



# Sindigraf<sup>RS</sup>



## Notícias

# Entidades defendem impressos em papel

**P**ara defender os impressos em papel, entidades do setor gráfico lançaram o selo *100% dos impressos em papel fabricados no Brasil provêm de florestas plantadas*. A iniciativa objetiva mostrar à sociedade que o insumo não gera desmatamento e que a indústria gráfica brasileira está comprometida com a sustentabilidade ambiental. O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS aderiram à causa. Saiba mais na página 7.



### REFORMA ORTOGRÁFICA

PÁGINA **06**

Entraram em vigor as mudanças na grafia da língua portuguesa. Acompanhe as principais alterações do novo acordo ortográfico

### AO EMPRESÁRIO

PÁGINA **11**

Com as incertezas do cenário econômico, o jeito é rever os gastos. Cabe às empresas desenvolver um programa de diminuição de custos

## Vencendo os desafios

Patrícia Paes



O ano de 2009 se apresenta de forma imprevisível, dependendo de um conjunto de questões referentes ao cenário internacional. A crise econômica mundial tem levado empresários de diferentes segmentos a investirem com cautela e avaliar despesas com o

propósito de se preparar para um período de incertezas. O problema está justamente no medo em lidar com o desconhecido e na dúvida sobre quando a turbulência vai passar.

O certo é que para vencermos a já referida imprevisibilidade temos que trabalhar e contar com a colaboração de todos: gestores e colaboradores. A união de forças faz a diferença, pois interessa tanto ao empresário quanto à sua equipe a manutenção da saúde financeira da empresa. Mudanças simples de postura no dia-a-dia podem ajudar neste momento de insegurança. Nesta edição, por exemplo, o Sindigraf Notícias traz uma reportagem (*na página 11*) com dicas para se prevenir de infortúnios futuros. Caso seja necessário, faça um programa de redução de custos e motive seus funcionários a colaborarem. Diminua o consumo de luz, papel, água e outros itens capazes de serem reavaliados. É no montante final que aparecem os resultados. Tempos de crise também se configuram como excelentes oportunidades para se repensarem os negócios. Se não estiver obtendo êxito, talvez seja a hora de implantar mudanças. Quem sabe migrar para um nicho mais promissor, agregar valor ao empreendimento e inovar. Pense nisso! O importante é ficar atento, manter a confiança e, como todo bom empreendedor, ir além e abusar da criatividade. As portas se abrem para quem não tem medo de ultrapassá-las.

As dificuldades impostas pelo mercado devem ser encaradas como um desafio e um convite para o setor colocar na vitrine o seu talento. As entidades lembram que vem aí o 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, uma iniciativa que tem como finalidade valorizar a qualidade das peças gráficas do Rio Grande do Sul. Selecione as melhores peças e participe!

**Paulo Roberto Borgatti Coutinho**  
Presidente

## Indicador avalia tempo médio de *setup*

O aumento da eficiência operacional depende de uma gestão adequada da produção, que influencia diretamente no desenvolvimento financeiro de uma empresa. Para contribuir neste processo, a entidade disponibiliza o Indicador Setorial da Indústria Gráfica Tempo Médio de Setup. A ferramenta avalia a média

de horas envolvidas em setup dentro de um determinado período. Em 2007, a média anual acumulada foi de 0,82%. Gráficas interessadas em usar os indicadores setoriais e garantir a qualidade de sua gestão podem buscar mais informações e se inscrever no site do Sindigraf-RS (*no link Produtos e Serviços/ Indicadores Setoriais*).



## Segmento livreiro cresce 10,45%

A Associação Nacional de Livrarias (ANL) fez um levantamento para conhecer melhor os números do segmento livreiro do país.

A entidade reúne 67% das livrarias do Brasil.

O estudo constatou que o setor cresceu 10,46% no ano passado quando comparado a 2007. De acordo com a associação, o respectivo aquecimento se deve ao aumento do poder aquisitivo do brasileiro, que se refletiu diretamente nos segmentos de cultura.

## Lei para disciplinar informações em rótulos

Um projeto de lei tramita na Câmara (em fase conclusiva) para disciplinar a apresentação de informações nos rótulos de alimentos. Conforme a proposta, o corpo da fonte passaria a ser escrito em "arial", no tamanho mínimo 16. Os possíveis riscos causados à saúde pelo produto devem estar destacados em negrito. As regras previstas no projeto de lei 4289/08 serão avaliadas pelas comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ).

## Simplex Nacional em pauta

A Gerência Técnica e de Suporte aos Conselhos Temáticos (Getec) e o Conselho da Pequena e Média Indústria (Copemi) da FIERGS realizaram, em 13 de janeiro, seminário sobre as principais mudanças no Simplex Nacional. A iniciativa teve o apoio do Sindigraf-RS.

