



Sindigraf^{RS}

NOTÍCIAS

Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

188

NOVEMBRO 2011



Festa de Fim de Ano

As inscrições podem ser feitas até 25 de novembro

Segmento

Conheça a potencialidade da área de flexografia

Editorial

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS



Colegas

No mundo globalizado nossos relacionamentos pessoais e comerciais estão alterando nossas vidas, mas muitos não percebem ou teimam em não enxergar tal situação. Nos últimos meses observamos com preocupação a fragilidade do euro, moeda criada para fortalecer os países da Europa frente aos Estados Unidos e sua moeda, o dólar. Por fora, ainda se vê o crescimento dos países asiáticos, principalmente da China, com sua moeda, o yuan. Nessa briga comercial, as estruturas e economias mundiais estão em ebulição, ninguém em sã consciência pode afirmar o que vai ocorrer.

Diariamente lemos ou assistimos noticiário, que nos informa sobre a evolução das Bolsas pelo mundo, que queiramos ou não influenciam diretamente em nossas empresas. O que fazemos com essas informações? Ficamos preocupados ou achamos que estamos longe, adotando um comportamento indiferente ao fato.

Nos 70 anos de existência do Sindigraf-RS, muitos foram os problemas que enfrentamos, que se resolviam aqui e até individualmente, sem depender de terceiros. Hoje os tempos mudaram, a informação é imediata, ficamos expostos às transformações de comportamento e de leis municipais, estaduais, federais e globais. Infelizmente, não estamos preparados para essa competição e sozinhos certamente

não sobreviveremos. Então, precisamos nos unir e procurar soluções coletivas, que poderão ser usadas individualmente.

A indústria gráfica gaúcha e nacional é formada por pequenas empresas, cujo mercado é o cliente da rua ou do entorno do bairro, quanto muito de sua própria cidade. Para esse colega, fica difícil entender e acreditar no que está acontecendo, mas ele será atingido, e terá que tomar decisões que poderão ser simples ou extremamente complicadas de acordo com seu conhecimento.

Fico apreensivo com toda a situação e complexidade dos fatos, e mais preocupado porque uma grande parcela de nossos colegas não mantêm o cadastro correto no Sindigraf-RS, ou pedem que enviemos aos seus contadores todo e qualquer informativo ou comunicação, ficando ainda mais distantes da realidade. Hoje mais do que nunca somos obrigados a ter conhecimento de nossas empresas e do que as cercam, pois somos nós os responsáveis diretos por elas.

Colegas, a palavra-chave para nossos problemas é a participação, a troca de ideias e experiências. A informação e o conhecimento nos darão estabilidade e certeza para administrarmos nossas empresas.

Comece agora, em nossa Festa de Final de Ano, confraternizando com sua família e colegas, é uma ótima oportunidade de iniciar sua participação, estamos esperando por você.

Expediente

Sindigraf^{RS}

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
(telas de serigrafia)
Pré-impressão – CTP e Impressão: GRÁFICA ANS
Tiragem: 2.200 EXEMPLARES

Agenda do Empresário Gráfico

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 



DIVULGAÇÃO DOS VENCEDORES DO 4º CONCURSO DE DESENHO INFANTIL

Local: Hotel Laje de Pedra – Canela/RS Promoção: Sindigraf-RS 

Maio 2012



DRUPA 2012

Quando: 3 a 16 de maio de 2012
Local: Düsseldorf – Alemanha
Mais informações: acompanhe no site www.drupa.com

Novidades

BRASILEIROS PREFEREM INFORMAÇÕES NA VERSÃO PAPEL

Pesquisa do Datafolha, desenvolvida entre março e abril de 2011, revela que o leitor brasileiro opta por jornais impressos. O levantamento apontou que 73% consomem mais notícias nas versões físicas, sendo que mais de 21 milhões de pessoas no Brasil afirmam ler jornais diariamente. Outro estudo endossa a preferência: o papel atinge mais pessoas do que a inter-

net, segundo a Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias (WAN-IFRA, na sigla em inglês).



