



Sindigraf^{RS} NOTÍCIAS

Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

186

SETEMBRO 2011



Especial

Agências falam sobre o que esperam da indústria gráfica

Entidade

Se aproxima o Concurso de Desenho Infantil

Da esquerda para a direita,
o Sr. Randolph Eric Eckel (Ger. Com. da TLT Teletoner),
o Sr. Luis Fernando Oliveira (Ger. Reg. de Canais PSG da Xerox),
o Sr. André Tuliní e o Sr. Carlos Evandro Alves da Silva.



XEROX. Liderança construída e reconhecida todos os dias.

Prêmio de "Melhor fornecedor de equipamentos de impressão digital,
no 7º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica".



A **TLT Teletoner** sente-se orgulhosa de estar ao lado de uma empresa que é referência mundial em equipamentos de impressão digital e que norteia nossos ideais de qualidade na busca da excelência.

Visite nosso
Show Room

Máquinas para
pronta entrega

Condições de
financiamento facilitadas



Av. Protásio Alves, 4900
Petrópolis | Porto Alegre - RS | 55 51 3017.0999
teletoner@teletoner.com.br | www.teletoner.com.br



SOLUÇÕES CORPORATIVAS
TELETONER

Editorial

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS



Colegas

Gostaria de abordar com vocês novamente um problema que aflige a indústria gráfica nacional. Esse problema é: quem somos? Somos indústria ou prestadores de serviços?

Até 1979, éramos indústria para o governo federal, e até 1982, éramos também indústria para o governo estadual, mas nesse período algumas gráficas do país resolveram entrar com ações declaratórias questionando essa situação, e foram vencedoras. Os governos federal e estadual abriram mão desses impostos para os produtos que eram solicitados pelos nossos clientes para os trabalhos personalizados para consumo próprio, e estes teriam alíquota zero, quando os produtos fossem executados para as indústrias, que incorporariam ao seu produto (como rótulos, caixas e adesivos, entre outros), ou pela própria gráfica, que quando comercializasse algum produto em série pagaria tanto IPI como ICMS.

O que ocorreu é que, na hipótese apresentada aos fiscos, a gráfica deveria pagar ISS, mas nas legislações municipais, a lei não nominava os serviços gráficos no que concerne a impressão, e tão somente a pré-impressão (composição gráfica, fotocomposição, clichéria, zincografia, litografia, fotolitografia), conforme item 13.05 da LC 116, que é taxativa, isto é, só pode ser cobrada quando devidamente explicitada na lei.

Mas o que ocorreu e ocorre ainda hoje é que cada um interpreta a lei a seu próprio interesse, declara e paga o imposto que melhor lhe convém, e isso gerou um passivo tributário monumental para a indústria gráfica nacional. Várias ações correram no judiciário, gerando jurisprudência sobre o assunto, e foram unificadas na Súmula 156/1996, que diz que a composição gráfica é igual à impressão gráfica. Como falei anteriormente, a lei deve ser taxativa para ser executada, mas os fiscais municipais, quando fiscalizam as gráficas, entendem que a mesma devam pagar o ISS na execução de

todos os produtos gráficos e terminam notificando. Ao nos defendermos no judiciário podemos ganhar e perder durante as fases intermediárias, mas no final existe a possibilidade de sairmos perdedores, em função da Súmula 156/1996.

A situação piora ainda mais quando devemos definir nossa situação quando da declaração do imposto de renda, que pode ser pelo Simples Nacional (Indústria – tabela II, Prestador de Serviço – tabela III, ou segregando receita utilizando ambas, conforme os trabalhos executados), ou sobre o Lucro Presumido ou Lucro Real.

E afinal, qual o documento fiscal que devemos emitir? É de venda ou serviço ou ambos? Além disso, nossos clientes exigem muitas vezes a emissão de documentos que não deveríamos e não teríamos condições de emitir, e para não perdemos o trabalho e o cliente terminamos emitindo-os, gerando passivos impagáveis, pois somos responsáveis pelas emissões errôneas, e não podemos dizer que tínhamos desconhecimento da lei.

Também não podemos culpar nossos contadores: hoje mais do que nunca devemos ter conhecimento e responsabilidade total pelas nossas empresas. A cada dia uma nova lei, decreto-lei, portaria ou instrução normativa é despejada sobre nós, e devemos, sim, ter conhecimento sobre elas para que possamos melhor administrar nossas empresas.

Portanto, colegas, estejamos atentos a todas as mudanças e riscos que corremos, pois não basta só vender, produzir e faturar. Precisamos administrar de olho no mundo, nas suas mudanças e em nossas leis. Muita atenção e cuidado: a informação e o conhecimento são essenciais para o bom desempenho administrativo de nossas empresas. Boa sorte a todos!

