



Sindigraf^{RS}



Notícias

Entidade revisa seu planejamento estratégico

O Sindigraf-RS trabalha para colocar em prática projetos capazes de atender às demandas das suas empresas filiadas e associadas. Para tanto, a entidade revisou o seu planejamento estratégico, delineando ações para a promoção e defesa dos interesses da indústria gráfica gaúcha. Confira mais detalhes na página 7.



PRÊMIO

Empresas já podem separar suas peças para o 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Inscrições se iniciam em junho

PÁGINA **03**

AO EMPRESÁRIO

A inadimplência é um dos dilemas enfrentados pelos empresários em épocas de crise financeira. Saiba como lidar com o problema

PÁGINA **11**

Proatividade para vencer

Patrícia Paes



A conjuntura externa e interna coloca o empresário em uma situação de incertezas quanto ao impacto da turbulência internacional nos seus negócios. Por mais que a situação esteja difícil, o momento não é para lamentações. Vencer a crise

requer em primeiro lugar uma conduta proativa.

A criatividade pode ser uma grande aliada do empreendedor para driblar os desafios que o mercado vem impondo.

Mas como se manter competitivo em um cenário marcado pela escassez de crédito e com financiamentos, consumo e produção comprometidos? A resposta está justamente na adoção de uma postura capaz de promover inovações e, caso seja preciso, mudanças.

O administrador precisa olhar para dentro da gráfica e identificar possíveis melhorias. Se o empreendimento não está dando certo, talvez seja a hora de migrar para um outro nicho e encontrar um mercado com maior demanda.

O Sindigraf-RS revisou o seu planejamento estratégico objetivando colocar em prática projetos com o propósito de contribuir para o desenvolvimento da indústria gráfica gaúcha. Muitas iniciativas já são de conhecimento do setor, como os cursos e as palestras para fornecer conhecimento ao empresário e profissionalizar funcionários. Em março, por exemplo, duas importantes atividades serão promovidas pela entidade, tratando de custos, orçamentação e investimentos. Temas muito em voga em tempos de crise financeira, em que a informação também conta como uma arma infalível. O sindicato procura acompanhar os acontecimentos e dar suporte às suas associadas. Contudo, para que se alcancem resultados torna-se fundamental a participação de todos. Ao participar, as gráficas fazem sua parte, qualificam as equipes e ganham mais força para o embate que deve perdurar pelo ano de 2009. Enfim, sejam proativos!

Paulo Roberto Borgatti Coutinho
Presidente

Março

27 Como investir em equipamentos

Na data, a entidade promove a palestra *Como investir em equipamentos de forma certa*. A atividade acontece na sede da entidade (Av. Pernambuco, 2.623 – 5º Andar – Bairro São Geraldo), em Porto Alegre, das 19h às 21h. Para participar, basta levar 1 kg de alimento não-perecível.

28 Custos e orçamentação

Dia para o setor conferir o curso *Custos e orçamentação gráfica*. A aula ocorre durante o sábado, com início às 8h e término às 17h, no auditório do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 – 5º Andar – Bairro São Geraldo), em Porto Alegre.

Abril

07 Motivação & vendas

O Sindigraf-RS convida para a palestra *Motivação & Vendas*, com o renomado Gilclér Regina e para a apresentação do novo software de gestão da Zênite Sistemas. O ingresso é 1 kg de alimento não-perecível. A partir das 19h, no auditório do Senai (Av. Assis Brasil, 8.450).

Junho

01 Prêmio

Início das inscrições de peças para o 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

19 Prêmio

Último dia para as empresas inscreverem suas peças no 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica.

Julho

31 Prêmio

Ocorre a festa de entrega dos troféus do 5º 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.

Informações sobre as atividades agendadas pelo fone (51) 3323-0303 ou via e-mail: eventos@sindigraf-rs.com.br.

Estes são os patrocinadores de 2009. Faça como eles!

OURO



PRATA



BRONZE



Gráficas já podem se preparar para o 5º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Valorizar os produtos gráficos do Rio Grande do Sul representa um dos principais objetivos do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Por se tratar de uma grande mostra de talentos, as entidades convidam todas as gráficas do Estado a separar seus melhores trabalhos e se inscrever na quinta edição do concurso. As inscrições acontecem entre 1º e 19 de junho, e serão válidas as peças produzidas entre 11 de junho de 2008 e 19 de junho deste ano. Já a festa de entrega dos troféus será realizada no dia 31 de julho, no Centro de Eventos Casa do Gaúcho, em Porto Alegre, a partir das 19 horas.

