



# Sindigraf<sup>RS</sup>



## Notícias

# Drupa 2008 apresenta tendências do mercado

Renetilmann.com/ Messe Dusseldorf



dos equipamentos chamou a atenção do público, assim como a participação expressiva de fornecedores da área de impressão digital.

**A** Drupa reuniu visitantes e expositores do mundo inteiro. Nesta edição, viajaram a Düsseldorf, na Alemanha, aproximadamente 3.500 brasileiros, segundo dados da Abigraf Nacional. Empresários gaúchos também estiveram presentes no evento. A automatização

### PRÊMIO

Participe da festa de entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

PÁGINA

# 03

### AO EMPRESÁRIO

Aprenda a organizar reuniões produtivas. Com planejamento, é possível ganhar tempo e discutir todas as pautas

PÁGINA

# 11

## Agenda movimentada

Patrícia Paes



A Drupa 2008 consistiu em uma grande oportunidade de conhecer tecnologias de ponta e as tendências do mercado gráfico. Com certeza, configura-se em uma das grandes feiras mundiais do setor capaz de mostrar o que já está à disposição da

indústria gráfica em termos de máquinas e softwares. Muitos equipamentos ainda não condizem com a realidade brasileira, já que o evento foca também (e principalmente) os países europeus e os Estados Unidos.

Considerada a maior em sua história de mais de 50 anos, um dos aspectos marcantes da feira foi o aumento na participação de fornecedores de soluções digitais. Aliás, as tecnologias para impressão digital sobressaíram, com equipamentos que oferecem excepcional nível de flexibilidade, velocidade e qualidade. Da mesma forma, chamou a atenção a entrada expressiva da robótica no pós-impressão e a integração dos equipamentos em todas as fases do processo de impressão. Brevemente, o Sindigraf-RS vai realizar duas apresentações para levar às associadas informações a respeito da Drupa 2008 e colocar aqueles que não puderam participar da feira a par das novidades que vêm por aí.

Aproveitamos para convidar empresários e colaboradores da indústria gráfica gaúcha a prestigiar a festa de premiação do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. A expectativa é repetir o sucesso do evento, com torcidas organizadas comemorando e torcendo pelas peças de sua preferência. Estamos felizes porque a cada ano o concurso vem ganhando mais destaque nos cenários gaúchos e nacional. Isto também se deve a sua participação. Muito obrigado!

**Paulo Roberto Borgatti Coutinho**  
Presidente

## Julho

### 18 Prêmio

Acontece a festa de entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho (Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 301 – Parque da Harmonia), em Porto Alegre. A festividade se inicia às 19 horas. Reúna a torcida e participe!

### 30 Meio Ambiente

Na data, ocorre a palestra Como obter o licenciamento ambiental, na sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 – 5º Andar – Bairro São Geraldo), em Porto Alegre, a partir das 19 horas. Na ocasião, os participantes receberão um exemplar do Roteiro para Licenciamento Ambiental.

## Agosto

### 30 Custos

Com o objetivo de aprimorar os colaboradores que atuam na área de custos e orçamentação gráfica, será realizado o curso Custos e Orçamento na área gráfica. A aula vai ser ministrada na sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 – 5º Andar – Bairro São Geraldo), em Porto Alegre, a partir das 8h30min.

## Outubro

### 14 Congraf

Na data, será realizado o 14º Congraf – Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica. O evento vai acontecer entre os dias 14 e 17 de outubro, no Palácio das Convenções do Parque Anhembi, em São Paulo, a partir das 8 horas. 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).

### ERRATA

A sigla do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social é BNDES e não BNDS, como foi publicado na edição 150 do Sindigraf Notícias.

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**  
Soluções para Pré-Impressão

**alphaprint**  
Imagem em Alta Resolução

**RIOBRANCO**  
COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE IMPRESSÃO

**GRUPO BIGNARDI**

**DRUCK D CHEMIE**  
Free Liquid Technology

**MAN**  
MAN Ferrostaal

Apóie você também o setor gráfico. Mais informações pelo telefone (51) 3323-0303.

## Festa de premiação do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Reúna a sua torcida e participe da festa de entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, que acontece no dia 18 de julho, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre. Empresários e colaboradores estão convidados a confraternizar e a torcer pelas peças inscritas. Para quem não participou, é a oportunidade de conhecer um pouco mais de perto o concurso e se estimular a entrar na disputa pelo prêmio no próximo ano. A programação começa às 19 horas com a exposição das peças participantes, sendo que a cerimônia de premiação será apresentada pelo jornalista Lasier



Martins. Depois do jantar, o público poderá conferir o show da Banda Dublê e, na sequência, o som mecânico do DJ Leo Kurylo.

