



# Sindigraf<sup>RS</sup>



## Notícias

# 45 chances de reconhecimento

**A**s gráficas gaúchas já podem inscrever suas peças para concorrerem aos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. As inscrições iniciaram no dia 12 de maio e se encerram no dia 10 de junho. Observe com atenção o regulamento antes de preencher a ficha (ambos disponíveis no site [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)) e algumas dicas da entidade para que os impressos não percam pontos. Depois é só organizar a torcida e prestigiar a festa de premiação que acontece no dia 18 de julho, em Porto Alegre.



### PLANEJAMENTO

PÁGINA

03

A entidade já traçou o plano de trabalho para os próximos três anos. Conheça algumas ações estratégicas

### AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

06

Primar pela qualidade durante todo o processo produtivo garante excelência e a satisfação do cliente

## Premiação de talentos

Patrícia Paes



O Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica representa um grande momento tanto para o setor gráfico quanto para as entidades que se esmeram em organizar o concurso. Gradativamente percebe-se a consolidação do prêmio que, nesta

edição, traz como novidades o aumento do número de categorias para 45. É uma oportunidade das empresas colocarem seus talentos à mostra, abrindo mais espaço no mercado e valorizando o seu negócio.

A quarta edição confirma que o prêmio não é um evento passageiro e, sim, um concurso de credibilidade em que há o empenho das entidades em perpetuá-lo e a disposição do setor em continuar participando e extraindo dele os benefícios de uma exposição de âmbito estadual e, até mesmo, nacional.

Vale a pena lembrar que uma premiação agrega valor ao portfólio do empreendimento, podendo interferir positivamente na percepção do cliente a cerca da gráfica. O julgamento leva em conta fatores imprescindíveis para a qualificação de um impresso como as questões técnicas e a capacidade de elaborar um material criativo e com funcionalidade. Além de servir como uma espécie de selo de qualidade, também estimula a equipe a permanecer engajada e vestindo a camiseta da empresa. Sem dúvida, o concurso configura como uma verdadeira vitrine para quem preocupa-se com a excelência de seus produtos e tem o cuidado de buscar a qualidade no decorrer de todo o processo produtivo. São estes esforços que merecem o reconhecimento e troféus como incentivo em continuar a empreitada.

Por isso, reserve um tempo e selecione seus melhores trabalhos para disputar o prêmio. Contudo, faça a inscrição com calma e preste a atenção em todos os pontos abordados no regulamento (que pode ser acessado no site da entidade). Tome cuidado para preencher corretamente a ficha de inscrição, fornecer os dados exigidos e encaminhar um material limpo e sem falhas de acabamento e impressão. Um simples descuido pode significar a desclassificação da peça. Boa sorte!

**Paulo Roberto Borgatti Coutinho**  
Presidente

## M a i o

### 12 Prêmio

Início das inscrições de peças no 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

## J u n h o

### 10 Prêmio

Último dia para inscrições de peças no 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

## J u l h o

### 18 Prêmio

Data da festa de entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. O evento será realizado no Centro de Eventos Casa do Gaúcho (Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 301 – Parque da Harmonia), em Porto Alegre, a partir das 19h.

## O u t u b r o

### 14 Congresso

De 14 a 17, acontece o 14º Congraf – Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica, no Parque do Anhembi (Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo, das 8h as 17h. Outras informações podem ser obtidas com a Abigraf Nacional pelo telefone (11) 5087-7777 ou pelo site [www.abigraf.org.br](http://www.abigraf.org.br).

### 27 Escola de vendas

Entre os dias 27 e 31 de outubro, ocorre mais uma edição da Escola de Vendas (nível 1). O curso será ministrado na sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar), em Porto Alegre, das 18h30min as 22h.

## D e z e m b r o

### 06 Fim de ano

A família gráfica gaúcha está convidada a participar da Festa de Fim de Ano da Abigraf-RS. A confraternização vai acontecer no Parque Fazenda da Serra (RS 476, nº 820), em Canela (no mesmo local do ano passado). A festividade se inicia às 9 horas. Agende-se!

## Conheça algumas diretrizes do planejamento estratégico

O Sindigraf-RS concluiu o planejamento estratégico para o triênio 2007/2010. A pesquisa de marketing, realizada no mês de janeiro, subsidiou a elaboração do material que prevê projetos de readequação da entidade para melhor atender seus clientes e ações para promover o desenvolvimento do setor gráfico.