Ao participar de uma premiação, as gráficas agregam valor ao negócio, colocando na vitrine a qualidade dos seus impressos. Em 2008, a Algo Mais, de Porto Alegre, participou pela primeira vez e saiu vencedora, levando um troféu



para casa. Segundo Ledir Júnior, sócio-gerente da gráfica, o prêmio tem muita visibilidade e um desdobramento que começou regional e hoje é nacional. "Isso confere credibilidade e nos deixa à vontade para inscrever novos

Fique atento!

Período de produção das peças que podem concorrer: **de 11/06/08 a 19/06/09**

Inscrições das peças: **de 1º a 19/06**

trabalhos. A conquista do ano passado motivou nossa equipe. O benefício interno também foi muito grande", analisa. Para 2009, a empresa já está se preparando e selecionando suas peças para disputar novamente. "Vamos levar nossos melhores produtos", afirma Júnior. Em breve o regulamento, com todas as orientações e regras do concurso, será enviado às empresas filiadas e associadas e estará disponível no site da entidade: www.abigraf-rs.com.br. Fique atento aos prazos, selecione também suas peças e não fique de fora!

Pagamento do Simples Nacional

Em 13 de março se encerra o prazo de pagamento do Simples Nacional. A data para recolhimento do imposto foi prorrogada e se refere aos vencimentos dos meses de janeiro e fevereiro. Fique atento!

Atenção com as demissões em março

As gráficas devem ter uma maior atenção na hora de efetuar demissões no mês anterior à data-base da categoria (1º de abril), alerta o Sindigraf. De acordo com o artigo 9º da Lei Federal 7238/84, "o empregado dispensado sem justa causa no período de 30 dias que antecede-se 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)". Assim, caso o empregador faça demissões no mês de março, pagará um salário adicional ao funcionário dispensado.

Iniciam-se inscrições do Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental

Entre os dias 16 e 15 de abril, empresas interessadas em participar do Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental podem realizar suas inscrições. O concurso é uma iniciativa da Abigraf Nacional e tem como meta

fomentar as práticas corretas nas áreas social e ambiental. A premiação acontecerá em 5 de junho, Dia Mundial do Meio Ambiente. O regulamento e a ficha de inscrição podem ser acessados no site www.abigraf.org.br.

Mapa do concurso

O que: Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental

Inscrições: De 16 de fevereiro a 15 de abril

Premiação: 5 de junho

Entidade abre agenda de eventos

O mercado competitivo exige dos profissionais do setor gráfico uma atualização constante e uma abertura na agenda para a participação em eventos de reciclagem. Pensando



nisso, o Sindigraf-RS já inicia em março sua programação de palestras e cursos a fim de dar suporte para empresários e colaboradores em termos de profissionalização. No dia 27, acontece a palestra *Como investir em equipamentos de forma certa*, a partir das 19h, com espaço aberto para debates. Já no sábado, dia 28, será realizado o curso *Custos e Orçamentação Gráfica*, com início às 8h e término às 17h. Ambos os eventos ocorrem na sede da entidade, em Porto Alegre.

Souza Cruz vai investir R\$ 160 milhões em parque gráfico

O parque gráfico da Souza Cruz será inaugurado no dia 28 de abril, em Cachoeirinha. A empresa investirá R\$ 160 milhões no empreendimento, gerando 280 postos de

trabalho. A unidade, antes situada no Rio de Janeiro, vai ampliar para 3,5 mil o número de empregados diretos no Estado, além das 20 mil famílias produtoras de fumo.