O sucesso da comemoração também depende da sua participação. Então, não deixe de prestigiar!

### Não perca a festa

**O quê:** Festa de entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

**Quando:** 18 de julho, às 19h.

**Onde:** Centro de Eventos Casa do Gaúcho, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre.

## Análise do consumo de energia

A preocupação com o consumo adequado de energia elétrica resulta em benefícios para o bolso e para a qualidade de vida. O uso consciente deste insumo contribui para que a conta não incida negativamente no caixa da empresa no final do mês. O controle com os gastos pode ser feito com iniciativas simples e também com a utilização do Indicador Setorial da Indústria Gráfica Porcentagem do gasto com energia sobre o faturamento. Disponibilizada pela Abigraf-RS, a ferramenta avalia o valor total do custo da energia mensal em relação ao faturamento sem IPI no mês. A média geral de 2007 deste indicador foi

de 1,27% e o acumulado de janeiro a abril de 2008 chegou a 1,2%.

Na Rotermond, empresa que lançou mão do serviço, a racionalização levou a uma redução de 10% do consumo. "Conscientizamos os funcionários da necessidade de economizar, trocamos lâmpadas e fizemos melhorias nos motores, entre outras iniciativas. Obtivemos excelentes resultados", afirma Clóvis Conteri, gerente Geral da gráfica. Empresas interessadas em usar os indicadores setoriais devem preencher uma ficha de inscrição disponível no site do Sindigraf-RS (no link Produtos e Serviços) e enviar para a entidade.

## Reunião executiva em Porto Alegre

No dia 18 de julho, acontece a primeira reunião da Diretoria Executiva da Abigraf Nacional eleita para a gestão 2008/2011. O encontro vai ser realizado em Porto Alegre, por ocasião da entrega dos troféus do 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, e terá como uma das pautas as estratégias para o próximo triênio.

No dia 30 de maio, tomou posse a nova nominata (eleita em 22 de abril). Na ocasião, Alfried Karl Plöger assumiu o comando executivo da entidade, e o empresário gráfico gaúcho Carlos Evandro Alves da Silva, a presidência do Conselho Diretivo da Entidade. "Uma das nossas prioridades é ouvir as bases e peregrinar por todas as regionais para ter acesso às reais reivindicações do setor", diz Plöger. Já Silva fala da importância de equacionar problemas como os de ordem tributária e traçar metas de valorização da indústria gráfica frente, por exemplo, às inovações tecnológicas e ao mercado. "O Conselho Diretivo vai contribuir dando o caminho à diretoria executiva", complementa.



## A PRIMEIRA IMPRESSÃO É A QUE FICA.

A ARJOWIGGINS foi buscar na natureza toda requinte e elegância para proporcionar maior exclusividade aos seus projetos.

Os produtos ARJOWIGGINS levam até você um leque de cores, texturas e possibilidades que farão a diferença no resultado final de seus trabalhos.

Para simplificar ainda mais seu dia-a-dia, você encontra toda a linha de papéis especiais ARJOWIGGINS na SPP-NEMO que, além de oferecer um conjunto de serviços exclusivos, está sempre ao seu lado.

SPP-NEMO e ARJOWIGGINS, com elas você sempre causa boa impressão.

ARJOWIGGINS

0800 722 6366  
www.spp-nemo.com.br

**SPP-NEMO**  
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL



## Responsabilidade ambiental

O tema responsabilidade ambiental tem alcançado empresas de diferentes segmentos econômicos. O assunto é tratado com seriedade na SPP-Nemo, que, além de possuir três certificações (ISO 9001, SA 8000 e ISO 14001), ainda leva o status de ser a única distribuidora de papéis certificada pelo FSC



Spekulator/Stock-schng

(Forest Stewardship Council), o selo verde mais respeitado no mundo. Para tanto, a empresa adequou os seus processos de forma a garantir a qualidade dos produtos sem agredir a natureza. Boas práticas ambientais que resultam em um diferencial tanto para o cliente quanto para o mercado.

## Novos Negócios

A KSR fechou acordo com a maior fabricante de tintas da América Latina, o Flint Group. A parceria permitirá à empresa a ampliação da oferta de tintas gráficas, em que serão comercializadas duas linhas produzidas pela Flint no Brasil para máquinas offset rotativas e offset planas.