Expediente



SindigrafRS

NO BRASIL
AS ÁRVORES
SERVIÇOS E PROMOÇÃO
DE PAPEL
PREVISTO DE FLORESTAS
PLANTADAS

O papel deste informativo é proveniente de árvores de florestamento.

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO 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 / sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br / Twitter: @SINDIGRAF-RS / Facebook: Sindigraf-rs Sindicato

Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA
1º Vice-Presidente: OSNI TADEU DOS SANTOS
2º Vice-Presidente: LUIZ CARLOS PAGANO GASPERINI
3º Vice-Presidente: SILVIO JOSÉ DOS SANTOS
1º Diretor Administrativo: ARTHUR ADALBERTO SCHABBACH
2º Diretor Administrativo: JOSE ROBERTO LOBRAICO DA SILVA
1º Diretor Financeiro: VITOR INÁCIO SCHNEIDER
2º Diretor Financeiro: FRANCISCO ALBA

Produção e Execução:



Edição:
FERNANDA RECHE – MTB 9474
Chefe de reportagem:
PATRICIA CAMPELLO

Textos: PATRICIA CAMPELLO E
CAROLINE CORSO

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: SILVIO RIBEIRO

Capa: CARLOTA PAULS
(Dobradeira)

Pré-impressão – CTP e Impressão: GRÁFICA ANS
Tiragem: 2.200 EXEMPLARES

Agenda do Empresário Gráfico

Setembro



ÚLTIMO DIA DAS INSCRIÇÕES PARA O FERNANDO PINI

Mais informações: ficha de inscrições e regulamento disponíveis no site www.fernandopini.org.br – **Promoção:** Abigraf Nacional e ABTG

Outubro



CONGRAF 2011

Local: Hotel Mabu Termas & Resorts (Av. das Cataratas, 3.175) – Foz do Iguaçu/PR / **Mais informações:** programação completa e inscrições no site www.congraf.org.br



ÚLTIMO DIA PARA INSCRIÇÕES NO CONCURSO DE DESENHO INFANTIL

Mais informações: ficha de inscrição e regulamento, encartados nesta edição, também disponíveis no site www.sindigraf-rs.com.br

Promoção: Sindigraf-RS 



INÍCIO DA 57ª FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE

Local: áreas divididas na Praça da Alfândega, avenida Sepúlveda e Cais do Porto, no centro da capital gaúcha

Mais informações: no site www.feiradolivro-poa.com.br

Novembro



CONGRESSO INTERNACIONAL DE INOVAÇÃO

Local: Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre

Mais informações: programação completa e inscrições no site www.fiergs.org.br/inovacao2011 – **Promoção:** Sistema Fiergs



CERIMÔNIA DE PREMIAÇÃO DO FERNANDO PINI

Horário: 19 horas / **Local:** Expo Barra Funda – São Paulo/SP

Promoção: Abigraf Nacional e ABTG

Dezembro



FESTA DE FIM DE ANO

Horário: das 9h às 17h / **Local:** Laje de Pedra Hotel – Canela/RS

Mais informações: acompanhe no site www.sindigraf-rs.com.br

Promoção: Sindigraf-RS 

Dia 19 de setembro não haverá expediente na sede das entidades.

Drupa 2012

FEIRA ACONTECE EM MAIO DO PRÓXIMO ANO

A maior feira mundial voltada para a indústria gráfica já tem data marcada: de 3 a 16 de maio de 2012. A Drupa, feira realizada a cada quatro anos em Düsseldorf (na Alemanha), vai apresentar tendências e as principais inovações tecnológicas que circulam pelo mercado. Segundo a Messe Düsseldorf, organizadora do evento, grandes fornecedores globais reservaram espaço, chamando a atenção o aumento das inscrições vindas da região do sudeste asiático. Serão 19 salões de exposição para diferentes segmentos da indústria gráfica.

Congresso internacional

IEL-RS PROMOVE DEBATE SOBRE INOVAÇÃO

A 4ª edição do Congresso Internacional de Inovação vai focar os desafios dos mercados emergentes. O evento acontece nos dias 16 e 17 de novembro, na Fiergs, com o apoio do Sesi, Senai e Instituto Euvaldo Lodi (IEL-RS). Serão dois dias de debates com profissionais de renome nacional e internacional. Entre os palestrantes, confirmaram presença o escritor e consultor especializado em estratégia corporativa e transformação organizacional, Don Tapscott, bem como o mestre em administração na Rotterdam School of Management e criador da ENVIU (incubadora de negócios voltados para sustentabilidade), Stef Van Dongen, e o doutor em economia e vice-presidente da seção de comercialização tecnológica do Instituto de Pesquisas em Eletricidade e Telecomunicação da Coreia (ETRI), Kyoungyong Jee. Ainda integram a programação sessões plenárias, cases, painéis, mesas de debate e mostras com experiências já implementadas em outros países. As inscrições se iniciam no mês de setembro. Outras informações podem ser obtidas no site www.fiergs.org.br/inovacao2011.