Santia Gjenero/Stock.Xchng

Procomp

SINDIGRAF-RS PROMOVE REUNIÃO COM EMPRESÁRIOS

No dia 6 de outubro, o Sindigraf-RS reuniu as empresas que aderiram ao Programa de Apoio à Competitividade das Micros e Pequenas Indústrias (Procomp), em Porto Alegre, contando também com a presença de representantes da Fiergs. Na ocasião, o grupo conheceu o consultor Nélio Wilmann, que conduzirá a primeira etapa do Procomp: o diagnóstico empresarial das gráficas participantes. A ação objetiva fomentar o desenvolvimento gerencial e comercial das empresas do setor. As empresas que queiram participar poderão solicitar a adesão ao projeto ainda em 2011.

Dica de Livro

PUBLICAÇÃO ABORDA MARKETING PESSOAL

ATrevisan Editora lançou recentemente a terceira edição do livro *Marketing pessoal no contexto pós-moderno*, do escritor Cláudio Rizzo. A publicação destaca o marketing pessoal como algo essencial e a necessidade do profissional em extrair o máximo de suas qualidades e competências, tornando-se um empreendedor ao ousar e criar em suas atividades de negócio do dia a dia.

Drupa

PLAYERS MUNDIAIS NA FEIRA

ADrupa 2012 irá expor tecnologias das maiores empresas da cadeia produtiva do setor, de 3 a 16 de maio, na cidade de Düsseldorf, na Alemanha. A Agência Zona Sul Turismo está organizando pacotes para os empresários gaúchos interessados em participar do evento. Outras informações podem ser obtidas no (51) 3273-1544 ou pelo e-mail cecilia@zonasulturismo.com.br.

Concurso de Desenho Infantil



JULGAMENTO DOS TRABALHOS OCORRE EM NOVEMBRO

“Eu sou criança cidadã” é a temática que as crianças participantes do concurso de desenho infantil tiveram como inspiração para compor suas obras. No mês de novembro, acontece o julgamento dos trabalhos inscritos. O evento, que já segue em sua 4ª edição, tem o objetivo de despertar as habilidades artísticas e desenvolver o talento dos pequenos. A divulgação dos vencedores acontece no dia 3 de dezembro, na Festa de Fim de Ano do

Sindigraf-RS, no Hotel Laje de Pedra, em Canela, na Serra gaúcha.

A Art Sul Gráfica e Desing, situada em Gravataí, garantiu as inscrições dos seus representantes mirins. Jurandir Nunes Bessa, sócio-proprietário da empresa, incentivou sua filha Amanda Osório Reis, de 6 anos, e o neto Rodrigo Zamora Bessa, de 5, a participarem do concurso. “O projeto é um estímulo às ideias, a desenhar mais e a obter interesse na área de

arte.” Bessa salienta também que o assunto proposto para realizar o desenho foi muito bem recebido. “É algo com que meu neto e minha filha sempre estão em contato, tanto na escolinha quanto aqui em casa. Representam valores que passamos para eles, como não jogar lixo no chão e ter respeito com a natureza, entre outros”, explica.

Feira Nacional

LANÇADA OFICIALMENTE A OFFICE PAPERBRASIL ESCOLAR 2012

Mesmo faltando dez meses para a feira, os preparativos para a Office Paper Brasil Escolar já estão a todo vapor. No dia 25 de outubro foi realizado o lançamento oficial da edição

2012. A feira é um dos principais pontos de encontro do setor de produtos e serviços para escritórios, papelarias e escolas. Vai ser uma oportunidade de toda a cadeia produtiva se reunir,

conhecer tendências e fechar bons negócios. A exposição acontecerá entre 27 e 30 de agosto, Anhembi, em São Paulo. Novas informações podem ser acompanhadas no site www.officepaperescolar.com.br.

Perfil Empreendedor

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

CORRER RISCOS PARA REALIZAR SONHOS

Gustavo André Schneider, diretor da Grafdil Impressos Ltda., em Dois Irmãos, iniciou sua história de empreendedorismo aos 20 anos de idade, quando fundou uma empresa de serigrafia, chamada Heko's. Depois de alguns anos, essa foi incorporada ao que hoje é a Grafdil, projeto concebido exatamente como Schneider imaginava antes de tirá-lo do papel. “Antes de fundar o negócio, ele já existia na minha cabeça, tanto em tipo de equipamentos quanto em potenciais consumidores. É muito satisfatório vê-lo concretizado e gerando empregos”, explica.