Uma linha de produtos será oferecida às empresas associadas como palestras, cursos e convênios, entre outros. Em 2008, o setor gráfico poderá conferir eventos técnicos com foco nas áreas ad-

ministrativa, financeira, comercial, custos, qualidade, ambiental e produção. Iniciativas bem-sucedidas como as consultorias permanecem por se tratar de um benefício que oportuniza ao cliente buscar orientação. A entidade ainda continua disponibilizando serviços como os indicadores setoriais, o parecer técnico, os classificados e a bolsa de empregos no site do Sindigraf-RS.

O planejamento estratégico ainda traz novidades como propostas de firmar convênios entre o sindicato e empresas e instituições de diferentes segmentos. Descontos, facilidades de

pagamentos e aperfeiçoamento profissional fazem parte do rol de vantagens previstas no projeto. Para informar com detalhes os clientes a cerca dos produtos, seus conceitos e a sua adequada utilização, está prevista a elaboração de uma cartilha, incluindo dados que possam esclarecer melhor o funcionamento das entidades e as formas de contato. Não menos importante é o projeto de valorização e divulgação de produtos gráficos como, por exemplo, o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e participação em feiras.

## Indicador avalia relação entre matéria-prima e faturamento

O objetivo dos Indicadores Setoriais, serviço prestado pelo Comitê Setorial da Indústria Gráfica, desde 1999, é promover melhorias no processo de gestão das empresas do setor. Para garantir a saúde financeira de um empreendimento, torna-se fundamental analisar o gasto com matéria-prima e o seu reflexo no valor total do faturamento. A Abigraf-RS disponibiliza uma ferramenta específica para avaliar essa relação mensalmente. Desde 2004, a Gráfica Jacuí, de Cachoeira do Sul, utiliza o indicador Porcentagem de Participação de Matéria-Prima no Faturamento. O mecanismo auxiliou na identificação de um índice imprescindível para atingir metas, segundo Ricardo Vieira da Cunha, diretor comercial da gráfica. O serviço, explica, ajudou a empresa a perceber que o percentual está superior a mé-

dia do mercado. "Deu para observar que aumentamos o volume de compras com os distribuidores, o que possibilita conseguir preços diferenciados", afirma. Na Jacuí, os dispêndios com matéria-prima alteram conforme a época do ano. "É um fator sazonal. No segundo semestre, a aquisição de material é superior e, neste período, temos um incremento do faturamento", complementa.

A média geral de 2007 do indicador Porcentagem de Participação de Matéria-Prima no Faturamento registrada pelo comitê setorial foi de 28,74%. "O nosso índice chegou a 36,10%. Um número alto em relação ao que desejamos", assegura Cunha. Gráficas interessadas em usar os indicadores setoriais devem preencher a ficha de inscrição, disponível no site do Sindigraf-RS, e enviar para a entidade.

### Índices de 2007

Acompanhe os percentuais registrados no ano passado pelo indicador Porcentagem de Participação de Matéria-Prima no Faturamento:

Período	Média Geral
Janeiro	30,74
Fevereiro	27,55
Março	30,77
Abril	26,74
Maio	32,13
Junho	27,76
Julho	30,26
Agosto	31,41
Setembro	27,72
Outubro	28,11
Novembro	27,03
Dezembro	24,91
2007	28,74

Estes são os patrocinadores de 2008. Faça como eles!

OURO



**NOVA  
MERCANTE**  
Muito mais que Papel

PRATA

**HEIDELBERG**



Grupo Printcor

**PERFIL**  
CONSULTORIA GRÁFICA

BRONZE

**KSR**  
Papéis e Produtos Gráficos

**SPP-NEMO**  
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL

**Pre Press**  
Equipamentos para a Impressão

**alphaprint**  
Imagens de alta resolução

**RIOBRANCO**  
COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPEIS LTDA

**GRUPO BIGNARDI**

**DRUCK & CHEMIE**  
Print Liquids Technology

### Última chamada

Não perca tempo e se prepare para participar da Drupa – Feira Internacional da Indústria Gráfica, na Alemanha.