Mercado

EDITORAS ESTÃO APOSTANDO NA DIVERSIFICAÇÃO

No ano passado, o setor editorial cresceu 8,12%, percentual favorecido pelo maior investimento do brasileiro na aquisição de livros. O faturamento ficou na casa dos R\$ 4,5 bilhões, acompanhado por um incremento de 13,12% no número de exemplares vendidos.

Os dados são da mais recente pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe-USP) sob encomenda do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e Câma-

ra Brasileira do Livro (CBL), anunciada no dia 16 de agosto.

Segundo o levantamento, a quantidade de livros comercializados cresceu de 387 mil unidades, em 2009, para 438 mil no ano passado, quando foram publicados mais de 54 mil títulos. Entre os canais de comercialização, o que mais se expandiu, proporcionalmente, foi a venda via catálogos (porta a porta). Entretanto, no quesito faturamento, as livrarias continuam na liderança, com 62,70% do



Brendan Gogarty/Stock.schn

mercado. “É gratificante observar que o preço do livro no Brasil vem mantendo uma tendência de queda. Isso estimula o crescimento do número de leitores e desenha um futuro com mais educação, cultura e efetivo desenvolvimento”, avalia a presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Karine Pansa.

Economia

RECUO DE 0,7% NA PRODUÇÃO GRÁFICA

O setor cresceu 0,8% entre julho de 2010 a junho de 2011, conforme os dados econômicos divulgados recentemente pela Abigraf Nacional. No entanto, a produção recuou 0,7% na comparação do primeiro semestre de 2011 com o mesmo período do ano passado. A queda, de acordo com a entida-

de, reflete o resfriamento da atividade da indústria brasileira registrada neste ano, impactando, principalmente, o setor de embalagens plásticas impressas.

No que tange à balança comercial, as exportações brasileiras de produtos gráficos totalizaram US\$ 130,04 milhões, representando aumento de 0,4% com-

parado com 2010. Ainda conforme o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), o valor das importações alcançou US\$ 233,65 milhões. Os dígitos indicam um déficit de US\$ 103,6 milhões, o que representa um aumento de 234% no déficit da balança comercial do setor.

Perfil Empreendedor

UMA EMPRESÁRIA DE VANGUARDA

Administrar nunca é uma tarefa fácil. Ainda mais quando é preciso manter o nome e a estabilidade de uma empresa de vanguarda e de longa história. Renata Rotermund compreende muito bem essa realidade. No comando da gráfica Rotermund, empresa de 134 anos, representa a quarta geração da família à frente dos negócios. “Meu pai citava um ditado de Goethe, que diz: aquilo que herdaste de teus antepassados, faz por merecê-lo. Portanto, cada dia devemos considerar um novo momento para questionar, criar e inovar”, salienta.

A filha de Rolf Rotermund formou-se em arquitetura e não esperava exercer participação na gráfica da família até “ex-

perimentar” trabalhar no setor comercial do empreendimento. Acabou gostando tanto que o resultado de seu desempenho foi reconhecido pelo pai e pelo tio. A diretoria, com o falecimento de seu pai, acabou vindo para suas mãos.



Arquivo pessoal

Empresários interessados em ter sua história contada nesta seção podem escrever para sindigraf@tematica-rs.com.br

“Profissionalismo e competência são dois quesitos imprescindíveis para manter uma empresa de pé”, afirma. Para a descendente Rotermund, é necessário deter consciência de que uma empresa precisa de resultados, independentemente de ter alguém da família ou na sua administração. Além disso, Renata também ouve a voz de quem já está na empresa desde outros tempos. “Contei com o apoio de alguns consultores para problemas específicos, e prestei muita atenção ao que os antigos contavam ou contam, pois já trabalharam em outras épocas aqui na empresa e nos transmitem conhecimentos que não devem ser esquecidos.”



CONGRAF

15º CONGRESSO BRASILEIRO DA INDÚSTRIA GRÁFICA

8 a 11 de outubro de 2011

O FUTURO ESTÁ LOGO ALI.

CONHEÇA QUEM

VAI LEVAR VOCÊ

ATÉ ELE.

Quem.com.br

ELES JÁ ESTÃO NO 15º CONGRAF. SÓ FALTA VOCÊ.