Aliás, a formação da clientela sempre foi uma preocupação do empresário. “Queremos atrair pessoas que buscam por produtos e fornecedores com atributos diferenciados, como atendi-

mento qualificado, peças produzidas com excelência e pontualidade na entrega”, afirma. Ele considera importante outro ponto para empreender e ser um verdadeiro líder: apostar constantemente na equipe, investindo para ter



colaboradores engajados e felizes – o que justifica iniciativas diferenciadas, como o Programa de Participação de Resultados (PPR) e o D’Olho.

O diretor acredita que a tarefa de empreender tornou-se cada vez mais desafiadora. “Hoje o erro tornou-se algo mais propício de ocorrer frente às diversas modificações do mercado.” Desse modo, o empresário aconselha que se busque o máximo de informações. “Ponderar todas as opções é a estratégia que uso para garantir que um investimento obtenha os resultados esperados.” Outra recomendação é referente à necessidade de se manter sempre atualizado em questão de novas tecnologias, estratégias, encontrando um equilíbrio entre tradição e inovação.

Sesi

ASSESSORIA EM SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO (SST) PARA A INDÚSTRIA

Dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT) mostram a importância de se desenvolver uma gestão voltada para a segurança e saúde do trabalho. O assunto é sério e envolve estatísticas alarmantes. Entre 2003 e 2008, por exemplo, as enfermidades fatais vinculadas às atividades laborais cresceram de 1,95 milhão para 2,02 milhões. Para oferecer condições saudáveis e infraestrutura adequadas aos colaboradores, é importante investir em ações de melhorias do ambiente onde eles desenvolvem suas atividades diárias. O Sesi auxilia através de consultoria e serviços específicos para o segmento industrial. O programa (em detalhes no quadro) está disponível para a indústria gráfica gaúcha. São oferecidos apoio por meio de programas com metodologia própria e acompanhamento constante a fim de reduzir os riscos de acidentes, focando, também, a orientação da equipe funcional do negócio. Com ele, além de observar a legislação, a empresa monitora os processos operacionais e a saúde dos empregados, atendo-se a qualquer indício de problema. A entidade ainda promove cursos, como de primeiros-socorros, formação de brigadas de incêndio, Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa) e ações preventivas sob medida para cada tipo de negócio, com valores acessíveis. As gráficas interessadas em utilizar tal benefício devem procurar um Centro de Atendimento (CAT) do Sesi-RS do seu município ou região. Os CATs pode ser localizado pelo telefone 0800-518555 ou pelo e-mail ssst@sesirs.org.br.



A entidade oferece programa baseado em uma metodologia inovadora e exclusiva reconhecida

pelos órgãos fiscalizadores do Brasil

O QUE PREVÊ O PROGRAMA

Os serviços do Sesi em Saúde e Segurança do Trabalho (SST) estão baseados em uma metodologia exclusiva, em oito etapas. Acompanhe!

Abordagem junto às empresas: reunião de apresentação do modelo e seus benefícios para concretizar a adesão à assessoria do Sesi

Diagnóstico inicial: levantamento das informações de saúde e segurança do trabalho, processo produtivo e estrutura organizacional, identificação de situações críticas e possíveis descumprimentos de legislação

Orçamentos e contratos: apresentação dos modelos de contratos e pacotes de serviços que podem ser utilizados na contratação da assessoria

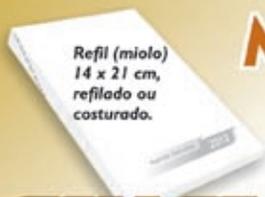
Perigos e riscos ambientais: ocorrem a identificação dos perigos e a avaliação dos riscos ambientais (químicos, físicos, biológicos, condições ergonômicas e de acidentes), servindo de base para o plano de ação para a empresa

Avaliação da saúde do trabalhador: os diagnósticos ajudam a definir o plano de ação anual do SST. Ainda são detectadas doenças não transmissíveis (DNT), com ênfase em hipertensão, diabetes e males resultantes do sedentarismo