O evento acontece entre os dias 29 de maio e 11 de junho. A Abigraf-RS firmou parceria com a Lisboa Turismo para facilitar a ida

de empresários gráficos gaúchos e colaboradores à feira. Reservas e outras informações, entre em contato com a agência pelo telefone (11) 3218-7911 ou pelo e-mail [lisboaturismo@uol.com.br](mailto:lisboaturismo@uol.com.br).



### Aracruz expande unidade Guaíba

Em 2009, a Aracruz vai dar início ao projeto de expansão da unidade Guaíba. Com um investimento de US\$ 1,8 bilhão, a capacidade de produção da planta passará de 500 mil toneladas para 1,8 milhão de toneladas de celulose branqueada de eucalipto. Segundo a Aracruz,

a nova linha entrará em operação em agosto de 2010 com uma logística integrada e a adoção do modal hidroviário para o transporte de matéria-prima e celulose. Para atender a empreitada, serão construídos terminais fluviais em Guaíba, Rio Pardo e Cachoeira do Sul.

### Fernando Pini

Na última edição do Prêmio Fernando Pini, das 11 gráficas gaúchas que participaram, quatro trouxeram o troféu para casa. Vale lembrar que as empresas premiadas no 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica terão as inscrições, com início previsto

para agosto, subsidiadas para disputarem o concurso. Promovido pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), o evento é considerado, atualmente, um dos mais importantes do setor na América Latina.

Onde altíssima performance,  
valor agregado e indústria gráfica  
se encontrarão de 29 de maio a 11 de junho de 2008?

Por favor, insira 51° 15' 27" N, 6° 44' 30" E

no site [www.see-drupa.com](http://www.see-drupa.com)  
e você verá!

**HEIDELBERG**



## Souza Cruz confirma instalação de parque gráfico em Cachoeirinha

A Souza Cruz confirmou a transferência do Rio de Janeiro para Cachoeirinha, cidade localizada na região metropolitana de Porto Alegre, do parque gráfico responsável pela

produção de embalagens utilizadas pela empresa no Brasil. A obra prevê um investimento na ordem de R\$ 150 milhões, com término previsto para o próximo ano. O novo

empreendimento vai gerar 250 empregos diretos e cerca de 1.000 indiretos. As embalagens de cigarro abastecerão as fábricas de Cachoeirinha.

## Negociação salarial

Em breve, o Sindigraf-RS estará informando às empresas associadas e filiadas o resultado da negociação salarial. Com o objetivo de chegar a um acordo, a entidade continua negociando com a classe trabalhadora. Aguarde!

## Almanaque ambiental

A Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMAM) lançou um Almanaque Ambiental. O livro está disponível para consulta na biblioteca do Sindigraf-RS.

## Eleições da Abigraf Nacional

No dia 22 de abril, a Abigraf Nacional realizou as eleições para o triênio 2008/2011. Na oportunidade, foram eleitos Alfried Karl Plöger para assumir o comando executivo da entidade e o vice-presidente da Abigraf-RS, Carlos Evandro Alves da Silva, como presidente do Conselho Diretivo da entidade. A posse acontece no dia 30 de maio. O presidente da Abigraf-RS, Paulo Roberto Borgatti Coutinho, participou do pleito em São Paulo.

## Vem aí o Congraf

O futuro do setor e as tendências do mercado gráfico serão alguns dos temas abordados no 14º Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica (Congraf). O evento acontece entre os dias 14 e 17 de outubro, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo. Na oportunidade o público poderá conferir palestras, fóruns, exposições e, no encerramento, o lançamento do livro 200 anos – História da Indústria Gráfica do Brasil.

## CONHEÇA OS MOTIVOS DE QUEM JÁ ADQUIRIU UM CTP SCREEN:

**1 LÍDER ABSOLUTO EM VENDAS NO BRASIL**

**2 A MAIOR SÉRIE DE CTP's TÉRMICO E VIOLETA**

**3 SEMPRE TEM UM MODELO IDEAL PRA SUA EMPRESA**

A **PERFIL** Consultoria Gráfica é a representante exclusiva da **SCREEN** no Rio Grande do Sul. Isso significa que além de adquirir o seu CTP com facilidade, você conta com um suporte especializado para o seu equipamento. Entre em contato com a **PERFIL** e solicite uma visita.