Estes são os patrocinadores de 2009. Faça como eles!

OURO



PRATA



BRONZE



## Mudam regras do Registro Especial do Papel Imune

No mês de dezembro, uma medida provisória alterou a legislação referente ao Registro Especial do Papel Imune. Segundo a lei, pessoas jurídicas que exercem atividades de comercialização e importação de papel ou apenas o utilizam para a impressão de livros, jornais e periódicos passam a ser obrigadas a manter o registro especial.

De acordo com as novas regras, a multa pela não-entrega da DIF permanece em R\$ 5 mil com redução de 50% do valor se, apesar de fora do prazo, as informações forem apresentadas antes de qualquer procedimento fiscal. Também foi mantida a penalidade de 5% (não inferior a R\$ 100) do valor de operações de papel imune omitidas ou apresentadas de forma incompleta. Algumas situações acabam desen-



cadeando o cancelamento do registro especial. Entre elas, pode-se destacar o desatendimento dos requisitos que condicionam a sua concessão, irregularidade em relação ao CNPJ, não-comprovação da destinação correta do papel ou utilização do mesmo com finalidade diferente do que impressão de livros, jornais e periódicos. Outras informações podem ser obtidas no link [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Mpv/451.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Mpv/451.htm).

### Vedação do registro

Segundo a medida provisória, fica vedada uma nova concessão do registro especial nas seguintes situações:

Não-comprovação correta do papel imune

No caso de decisão final proferida na esfera administrativa sobre crédito tributário oriundo da utilização do papel imune com finalidade diferente de impressão de livros, jornais e periódicos

A vedação ainda se aplica à empresa que possua em seu quadro societário pessoa física que tenha participado, na qualidade de sócio, diretor, gerente ou administrador, de empreendimento com o Registro Especial cancelado

## Atenção com as demissões em março!

O Sindigraf aconselha as gráficas a terem uma maior atenção na hora de efetuar demissões antes da data base da categoria (1º de abril). Conforme o artigo 9º da Lei Federal 7238/84, "o empregado dispensado, sem justa causa, no período de 30 dias que antecede a data de sua correção salarial, terá direito à indenização adicional equivalente a um salário mensal, seja ele ou não optante pelo Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS)". Desta forma, caso o empregador faça demissões em março, pagará um salário adicional ao colaborador dispensado.

## Em abril acontece a Expo Visual Print 2009

Empresas de comunicação visual poderão apresentar novas tecnologias de impressão e mídias, soluções para projetos e lançamentos de produtos na Expo Visual Print 2009. O evento será realizado no Centro de Convenções Sul América, de 16 a 18 de abril, no Rio de Janeiro. Direcionado aos fabricantes e distribuidores de máquinas, suprimentos, bureaus de impressão, sina-

lização, placas e painéis, mídia geral, brindes, acabamentos e agências de publicidade, entre outros segmentos, o encontro consiste em uma grande feira de negócios. Além da exposição, os participantes terão a oportunidade de acompanhar palestras e o 3º Congresso de Tecnologia e Gestão em Comunicação Visual. Mais informações no site [www.grupodigitaleventos.com.br](http://www.grupodigitaleventos.com.br).

## Vem aí o Packing Panorama 2009

Os melhores fabricantes de embalagens do Brasil estarão reunidos no Packing Panorama 2009. O evento acontece entre os dias 1º e 4 de abril, no Centro de Convenções Frei Caneca, na capital paulista. Além da exposição de diversos representan-

tes do segmento de embalagens, os visitantes poderão conferir o fórum de debates, com a participação de profissionais e pesquisadores do setor. Outras informações sobre o evento podem ser obtidas no site [www.auraeventos.com.br](http://www.auraeventos.com.br).

**25** anos  
**Braille**

Desde 1983 distribuindo soluções

51-32228572

Empresa homenageada categoria



Distribuidor de Papel Rio Grande do Sul



Vencedores da quarta edição do prêmio

### Selecione suas peças

Empresas do setor já podem começar a separar as suas melhores peças para concorrer ao 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. As inscrições ocorrem de 1º a 19 de junho. A festa de entrega dos troféus acontece no dia 31 de julho, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho, no Parque da Harmonia, em Porto Alegre. O concurso objetiva valorizar a produção dos impressos gráficos do Rio Grande do Sul, assim como divulgar a qualidade dos mesmos em âmbito regional e nacional. As entidades convidam todas as gráficas do Estado a participar. Vale lembrar que a comissão julgadora não avalia o por-