Programa de Prevenção de Perda Auditiva (PPPA): elaboração de um programa específico para o atendimento dos trabalhadores expostos a ruído acima do limite de tolerância recomendado pela legislação

Requisitos legais: identificação de todas as legislações (federal, estadual e municipal) em SST relacionadas aos negócios da empresa, seguida de orientação para o cumprimento dessas exigências legais

Política de SST e Plano de Ação Anual de SST: fase que envolve a elaboração da proposta, definição do plano de ação e da política anual, implementação e acompanhamento e avaliação



Miolo de agenda Executiva 2012

Sr. gráfico, seus clientes estão solicitando agendas para 2012? Fornecemos **miolo de agenda**, costurado ou refilado, no formato 14 x 21 cm, para pronta entrega. Temos também agenda com capa personalizada. Brinde seus clientes com agendas Salles. Solicite catálogo.


SALLES

51 3472.5051

| salles@editorasalles.com.br| www.sallesbrindes.com.br

Liderança

LÍDERES CAPACITADOS CONQUISTAM TALENTOS

Rotatividade é um problema enfrentado por muitas empresas. As razões que levam bons profissionais a pedir desligamento do trabalho podem estar ligadas a insatisfação salarial, estresse e desmotivação, entre tantos outros fatores. Mas será que a ausência de verdadeiros líderes não contribui para agravar a situação?

Para Tatsumi Roberto Ebina, consultor de gestão e sócio-fundador da Muttare, transformar os atuais gestores em líderes pode ser uma das saídas para enfrentar o apagão de talentos. “Há uma dificuldade das pessoas em repensarem o seu modelo atual de gestão, baseado no comando e controle, além disso, o despreparo das companhias na transformação dos



seus gestores em verdadeiros líderes. Os profissionais estão aptos a desempenhar diversas funções, porém, com lideranças despreparadas para lidar com esses colaboradores, a responsabilidade e comprometimento da equipe se tornam cada vez mais obsoletos”, explica.

A mudança de postura e o investimento na capacitação daqueles que estão à frente de uma equipe também trazem novos resultados. “Vamos entender que estamos falando do líder com coragem para dizer o que é necessário mudar, que inspira o seu time a buscar cada dia mais, que liberta as pessoas

para que elas possam genuinamente transformar o que têm de potencial em desempenho, permitindo que realizem o que sonham”, ressalta Ebina.

Política transformadora

O especialista Tatsumi Roberto Ebina dá algumas dicas para uma liderança exitosa:

- Faça um diagnóstico da necessidade da equipe
- Descubra as habilidades de cada colaborador
- Aposte nas decisões conjuntas
- Acredite na capacidade da equipe de desempenhar suas funções com qualidade
- Não burocratize a gestão. Impedir a criatividade e o entusiasmo do profissional poderá colocar em xeque todo o processo

Fiergs

COMITIVA GAÚCHA NO 6º ENAI

Uma comitiva gaúcha esteve presente no 6º Encontro Nacional da Indústria (Enai), nos dias 26 e 27 de outubro, em São Paulo. O grupo, liderado pelo presidente da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), Heitor

José Müller, contou com 62 integrantes, que puderam participar dos debates sobre a agenda do Brasil para a competitividade, as transformações da globalização e o papel dos empresários nas decisões governamentais sobre o futuro do país.

INDUSTRIAL GAÚCHO MENOS CONFIANTE

De setembro para outubro, a confiança do industrial gaúcho caiu 1 ponto, totalizando 51,8 pontos. Segundo o estudo da Fiergs, o resultado é considerado o pior desde junho de 2009. O ICEI-RS desacelerou por influência do Índice das Condições Atuais, que agrega a

situação das empresas e da economia. A avaliação negativa está em sintonia com o desempenho das questões ligadas à produção do setor industrial gaúcho nos primeiros oito meses do ano: Compras (-3,9%), Faturamento (-2,8%) e Utilização da Capacidade Instalada (-0,1%).