## Prêmio CNI

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) vai premiar as empresas industriais que mais se destacaram em 2008, em três categorias (divididas em duas modalidades). As inscrições se encerram no dia 29 de agosto e os interessados em participar devem preencher o formulário que está disponível no endereço eletrônico [www.cni.org.br/premiocni](http://www.cni.org.br/premiocni).

## Qualidade

Entre os dias 30 de junho e 2 de julho, foi realizado o 9º Congresso Internacional da Qualidade para Competitividade, em Porto Alegre. O evento reuniu representantes do setor público, da área empresarial e do terceiro setor.

Paralelo ao congresso, na noite do dia 1º de julho, aconteceu a 13ª edição do Prêmio Qualidade RS, que premiou 94 organizações nas categorias Medalha Bronze e troféus Bronze, Prata, Ouro e diamante. Entre as empresas vencedoras, 71 são da área de serviços, 19 da indústria, três da agropecuária e uma do comércio.



FAÇA COMO AS MELHORES GRÁFICAS  
**DESCUBRA PORQUÊ NOSSO  
GERENCIAMENTO DE CORES FUNCIONA:**



## SERVIÇOS TÉCNICOS ESPECIALIZADOS

- Implantação de Gerenciamento de Cores conforme norma ISO.
- Organização e criação de Fluxo de Trabalho.
- Manutenção de Imagesetters e CTPs.



**+ de 70** implantações  
já realizadas no Brasil



## EQUIPAMENTOS

- CTP SCREEN - O mais vendido do mundo
- Sistemas de Provas Contratuais EPSON
- Densitômetros IHARA



## INSUMOS

- Papéis para prova Contratual
- Cartuchos originais EPSON

ATENDIMENTO EM TODO O ESTADO

**(51) 3028.7585**

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



# Feira dita os rumos do mercado gráfico

Um desfile de muita tecnologia e automação. Assim a maior exposição da indústria gráfica mundial é definida por alguns participantes gaúchos que viajaram a Düsseldorf

**A**

Drupa 2008 deixou uma mensagem clara: as inovações não param no campo da impressão gráfica. A mais importante feira da indústria gráfica aconteceu entre os dias 29 de maio e 11 de junho, na Alemanha, e superou as expectativas com números que bateram os recordes das edições anteriores: 1.971 expositores de 152 países. Durante 14 dias, contatos bem-sucedidos e negócios fechados mostraram que o evento tem uma dimensão maior do que simplesmente prospectar clientes.

Também é uma oportunidade de colocar na vitrine as tendências e, acima de tudo, informar o setor. O saldo foi considerado positivo. "Inúmeros contratos foram viabilizados com as principais regiões econômicas do mundo", falou com entusiasmo Albrecht Bolz-Schünemann, presidente da Drupa.

## Contingente de público

Sem dúvida, o contingente de público que circulou pela exposição contribuiu para o sucesso comercial do evento, que contabilizou aproxima-

damente 391 mil participantes de 138 países. O alcance global da exposição foi confirmado pelo percentual de visitantes internacionais: 59%, subindo quatro pontos percentuais em relação à última feira há quatro anos. Conforme dados da Abigraf Nacional, viajaram a Düsseldorf aproximadamente 3.500 brasileiros. A entidade esteve presente pela terceira vez com um estande para atender e dar suporte às pessoas oriundas do Brasil. "A Abigraf Nacional levou técnicos para esclarecer dúvidas, inclu-





sive, referentes ao idioma”, elucida Sônia Carboni, diretora-executiva da Abigraf Nacional. Do Rio Grande do Sul, empreendedores do setor também foram ver de perto os lançamentos mundiais. Entre eles, a empresária Mileine Vargas Moreira, diretora da Contgraf, de Eldorado do Sul. “É uma viagem muito gratificante para a evolução do empreendedor, além de ser um meio de ele acompanhar o rumo que o mercado está tomando. Nem sempre é possível fazer uma aquisição, porque a realidade brasileira e a européia são diferentes. Contudo, podemos refletir sobre as tendências e a sua repercussão daqui alguns anos”, diz Mileine.