te do empreendimento ou a região onde ele está sediado, mas a excelência do trabalho e a criatividade. Exemplo de que tamanho não é critério de avaliação, na quarta edição do prêmio, a Degráfica Impressos, de Flores da Cunha, apostou no talento dos seus produtos e levou para casa um troféu, no segmento Rótulo em Auto-Adesivo com Efeitos Especiais. A premiação motivou o empresário Décio Demolier a ir mais longe e competir nacionalmente, vencendo em uma das categorias do 18º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, o mais importante do setor na América Latina. "Os prêmios, junto ao nosso portfólio, têm representado uma verdadeira porta de entrada para novos negócios. O concurso é um termômetro que mostra a competência da gráfica", afirma. Motive-se, selecione seus impressos e aguarde a divulgação do regulamento!

### CNI analisa impacto da crise

No final do ano passado, a Confederação Nacional da Indústria realizou uma consulta empresarial com aproximadamente 400 empresas sobre o impacto da crise financeira internacional sobre o segmento industrial. Dos entrevistados, 18% são de grande porte, 34% de médio porte e 46% representavam o grupo das pequenas. No estudo, 88% dos empresários afirmaram que seus negócios foram afetados pela crise. Um dos problemas apontados por 57% dos consultados é a redução da projeção de vendas para 2009, ou seja, a diminuição de demanda de trabalho. Já para 41% o mais preocupante é o aumento do preço dos insumos e equipamentos importados.

## 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



A PERFIL TAMBÉM VENDE AS MELHORES IMPRESSORAS PARA PROVAS DIGITAIS



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

## Concurso nacional avalia responsabilidade socioambiental do setor



### Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental

A Abigraf Nacional lançou o Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental. As inscrições se iniciam no dia 16 de fevereiro e se encerram em 15 de abril. A entidade tem como objetivo estimular a indústria gráfica brasileira a práticas corretas nas áreas social e ambiental. As

empresas do setor terão a oportunidade de disputar em duas categorias, cujos premiados receberão os troféus Abigraf de Responsabilidade Social Hasso Weiszflog e o de Responsabilidade Ambiental Orlando Villas Boas. A periodicidade do concurso será anual, a partir de 2009, e a premiação dos vencedores acontecerá sempre no dia 5 de junho, dia Mundial do Meio Ambiente. O regulamento completo, bem como a fi-

#### Não perca a vez

**O que:** Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental

**Inscrições:** De 16 de fevereiro a 15 de abril

**Premiação:** 5 de junho

cha de inscrição, estão disponíveis no site da associação.

## Encadernadora da Heidelberg ganha prêmio de Design

A encadernadora Eurobind 4000, da Heidelberg, recebeu o Product Design Award 2009, na categoria Industry/Skilled Trades.

Dos 2.808 produtos inscritos, produzidos por empresas de 39 países, 802 foram selecionados para receber o selo da Industrie

Forum Design Hannover (iF) – instituição alemã que destaca o desenvolvimento de novas tendências no design de produtos.

Os selecionados concorrem ao prêmio ouro, o qual será divulgado no próximo dia 3 de março.

A premiação teve como base uma

série de quesitos determinados pela associação. A categoria em que a Heidelberg disputa, Industry/Skilled Trades, reconhece os melhores produtos para indústria: equipamentos, tecnologia, ferramentas e componentes.

**SURPRESA!**

**Aguarde! Em 2009 preparamos uma Grande Surpresa para você.**

A Tecnofacas sempre vai **Surpreender** você que só gosta do que há de mais completo no mercado de acabamentos gráficos. Esse ano não será diferente... Fique atento!

**TECNOFACAS**  
Soluções em Acabamentos Gráficos

A maior e mais completa empresa de acabamentos gráficos do Sul do Brasil

Rua: Protásio Alves, 1532 - Bairro M'Herdi - Canoas - RS  
tecnofacas@tecnofacas.com.br - www.tecnofacas.com.br  
Fone/Fax (51) 3475.2416