Pesquisa da Fiergs mostra pessimismo do industrial gaúcho

No dia 12 de fevereiro, a Fiergs divulgou a sua última pesquisa trimestral do Índice de Confiança do Empresário Industrial no Rio Grande do Sul (ICEI-RS). O indicador que oscila entre 0 e 100 registrou 45 pontos, evidenciando o pessimismo do empresariado gaúcho. É a primeira vez (desde 2001) que o índice ficou abaixo da linha de 50 pontos no mês. Para 84% dos

entrevistados, em janeiro as condições econômicas pioraram, revelando o temor dos industriais com relação ao futuro. A maioria dos inquiridos está pouco otimista com a economia nacional (45 pontos). Dentro deste item, 42% dos industriais acreditam na manutenção da situação atual, mas 38% acham que ela irá piorar. Em relação às expectativas dos próximos seis

meses, a avaliação foi pouco otimista. As exportações, apontam os pesquisados, continuarão em queda. A falta de demanda é apontada por 57% dos empresários como o principal obstáculo enfrentado no último trimestre.



ilker/Stock.xchng

Taga 2009 acontece em março

Boa oportunidade para a indústria gráfica brasileira reciclar conhecimentos no exterior. Entre os dias 15 e 18 de março, em Nova Orleans (Estados Unidos), acontece a 61ª edição do Technical Association of the Graphic Arts 2009 (Taga). O evento aborda temas pertinentes ao universo gráfico, como novas tecnologias, competitividade e tendências, entre outros assuntos. Mais informações podem ser obtidas no site www.taga.org.



São Paulo sedia seminário Digital Update

A Dabra (editora da revista Professional Publish) promove a quarta edição do seminário Digital Update, em São Paulo. O evento ocorre nos dias 3 e 4 de julho, configurando-se como uma excelente ocasião para empresários e colaboradores do setor se informarem a respeito de negócios, criação e tecnologia em artes gráficas. Entre os temas debatidos, destacam-se imagens e cores, pré-media e workflow, impressão digital e sistemas de gestão e PCP. Outras informações pelo telefone (11) 2604-5915 ou no site www.digitalupdate.com.br.

SURPRESA!

Tecnofacas agora tem:

Clichês de Zinco

Vamos **Surpreender** a todos do mercado de **Acabamentos Gráficos** com a nossa mais **Nova e Completa** linha de **Serviços**.

★ Clichês para Relevo Seco

★ Clichês para Hot-stamping

 **TECNOFACAS** 1988
Soluções em Acabamentos Gráficos

A maior e mais completa empresa de acabamentos gráficos do Sul do País.

Rua: Protásio Alves, 1532 - Bairro Niterói - Canoas - RS
www.tecnofacas.com.br - tecnofacas@tecnofacas.com.br

Fone/Fax (51) **3475.2416**

Indicador avalia horas de treinamento

Formar funcionários e profissionalizar a equipe representa um grande investimento para qualquer empresa. Ao contrário do que muitos empresários pensam, apostar em cursos técnicos ou de gestão, por exemplo, não significa custos, e sim um meio de agregar valor ao negócio. Uma



equipe preparada atinge metas e contribui para se alcançarem resultados. É importante a gráfica ter o controle de quanto tempo está sendo investido em atividades de reciclagem e promoção de conhecimento e, assim, avaliar a sua performance. Por esta razão, o Sindigraf-RS disponibiliza às suas associadas o Indicador Setorial da Indústria Gráfica *Nº horas de treinamento/funcionário*, que em 2008 teve média anual acumulada em 1,59%. A partir desta ferramenta, faz-se o somatório das horas de treinamentos de todos os colaboradores e se divi-

de pelo número total de funcionários. Vale para treinamentos internos, externos e operacional (mediante comprovação). Não entram no cálculo horas relativas à educação formal nem os cotistas do Senai. Gráficas interessadas em usar os indicadores setoriais podem buscar mais informações no site do Sindigraf-RS (*no link Produtos e Serviços/Indicadores Setoriais*). Em tempos de mercado competitivo, a excelência da gestão é bem mais do que um diferencial, é uma questão de sobrevivência. Participe!