Faça já a sua inscrição pelo site: www.congraf.org.br



Henrique Meirelles Palestra de abertura
Perspectivas para um Brasil melhor



Lala Deheinzelin Economia criativa,
sustentabilidade e futuros



Sidnei Oliveira O Perfil do novo
consumidor - Geração Y



José Carlos Brunoro Copa do Mundo e Olimpíadas
Oportunidades nos negócios



Mariela Castro O Poder das Mídias
Socials para os negócios



Flavio Botana Planejamento de Investimentos
Estruturando o seu crescimento de
forma economicamente sustentável



Hamilton Terni Costa O futuro da gráfica e a construção
de valor nas relações comerciais



Cesar Callegari Educação de qualidade como fator
de sustentabilidade do desenvolvimento



Bruno Mortara Tendências tecnológicas - convergências
de Mídias ou substituição?



Fabio Mestriner Oportunidades para a Indústria Gráfica
no segmento de embalagem



Walter Longo A inovação e o futuro da comunicação
voltada ao consumo



Mário César Martins de Camargo Palestra de encerramento
Balanço do 15º CONGRAF - Oportunidades
e ameaças na visão do empresário gráfico

A 15ª edição do CONGRAF vai acontecer em outubro, em Foz do Iguaçu, e será essencial para quem busca atualização profissional e oportunidades de negócio. O evento terá palestras que mostram o futuro do mercado e fazem toda a diferença na sua empresa.

Não perca a oportunidade de fazer parte do futuro. Participe.

Patrocínio Diamante:



Patrocínio Prata:



manroland



Apoio Técnico:



Realização:



IMPORTANTE É PARTICIPAR

Chega à quarta edição o Concurso de Desenho Infantil Sindigraf-RS. Em 2011, o tema abrange um assunto para lá de importante na formação do indivíduo desde a mais tenra idade: *Eu sou criança cidadã*. A ação do Sindigraf-RS consiste em uma oportunidade para estimular a expressão gráfica, a competição saudável e a socialização, oportunizando que o público mirim presente (ou representante) as suas ideias e visão de mundo. É o momento de mobilizar a criançada a pegar o lápis, soltar a imaginação e colorir!

O concurso destina-se a filhos, netos e bisnetos dos sócios e proprietários das empresas afiliadas ou associadas à entidade. Neste ano, os participantes serão divididos em seis categorias, que contemplam a faixa etária de 3 a 10 anos. A ampliação de categorias objetiva promover melhorias à iniciativa e ao processo de avaliação, considerando as diferenças de traços existentes em cada etapa do desenvolvimento infantil.

O prazo final para envio dos trabalhos, com todos os dados cadastrais devidamente preenchidos, é 28 de outubro. Para saber mais, confira o regulamento encartado nesta edição do Sindigraf Notícias. A divulgação dos vencedores ocorrerá na Festa de Fim de Ano, no dia 3 de dezembro, na cidade de Canela.

Desistir, nunca!

Há quem já esteja planejando o próximo "projeto gráfico". Ana Luiza, primeiro lugar da categoria de 5 a 6 anos na edição 2010, vibrou com a nova oportunidade de mostrar o seu talento



– uma expectativa alimentada durante meses. Para a mãe Ana Paula Colombi Sanfelice, sócia da Gráfica Pampa, de Ijuí, a empolgação da filha sinaliza para uma postura proativa e o desejo de abraçar desafios. "Não se trata de ganhar ou perder, mas de conceber um desenho temático, e consciente de que um bom resultado nem sempre representa ocupar o topo. É um aprendizado para toda vida", observa.

Marinheiro de "segunda" viagem, João Gabriel também não cansa de lembrar o feito alcançado no ano passado, quando foi campeão na categoria de 9 a 10 anos. A empresária Aparecida Bueno Shiomi, da Gráfica Pampa, acredita que a alegria do filho traz retornos que ultrapassam os brinquedos e prêmios levados para casa. "Aumentou a autoestima do João e mostrou o seu potencial. Ainda ensinou que as demais crianças também possuem chances e que na vida nada se consegue facilmente. Sempre incentivamos os nossos filhos a participar. Não foi diferente com o mais velho e, hoje, ele faz design gráfico", conta com orgulho.