ATENDIMENTO EM TODO O ESTADO

(51) **3028.7585**

[www.perfilconsultoriagrafica.com.br](http://www.perfilconsultoriagrafica.com.br)



**SCREEN**  
O CTP MAIS VENDIDO DO MUNDO

**PERFIL**  
CONSULTORIA GRÁFICA



A PERFIL TAMBÉM VENDE AS MELHORES IMPRESSORAS PARA PROVAS DIGITAIS



E UMA LINHA COMPLETA DE PAPÉIS ESPECIAIS PARA UTILIZAÇÃO EM PROVAS CONTRATUAIS

# Qualidade assegurada

A manutenção da qualidade dos produtos de uma gráfica contribui, e muito, para a boa imagem do empreendimento. A aplicação de um sistema de gestão de qualidade é uma alternativa na busca pela excelência

**E**m um setor no qual cada produto é único, falar em controle de qualidade é mais importante do que se imagina. Na verdade, a indústria gráfica já se deu conta deste fato e tem, cada vez mais, investido nisso. Segundo Márcia Biaggio, consultora da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG-SP), especializada em qualidade, há alguns anos era difícil falar sobre o assunto, pois o setor preocupava-se mais com questões técnicas. “Mas hoje eles encaram a qualidade como uma ferramenta de gestão”. Para a consultora, o primeiro passo deve ser a adoção de um Sistema de Gestão de Qualidade (SGQ) e em seguida a aplicação de um programa de controle. “O sistema desenvolve a estrutura para que as ferramentas de controle de

qualidade sejam implantadas”, explica Márcia. Ela salienta também que é importante não separar os dois processos, pois o segundo depende do primeiro.

## Da gestão para o controle

Com a equipe bem treinada, a gráfica deve assegurar não só a qualidade do produto final, entregue ao cliente, mas também da matéria-prima que entra na empresa. Para isso, os funcionários precisam realizar uma inspeção de recebimento e verificar se está recebendo o que de fato comprou, além de prazos e condições de pagamento. “Parece óbvio, mas não é. Muitas vezes, a gráfica encomenda um material com uma determinada qualidade e recebe outro, e isso, com certeza afetará nos resultados do produto final”, afirma Márcia.

A consultora ainda destaca a qualidade de estocagem e

armazenamento, assim como a manutenção de um laboratório químico para analisar melhor a matéria-prima. A gerência deve definir junto com a equipe a fiscalização dos procedimentos acima e, ainda, montar uma estrutura conforme a exigência da clientela. “Os clientes não são iguais e, por isso, o sistema de gestão não deve ser engessado”.

## Questões práticas

Na Caeté Embalagens, empresa com sede em Campo Bom, o controle de qualidade durante o processo produtivo é feito basicamente através de um check-list específico para cada setor, em que constam os pontos de acertos e de produção. De acordo com Márcio Schiffel, coordenador de produção da Caeté, todos os colaboradores trabalham com o check-list e recebem treinamento para conhecer cada

peculiaridade e o que é necessário cuidar.

A partir deste controle é possível detectar e evitar muitos transtornos como uma colagem torta e manchada ou variações de cor. “As diferenças de cor, por exemplo, acontecem pelo fato da impressão offset não ser 100% garantida. Para amenizar o problema, utilizamos o densitômetro (instrumento para controle da qualidade na medição de cor)”, exemplifica.



# Inscrições abertas para o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

As gráficas interessadas em concorrer aos troféus já podem inscrever suas peças. O período de inscrição se encerra no dia 10 de junho

**C**hegou a hora. Inscreva as suas melhores peças, produzidas entre agosto de 2007 e

10 de junho de 2008, no 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Fique atento ao cronograma (no box abaixo) e ao regulamento que traz as regras gerais do concurso. Nesta edição, serão 45 categorias divididas em 10 segmentos.

As inscrições já estão abertas. Para evitar a desclassificação da peça, o participante precisa prestar atenção em alguns detalhes. A empresa deve preencher uma ficha (disponível com o regulamento no site [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)) para cada trabalho, além de entregar duas amostras do material que irá concorrer.

Também é importante fornecer corretamente os dados referentes às características técnicas e aos equipamentos e insumos utilizados para produzir o impresso.

O processo de julgamento leva em conta dois quesitos: técnico (peso 2) e criação (peso 1). Tecnicamente a avaliação considera características de impressão como registro, con-

traste, densidade e reprodução das imagens, além do acabamento, o uso de recursos especiais e a qualidade geral do impresso. No quesito criação, são analisadas a criatividade do projeto e a sua funcionalidade.