### Palco de tecnologias

Um dos grandes destaques da Drupa 2008 foi a fusão da tecnologia tradicional de pré-impressão com sistemas de bases de dados da internet, atendendo às exigências de marketing, publicidade, produção e impressão do atual mercado. A feira levou para os seus pavilhões novidades como softwares inovadores e máquinas com soluções arquitetônicas. As idéias fundamentais da Web-To-Print chamaram a atenção de Alessandra Delazeri, diretora de Gestão da gráfica Edelbra, de Erechim. Integração, rapidez na pro-

dução e maior competitividade são os preceitos que cercam a Web-To-Print, uma ferramenta que permite ao cliente solicitar a impressão ou customização de arquivos via on-line. “A automação contribui para que a criação do arquivo seja feita via

internet, não é preciso desenvolver um programa específico”, diz, ressaltando que essas transformações de conceitos vão mudar as relações entre clientes e gráficos. “A robótica tomou conta de todos os processos, o que possibilita mais flexibilidade e melhores resultados. Na Drupa, deu para constatar esta preocupação com a produtividade do cliente”, acrescenta. Na opinião de Eloi Santos de Farias, diretor da Gráfica Maredi, de Porto Alegre, a impressão digital sobressaiu principalmente no que diz respeito ao acabamento. “A mecatrônica entrou com força, fazendo o inter-relacionamento das máquinas em todo o setor”, explica. “Não só no Brasil como no mundo, a

impressão digital veio para revolucionar.” Para Farias, no segmento de pré-impressão não houve novidades. A sensação mesmo ficou por conta da impressora jato de tinta que veio como uma tendência para substituir a Offset, a Flexografia e a Serigrafia, assim como as tintas UV vão acabar assumindo o lugar das bases solventes. “Observei máquinas imprimindo em azulejo, madeira, vidro, plástico, tecido, cartão e papel”, conta. As demonstrações foram para os mais diferentes segmentos de mercado. “As inovações não eram exclusividade dos chamados *big players* do setor. Percebi novos fabricantes e uma tecnologia mais limpa. Imagine imprimir sem o uso de chapas, CtP e seus químicos”, diz Farias.

### Otimização de tempo

Quem participou da Drupa também pôde verificar equipamentos com uma engenharia voltada para a redução do tempo de *setup*. “Houve progresso no *setup* de impressão, diminuindo o desperdício de papel e de tempo”, afirma Marco Aurélio Trindade, sócio-gerente da Gráfica

Trindade, com sede em Porto Alegre. Para ele, o evento se diferenciou pelos grandes formatos de máquinas. “Já conhecia boa parte dos produtos e não me surpreendi muito.” Já Gustavo André Schneider, diretor da Grafdil, de Dois Irmãos, resalta que o CtP ficou acessível às gráficas de pequeno e médio portes com uma tecnologia mais madura. “Isso foi alcançado com a troca de chapas simultâneas em máquinas de ponta”, enfatiza Schneider, que destaca a importância da automação nas impresso-



ras. “Se eu tenho uma repetição de trabalho, digito apenas a guia de serviço, chamo pela memória o pedido e ela automaticamente regula. Há pouco tempo, isto era feito manualmente”, exemplifica, frisando que o cliente ganha em agilidade, otimização de tempo e com o atendimento de uma maior demanda. De acordo com Schneider, ficou comprovado que a Drupa tem soluções para todos os tamanhos de empresas. “As microempresas

para acabamentos de alta qualidade. “Este ano a Drupa foi realmente um show”, afirma Fernanda.

## Fornecedores na busca por negócios

Nomes importantes do setor fizeram presença na Drupa para expor produtos e conhecer as necessidades do mercado. É o caso da Alphaprint. Segundo Eduardo Ferreira de Souza, gerente de Marketing da companhia, não houve muitas surpresas,

mas a confirmação de tendências como a massiva automação dos equipamentos. “A impressão digital cresce expressivamente em função do mercado de pequenas tiragens,” diz Souza.

Da mesma forma, a área de impressão digital despertou a atenção de Andre Tulini, diretor da Prepress. “Esse é o futuro do ramo gráfico”, afirma. “A empresa foi acompanhar seus parceiros profissionais na feira.”

A Nova Mercante também compareceu ao evento, com uma equipe composta por profissionais diretamente ligados à área comercial.

“Nosso objetivo foi conhecer o que há de novo, estabelecer contato com fábricas no exterior, fornecedores estrangeiros e estreitar relação com clientes brasileiros e estrangeiros”, assegura Antonio Juarez Alves, Chief Executive Officer (CEO) da Nova Mercante.

Para Alves, um dos aspectos importantes divulgados na feira também foi o avanço da tecnologia digital. “Esta remodelação mudará o perfil de fornecimento de papel; os distribuidores precisa-



rão estar preparados para disponibilizar menores volumes de papel, no menor tempo possível, em pontos longínquos”, constata o CEO, frisando que a predominância de grandes gráficas, instaladas em grandes centros, está sendo gradativamente substituída por estabelecimentos de pequeno e médio portes, descentralizados, com estrutura para atender a ínfimas tiragens, em um espaço de tempo curto.