O momento é de se preparar para o Concurso de Desenho Infantil. Nesta edição, o Sindigraf Notícias traz o regulamento encartado

Atenção às regras

Cada criança participará com apenas um trabalho

Os desenhos devem ser enviados até o dia 28 de outubro para a Secretaria Executiva do Sindigraf-RS

O formulário também será disponibilizado através de download no site www.sindigraf-rs.com.br

O regulamento prevê a produção de desenhos à mão livre, sem uso de régua e acessórios semelhantes

Não poderão ser inseridos textos ou palavras sobre o desenho

Os participantes serão divididos em seis categorias: 1ª (3 anos); 2ª (4 anos); 3ª (5 anos); 4ª (6 anos); 5ª (7 a 8 anos); e 6ª (9 a 10 anos)

SOB O OLHAR DO MERCADO GAÚCHO

A indústria gráfica brasileira passou por muitas transformações nas últimas décadas, as quais influenciaram diretamente na forma de conduzir os negócios. O panorama econômico, o consumidor e as relações comerciais mudaram e exigem do gestor um investimento maior do que fazer o tradicional “feijão com arroz”. Alcançar o êxito empresarial requer visão periférica e uma postura proativa junto ao cliente. Nesses pontos, reside o grande diferencial competitivo.

E como o setor está administrando as novas demandas contemporâneas? Para Sandro Fetter, professor de Design Gráfico na UniRitter, as empresas gaúchas vêm trabalhando para se adaptar às peculiaridades mercadológicas. Precisa-se ainda, ressalta o especialista, fugir do convencional e buscar estreitar as relações de consumo. “No Rio Grande do Sul, observamos a preocupação em atender bem. É fundamental parar e pensar o que de fato se traduz em um bom atendimento. Cabe agregar outros elementos para alimentar a respectiva parceria e não se restringir a uma operação padrão, aquela que todo mundo faz.”

Preparo profissional

A capacitação técnica consiste na mola propulsora para o desenvolvimento de um processo, que ultrapassa a etapa básica: qualidade, prazo e preço. A profissionalização das equipes e o envolvimento integram os quesitos avaliados por quem busca no mercado a indústria certa para a sua impressão. “Conta-se com a competência e a criatividade do setor gráfico a partir de uma espécie de parceria e simbiose de conhecimentos”, aponta o presidente



Henk L/Stock.xchng

da Associação Riograndense de Propaganda (ARP), Daniel Skowronsky.

O momento posterior ao fechamento do negócio também define a fidelização. Conforme Maristela de Mello, gerente de Produção da Agência Escala, dicas referentes a papel, formato e acabamento, por exemplo, são respaldados esperados de um profissional gráfico bem-preparado, atualizado e capaz de trazer para o escopo de um projeto as tendências e materiais modernos. “Serviço qualificado e boa negociação figuram como pontos pacíficos em qualquer empresa, ou seja, são o mínimo a ser oferecido. O que conquista é a atuação lado a lado da gráfica, o olhar crítico, as ideias inovadoras e toda a consultoria fornecida”, afirma.

Processos informatizados

A automatização também incide na obtenção de um atendimento de exce-

A venda termina quando é aprovado o orçamento? Não. As agências, por exemplo, esperam do setor gráfico um trabalho conjunto, balizado na interação e troca de ideias para agregar valor ao produto final

lência, complementa Alexandre Pradier, sócio-diretor da Agência Novacentro. Para o executivo, modernização da infraestrutura ganha peso quando a velocidade de *feedback* é palavra de ordem e os prazos são cada vez mais curtos. “Comparando com o mercado nacional, as gráficas do Rio Grande do Sul merecem destaque justamente por investir constantemente, disponibilizando inovação e resultado final em alto nível”, enfatiza.

Artigos

Recursos Humanos

TREINAMENTOS DÃO RESULTADO?

S em treinamentos adequados, as pessoas atuam no padrão “tentativa e erro”. Cada um faz do seu jeito e os desempenhos acabam sendo pouco consistentes. Atletas de sucesso, além de possuírem um enorme talento, treinam muito. Mesmo um pianista excelente precisa de muitas horas de prática e exercícios intensivos para interpretar uma partitura de forma impecável. Profissionais de alto nível nos esportes e artes geralmente gastam 98% de seu tempo treinando ou estudando, e, no máximo, 2% do tempo se apresentando em público.

Mas, nas empresas, acontece o contrário: investe-se 2% do tempo em treinamento e 98% na execução de tarefas. É claro que, com essa proporção, haverá dificuldades para se alcançarem resultados excelentes. Não há milagres. Já pensou o que aconteceria se um cantor de ópera resolvesse diminuir pela metade seu tem-

po de preparação? E se um atleta interrompesse seus treinos um mês antes de uma competição importante? Você consegue imaginar as consequências?

Quando os resultados começam a piorar ou a concorrência ocupa mais espaços, as empresas tendem a se proteger tomando as medidas imediatistas, como demitir funcionários ou concluir que “falta motivação”. Então, tomam medidas meramente paliativas e o efeito dura pouco, já que não se treinou ninguém para valer. É como enxugar gelo!