## De olho na qualidade

A chance de ganhar o troféu aumenta à medida que os impressos inscritos primam por cuidados básicos. Antes de inscrever as peças, observe se não há falhas de impressão ou acabamento. Vale lembrar que impressos sujos, amarelados e amassados perdem pontuação. Quando for unir a ficha de inscrição com a peça, não é recomendável utilizar grampos e clips que podem marcar e interferir na apresentação.

O envio do trabalho para o concurso precisa ser feito com prudência. Cabe à empresa avaliar o seu formato para que durante o transporte não ocorra acidentes e danificações. Os displays e embalagens podem ser remetidos montados ou com as instruções de montagem. Pense em cada dica, inscreva o seu trabalho e reúna a sua torcida. Não



interessa o porte da gráfica, todas estão convidadas a colocarem seus impressos à mostra. A festa de premiação acontece no dia 18 de julho, às 19 horas, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre (mesmo local do ano passado).

### Não perca as datas do concurso

**12 de maio a 10 de junho:** período das inscrições. Somente podem concorrer peças produzidas entre agosto de 2007 e a data de encerramento das inscrições

**1º e 2 de julho:** julgamento dos trabalhos

**7 a 11 de julho:** exposição das peças na sede do CEP Senai de Artes Gráficas (Av. Assis Brasil, 8.450 – Porto Alegre)

**18 de julho:** festa de premiação, às 19 horas, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre

As chances de reconhecerem seu trabalho gráfico aumentaram. Vire a página e veja como.





## Utilização de precatórios para a quitação de tributos

**Eduardo Plastina** Advogado Tributarista

**M**uito se tem comentado, nos últimos tempos, sobre a questão envolvendo a possibilidade de quitação de tributos, sobretudo estaduais, com precatórios de natureza alimentar não liquidados até o final do exercício em que deveriam ter sido pagos. Tal temática é particularmente sensível no Rio Grande do Sul, onde o estado, por não quitar os precatórios alimentares desde o ano de 1999, acumulando passivo considerável, fez com que surgisse um mercado de compra e venda com deságios que, em muitos casos, chegam a 80% do valor da dívida alimentar.

Recentemente, o ministro Eros Grau, do Supremo Tribunal Federal (STF), decidiu no sentido de que os referidos precatórios, uma vez cedidos pelos beneficiários originais, poderiam ser uti-

lizados por empresas para a quitação de dívidas tributárias. Para isso, alegou que a Constituição Federal não impõe limitações aos institutos da cessão de direitos creditórios e da compensação e que o poder liberatório para pagamento de tributos resulta da própria lei.

Apesar de tal decisão ser muito importante, representando um passo fundamental para o reconhecimento do direito, deve ser, contudo, examinada e utilizada com cuidado pelos contribuintes interessados na utilização dos precatórios. A razão disso é que, além de ainda não ser definitiva, a decisão em questão distanciou-se de algumas premissas jurisprudenciais anteriormente firmadas pelo próprio STF, não sendo clara sobre importantes aspectos envolvidos na questão, tais como: as restrições contidas no referido arti-

go 78, capítulo e parágrafo 2º, do ADCT; a redação do art. 170, do Código Tributário Nacional (CTN), segundo o qual somente por meio de lei da própria pessoa política poderá ser determinada a compensação de créditos tributários; e o art. 100, da Constituição Federal, que dispõe sobre a ordem cronológica do pagamento de Precatórios. Por isso, recomenda-se a todo empresário que, por mais que o deságio seja atraente, a utilização de precatórios alimentares para a quitação de dívidas tributárias de suas empresas seja, neste momento, enquanto não há um posicionamento unívoco dos Tribunais, avaliada com extremo cuidado para que a eventual solução de hoje não se torne a dor de cabeça de amanhã.

## Exigência de comprovação de experiência prévia

**Benôni Rossi** Advogado Trabalhista

**A** Lei nº 11.644, de 10 de março de 2008, acresceu à Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) o artigo 442-A, que diz o seguinte: "Para fins de contratação, o empregador não exigirá do candidato a emprego comprovação de experiência prévia por tempo superior a seis meses no mesmo tipo de atividade." A redação do novo dispositivo da CLT parece confirmar a vocação que nossos legisladores possuem para elaborar leis inócuas e sem qualquer efeito legal.