ARP

ESPECIALISTAS REUNIDOS NA SEMANA DA COMUNICAÇÃO

A Associação Riograndense de Propaganda (ARP) promoveu, entre 7 e 10 de novembro, a Semana da Comunicação, em Porto Alegre. O evento teve como tema a *Indústria Criativa* e contou com nomes nacionais e internacionais, a exemplo de John Howkins, autor do livro *The Creative Economy*, Fábio Coelho, presidente do Google Brasil, e Jonathan Mildenhall, vice-presidente de marketing global da Coca-Cola. Na ocasião, o Sindigraf-RS e a Abibraf-RS estiveram representadas pelo seu vice-presidente, Silvio José dos Santos.

APDesign

ENTIDADE MUDA DE ENDEREÇO

O shopping Total, em Porto Alegre, é a nova casa da Associação dos Profissionais em Design do Rio Grande do Sul (APDesign). O novo espaço da entidade fica localizado no 5º andar do prédio 2.

Mercado

AGÊNCIAS CONTAM COM O MERCADO INTERNO

Filiais brasileiras de redes globais de agências permanecem cumprindo papel importante nos resultados de seus grupos com sede lá fora. Conforme Luiz Lara, presidente da Associação Brasileira das Agências de Publicidade (Abap),

mesmo com os bons resultados internos, que ajudam a manter o ritmo, é difícil o país ficar totalmente imune às turbulências financeiras dos Estados Unidos e Europa. O dirigente acredita que 2012 será “um ano apenas ‘razoável.’”

DIVERSÃO PARA TODA A FAMÍLIA GRÁFICA GAÚCHA



Como de praxe, empresários situados na base territorial do sindicato poderão aproveitar para reunir a família e desfrutar de horas de lazer, animação e muita diversão.

Tradicionalmente realizado na Serra gaúcha, o evento é concebido para todas as empresas terem a oportunidade de participar. Trata-se de uma ocasião para fazer uma viagem rumo a uma das principais regiões turísticas do Rio Grande do Sul, comemorar o encerramento de mais um ano de trabalho e conhecer ou reencontrar colegas do setor.

Tais motivações influenciaram o sócio-proprietário da Gráfica Santa Maria, Marcos Rebelato, a antecipar a sua inscrição. Em companhia da família, ele vai pela primeira vez conferir o que amigos e empresários da região Centro-Oeste comentam ser "uma iniciativa imperdível do Sindicato". "Sempre ouço falar muito bem do evento e da vantagem de se hospedar no Laje de Pedra pa-

ra curtir todo o final de semana, com diárias muito acessíveis. Então, fiquei cuidando a divulgação no Sindigraf Notícias para garantir presença. É um deslocamento que vale a pena, pois irei confraternizar com outros empreendedores do setor, além de realizar um passeio turístico", conta.

Seu desejo, uma ordem!

A expectativa do dirigente gráfico de Santa Maria é dar uma parada nas atividades diárias e relaxar. Para atender aos anseios de Rebelato e dos demais participantes, a entidade trabalha na organização de uma festa com entretenimento para todas as idades. Das 9h às 17h, a programação prevê várias atrações, brincadeiras, surpresas e, no encerramento, a tão esperada Chegada do Papai Noel.

Não deixe para providenciar ingressos na última hora. As inscrições podem ser efetuadas até 25 de novembro, na Secretaria Executiva do Sindigraf-RS, através do fax (51) 3346-1920 ou do e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br. A ficha de inscrição está disponível no site www.sindigraf-rs.com.br.



Encontro dos empresários de Santa Vitória do Palmar e Porto Lucena: momentos que só a Festa de Fim de Ano consegue promover

PROMOÇÃO DE HOSPEDAGEM NO LAJE DE PEDRA

Para que a distância não seja empecilho, o Sindigraf-RS firmou parceria com o Hotel Laje de Pedra. A iniciativa objetiva viabilizar uma hospedagem com valores promocionais, exclusivos aos participantes da Festa de Fim de Ano. O pacote se refere a duas diárias (de sexta a domingo). Interessados em utilizar o benefício deve solicitá-lo no momento da inscrição. Não deixe para a última hora, pois as reservas já estão se esgotando!