# Reforma ortográfica entra em vigor

**T**erceiro idioma mais falado no Ocidente, o português passou por modificações que começaram a entrar em vigor no mês de janeiro – inclusive no Sindigraf Notícias. O acordo ortográfico da língua portuguesa derrubou acentos, tremas e alterou hífens, objetivando facilitar o intercâmbio cultural entre os oito países da lusofonia. Setor integrante da cadeia produtiva de comunicação, a indústria gráfica

também terá o impacto da reforma. “A primeira medida a ser tomada pelo empresário gráfico é dialogar com o seu cliente e esclarecer se há interesse por parte deste em já adotar ou não as regras, pois o decreto presidencial garante a adaptação até dezembro de 2012”, afirma Paulo Flávio Ledur, mestre em Linguística Aplicada e autor do livro Guia Prático da Nova Ortografia. Dicionários, apostilas e outros gêneros de livros precisarão ser

reimpressos, o que, segundo Ledur, pode representar um aspecto positivo para o setor. “Significa um aumento da demanda de trabalho.” Ele ressalta que a melhor estratégia é não ficar para trás e aderir às novas normas o quanto antes. “O cliente não vai perdoar se ele errar. O empresário deve se precaver e ter claro, quando fechar um negócio, quem se responsabiliza por assinalar as mudanças ou manter como era”, enfatiza.

## O que mudou?

Acompanhe algumas das inúmeras mudanças implantadas pela reforma ortográfica:

**Trema:** Foi inteiramente suprimido. É mantido apenas em nomes estrangeiros e derivados, como Müller – mülleriano.

**Hiatos ee e oo:** Eliminou-se o acento circunflexo usado na primeira vogal dos hiatos ee e oo, como cream e veem, entre outros.

**Ditongos ei e oi:** Foi eliminado o acento nos ditongos ei e oi de pronúncia aberta, mas apenas nas palavras paroxítonas: geleia, plateia, apoio (eu), joia. Nas oxítonas, o acento é mantido: fiéis, hotéis, dói, caracóis. Também se mantém o

acento no ditongo aberto eu: chapéu, ilhéu.

**Vogais tônicas i e u:** O acento no i e no u tônicos de palavras paroxítonas deixa de ser usado quando precedidos de ditongo. Nas palavras oxítonas, o acento é mantido, sendo também usado quando essas vogais não são precedidas de ditongo, independentemente da posição do acento tônico.

**Acentos diferenciais:** Não se usam mais os acentos diferenciais em palavras paroxítonas. O Acordo, no entanto, manteve o acento

diferencial nas palavras pôr (verbo) e pôde (3ª pessoa do singular do pretérito perfeito do indicativo). Além disso, introduziu, opcionalmente, o acento no substantivo fôrma, para diferenciar de forma.

**Hifen:** O acordo retirou o hífen em muitas palavras e introduziu-o em outras. Com respeito às palavras compostas, por exemplo, manteve-se o princípio que orienta o uso do hífen. Contudo, foi eliminado o acento em compostos que perderam a noção de composição, como ocorre em paraquedas e paraquedista.

Fonte: Paulo Ledur

# Papel 100% certificado



Comprometida com a sustentabilidade ambiental, a indústria gráfica trabalha com insumo obtido de florestas plantadas para este fim e exploradas de acordo com a lei

**E**m 2008, associações e sindicatos do setor gráfico lançaram uma campanha em todo o território nacional para mostrar à sociedade brasileira que o papel não gera desmatamento. O selo “100% dos impressos em papel fabricados no Brasil provêm de florestas plantadas” consiste em uma das iniciativas das entidades para a conscientização da população acerca do assunto, em repúdio a mensagens publicitárias equivocadas veiculadas na imprensa. Mas afinal, de onde vem a matéria-prima utilizada para a produção dos impressos? No país, tanto a celulose como o papel são oriundos de florestas de eucaliptos cultivados em áreas exclusivas para este fim. Preocupada com a preservação ambiental, a indústria gráfica, por sua vez, adotou uma postura bastante rígida em relação à compra do insumo: o setor só converte papel adquirido exclusivamente de produtores legais, que trabalham com madeira certificada.

De acordo com a especialista em Gestão Ambiental Heloíse Lunardi Coutinho, a certificação florestal busca contribuir para o uso adequado dos recursos naturais, apresentando-se como uma alternativa à exploração predatória das florestas: “O certificado atesta que determina a empresa ou comunidade obtém produtos florestais, respeitando o meio ambiente e aspectos sociais e econômicos da sua região”.

A certificação florestal segue padrões estabelecidos pelo Conselho de Manejo Florestal (Forest Stewardship Council – FSC), uma instituição internacional, sem fins lucrativos, formado por representantes de entidades de diferentes partes do mundo. “Trata-se de um selo verde reconhecido mundialmente, criado para a conservação ambiental e desenvolvimento sustentável das florestas.” No Brasil, por exemplo, o Programa de Certificação Florestal do Imaflora representa o Programa SmartWood da Rainforest Alliance – ONG credenciada pelo FSC. Esta parceria é responsável pela avaliação dos empreendimentos que buscam o selo. “O Imaflora possui um guia de aplicação da marca FSC, em que há o item ‘Aprova-

ção de uso do logo FSC para gráficas’, demonstrando que o setor está totalmente inserido neste contexto”, enfatiza Heloíse.