Assim como a Nova Mercante, a Perfil também não ficou de fora desta edição da feira. Segundo Alessandro Valim, diretor da empresa, as soluções de workflow consistiram em uma das atrações do evento, somadas aos sistemas de integração entre pré-impressão e impressão. “Todos os grandes estandes apresentaram tecnologia para que os processos consigam interagir”, observa Valim.

O diretor-presidente da MAN Ferrosstaal, Mario Barcelos, acredita que a Drupa 2008 denotou claramente uma disposição dos empresários às



acham que não é necessário visitar feiras desse nível. Contudo, estão perdendo a chance de olhar alguma idéia ou produto novo para levar melhorias ao seu negócio”, observa o empresário, que pela terceira vez visita a exposição.

Tem a mesma opinião a diretora Industrial e presidente da Caeté Embalagens, Fernanda Saenger, de Campo Bom. Para ela, esta edição apresentou oportunidades de negócios para “todos os bolsos”. “Com a valorização da nossa moeda, acredito ser um pouco mais fácil fazer negociações”, diz. Na área de embalagens, as gráficas puderam registrar impressoras e tecnologias





aquisições. "A frequência foi menor que a habitual, mas tratava-se de um público mais focado em fazer algum tipo de investimento", diz Mario. Uma das surpresas da Manroland foi o conceito Value Added Printing (VAP): "Oferece dinamismo aos processos e ajuda o empresário a fugir das *commodities* – cores padrão e unidade de verniz. Queremos contribuir com o enobrecimento do produto de maneira *inline*". Para o diretor Comercial da Druck Chemie Brasil, Valdir Cassandra, o portfólio de produtos químicos levados à Drupa evidenciou que o grande esforço da indústria continuam sendo as pesquisas e lançamentos de artigos menos agressivos ao meio ambiente, aos equipamentos e ao ser humano. "Substitutos de solventes por detergentes e a eliminação do álcool isopropílico na im-



pressão já são encontrados no mercado mundial", diz o diretor. A Heidelberg ocupou dois *halls* da feira com cerca de 7.800 metros quadrados. Um deles foi dedicado às soluções para embalagem e às novas impressoras de grande formato.

O outro espaço concentrou tecnologias para formatos de menor porte. "Apresentamos inovações aos clientes – algo em torno de 50 empresas e 100 pessoas", afirma Fernando Magalhães, gerente da Regional do Rio Grande do Sul da Heidelberg.



## Printmaster GTO 52. Confiável, versátil e equipada para o futuro.

Custo-benefício e qualidade aprovados por mais de 60.000 gráficos no mundo todo. A Printmaster GTO 52 pode ser configurada com 1 a 5 cores, inclui reversão, numeração e

serrilha opcionais, além do Prinect Classic Center, que permite o controle remoto de entintamento e registros, e possibilita a integração ao fluxo digital de sua gráfica.

**HEIDELBERG**



## Como reter talentos usando a motivação?

**T**oda vez que tocamos no assunto motivação, algumas perguntas insistem em aparecer. Tais como: Minha equipe está motivada? O que fazer para motivar uma equipe? Somos sabedores de que motivação combina com empresas de sucesso. Porém, como fazer com que isso aconteça?

O que estudamos a respeito de motivação nos faz chegar à seguinte constatação. O ser humano motiva-se buscando suprir as seguintes necessidades: possibilidade de crescimento, desenvolvimento e realizações, reconhecimento na família, na empresa e comunidade, e poder e sucesso. Segundo pesquisas na área, essas características poderão ser preenchidas de uma só vez ou, individualmente.

Necessitamos entender que a motivação é individual ou seja, cada um tem

seus motivos para tal, cada um tem seus desejos e necessidades, que irão se diferenciar de acordo com o momento que está passando, tais como, a cultura, ambição e ambiente. O que motiva são os aspectos internos.

De posse de todas essas definições e conceitos é que podemos começar a entender melhor e perceber que estratégias devemos adotar para conseguirmos motivar nossas equipes. As organizações necessitam compreender que elas devem ser o meio para que as pessoas atinjam os seus sonhos. Necessitam preparar-se, criar ferramentas para que isso aconteça, além de buscar pessoas no mercado de trabalho que tenham sonhos, sejam ambiciosas, queiram crescer, tenham desejos, almejem o sucesso, e que esse sucesso não seja somente o profissional, mas também, de forma muito forte, o sucesso pessoal. De posse desses

**Gilberto Wiesel** Consultor de empresas recursos humanos, a empresa deverá demonstrar que ela está comprometida para oferecer as condições e oportunizar essas realizações.