Grupo de exportação do setor gráfico estima crescimento em 2009

Apesar da crise financeira internacional e do nível de incerteza na economia, são boas as expectativas do Graphia (Graphic Arts Industry Alliance) – grupo de exportação de produtos e serviços gráficos, constituído no âmbito da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf Nacional), em convênio com a Apex-Brasil (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos do Governo Federal). Na contramão do mercado, o grupo ainda estima crescimento nas exportações em 2009. É a expectativa do grupo, mesmo considerando a crise financeira internacional e o nível de incerteza na economia. As atividades do Graphia se iniciaram

em 2003 e, atualmente, ele atua em três segmentos: embalagem, papelaria e editorial-promocional. No exterior, acumula vendas superiores a R\$ 23 milhões – cerca de R\$ 14 milhões conquistados somente nos últimos dois anos. O grupo realiza negócios com 24 países das Américas, Caribe, Europa e Ásia. A iniciativa visa à prospecção, promoção, comercialização e divulgação do setor gráfico brasileiro no exterior. Através do Graphia, mais de 80 empresas foram inseridas no mercado internacional. No primeiro semestre deste ano, o grupo tem missões comerciais e feiras programadas para a Argentina, Emirados Árabes, Estados Unidos, México e Portugal.

ABTG mantém ISO 9001:2000

A ABTG manteve a certificação do selo de qualidade ISO 9001:2000 após uma criteriosa avaliação da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), o que evidencia o compromisso da entidade com a qualidade técnica dos processos. O selo foi conquistado pela primeira vez em 2000. Na época, a entidade certificou-se pelo padrão de qualidade no desenvolvimento dos serviços ligados aos núcleos de cursos, consultorias, normalização e o Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini.

Bienal do Livro do Rio de Janeiro

No mês de setembro, entre os dias 10 e 20, ocorre a 14ª edição da Bienal do Livro do Rio de Janeiro, no Riocentro. Este ano o evento homenageará a literatura dos Estados Unidos. Já é tradição da

feira escolher a cada ano um país para ser tema da programação. Além do contato com a literatura, o público poderá participar de palestras e debates. A estimativa é de reunir mais de 900 expositores.



Ove Topfer /Stock.xchng

Sindigraf-RS estabelece diretrizes estratégicas

Defensor dos interesses do setor, o Sindigraf-RS traçou objetivos estratégicos, a fim de contribuir para o desenvolvimento sustentável das empresas gráficas gaúchas

Desenhar um caminho para promover melhorias que contribuam para o fortalecimento da indústria gráfica gaúcha é a proposta do planejamento estratégico do Sindigraf-RS. O trabalho foi norteado pela pesquisa de Marketing, realizada em maio de 2008, que verificou o grau de satisfação e as demandas do setor. Um dos projetos é justamente manter a periodicidade anual do estudo para que se tenham as reais percepções e necessidades das empresas, para, assim, subsidiar o desenvolvimento de ações pontuais. A partir de diversos projetos, as entidades pretendem gerar sustentabilidade e fortalecer o setor, além de valorizar e mostrar a importância do produto gráfico junto à sociedade. Novas iniciativas serão implantadas, assim

como muitos serviços continuarão à disposição das gráficas associadas, como os indicadores setoriais, o parecer técnico e a orientação fornecida aos clientes por meio das consultorias. Cursos, palestras e eventos de confraternização continuam integrando a agenda de atividades.

Entre as novidades está a utilização da tecnologia para estreitar o contato com as associadas. Em breve, o site do Sindigraf-RS passará por uma reformulação, em que será implantado um sistema mais efetivo de relacionamento online. A página disponibilizará novidades, e o acesso às informações personalizadas por parte das empresas se dará por meio de uma senha distribuída pela entidade. Ainda está prevista a criação de uma Central de Atendimento ao Clien-

te, com o propósito de abrir um canal de comunicação para o universo de gráficas assistidas pelas entidades. A central possibilitará uma abertura para sugestões, o tratamento adequado de problemas e o gerenciamento de soluções. Além disso, o planejamento estratégico apresenta projetos como a firmação de convênios com terceiros. Entre os planos para consolidar a imagem das entidades está a elaboração de um vídeo institucional-comercial. O sindicato e a associação ainda investirão no treinamento dos seus colaboradores a fim de padronizar e qualificar ainda mais o atendimento. O desenvolvimento de uma consciência ambiental interna e a adoção de práticas ambientalmente corretas também compõem o rol de projetos do planejamento estratégico.