MERCADO FLEXOGRÁFICO EM CRESCIMENTO



O processo flexográfico foi um dos que mais evoluíram nos últimos anos no mundo inteiro. Houve um período em que esse processo era visto com maus olhos frente a outros métodos. Mas hoje isso ficou no passado. Atualmente, a flexografia compete de igual para igual com as tecnologias de rotogravura e com o sistema offset. De acordo com a presidente da Associação Brasileira Técnica de Flexografia (Abflexo) e empresária do setor, Ana Carina Marcusi, a diferença entre uma metodologia e outra é tão pequena que somente os técnicos e especialistas conseguem perceber. "O processo de flexografia agregou produtividade, qualidade na impressão, custo-benefício e, principalmente, versatilidade. Este tipo de impressão é pertinente tanto para pequenas quanto grandes tiragens", destaca. Vale ressaltar também que a cada dia aumenta a demanda por conjunto de impressos em quantidade menor, fator que beneficia, da mesma forma, a mudança rápida do layout dos invólucros, uma das estratégias adotadas pelos departamentos

de marketing e agências de propaganda, principalmente na indústria alimentícia. A presidente destaca ainda que as solicitações de impressão são altas em embalagens de papel, papelão ondulado e embalagens flexíveis, registrando um percentual entre 80% e 99% impresso em flexografia.

No Brasil, aponta levantamentos da Abflexo, o segmento possui cerca de 3 mil empresas, empregando mais de 62 mil pessoas. Anualmente, o nicho flexográfico vem crescendo gradativamente. Nos últimos quatro anos, acabou registrando uma expansão entre 6% e 8%. O incremento está ligado diretamente ao aumento do consumo de alimentos e outros bens, bem como à implementação de novos recursos técnicos. "Até o início dos anos 2000, o mercado brasileiro sofria uma defasagem tecnológica de uns 30 anos em relação ao mercado europeu e norte-americano, mas na última década isso mudou totalmente. A expectativa é de que as empresas que ainda não compram embalagens impressas em flexografia percebam essa evolução e passem a aderir ao processo", complementa Ana Carina.

FLEXOGRAFIA EM NÚMEROS

Os últimos dados registrados sobre o mercado de flexografia mostram desempenhos positivos no processo:

Em 2007, o setor convertedor flexográfico faturou 16,393 bilhões de reais nos segmentos de Banda Estreita (etiquetas e rótulos), Banda Larga (embalagens e outros materiais de filmes flexíveis) e Papelão Ondulado (caixas e displays).

Nos três segmentos foi investido 1,280 bilhão de reais em máquinas e equipamentos, possibilitando um crescimento de 9,3% do setor em 2007, com a contratação de 4.490 trabalhadores. O segmento que mais cresceu foi o de Banda Estreita, superando os 10,7% no mesmo ano.

O ano de 2007 trouxe crescimento em decorrência de um maior consumo de alimentos e outros bens, devido ao aumento do salário médio nacional. Deste modo, o setor flexográfico fechou 2007 com 62.463 trabalhadores e 3.059 empresas.

Artigos

Tributário

ILEGALIDADE DA COBRANÇA DE IRPJ E CSLL SOBRE JUROS DE MORA

Recente decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ) confirmou a pacificação do entendimento de que não deve incidir imposto sobre as verbas recebidas a título de juros moratórios. Segundo o referido posicionamento jurisprudencial, os juros moratórios possuem a típica função de reparação devida em face do prejuízo gerado pela extemporaneidade no pagamento de determinado crédito, tendo, por essa razão, natureza diversa daquela que proporciona a incidência do imposto sobre a renda.

Embora o caso decidido se refira aos juros de mora acrescidos às verbas tra-

balhistas recebidas por pessoas físicas ao final das reclamações, a pacificação é relevante também para as empresas. A partir do momento em que se reconhece que os juros de mora possuem natureza indenizatória, também se deve passar a entender que as receitas recebidas a tal título não podem sofrer a incidência do IRPJ e da CSLL, tributos que incidem sobre o efetivo acréscimo patrimonial. Com isso, toda a empresa que receba qualquer verba a título de juros de mora, qualquer que seja a origem dessa receita, incluindo casos de atrasos em pagamentos de clientes, tem o direito de excluir da base

de cálculo do IRPJ e da CSLL tais montantes financeiros. Qualquer cobrança de imposto sobre a renda de valores recebidos a título de juros de mora, portanto, é ilegal e inconstitucional, bem como os pagamentos de IRPJ e CSLL que tenham considerado tais verbas no cômputo do lucro tributado são indevidos, sendo possível a interposição de ação judicial tanto para o afastamento de eventual exigência fiscal quanto para a restituição dos valores pagos indevidamente.