O arquivo do selo pode ser acessado por meio do site da entidade ([www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)) ou solicitado pelo e-mail [secretaria@sindigraf-rs.com.br](mailto:secretaria@sindigraf-rs.com.br). As entidades contam com a colaboração do setor, que tem a opção de colar o adesivo com o selo nos materiais da empresa. Não menos importante é o empenho do próprio empresário em esclarecer aos seus clientes a idoneidade da indústria gráfica em relação ao meio ambiente.

## Marca registrada

O FSC consiste em um importante instrumento para a sustentabilidade socioambiental. O conhecido selo verde se subdivide em duas categorias. Acompanhe:

**Manejo Florestal:** certifica as empresas na operação de manejo das florestas, onde serão extraídas as matérias-primas, observando aspectos ambientais, sociais e econômicos

**Cadeia de Custódia:** permite a colocação do selo no produto final. Certifica as empresas pela correta utilização dos recursos florestais, promovendo o compromisso com o meio ambiente. Esta certificação exige o rastreamento da cadeia desde sua colheita até a comercialização do produto acabado, pronto para o consumidor

## Edital: a lei interna da licitação

**A** indústria gráfica tem – ou deveria ter – o poder público como um grande cliente, o qual possui suas particularidades. A principal delas consiste no fato de a contratação não acontecer livremente, num ambiente de negociação recíproca, mas a partir de uma série de formalidades que giram ao redor do instituto da licitação.

Um dos momentos mais cruciais para se vencer uma licitação está na análise atenta do edital ou da carta convite, espécies de instrumentos convocatórios. Vários são os casos em que uma empresa deixa de contratar com o poder público justamente por não ter dado a devida atenção ao instrumento convocatório de uma licitação.

Para participar de uma licitação, em um primeiro momento, a empresa deve

examinar se o edital ou a carta convite é compatível com as regras legais e regulamentares aplicáveis ao processo licitatório. Este é o momento mais técnico deles, sendo conveniente que seja realizado por alguém na empresa ou algum profissional externo que conheça profundamente a legislação pertinente à licitação, para se vislumbrar, por exemplo, se o tipo e a modalidade de licitação são apropriados ao objeto licitado.

Também é preciso estar atento às regras editalícias. A maior parte dos casos em que uma empresa é alijada da licitação se dá por problemas referentes à habilitação, a qual se presta à constatação da viabilidade de contratação. Por exemplo, é bastante comum que a administração pública exija documento ou condição de habilitação carente de base legal. Também é habitual o estabeleci-

**Rafael Da Cás Maffini** Advogado trabalhista

mento de condições que venham a direcionar a licitação ou simplesmente frustrar o seu caráter competitivo, o que é vedado pela Lei de Licitações. Num terceiro momento, deve-se atentar para as regras referentes ao oferecimento das propostas e ao julgamento daquela proposta mais vantajosa, a qual firmará o contrato com a administração pública.

Por fim, deve a empresa montar uma estratégia de participação da licitação, o que obviamente passa pela análise de viabilidade econômica da contratação. Tais considerações são necessárias, uma vez que qualquer ilegalidade ou inconveniência do edital deve ser objeto de impugnação (Art. 41, § 2º, da Lei nº 8.666/93), sob pena de decair o direito de a empresa discutir administrativamente as cláusulas não impugnadas do instrumento convocatório.

## Marketing: investimento seguro

**A** possibilidade de passar por uma crise financeira obriga as empresas a pensarem duas vezes quando o assunto é dinheiro. Cortar custos vira ação imediata, e, desta forma, os investimentos em marketing são seguramente os primeiros a serem extintos. Por quê? Porque a maioria dos empresários não enxerga os investimentos em marketing como investimento!

Mas, nesse momento, o melhor a ser feito é colocar os pés no chão e a cabeça para pensar. Reduzir os custos sim, mas naquilo que não deixe a empresa aquém da concorrência. É importante lembrar que todos passam pelo mesmo momento, e que o mercado continua vivo. Desta forma, é necessário se destacar de forma diferenciada, para que o cliente, que também busca alternativas mais viáveis, identi-

fique na sua empresa uma possibilidade de negócio.

### Algumas dicas:

- Não destrua ou banalize a marca da sua empresa com promoções insustentáveis. Ofereça sim alternativas criativas que possam atrair o cliente, mas não dê descontos absurdos e “desleais”, já que o momento é delicado mas passageiro, e quando voltar a normalidade, você terá que manter as práticas ou será entendido como aproveitador, além do reflexo a médio prazo nos resultados da sua empresa.

