENBERG

T. JANÉR



Seja patrocinador também em 2006! Informações pelo fone (51) 3346-3800