EDUARDO PLASTINA
Consultor Tributarista

Trabalhista

AVISO PRÉVIO PROPORCIONAL

Muita confusão em apenas dois artigos. Isso foi o que conseguiu nosso legislador ao regulamentar o aviso prévio proporcional com a publicação da Lei nº 12.506/11. Da análise ao texto da lei, em vigor desde 13/10, pode-se esclarecer que para aquele empregado que não completou dois anos de serviço o aviso prévio continua sendo de 30 dias. Para o empregado que possui dois anos ou mais de serviço, aos 30 dias devem ser acrescidos 3 dias de aviso por ano de serviço prestado na mesma empresa. O cálculo é simples: empregado com dois anos de empresa, o aviso deve ser de 33 dias; empregado com três anos de empresa, 36 dias; e assim sucessivamente, até o máximo de 90 dias; quando o empregado completar 21 anos atinge o teto previsto na lei.

Em que pese parecer simples, a nova regra gera dúvidas. A mais interessante delas é se o empregado também tem a obrigação de conceder o aviso proporcional. Apesar de constar no art. 1º da Lei nº 12.506 que o aviso prévio "será concedido na proporção de 30 dias aos empregados" e não ter previsão expressa de que essa obrigação também é do

trabalhador em relação ao empregador, o próprio artigo refere que a proporcionalidade estabelecida na nova lei regulamenta o aviso prévio de que trata o Capítulo VI do Título IV da Consolidação das Leis do Trabalho, que regulamenta todo o instituto do aviso prévio e não somente a obrigação do empregador. Nesse mesmo capítulo, no §2º do art. 487, está estabelecida a possibilidade do desconto dos salários do correspondente período por parte do empregador quando o empregado não concede o aviso. No caput do art. 487 há referência de que "a parte que, sem justo motivo, quiser rescindir o contrato deverá avisar a outra da sua resolução". O texto da nova lei não é claro, mas ao mencionar que a regulamentação é do aviso de que trata o Capítulo VI do Título IV da CLT, o que se estabeleceu foi a proporcionalidade de uma obrigação mútua existente, e não uma nova obrigação, exclusiva do empregador. Assim, o empregado que tiver mais de dois anos de trabalho na mesma empresa também deverá ter o cuidado de avisar antecipadamente sua intenção de rescindir o contrato, sob pena de desconto do correspondente período. A finalidade

do aviso prévio proporcional é dar mais tempo para a outra parte buscar ou um novo emprego ou um novo empregado. O empregador que conta com empregado de maior tempo de casa também tem dificuldade em repor essa mão de obra e necessita da proporcionalidade estabelecida na lei para gestão do seu negócio.

Outra dúvida é se a lei se aplica aos contratos já rescindidos ou com aviso prévio em vigor. O fato gerador de incidência da norma é o ato de concessão do aviso prévio. Não pode se admitir a aplicação retroativa da norma, sob pena de ofensa aos princípios da Constituição Federal de 1988. Segundo o artigo 5º, inciso XXXVI, a lei não deve prejudicar o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e o julgado. Se o aviso prévio foi concedido antes de 13/10 e não havia regulamentação sobre a matéria, as partes não podem ser surpreendidas com o aumento do período de concessão do pré-aviso. Essas são considerações iniciais sobre um tema que certamente trará muitas discussões, inclusive na esfera judicial.

BENÔNIO ROSSI
Consultor Trabalhista

Artigos

Gestão

SEIS DICAS PARA UM FEEDBACK SAUDÁVEL

S ejam sinceros, quando somos convidados ou convocados para um encontro de *feedback*, o que nos vem à mente? Qual a primeira sensação que nos envolve? Serei ainda mais direto: como seria o seu final de semana se, na sexta-feira, ao final do dia, seu gestor lhe dissesse: Fulano (a), por favor, chegue mais cedo na segunda-feira, pois nós teremos uma reunião de *feedback*.