A partir do novo artigo as empresas efetivamente não poderão publicar em seus processos seletivos que estão exigindo tempo de experiência maior que seis meses. Ocorre que o processo de seleção contém critérios objetivos e sub-

jetivos. Durante o processo de seleção, mesmo que a empresa não publique tal exigência, caso tenha esse tempo ou até mesmo outro superior como necessário para a contratação, poderá ter a liberdade de escolher o candidato ao emprego que melhor se adequar ao perfil do empreendimento. Ora, o capítulo do art. 442 da CLT prevê expressamente que o "contrato individual de trabalho é o acordo tácito ou expresso, correspondente à relação de emprego." Se é acordo depende da vontade do empregador e do empregado. Assim, se a empresa tem a intenção de contratar um profissional com experiência, apesar de não poder publicar essa exigência, pode escolher livremente qual o candidato tem condições de preencher a vaga disponível.

O novo dispositivo não terá repercussão nas contratações. Apenas deverão as empresas tomar cuidado para que seus processos seletivos sejam bem elaborados e não incluam no anúncio qualquer restrição que se refira à experiência prévia igual ou superior a seis meses para a função.

Cabe ressaltar que o Ministério Público do Trabalho e a própria Delegacia Regional do Trabalho buscam impedir processos seletivos que violem a lei. Por isso, apesar de se tornar um detalhe simples e burocrático, é importante que as empresas cuidem quais os critérios de seleção para a preservação da imagem e para evitar passivos trabalhistas.

**Empresários gráficos: não esqueçam de enviar seus relatórios ao sindicato dos trabalhadores, discriminando o saldo de horas de seus funcionários, conforme consta no parágrafo 1º da cláusula 41 da Convenção Coletiva de Trabalho**



# 45 chances de reconhecer o seu trabalho.



1º Prêmio	2º Prêmio	3º Prêmio	4º Prêmio
292 Peças	345 Peças	547 Peças	<b>Faça parte dessa história!</b>
42 Empresas	49 Empresas	51 Empresas	45 Categorias
26 Categorias	33 Categorias	35 Categorias	
<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>

**Período de inscrições:** de 12/05/08 a 10/06/08

**Festa de entrega dos troféus:** 18/07/08

Acesse o regulamento pelo site [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br).

Realização:

Apoio:

Patrocínio:



**NOVA  
MERCANTE**  
Muito mais que Papel



**HEIDELBERG**



**FIERGS**

**FIERGS SENAI**



**DRUCK** **CHEMIE**  
Print Liquid Technology

**alpha** **print**

**SPP-NEMO**  
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL



## Treinamento não pode ser visto como custo

**Dieter Kelber** Consultor e pesquisador do INSADI - Instituto Avançado de Desenvolvimento Intelectual

**N**inguém duvida que pessoas bem desenvolvidas fazem melhor o seu trabalho. O ambiente de negócios muda a todo instante e a competitividade só aumenta. Para enfrentar esta situação é necessário contar com profissionais preparados para criar novos processos e melhorar e otimizar os existentes.

Não é possível uma empresa se desenvolver voltada para o cliente se os seus processos que dão sustentação à sua operação não forem adequados. Os processos precisam ser desburocratizados, de vanguarda, buscando a excelência, acessíveis, colaborativos e ágeis. Todas as empresas de sucesso continuam investindo na preparação de seus funcionários, pois este é reconhecidamente um grande diferencial de

competitividade. Treinamento não pode ser visto como custo, pois ele na realidade é um investimento que dá excelente retorno quando bem feito e voltado para as pessoas corretas.

A cultura de treinamento é um processo educativo que leva tempo. Por isso as empresas precisam investir constantemente no desenvolvimento de suas lideranças para que as mesmas entendam da importância em promover o treinamento contínuo, tanto técnico quanto comportamental, mas especialmente voltado à capacitação no entendimento dos processos de negócios.

Percebe-se aqui o papel dos processos e de sua gestão. A gestão por processos é um modelo que parte do valor atribuído pelo cliente final ao produto ou serviço que deseja receber. Toda a ca-

deia de valor e os processos são desenhados ou redesenhados para que isso aconteça. A essência da gestão por processos se encontra na afirmação de que tudo o que vier a ser feito tem de ser orientado pela satisfação do cliente (interno ou externo).