Mapa estratégico

MISSÃO: Promover a união, o desenvolvimento e a defesa dos interesses do setor gráfico e da sociedade do Rio Grande do Sul

VISÃO: Ser reconhecido como modelo de entidade, na promoção, desenvolvimento e defesa dos interesses das Indústrias Gráficas no Rio Grande do Sul

Perspectiva de clientes e mercado

Ser reconhecido pela indústria gráfica como seu representante legítimo, defensor dos interesses, provedor de conhecimento e articulador

SUSTENTABILIDADE

Fortalecer a Indústria Gráfica para seu desenvolvimento sustentável

Preservar e ampliar as receitas e fontes de recursos para sustentação financeira

Perspectiva de processos internos

Formar e consolidar a imagem das entidades

Atender às necessidades dos clientes na qualidade e demandas identificadas, de forma estruturada e ágil

Promover a valorização e mostrar a importância do produto gráfico junto à sociedade

Estimular o desenvolvimento sustentável com responsabilidade ambiental e social

Desenvolver e manter sólidos relacionamentos com órgãos do governo e outras associações de classe

Perspectiva de aprendizagem e crescimento

PESSOAS

Desenvolver competências em áreas estratégicas através da gestão do conhecimento

ORGANIZAÇÃO

Promover um ambiente organizacional competitivo e motivador

TECNOLOGIA

Manter-se atualizado com sistemas e ferramentas de gestão

Você sabe o que é marca?

Marca é aquilo que o cliente espera ter ao adquirir o seu produto. Para deixar mais claro este conceito: produto é qualquer mercadoria ou serviço que sua empresa oferece ao mercado para suprir necessidades. Resumindo, marca é uma promessa de satisfação!

Além de toda a parte visual – o símbolo, o nome, o design, as cores –, é através da marca que o cliente diferencia uma empresa da outra. Quando pensamos em passar as férias em um hotel cinco estrelas na serra gaúcha, vêm à mente: serviço

de alta qualidade, imagem de elegância, preço alto (para alguns) e conforto, muito conforto – o que é isso? Nada mais do que benefícios atrelados à marca, sensações de prazer, satisfação, valores. São a alma da marca, a sua personalidade. E é exatamente isso que perdura, que agrega valor.

Mas marca não é apenas isso, para chegar a essa “satisfação” o conceito da marca precisa de um alicerce bastante sólido, construído com base na análise do mercado, na linguagem do cliente, no posicionamento, na preo-

Daniela Pestana Consultora de Marketing
cupação com o atendimento, com os recursos humanos, com quem vende, com quem faz, enfim, com todo processo. O correto estabelecimento da marca pode ser definitivo no momento da escolha entre a sua empresa e a concorrente.

Algumas marcas são verdadeiros patrimônios, pois foram geradas corretamente – a marca por si só já vende, não precisa mais do produto que a lançou no mercado. Esse deveria ser o objetivo de todas as empresas: criar uma marca sustentável!

Como está a sua marca?

O fim da tradicional nota fiscal

A nota fiscal tradicional está com os dias contados. Com a substituição da nota fiscal impressa pela eletrônica (NF-e), se aproxima o fim do principal produto do segmento comercial nas indústrias gráficas. A lei que determina a mudança já existe há alguns anos, e agora estão chegando seus prazos finais de implantação.

No dia 1º de abril, 24 setores empresariais serão atingidos, e em 1º de setembro, mais 54 setores, abrangendo boa parte da indústria, além de grandes atacadistas e importadores. Sobrarão apenas alguns segmentos do comércio que vendem para empresas, mas que ao venderem para o consumidor final utilizam cupom fiscal.

O Sindigraf-RS e Abigraf-RS há muitos anos tem informado sistematicamente a seus associados as mudanças que seriam realizadas pela Receita Federal e Sefaz-RS na utilização

e confecção dos documentos fiscais. O setor gráfico deve estar consciente destas mudanças, pois entre as 1.900 indústrias gráficas existentes no Estado quando da implantação do parecer técnico, 1.300 estavam credenciadas a produzirem documentos fiscais; hoje, somente 733.

O setor gráfico deve procurar novos nichos para se adaptarem às mudanças globalizadas e localizadas, a fim de terem uma sobrevida em um mercado extremamente competitivo e ávido de novos produtos e soluções.