- Não acostume o cliente a vincular a sua empresa com preços baixos. Ele tem que perceber qualidade e outros atributos mais duradouros, o preço acessível é um complemento de boas práticas e parcerias.

**Daniela Pestana** Consultora de marketing

- Lembre-se que a concorrência, em sua maioria, cortou os investimentos neste momento. Tenha coragem, invista em ações de marketing criativas e inovadoras. Conquiste novos clientes! Esse é um bom momento para aumentar sua participação de mercado.

- Depois de qualquer crise sempre vem um período de turbulência consumista. Os clientes buscam fazer tudo aquilo que “não podiam”. Prepare-se para isso. Invista em treinamento da sua equipe. Qualifique!

- Existem inúmeras ações de marketing menos onerosas e com resultados excelentes. Reflita, planeje, coloque uma meta de reversão deste momento e supere-a!

- Acredite e inove!

NO MUNDO DOS NEGÓCIOS, É PRECISO PENSAR

# GRANDE.



PROVA CONTRATUAL

FOTOGRAFIA

PROVA DE LAYOUT

SINALIZAÇÃO



A Mitalsul oferece a mais avançada tecnologia em soluções de imagens em grandes formatos. Uma linha completa de equipamentos que suportam vários tipos de mídias, com resolução de 2400X1200 dpi, saída de impressão de até 60" (151cm) e a máxima qualidade de cor. Tenha a seu lado uma marca líder e inove com grandiosidade!

 **mitalsul**  
SOLUÇÕES DIGITAIS

**Canon**  
Revendedor Autorizado

AV. PRINCESA ISABEL, 615, TEL.: 51. 3235.5888 / FAX: 51. 3235.5815

## Acidente ocorrido em momento de lazer

**S**ão frequentes consultas a respeito de acidentes ocorridos no momento de lazer. É o empregador responsável por esses acidentes? A empresa pode promover eventos, como jogos de futebol, sem que haja riscos por essas atividades?

O Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região analisou um caso de pedido de indenização em razão de uma situação como essa. Neste caso, a 4ª Turma do TRT3, entendeu que o artigo 19 da Lei nº 8.213/91 conceitua acidente do trabalho como sendo aquele que “ocorre pelo exercício do trabalho a serviço da empresa ou pelo exercício do trabalho dos segurados referidos no inciso VII do art. 11 desta Lei, provocando lesão corporal ou perturbação funcional que cause a morte ou a perda ou

redução, permanente ou temporária, da capacidade para o trabalho”. Assim, o infortúnio deve decorrer do exercício do trabalho a serviço da empresa.

Entendeu a Justiça do Trabalho de São Paulo que o fato de o acidente ter ocorrido na sede da empresa, em um dia de descanso, não é suficiente para caracterizar a obrigação de indenizar o empregado. Não haveria nesse caso nexa causal hábil a ensejar a indenização ao empregado.

O trabalhador, quando da ocorrência do acidente, não estaria a serviço da empregadora, durante a jornada, nem cumprindo ordens, tampouco à disposição, mas sim em momento de descontração.

A decisão não é definitiva, mas pode ser tida como um ponto de referência e um parâmetro para as empresas que analisam os riscos de fazer eventos de inte-

**Benoni Rossi** Advogado trabalhista

gração dos seus empregados. Nosso entendimento é que a decisão referida está absolutamente correta, pois não se pode cogitar nessas situações nem em responsabilidade civil subjetiva, com atuação de culpa do empregador, tampouco eventual responsabilidade objetiva, face à teoria do risco profissional, nos termos do parágrafo único do artigo 927 do Código Civil.

Evidentemente que a empresa deve zelar pela segurança de todo e qualquer evento que promova em suas dependências, ainda mais com empregados. Mas, em caso de acidente não relacionado ao trabalho, o tratamento dado pelo próprio Poder Judiciário ao caso concreto analisado e acima referido foi de excluir a responsabilidade do empregador.

## Tributação no setor gráfico

**A**lgumas medidas jurídicas podem ser tomadas no caso de atuação (ou não) pelo fisco municipal no que se refere à exigência do ISS, considerando duas situações distintas: a existência de auto de lançamento exigindo o pagamento do tributo e a não existência de auto de lançamento.

Na primeira hipótese, os contribuintes podem elaborar defesa administrativa, discutindo a incidência do referido imposto sobre as operações realizadas, e aguardar o julgamento final que será feito por órgão de superior instância ou hierarquia. Como a defesa administrativa suspende a exigibilidade do crédito, a Fazenda Municipal não pode interpor qualquer medida judicial para a cobrança do débito, enquanto não houver decisão definitiva dos órgãos julgadores da administração. É importante lembrar,

porém, que para que a defesa seja aceita pelo juiz para posterior apreciação, faz-se necessário que o contribuinte nomeie bens à penhora.