Por este motivo, quando se fala de gestão por processos trata-se de um conceito maior, o sistema de gestão que irá definir como iremos fazer para atender o cliente. E isto envolve modelo de negócio, estratégia, processos, organização, pessoas e tecnologia. Por fim, constitui-se na principal diretriz para o desenvolvimento da operação empresarial. Fica evidente a necessidade de todos entenderem essa nova forma de gestão e a da necessidade de seu aprendizado.

## Tempo: o maior bem do cliente

**Daniela Rondinelli Pestana** Consultora de Marketing

**A**tualmente o mercado possui três tendências: aumento da competição, aumento da classe "c" e comportamentos diversificados. Estas tendências devem, obrigatoriamente, nortear as ações de marketing e vendas de qualquer empresa que busque se destacar.

A competição acirrada apresenta-se de forma clara, no momento em que existe uma indefinição de recursos e potencial de investimentos, um elevado número de concorrentes surgindo a cada hora, matérias primas escassas, comoditização, custo crescente da propaganda, mesmice nos sistemas de vendas e desaceleração do setor primário. Isso somado a segunda tendência de explosão da classe "C" nos permite visualizar um mercado que valoriza muito marcas fortes, pontos de venda próximos do con-

sumidor (ou fornecedores que cheguem até o clientes com agilidade e sem burocracia) e empresas que têm o tempo de seus clientes como maior bem!

A diversificação dos comportamentos também auxilia no entendimento do mercado atual, mostrando que os padrões são definidos por nichos e que estes estão bem estruturados. Mas o que tudo isso significa? Que prontidão e qualidade são exigências padrões e não mais diferenciais competitivos. O objetivo das empresas deve ser vender mais, para mais pessoas, com maior frequência e a um preço mais alto. Sim, a um preço mais alto. Por que quando o cliente identifica uma empresa como referência de qualidade e boas práticas, ele paga pelo que ela faz. E o resultado dessas boas práticas reflete na imagem da empresa junto ao seu mercado.

É muito importante lembrar que se fizermos sempre as mesmas coisas, teremos sempre os mesmos resultados. Não dá para esperar mais retorno financeiro sem inovar, sem investir no mercado, sem encontrar soluções novas para públicos novos ou soluções novas para os seus atuais clientes, despertando neles o desejo de consumo.

Relacionamento é a palavra-chave. Para isso, existem várias ferramentas de marketing a disposição dos empresários. O fundamental é identificar o que é mais viável para a empresa estreitar o relacionamento com seus clientes e prospects. Ter um padrão gerencial pró-ativo, com foco no resultado, lembrando sempre que o Cliente espera que você cuide do seu maior bem: o tempo.





# Bem-vindo à Era do Laser.

A Tecnofacas já vive o futuro da indústria gráfica. Além de ser a mais completa empresa de acabamentos do Sul do Brasil, oferece a tecnologia de Facas a Laser.



## Facas a Laser Pioneira no RS.

Diversas vantagens em relação às facas convencionais. Redução de tempo nos set-ups de máquinas de corte & vinco e coladeiras automáticas, além de maior produtividade, com mais folhas/hora nas mesmas.

O fio de corte resiste a uma maior tiragem. Proporciona qualidade superior ao produto gráfico final, com detalhes extremamente retos e perfeitos, fiéis ao desenho e com todas as cópias exatamente iguais. Tudo isso com a melhor relação custo X benefício.

## A mais completa All in One.

Todos os acabamentos gráficos em um só local. Envernizações, Hot Stamping, Plastificações, Termolaminações e Tecnoglitter. Além de Verniz Texturizado, Relevo Seco, Corte & Vinco e muito mais, todos com equipamentos de última geração e grande capacidade.

Sempre executados por pessoal capacitado, em ambiente organizado e de acordo com o Programa de Qualidade e Produtividade implantado desde 2007.



## Ganho na produtividade.

A Tecnofacas atua no mercado desde 1993 e se consolida como a maior e mais completa em acabamentos gráficos do sul do Brasil.

Atualmente, a estrutura física e a capacidade de demanda foram triplicadas, possibilitando maior agilidade e responsabilidade com prazos. Enfim, ter a Tecnofacas como parceira representa economia e ganho em produtividade para sua gráfica.