As organizações devem estar atentas para verificar se estão proporcionando à equipe as seguintes possibilidades: realização, reconhecimento, progresso, prazer pelo que estão fazendo, desenvolvimento pessoal e responsabilidade. Devemos entender que nossa equipe se sentirá mais motivada, se receber algo além de salários e premiações. Já que passamos o maior tempo de nossa vida no trabalho, vamos fazer com que ele seja uma grande fonte de prazer. Fazer das atividades diárias grandes momentos de energia e realização. Só assim estaremos aptos a reter os nossos melhores talentos. Portanto, mãos à obra!

## Aposte na pré-venda

**P**recisamos nos preparar, diariamente, para atender os clientes de forma a utilizar o tempo que teremos da melhor forma possível. Vender não é apenas fazer uma visita e apresentar os produtos e serviços da empresa; vender é um conjunto de ações que ocorrem antes e após a "venda" propriamente dita. Na verdade, o mercado está sufocado por vendedores medíocres, que chegam nos clientes e despejam discursos prontos, sem entender nada do negócio da sua clientela nem das suas reais necessidades.

A seguir, uma pequena lista que poderá lhe ajudar a preparar a venda e melhorar os resultados:

- ▶ Agende suas visitas e cumpra os horários pontualmente.

- ▶ Colete informações sobre os clientes antecipadamente, saiba o que fazem, quem são seus clientes e quais as suas necessidades.

- ▶ Cultive bons contatos! Tenha uma rede de relacionamento que propicie bons negócios.

- ▶ Conheça muito bem o que está vendendo.

- ▶ Segmento o mercado. Não saia por aí sem rumo, tenha foco. Busque clientes próximos, com necessidades semelhantes, otimize seu tempo.

- ▶ Tenha metas! Coloque metas diárias de vendas e contatos. Cumpra-as, mesmo que ninguém lhe supervisione. Supere-se.

- ▶ Apresente-se bem. Não é só a aparência que conta, mas ajuda muito.

**Daniela Rondinelli Pestana** Consultora de Marketing

- ▶ Utilize a internet a seu favor. Lá tem muita informação que pode ajudá-lo. Visite o site dos seus atuais e futuros clientes, você se surpreenderá com a quantidade de informações que pode obter antes mesmo da visita.

- ▶ Prepare o material de apresentação com antecedência: portfólio, folhêres, amostras, etc. A pré-venda é muito importante.

- ▶ Estude, treine, fale para o espelho: é verdade, isso realmente funciona. E, acima de tudo, acredite em você!

Na próxima edição, continuarei abordando o tema e apresentando algumas dicas sobre o pós-venda. Não perca!

## Prazo das contribuições para a Seguridade Social

**Eduardo Plastina** Advogado Tributarista

**A** pesar de o Código Tributário Nacional (CTN) estabelecer o prazo de cinco anos para o Fisco lançar e, após o lançamento, mais cinco anos para cobrar, por execução fiscal, o valor do crédito tributário, o INSS e a Receita Federal do Brasil, para as contribuições para a seguridade social, sempre desconsideraram esse prazo. A alegação utilizada era de que os artigos 45 e 46 da Lei 8.212/91 haviam fixado em dez anos os prazos decadencial (para constituir o crédito tributário) e prescricional (para cobrar o crédito tributário).

Esse posicionamento sempre foi questionado, já que a Constituição Federal determina que os prazos relacionados à decadência e à prescrição em matéria tributária devem ser tratados por lei complementar e que, sendo a Lei nº 8.212/91 ordinária, seria esta inconstitucional.

Recentemente, o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu, por unanimidade, que apenas uma lei complementar pode dispor sobre prescrição e decadência em matéria tributária, e que, sendo as contribuições sociais consideradas tributos, então os prazos decadenciais e prescricionais dos artigos 45 e 46, da Lei 8.212/91, não podem ser aplicados aos contribuintes. Com isso, posicionou-se o STF no sentido de que, mesmo para as contribuições sociais, valem os prazos estabelecidos pelo CTN, isto é: cinco anos, a partir do primeiro dia útil do exercício seguinte ao do fato gerador, para realizar a constituição do tributo devido, via lançamento; e cinco anos, a partir da constituição definitiva do crédito tributário, para efetuar a cobrança do crédito tributário.