Nesse cenário, são poucos os que têm a coragem de admitir que muitos funcionários (inclusive alguns chefes) não dominam suficientemente as operações ou não sabem executar tecnicamente as tarefas mais importantes. É mais fácil culpar a falta de motivação. Convenções, discursos e palestras (eu também dou palestras) são práticas louváveis, desde que acompanhadas de treinamen-

tos técnicos intensivos. E se eu treinar bastante minha equipe, ganho o jogo? Ainda não. É preciso avaliar a qualidade e os resultados dos treinamentos. Se a empresa quiser bancar um curso sobre liderança para um funcionário, é fundamental mensurar os resultados. Avalie o desempenho prático. Questione o que está sendo usado e se está dando resultados. Analise também os instrutores ou consultores. Compare o que foi prometido com o que está sendo entregue. Investa tempo e dinheiro no que realmente gere resultados mensuráveis.

Quando fizer um curso de vendas para sua equipe comercial, por exemplo, avalie os resultados numéricos antes e depois do treinamento. Funcionou? Então continue investindo. Assim você saberá se contratou o treinamento certo.

EDUARDO FERRAZ

Consultor em Gestão de Pessoas

O SUCESSO NA “CARA DO GOL”!

Nesses anos dedicados ao desenvolvimento de pessoas, aprendi uma regra básica da vida: é na “cara do gol” que revelamos quem realmente somos e o quão longe chegaremos! É na “cara do gol” que os desafios da vida se apresentam e a nossa atitude determinará os fatos e consequências das decisões.

Na “cara do gol”, acertar ou errar não é a grande questão. Na verdade, o sucesso no longo prazo não se mede pelas vitórias. Estas trazem a certeza de que estamos no caminho certo, mas é a nossa decisão diante os acontecimentos que nos remete a uma vida de realizações.

Portanto, a grande pergunta é: qual é a sua decisão? Legado ou fama?

Podemos ter ambos, mas a decisão do que realmente é mais importante fará toda a diferença em nossas ações. Quando decidimos deixar um legado que inspire as pessoas, o nosso com-

portamento refletirá valores que sustentem o sucesso no longo prazo.

Decida o que está em suas mãos: ser famoso não depende de nós. É consequência de um trabalho dedicado, disciplinado, focado. Isso, sim, depende de nós! Decidir por deixar um legado nos remete a pensar em ações que dignifiquem a vida.

Resultado ou justificativa?

Muitas vezes acreditamos que trabalhar muito é o suficiente para recebermos o tão desejado reconhecimento profissional. No entanto, trabalhar muito faz parte do jogo, mas não é o indicador mais valorizado pelo mercado. Não adianta justificar as suas 12 horas de trabalho, basta responder a uma pergunta sem pestanejar: qual é o resultado que devemos entregar? Essa é chave! De que adianta você dar um show no campo se não consegue reverter isso em resultados? O Ronaldo não se tornou o

“Fenômeno” pelo brilhantismo de seus dribles (isso também faz parte!), mas sim por suas vitórias, inclusive em Copa do Mundo. Ronaldo, o maior artilheiro de todas as Copas! Isso é resultado!

Culpa ou aprendizado?

Ninguém está livre do erro, isso é fato. Mas a decisão de transformar o erro em fracasso é nossa, o que também é fato! Frustração, arrependimento, insegurança, medo e tristeza são emoções que nunca deixaremos de sentir, mas a decisão de seguir em frente ou remoer o passado é nossa! Erros, quando transformados em culpa, nos paralisam. Quando transformados em aprendizados, nos impulsionam.

Eu desejo que a vida coloque você sempre na “cara do gol” para que tenha a oportunidade de decidir!

ALEXANDRE PRATES

Especialista em Liderança e Desenvolvimento Humano

Tributário

TRATAMENTO TRIBUTÁRIO DA VENDA DE IMÓVEIS RESIDENCIAIS

Muitos contribuintes, ao realizarem a venda de imóveis residenciais, não têm conhecimento das obrigações e direitos que dispõem sob o ponto de vista tributário, particularmente no que diz respeito ao imposto sobre a renda em caso de eventual ganho de capital.

O ganho de capital é a diferença positiva entre o preço de aquisição do imóvel, acrescido de eventuais benfeitorias reconhecidas na Declaração de Imposto de Renda, e o preço de venda. Na linha da legislação de regência, determina-se que, havendo a mencionada diferença positiva na alienação de imóvel, o contribuinte deve, até o último dia útil do mês subsequente ao da apuração do ganho,

fazer o recolhimento do valor correspondente ao percentual deste, a título de imposto de renda.