Uma das motivações para a implantação da NF-e foi o consumo de milhares de toneladas de papel, seu manuseio e sua guarda, um gasto de bilhões de reais. Nos últimos tempos, alguns jornalistas e imprensa divulgam à sociedade o dano que a indústria papelreira e gráfica fazem ao meio ambiente, dizendo que devastamos florestas para confecção do papel. O

desconhecimento da matéria é total, pois toda a produção da celulose, principal matéria-prima na confecção do papel, é retirada de florestas plantadas para este fim e tratadas, que ajudam a natureza a purificar o ar que respiramos. Além do mais, a celulose é usada em uma infinidade de produtos, como filamentos têxteis, celofane, acetatos, nitratos, viscose, rayon, aditivos alimentares, éter de celulose, filtros de cigarro e pneumáticos, entre outros.

A indústria gráfica está presente em todo mundo: o que seria de nossas vidas sem os jornais, os livros, os rótulos, a comunicação escrita? Sabemos que novas tecnologias estão chegando, mas terão que conviver com o papel e a escrita. O papel é reciclado e reaproveitado diversas vezes e é facilmente absorvido pela natureza – as novas tecnologias e produtos só no tempo serão conhecidas.

HEIDELBERG ECO



Economia e ecologia não precisam andar separadas. Pelo contrário, impressões ecologicamente corretas trazem bons resultados. Ajudam a reduzir custos e geram uma imagem positiva da sua empresa para o mercado. Seus clientes ficarão cada vez mais interessados sobre o assunto. Vamos trabalhar juntos para desenvolver soluções personalizadas: "Pense econômico, imprima ecológico".
www.br.heidelberg.com

HEIDELBERG

Cláusula de não-concorrência

Muitas empresas deixam de investir na qualificação de seus empregados com medo de perdê-los para concorrentes. Por que pagar uma pós-graduação a um colaborador se não há garantia de que ele permaneça na empresa após a conclusão do curso?

Esse problema efetivamente existe. Para evitar tal situação e viabilizar o investimento no quadro de pessoal as empresas estão adotando uma cláusula, contratual denominada de "não-concorrência". Em razão dessa cláusula o empregado se obriga a não trabalhar para outras empresas do mesmo ramo de atividade por um determinado período, o que daria maior segurança ao empregador. Essa cláusula deve ter prazo determinado e garantir uma vantagem financeira pela vedação do empre-

gado que vier a se afastar de trabalhar em uma empresa do mesmo segmento de mercado.

A vantagem financeira pode ser tanto o investimento em uma pós-graduação, como uma retribuição pecuniária. A empresa pode contratar dessa maneira com empregados vinculados à gestão, que detenham informações estratégicas.

A 7ª turma do Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região, nos autos do processo RO 01186-2007-351-02-00-5, analisou o processo que tratava da matéria e concluiu da seguinte forma: "Em princípio, a cláusula de não-concorrência pode ser avençada entre as partes, exceto quando a restrição envolver verdadeira vedação a novo emprego por período indeterminado ou por tempo certo, sem qualquer retribuição econô-

Benoni Rossi Advogado trabalhista
mica, diante do caráter oneroso e sinalagmático do contrato de trabalho que sempre exige reciprocidade das partes. Os efeitos do contrato não podem se estender além de sua extinção, como mera restrição ao direito do empregado..."

Há, portanto, possibilidade de serem ajustadas cláusulas nesse sentido, de não-concorrência após a rescisão do contrato de emprego, devendo ser analisados os casos concretos para demonstrar reciprocidade entre as partes contratantes.

Não serve essa cláusula, destaque, para regular toda e qualquer relação de emprego, devendo ser utilizada somente em hipóteses específicas e peculiares, em que a empregadora tenha efetivamente investido na formação do empregado.

Mercadorias adquiridas em outros Estados

No dia 14 de janeiro, o estado do Rio Grande do Sul editou o Decreto nº 46.137, que impôs substanciais alterações na sistemática de tratamento das operações interestaduais de aquisições de mercadorias em outros estados. Em termos gerais, a principal mudança é de que, para os fatos geradores ocorridos após o dia 1º de fevereiro último, a aquisição em outro Estado de toda e qualquer mercadoria destinada à comercialização posterior, por contribuinte gaúcho, faz com que este passe a ter de recolher a diferença entre a alíquota do Estado de origem e a alíquota interna, nos seguintes prazos: (a) para contribuintes enquadrados na categoria geral, o dia fixado para o pa-

gamento do ICMS relacionado às operações do próprio estabelecimento, imediatamente seguinte à entrada da mercadoria adquirida em outro estado; (b) para contribuintes optantes pelo Simples Nacional, o dia 15 do segundo mês após a entrada da mercadoria no Estado.