**TECNOFACAS**  
Soluções em Acabamentos Gráficos





# Empreendimento de sucesso

Divulgação / Maredi Sistema Gráfico



**A** Maredi tem 31 anos de tradição no cenário gaúcho, buscando acompanhar as tendências de mercado e adaptando-se às novas realidades do setor. O êxito nos negócios e o redirecionamento de foco marcaram a sua trajetória. A empresa iniciou suas atividades no segmento de fotolitos analógicos e, posteriormente, evoluiu para fololito digital. Esta última, segundo Edson Santos de Farias, diretor da Maredi, levou o empreendimento a alcançar uma posição de destaque dentro do setor pelo investimento em equipamentos modernos e a adoção

da pré-impressão eletrônica. “Em 1996, o mercado nos levou a mudar de foco, o que não foi difícil, em função do nosso conhecimento e de uma equipe de 140 colaboradores”, afirma. A empresa adquiriu a primeira impressora off-set e passou a ser fornecedora de impressos, dobrando o seu faturamento. Em 1998, a Maredi foi a primeira gráfica gaúcha a ser contemplada com o Prêmio Fernando Pini. Ainda conquistou mais dois prêmios internacionais: Theobaldo de Nigris e o Certificado de Mérito da Indústria Gráfica Mundial do PIA (em que con-

correm gráficas do mundo inteiro). Há dois anos a crise testou novamente a Maredi, que para driblar os contratemplos investiu em tecnologia e alterou a infra-estrutura. A gráfica está modernizando a sua logotipia, trazendo com ela o conceito que sempre foi seu: fazer artes gráficas. “A meta é manter o nosso diferencial de trabalhar com competência e seriedade, investindo em treinamento e qualificação”, conclui Farias.

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 2008

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 04/2008	6/5	Gia Mensal Ind.Categ. Geral	Vendas abaixo 174.000 UPF	20/5
Salário	Folha de pagamento 04/2008	7/5	COFINS	Faturamento 04/2008	20/5
FGTS	Folha de pagamento 04/2008	7/5	PIS	Faturamento 04/2008	20/5
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 04/2008	7/5	PAEX	Parcela INSS MP303/2006	20/5
Imp. de Renda na Fonte	Mês 04/2008	9/5	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/5
Previdência Social	Folha de pagamento 04/2008	12/5	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 04/2008	21/5
ISSQN	Prestação de Serviços 04/2008	12/5	IOF	2º decênio 05/2008	26/5
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	12/5	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/05 a 15/05/2008	30/5
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 04/2008	12/5	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 04/2008	30/5
Gia Mensal Com.Categ. Geral	Vendas acima 174.000 UPF	12/5	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 04/2008	30/5
Sintegra	Mês 04/2008	15/5	Declaração Simplificada	Simples Nacional	30/5
IOF	1º decênio 05/2008	15/5	I.R.P.F	Pgto 2ª quota	30/5
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/04 a 30/04/2008	15/5	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 04/2008	30/5
Simples	Faturamento 04/2008	15/5	REFIS/PAES	Faturamento 04/2008	30/5
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/5	Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	30/5

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

## EXPEDIENTE

**Sindigraf**  
ABIGRAF-RS  
Indústria Gráfica Regional Rio Grande do Sul

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

**Presidente:** Paulo Roberto Borgatti Coutinho  
**Vice-presidente:** Carlos Evandro Alves da Silva  
**1º Diretor Secretário:** Osni Tadeu dos Santos  
**2º Diretor Secretário (Sindigraf-RS):** Murilo Lima Trindade  
**2º Diretor Secretário (Abigraf-RS):** Eloi Santos de Farias  
**1º Diretor Tesoureiro:** Vitor Inacio Schneider  
**2º Diretor Tesoureiro (Sindigraf-RS):** Luiz Carlos P. Gasperini  
**2º Diretor Tesoureiro (Abigraf-RS):** Francisco Alba

**Produção e Execução:** Temática Publicações  
**Edição:** Fernanda Reche – MTb 9474, Svendla Chaves – MTb 9698  
**Chefe de reportagem:** Patrícia Campello  
**Textos:** Francine de Souza e Patrícia Campello  
**Revisão:** [www.pos-texto.com.br](http://www.pos-texto.com.br)  
**Edição de Arte:** Silvio Ribeiro e Lucas Ladwig  
**Pré-impressão – CTP e Impressão:** Maredi Sistema Gráfico e Editora Ltda.  
**Tiragem:** 2.200 exemplares

Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – CEP 90240-005 Porto Alegre  
– RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303  
[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)