Há casos, contudo, em que a legislação concede isenção, total ou parcial, sobre tal ganho de capital, podendo ser destacadas as seguintes hipóteses: quando a alienação envolver operação de valor igual ou inferior a R\$ 440 mil do único bem imóvel que o titular possua, individualmente, em condomínio ou em comunhão, há isenção total; quando a alienação envolver imóveis adquiridos até 1969, há isenção total; quando a alienação envolver imóveis adquiridos entre 1969 e 1988, há isenção parcial entre 95% a 5%, a depender do ano da aquisição; e quando a alienação en-

volver imóveis residenciais e ocorrer, por parte do alienante, aquisição de outro imóvel residencial no prazo de 180 dias contado da celebração do contrato, há isenção proporcional ao valor aplicado na compra.

Com relação a essa última isenção, cumpre destacar que o contribuinte somente pode usufruir do benefício uma vez a cada cinco anos, contados a partir da data da celebração do contrato relativo à operação de venda com o referido benefício ou, no caso de venda de mais 1 imóvel residencial, à primeira operação de venda com o referido benefício.

EDUARDO PLASTINA

Consultor Tributarista

Trabalhista

RECURSOS EM PROCESSOS ADMINISTRATIVOS NA DRT

As empresas que são autuadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego possuem o direito de apresentar defesa administrativa caso não concordem com os termos do auto de infração. Da defesa apresentada é proferida uma decisão administrativa, da qual cabe novo recurso, cabível no prazo dez dias, contados da data do recebimento da notificação pela empresa autuada. Tal recurso deve ser direcionado à autoridade que houver imposto a multa, a qual fará o encaminhamento à autoridade de instância superior.

O §1º do art. 636 da CLT estabelece que os referidos recursos administrativos somente são analisados se o interessado realizar o depósito do valor da multa. Segundo o referido dispositivo legal: “§ 1º o recurso só terá seguimento se o interessado

o instruir com a prova do depósito da multa.” Ocorre que a referida disposição da CLT vem sendo considerada inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal, que declarou a não recepção, pela Constituição Federal de 1988, do dispositivo que condiciona o processamento do recurso administrativo ao depósito do valor da multa.

A decisão do STF foi tomada em ação ajuizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). A exigência do depósito fere os direitos constitucionais da não privação dos bens sem o devido processo legal, do contraditório e da ampla defesa, previstos no inciso LIV e LV do art. 5º da CF.

A empresa que vinha fazendo o depósito do valor da multa para poder recorrer da decisão administrativa que

confirma o ato de autuação pode a partir de agora se beneficiar do referido entendimento e interpor recurso sem o depósito exigido pela CLT.

A recomendação constante desse artigo está de acordo com a Súmula Vinculante nº 21 do STF, que dispõe: “é inconstitucional a exigência de depósito ou arrolamento prévio de dinheiro ou bens para a admissibilidade de recurso administrativo”.

Trata-se de uma importante conquista perante o judiciário, pois permite às empresas discutirem a legalidade das autuações do Ministério do Trabalho e Emprego sem ter que dispor dos recursos para a realização do depósito antes exigido.

BENÔNIO ROSSI

Consultor Trabalhista

A NOVA GERAÇÃO TOMA SEU POSTO

O mercado de trabalho se transforma a cada dia. E com ele, uma nova prole de trabalhadores começa a se instituir. A chamada geração Y nasceu a partir da década de 80 e possui um modo mais dinâmico e questionador de encarar as demandas de trabalho. De acordo com a consultora Andrea Huggard-Caine, muitas vezes esses jovens são mal compreendidos, considerados fúteis e incapazes de criar vínculos. Em contrapartida, a profissional salienta que esses jovens estabelecem relações fortificadas, no entanto, de um modo diferente, escolhendo suas afinidades. As redes sociais, por exemplo, tem sido uma das formas de cunharem uma aproximação.

Outro ponto importante desses novos trabalhadores é o fato de não se intimidarem com o erro e estarem dispostos a desenvolver suas aptidões cada vez mais, sempre procurando conhecimentos técnicos e capacitações profissionais. "O Y acredita que o erro faz parte da metodologia de construção do pensamento e de processo para o aprendizado", explica a consultora. Para que esse procedimento de constituição aconteça, é necessário que o gestor lhes garanta retornos, *feedbacks*. "Essa resposta sobre o desempenho do trabalho, por exemplo, deve ser ágil e significativa. Precisa ser uma crítica construtiva e que lhes aponte onde e como devem melhorar, para que possam progredir de maneira ativa."