As consequências dessa decisão são muito benéficas para os contribuintes, uma vez que: todas as contribuições sociais eventualmente não lançadas até hoje, relacionadas a fatos geradores ocorridos até dezembro de 2002, não podem mais ser; todas as contribuições sociais eventualmente não cobradas judicialmente até hoje, relacionadas a lançamentos, GFIPs ou DCTFs realizados ou entregues até julho de 2003, não podem mais ser; e, por fim, todos os documentos fiscais relacionados a apuração, levantamento e pagamento de contribuições sociais, mantidos guardados pelas empresas, podem ser descartados depois de seis anos, não precisando mais ser mantidos guardados por onze anos, como era recomendado.

## Preposto em reclamações trabalhistas

**Benôni Rossi** Advogado Trabalhista

**A**s empresas que possuem ações perante a Justiça do Trabalho devem comparecer nas audiências em razão das disposições do artigo 843 da CLT, no sentido de que na audiência deverão estar presentes o reclamante e o reclamado, independentemente do comparecimento de seus representantes. Ou seja, mesmo com a contratação de advogado, as empresas não podem deixar de comparecer nas audiências trabalhistas, seja inicial ou de prosseguimento (de oitiva de testemunhas).

As empresas podem ser representadas por seus sócios ou por empregados com carteira assinada. O parágrafo primeiro do artigo 843 da CLT dispõe que: "É facultado ao empregador fazer-se substituir pelo gerente, ou qualquer outro preposto que tenha conhe-

cimento do fato, e cujas declarações obrigarão o proponente." O preposto deve ser necessariamente empregado, exceto quando se tratar de micro ou pequeno empresário.

A Resolução nº 146/2008 do Tribunal Superior do Trabalho (TST) alterou a Súmula nº 377, que passou a ter a seguinte redação: "Exceto quanto à reclamação de empregado doméstico, ou contra micro ou pequeno empresário, o preposto deve ser necessariamente empregado do reclamado".

O cuidado em relação a representação nas audiências é essencial para o sucesso no processo. Para os casos em que os sócios são os representantes, deve-se apresentar na audiência cópia do contrato social. Se for o representante um dos diretores da sociedade anônima, deve-se apresentar a ata de elei-

ção e os estatutos da sociedade. Se o representante for um empregado, gerente ou não, deve-se apresentar carta de preposto, assinada pelo sócio ou diretor.

A representação irregular pode acarretar a aplicação de penalidades severas. Na inicial, o Juiz do Trabalho na maioria das vezes sequer recebe a defesa quando entende que a empresa não está devidamente representada. Na audiência de prosseguimento, os fatos narrados pelo reclamante são considerados verdadeiros, se não forem contrários aos documentos existentes no processo.

Por isso é importante que as empresas tenham atenção quando forem acionadas perante a Justiça do Trabalho. O comparecimento nas audiências é essencial para o sucesso na ação.



# Garantia de tempo bem empregado



Diz o ditado popular que “tempo é dinheiro”. Desperdiçar horas com reuniões pouco produtivas é muito mais do que perder dinheiro, significa perder oportunidades

**O** cotidiano de muitos profissionais se resume, também, a inúmeras reuniões ao longo do dia. Esse excesso de encontros não seria tão ruim se ao final de cada um houvesse uma conclusão proveitosa. No entanto, o que é visto com bastante frequência é a utilização de tempo em vão, já que boa parte das reuniões não são bem-sucedidas. De acordo com uma pesquisa conduzida pela Tríade Consultoria, ao final de um ano uma empresa pode deixar de ganhar cerca de R\$ 500 mil com reuniões sem propósitos. O estudo apontou que são elas as grandes responsáveis

pela falta de produtividade no trabalho; apenas um terço delas são realmente produtivas.

Segundo Christian Barbosa, especialista em gerenciamento de tempo e diretor da Tríade Consultoria, os prejuízos variam desde a descrença por parte da equipe a perdas de oportunidades. “O profissional pode deixar de atender um cliente importante por causa de uma reunião e perder uma boa oportunidade de negócio.” Entre as causas para esse desperdício está a convocação de participantes que não irão contribuir com os temas da pauta, interrupções com o telefone ou com o trânsito dos participantes, conflitos internos, discussões focadas em outros pontos que não os da pauta. Para que uma reunião seja exitosa, Barbosa destaca quatro fatores básicos: traçar objetivos, definir uma pauta, ter uma liderança e racionalização de tempo.