Já não havendo o auto de lançamento para exigir o pagamento do ISS pode o contribuinte antecipar-se e discutir, no âmbito judicial, se sua atividade sujeita-se ou não à incidência do respectivo tributo. Para tanto, pode-se valer de ação declaratória, cujo objeto consubstancia-se no pedido feito ao juiz para que declare não haver relação jurídico-tributária com o município que o obrigue a recolher, aos cofres públicos, valores a título de ISS. No entanto, recomenda-se que seja efetuado o depósito judicial da quantia discutida, sob pena de o fisco não estar impedido de interpor medida judicial para cobrar o crédito.

Neste sentido, e a título de exemplo, os contribuintes que estão enqua-

**Felipe Silva** Advogado Tributarista

drados no sistema do Simples Nacional podem pagar os tributos pelo anexo relativo à indústria, e recolher, em juízo, a parcela relativa ao ISS. Desta forma, caso a ação seja julgada procedente, poderão levantar os valores recolhidos durante todo o processo por meio de alvará judicial. De outra forma, caso a ação seja julgada improcedente e o judiciário entenda que deve ser recolhido o ISS aos cofres municipais, este valor será convertido em renda do município. Em outras palavras, equivale a dizer que o pagamento, desde a data de cada depósito judicial, já foi efetuado, não incidindo, portanto, qualquer tipo de multa.

Enfim, há caminhos para que o empresário gráfico possa se defender, tanto no âmbito administrativo como no judicial, no que se refere ao tema da incidência ou não do ISS na atividade gráfica.

# Como minimizar os efeitos da crise

Analisar as contas representa um bom começo para as empresas passarem ilesas por um período marcado de incertezas financeiras na economia mundial

**A** turbulência financeira mundial levou o empresariado brasileiro a refletir sobre seus gastos e a definir estratégias capazes de garantir a sustentabilidade do seu negócio. As incertezas geradas pelo novo cenário internacional se refletiram no dia-a-dia de muitas empresas, que não tiveram outra saída a não ser rever as suas despesas. Como se trata de um período difícil, o jeito é se antecipar e minimizar as possíveis repercussões, traçando um programa de redução de custos. O primeiro passo consiste em reunir a equipe e colocá-la a par da situação, pedindo a colaboração de todos para se alcançarem as metas. É preciso mostrar o quanto vale estar atentos a questões como redução do consumo de luz, papel, telefone e todos os demais itens que fazem parte do cotidiano de um empreendimento. Conter o básico já faz uma enorme diferença no final do mês. "A

participação dos colaboradores se traduz em um fator de extrema relevância para o sucesso da ação", afirma Cláudio Carvajal, coordenador dos cursos de Administração da Faculdade de Módulo, de São Paulo.

## Conquistando aliados

A transparência na administração conta pontos a favor, diz Carvajal. Por esta razão, em tempos de crise é fundamental esclarecer à equipe a situação e mantê-la informada de qualquer mudança. Ganhar a confiança dos funcionários para tocar uma nova política de recursos humanos traz resultados positivos em momentos delicados. "Assim, o administrador conquista a colaboração de forma efetiva. Nada pode ser pior do que a falta de comunicação, pois ela cria um ambiente de insegurança e desmotivação."

## Muito esforço, mais força

Sem dúvida, estabelecer uma rotina de guerra em relação aos custos depende de um trabalho conjunto. O especialista aconselha os empreendedores a avaliar todos os dispêndios detalhadamente antes de definir medidas de contenção financeira: "Muitas terão caráter



temporário e, uma vez acalmada a turbulência, devem ser revistas". Apesar de o momento exigir um freio nos gastos, Carvajal sugere manter os investimentos (sempre com muita cautela). A compra de um equipamento ou a aplicação em tecnologias, por exemplo, tem que estar condizente com o fluxo de caixa e não pode comprometer o pagamento de despesas mínimas. "O ideal é investir em iniciativas com retorno a curto ou médio prazo." O empreendedor também precisa ter cautela com questões como a inadimplência dos clientes (em função da escassez do crédito) e a renegociação de dívidas com fornecedores. "Aqueles que superarem os desafios e transformarem a boa gestão financeira em um diferencial competitivo ficarão ainda mais fortes quando a crise passar", conclui.