É um desafio, tanto para o gestor quanto para o colaborador Y trabalharem. É comum haver nesse convívio diferenças entre uma geração e outra, propiciando instabilidades. Entretanto, é importante visualizar o que pode ser explorado por cada um nesse momento. Tanto do que o administrador possa

transmitir de conhecimentos para o jovem quanto do que este último pode oferecer para a excelência no trabalho, com suas capacidades e ideias.

O desafio é algo que motiva esses profissionais. Da mesma forma, sentem-se integrados ao processo maior e entender o contexto de onde estão inseridos os inspira para ascender no rendimento, assim como reconhecê-los pelos seus méritos.

A capacidade de realizarem múltiplas tarefas ao mesmo tempo pode ser vista como superficial também. Por outro lado, é preciso considerar que essa geração teve toda uma educação e contato mais íntimo com a tecnologia. Cresceram jogando videogame, acessando a internet, portando tecnologia. "É um cérebro já treinado, desde o princípio, a desenvolver uma série de coisas, como ouvir música, conversar com amigos e trabalhar ao mesmo tempo", lembra Andrea.

Afeita às redes sociais, a geração Y gosta de desafios e integração na hora de trabalhar



Associada

UMA HISTÓRIA IMPRESSA NO EXTREMO SUL GAÚCHO

A Editora Gráfica Liberal, de Santa Vitória do Palmar, na fronteira do Rio Grande do Sul, iniciou as suas atividades com o capital oriundo da venda de um carro. Assim, Faustino Borges Munhoz, junto com o colaborador Rogério Cabral Pereira, pôde abrir as portas e adquirir os primeiros equipamentos, realizando o desejo de empreender no setor de forma bem-sucedida, atualizada e independente.

O dirigente gráfico conta que começou a trabalhar no ramo aos 8 anos, aprendendo os tipos móveis de Gutenberg. "A tinta penetrou no sangue, e arte gráfica é uma paixão. A cada dia é um novo trabalho a ser realizado", relembra. Além da gráfica, o empresário comanda o Jornal Liberal, negócio fundado em 1933, que por muitos anos foi administrado por seu pai, Faustino Valdi Munhoz.

O mix de produtos se estende da impressão de livros a simples panfletos, reunindo na equipe Faustino e mais dois funcionários. Hoje a gráfica já possui uma



Da esquerda para a direita, os colaboradores Rogério e Alex junto ao empresário gráfico Faustino.

Off Set 510, guilhotina, picotadeira, reveladora de chapas e impressora a laser A3 e A4, além da aplicação de recursos para mudanças na reestruturação da informática. Munhoz acredita na força do trabalho dentro da gráfica. "Sendo uma pequena

empresa, acredito na fé e que um dia será melhor que o outro. Apesar de ficarmos um tanto isolados do eixo dos negócios, apostamos na instalação de uma usina eólica na cidade que vai gerar ventos do progresso", conclui.

Agenda fiscal – Setembro de 2011

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 08/2011	5/9	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	19/9
Salário	Folha de pagamento 08/2011	6/9	Simples Nacional	Faturamento 08/2011	19/9
FGTS	Folha de pagamento 08/2011	6/9	SIMEI	Faturamento 08/2011	19/9
Minist. do Trabalho – CAGED	Folha de pagamento 08/2011	6/9	ICMS – Substituição Tributária	Diferença Alíquota mês 07/2011	21/9
DACON Mensal mês 04 a 07/2011	Prorrogado 5º dia útil de out/2011	6/9	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 08/2011	21/9
ISSQN	Prestação de Serviços 08/2011	12/9	DCTF Mensal	Mês 07/2011	22/9
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	12/9	IOF	2º decênio 09/2011	23/9
ICMS – Comércio Categ. Geral	Vendas 08/2011	12/9	COFINS	Faturamento 08/2011	23/9
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 08/2011	12/9	PIS	Faturamento 08/2011	23/9
IOF	1º decênio 09/2011	14/9	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/09 a 15/09/2011	30/9
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/08 a 31/08/2011	15/9	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 08/2011	30/9
Sintegra	Mês 08/2011	15/9	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 08/2011	30/9
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/9	I.R.P.F	6ª quota	30/9
Previdência Social	Folha de pagamento 08/2011	19/9	D.I.T.R	Area Rural de 22/08 a 30/09	30/9
Imp. de Renda na Fonte	Mês 08/2011	19/9	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 08/2011	30/9
Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	19/9	REFIS/PAES	Faturamento 08/2011	30/9
PAEX	Parcela INSS MP303/2006	19/9	Parcelamento Lei 11.941	SRF, PGFN e INSS	30/9

Estes são os apoiadores de 2011

Faça como eles!

Prata



Bronze



Apoie você também o setor gráfico. Mais informações com Daniela Pestana.
E-mail: marketing@sindigraf-rs.com.br / Fone: (51) 9999-4921