“Em primeiro lugar deve haver um líder para a reunião, em segundo ela não pode ter muitas metas, deve durar no máximo 2 horas e a pauta deve ser de conhecimento de todos os participantes”, explica Barbosa.

## Muito cuidado

Detalhes que podem prejudicar o andamento das reuniões:

- Horários não cumpridos
- Excesso ou falta de participantes
- Temas longos
- Falta de objetividade
- Conversas paralelas
- Poucas resoluções

## Sinônimo de produtividade

Para garantir que as horas empregadas em reuniões sejam produtivas, é interessante seguir alguns passos:

Convoque exclusivamente os profissionais que tenham a ver com os assuntos da pauta

Desenvolva uma pauta com horário para início e fim da reunião e, ainda, o tempo disponível para cada tema. Ela deve ser enviada junto com a convocação

Estabeleça um líder para a reunião, a fim de organizar as conversas e evitar possíveis distrações

Realize as reuniões em locais adequados, que disponham de todos os recursos necessários para o devido andamento da reunião, como papel e caneta

Faça a convocação com antecedência e peça confirmação de presença

Registre os assuntos debatidos em uma ata, discriminando prazos e responsabilidades

A tolerância de atraso deve ser de no máximo 5 minutos

Distribua uma cópia da ata a todos os participantes

# Trabalho com seriedade e qualidade

**A** idealização do sonho de Arthur Simon Schabbach e Nelci Guicella Schabbach em ter uma gráfica moderna, a atual Print Paper, começou quando foi fundada na década de 60 a Gráfica Editora Estrela Ltda. Contando com uma única impressora manual tipográfica, operada pelos próprios fundadores, as produções eram restritas à

Divulgação/Print Paper



impressão de cartões de visitas e notas fiscais. Atualmente, a Print Paper Editora Gráfica conta com 40 funcionários e os responsáveis por sua administração são Arthur Adalberto Schabbach e Fátima Regina dos Santos Schabbach. Atuando no mercado promocional, a empresa atende a demandas de todo o estado do Rio Grande do Sul. "Tanto a área de pré-impressão como a de fechamentos de arquivos e provas digitais contam com tecnologia de ponta. Na área de impressão são utilizadas impressoras de última geração e um moderno equipamento que proporciona um acabamento distinto", afirma Fátima.

A Print Paper trabalha com os conceitos do PGQP, e tem o compromisso da plena responsabilidade ambiental. "Todos os nossos resíduos são armazenados, tratados e transportados em condições ideais com destinação correta, através de uma empresa especializada." Para mostrar a qualidade de seus impressos, a gráfica está concorrendo em várias modalidades no 4º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. "Tudo na Print Paper é baseado nos conceitos de confiança, seriedade e bem-estar comum de todos aqueles que constroem nosso dia-a-dia. A empresa já está preparando a sua terceira geração de empreendedores", conclui.

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 – Julho de 2008

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 06/2008	3/7	COFINS	Faturamento 06/2008	18/7
Salário	Folha de pagamento 06/2008	4/7	PIS	Faturamento 06/2008	18/7
FGTS	Folha de pagamento 06/2008	7/7	PAEX	Parcela INSS MP303/2006	21/7
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 06/2008	7/7	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	21/7
Imp. de Renda na Fonte	Mês 06/2008	10/7	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 06/2008	21/7
Previdência Social	Folha de pagamento 06/2008	10/7	IOF	2º decênio 07/2008	23/7
ISSQN	Prestação de Serviços 06/2008	10/7	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/07 a 15/07/2008	31/7
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/7	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 06/2008	31/7
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 06/2008	14/7	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 06/2008	31/7
Gia Mensal Com.Categ. Geral	Vendas acima 174.000 UPF	14/7	Imposto de Renda S/Lucro	2º Trimestre 2008	31/7
Sintegra	Mês 06/2008	15/7	Contribuição Social S/Lucro	2º Trimestre 2008	31/7
IOF	1º decênio 06/2008	15/7	I.R.P.F.	Pgto. 4ª quota	31/7
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/06 a 30/06/2008	15/7	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 06/2008	31/7
Simples	Faturamento 07/2008	15/7	REFIS/PAES	Faturamento 06/2008	31/7
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/7	Parcelamento MP 303/2006	Pgto. SRF E PGFN	31/7
Gia Mensal Ind.Categ. Geral	Vendas abaixo 174.000 UPF	21/7			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

## 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) 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)

**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