**Pre Press**

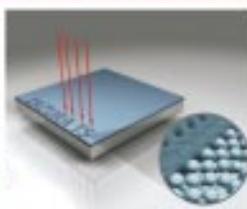
Distribuidor e Assessoria Técnica Autorizada:

**AGFA**

## :Azura uma alternativa mais limpa para sua pré-impressão

A Agfa Graphics apresenta ao mercado gráfico a nova linha de chapas :Azura, que, de acordo com a empresa, é a chapa mais bem-aceita pelo mercado como ecologicamente correta. Os benefícios gerados pela chapa :Azura não se restringem apenas aos químicos, tendo reflexos também no consumo de água e energia elétrica, na saúde dos funcionários e na manutenção e limpeza dos equipamentos. Além disso, a moderna tecnologia Thermofuse, proporciona uma imagem de alta definição, estável e consistente, fazendo da :Azura um produto ideal para Gráficas que buscam benefícios mais amplos com o uso de recursos que preservem o meio ambiente.

Venha conhecer nossa Nova Sede: Rua Pedro Canga, 99 - Bairro Sarandi - Porto Alegre/RS - Fone: (51) 3343.5111  
Filial: Rua Célio Veiga, 1220 - Jd. Cidade de Florianópolis - São José - SC - Fone: (48) 3246.3434



# Equipe unida, qualidade garantida

**A** experiência adquirida como colaborador em várias gráficas motivou o empresário Rogério da Silva Lima a se iniciar, em novembro de 2000, como empreendedor e montar um negócio dentro de parâmetros que considerava ideais para o sucesso de uma empresa. Sem capital e nenhum cliente, Lima ousou e fundou a Cathedral Digital Fotolitos, de Porto Alegre. "Eu tinha a frustração de acumular conhecimento, não poder fazer algo melhor e ficar limitado", relembra. O balanço dos oito anos de existência da Cathedral mostra conquistas positivas, como a fidelização de uma

clientela de renome nacional e a cumplicidade dos colaboradores.

A proatividade imprime a força desta equipe formada cuidadosamente por Lima. "Os 13 funcionários da gráfica participam integralmente das decisões de trabalho. Não existe uma rotina rígida. A responsabilidade é de todos."

O empresário ressalta que a empresa conta com grandes profissionais da área gráfica, os quais contribuem na orientação do grupo e no debate do dia-a-dia para implantar melhorias. "Tenho uma pessoa, por exemplo, que foi instrutor do Senai-RS. Enfatizo



Colaboradores são o grande patrimônio da gráfica

sempre para a equipe que em caso de dúvida pergunte e não tenha medo de avançar, pois só assim conseguimos produzir com qualidade." Além de investir em tecnologia, também aposta em treinamento. O crescimento da empresa, diz Lima, supera as expectativas. "Fechei o ano com as contas em dia, um ponto a favor em um cenário de muita inadimplência. Temos crédito no mercado. Considero o nome da Cathedral o meu maior patrimônio", conclui com satisfação.

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 – Fevereiro de 2009

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 01/2009	4/2	PAEX	Parcela INSS MP:303/2006	20/2
Salário	Folha de pagamento 01/2009	6/2	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/2
FGTS	Folha de pagamento 01/2009	6/2	COFINS	Faturamento 01/2009	20/2
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 01/2009	6/2	PIS	Faturamento 01/2009	20/2
ISSQN	Prestação de Serviços 01/2009	10/2	Simples	Faturamento 01/2009	20/2
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/2	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 01/2009	23/2
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 01/2009	12/2	IOF	2º decênio 02/2009	27/2
Gia Mensal Com.Categ. Geral	Vendas acima 174.000 UPF	12/2	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/02 a 15/02/2009	27/2
IOF	1º decênio 02/2009	13/2	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 01/2009	27/2
Simples	Faturamento 12/2008	13/2	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 01/2009	27/2
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/01 a 31/01/2009	16/2	DIRF	Dirf Anual ano base 2008	27/2
Sintegra	Mês 01/2009	16/2	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 01/2009	27/2
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	16/2	REFIS/PAES	Faturamento 01/2009	27/2
Gia Mensal Ind.Categ. Geral	Vendas abaixo 174.000 UPF	20/2	Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	27/2
Previdência Social	Folha de pagamento 01/2009	20/2	Contribuição Sindical Autonomo	Exercicio 2009	27/2
Imp. de Renda na Fonte	Mês 01/2009	20/2			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

## EXPEDIENTE



Indústria Gráfica Regional Rio Grande do Sul

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

Av. Pernambuco, 2.623 – 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:** Patrícia Campello

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

**Edição de Arte:** Silvío Ribeiro

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

**Tiragem:** 2.200 exemplares