No caso das empresas gráficas, as eventuais mercadorias adquiridas dos fornecedores participam, via de regra, como insumos do processo produtivo, sendo destinadas à industrialização ou à prestação de serviços. Nesta, a gráfica pode ser considerada consumidora final, não sendo contribuinte de ICMS; naquela, embora seja contribuinte de ICMS, não há o destino comercial imediato exigido pela norma regu-

Eduardo Plastina Advogado Tributarista
lamentar. Sendo assim, entende-se inoportunizar, em ambas as hipóteses, aquisição para comercialização, mas, sim, para industrialização ou prestação de serviços, o que faz com que, sempre que a empresa gráfica adquirir mercadoria em outro estado e essa tiver como destino a integração ao processo produtivo, não se possa falar na incidência do Decreto nº 46.137, não sendo necessário, portanto, recolher a diferença de alíquota.

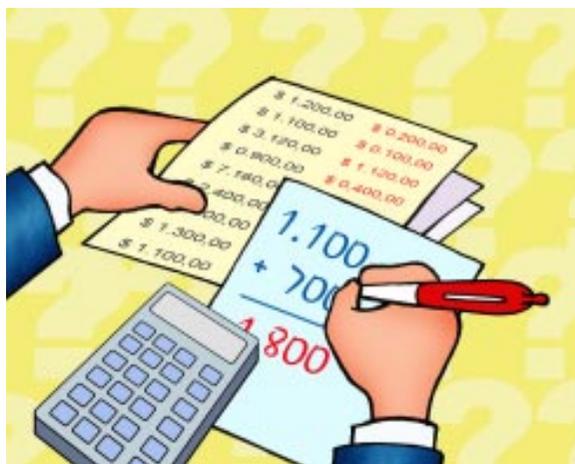
Vale salientar, por fim, que não houve, ainda, qualquer manifestação da Fazenda Estadual a respeito da interpretação oficial sobre o âmbito de aplicação dessas alterações para as empresas gráficas, o que, por seu turno, já está sendo providenciado pelo sindicato.

Diálogo para enfrentar a crise

Para evitar a inadimplência, o administrador deve apostar na comunicação e na sua capacidade de negociar. Assim, ganham o empresário, o fornecedor e os clientes

O empresariado brasileiro ainda encara com receio os reflexos da crise internacional no seu empreendimento. O ano de 2009 requer do administrador uma boa gestão das finanças, um programa de redução de custos e, acima de tudo, medidas para evitar calotes e a falta de dinheiro no caixa para saldar dívidas. A inadimplência figura entre os principais problemas em uma época demarcada pela escassez do crédito e pouco capital de giro. Para não comprometer o faturamento da gráfica e amargar prejuízos, o ideal é pesquisar custos e negociar. Como a indústria gráfica depende muito da matéria-prima para desenvolver suas atividades, estreitar o contato com o fornecedor representa uma porta de entrada para tratar de preços e chegar a um consenso em que ambas as partes não percam a oportunidade de fechar negócio. Para Alfredo Meneghetti, economista da Fundação de Economia e Estatística (FEE), vinculada à Secretaria da Coordenação e Planejamento do Rio Grande do Sul, fazer um monitoramento constante e

buscar a melhor oferta consiste em uma boa estratégia. "O gráfico precisa ir atrás de informações acerca dos fornecedores, principalmente de papel, um insumo que tende a encarecer muito", afirma. Pesquisar, diz o especialista, é fundamental em tempos difíceis e de incertezas no mercado. "Isto vale para todos os itens de reposição e para a compra de maquinário." Já para quem possui capital de giro, Meneghetti sugere ficar de olho na possibilidade de selar parcerias ou até mesmo comprar empresas concorrentes: "Aquele que tem condições de investir pode agregar a diversidade de alguma gráfica concorrente que esteja enfrentando dificuldades financeiras".



Driblando a crise

O economista Alfredo Meneghetti dá algumas dicas para driblar a inadimplência. Confira!

- Pesquisar preços no mercado
- Estreitar o contato e negociar custos com os fornecedores e clientes
- Para quem tem dinheiro no caixa, ficar atento a possibilidades de parcerias ou compra de empresas menores
- Dar desconto em compras à vista
- Cuidar para não estender o parcelamento
- Ter cautela com clientes com problema de cadastro

O economista chama a atenção para os cuidados no que diz respeito às formas de pagamento. Cautela é a palavra de ordem na atual conjuntura. Na hora de vender, a empresa deve procurar fazer o menor parcelamento e facilitar quando as aquisições forem pagas à vista, diminuindo os preços. Evitar clientes com problemas de cadastro e com histórico de inadimplência também é ponto imprescindível para driblar os calotes. Meneghetti aconselha o investimento em aquisições de dados de triagem de compradores, disponibilizados pelo SPC e Serasa. "Vai vencer o gestor que traçar estratégias de comunicação e tiver a capacidade de negociação para enfrentar a crise", conclui.

Compromisso com a qualidade e o meio ambiente

A Box Print comemorou meio século de atividades no ano passado. Fundada em 1958, a empresa atua no segmento de embalagens e displays de cartão e micro-ondulados. A gráfica tem quatro unidades (duas em Campo Bom, uma em Porto Alegre e outra em Igrejinha) e contabiliza 780 colaboradores, atendendo clientes tanto no Brasil como no exterior, com 30 representantes em todo o território nacional. A preocupação com a área ambiental rendeu ao empreendimento o título de primeira gráfica do país a ser certificada com o selo FSC (Forest Stewardship Council, Conselho de



Manejo Florestal, em português). Além do seu comprometimento com o meio ambiente, a Box Print prima por parceiros com uma postura e práticas adequadas no que tange à preservação da natureza. "Reciclamos 100% dos insumos não utilizados e

das sobras do processo industrial, além de realizar o tratamento de efluentes. Na cidade de Parobé, possuímos uma área de reflorestamento de onde saem os recursos para o abastecimento das caldeiras", exemplifica Eduardo Petry, administrador de contas da empresa.

O investimento constante em tecnologia e na qualidade de seus produtos e processos resultou em inúmeros prêmios recebidos ao longo dos últimos anos. Segundo Petry, este reconhecimento significa uma espécie de cartão de visitas para o negócio: "A premiação fortalece o nome da Box Print no mercado".

Empresas associadas interessadas em ter sua história contada nesta seção podem escrever para sindigraf@tematica-rs.com.br.

Agenda fiscal – Março de 2009

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 02/2009	4/3	PAEX	Parcela INSS MP:303/2006	20/3
Salário	Folha de pagamento 02/2009	6/3	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/3
FGTS	Folha de pagamento 02/2009	6/3	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 02/2009	21/3
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 02/2009	6/3	COFINS	Faturamento 02/2009	25/3
ISSQN	Prestação de Serviços 02/2009	10/3	PIS	Faturamento 02/2009	25/3
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/3	IOF	2º decênio 03/2009	25/3
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 02/2009	12/3	RAIS	RAIS Anual ano base 2008	27/3
Gia Mensal Com.Categ. Geral	Vendas acima 174.000 UPF	12/3	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/03 a 15/03/2009	31/3
IOF	1º decênio 03/2009	13/3	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 02/2009	31/3
Simples	Faturamento 01/2009	13/3	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 02/2009	31/3
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/02 a 28/02/2009	13/3	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 02/2009	31/3
Sintegra	Mês 02/2009	16/3	REFIS/PAES	Faturamento 02/2009	31/3
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	16/3	Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	31/3
Gia Mensal Ind.Categ. Geral	Vendas abaixo 174.000 UPF	20/3	Contribuição Sindical Empregados	Exercício 2009	31/3
Previdência Social	Folha de pagamento 02/2009	20/3	DSPJ - Decl.Imp.Renda Inativa	Ano Calendário 2008	31/3
Imp. de Renda na Fonte	Mês 02/2009	20/3	DASN -Decl.Empresas Simples	Ano Calendário 2008	31/3

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, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005 – Porto

Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303

www.sindigraf-rs.com.br – www.abigraf-rs.com.br

sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br

abigraf-rs@abigraf-rs.com.br

O papel deste informativo é proveniente de árvores de florestamento.

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

Edição de Arte: Silvío Ribeiro

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

Tiragem: 2.200 exemplares