Certamente este momento martelaria sua cabeça durante todo o merecido descanso e, em alguns casos não tão raros, selaria a completa destruição do seu final de semana. Mas por que normalmente toda esta tensão é criada quando se fala em *feedback*?

Isto infelizmente ainda ocorre justamente porque o que deveria ser um momento de alinhamento entre líderes e liderados a fim de efetuarem correções direcionadas de rotas, visando ao desenvolvimento do profissional receptor deste *feedback* e, consequentemente, da equipe para o alcance dos

resultados esperados, é visto como um momento de bronca, exposição pública, punição e vexame.

E como resolver essa questão? O principal aspecto do *feedback* é que ele não deve ser encarado apenas como um recurso, mas como uma cultura. Isso mesmo, *feedback* é uma cultura, que deve ser vivenciada amplamente no dia a dia das corporações, sejam elas públicas ou privadas. Ao contrário do que muitos profissionais acreditam, não devemos apenas ter esse momento com nossos colaboradores, de uma maneira formal, após o término de um ciclo avaliativo. Esse é o maior erro que gestores podem cometer, pois o *feedback* deve ser usado em tempo real, já que é a maneira mais barata de manter nossos profissionais alinhados às diretrizes corporativas.

E para que o *feedback* aconteça de maneira saudável, aqui vão algumas dicas:

1. Lembre-se: o *feedback* não deve ser dado apenas após um ciclo de avaliação

promovido por sua empresa. *Feedback* é uma cultura, devendo, portanto, ser utilizado no dia a dia.

2. Prepare-se. O momento do *feedback* exige análise prévia e contextualizada dos fatos, a fim de evitarmos distorções no discurso e garantirmos o entendimento da mensagem a ser transmitida.

3. Investigue os fatos a fundo. Para isso utilize a técnica do “por que do por quê”.

4. Deixe o receptor do *feedback* apresentar sua versão para os fatos e, em seguida, peça sugestões para a reversão do cenário diagnosticado.

5. Empenhe tudo o que for acordado de maneira formal, por meio de um “Plano de Ação”.

6. Acompanhe de perto as ações acordadas.

Diante dessas dicas breves, certamente você, gestor, terá condições de conduzir *feedbacks* junto aos seus liderados. Boa sorte!

EUCLIDES JUNIOR

Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas

Marketing

REDES SOCIAIS: O FIM DA ERA DO “FALE MAL OU BEM, MAS FALE DE MIM”

As redes sociais são a onda do momento: “Facers” e “Tuitteiros” andam soltos por toda a parte. Quando pensamos em vida social digital de pessoas físicas e jurídicas, fora a parte da superexposição por iniciativa própria, as ferramentas são interessantes para espreitar e criar relacionamentos.

O Instituto Brasileiro de Inteligência de Mercado (Ibramer) realizou uma pesquisa e constatou que 65% das empresas usam as redes sociais como ferramenta de comunicação com clientes e prospects. Outras pesquisas mostram ainda que mais da metade dos usuários de redes sociais já interagiram de alguma forma com suas marcas de interesse através deste ambiente. Estar presente nas redes é uma ação estratégica, preci-

sa de objetivos definidos e muito claros. Criar um perfil qualquer e lançar na web pode até dar certo, mas as chances de fracasso, como em qualquer ação sem planejamento, são infinitamente maiores. O clichê “Fale bem ou fale mal, mas fale de mim.” não pode ser aplicado às redes. Se alguém, em algum lugar, por qualquer motivo falar mal, isso pode ser compartilhado com o mundo em segundos! A reputação tem que ser a maior preocupação das empresas hoje em dia: off e online!

Se você não pode assegurar 100% de satisfação de 100% de seus clientes em 100% do tempo, fique 100% atento: tente resolver o que ficou pendente, solucione, facilite, seja claro, não enrole e esteja disponível, sempre!

Planeje, invista em ações estruturadas, pesquise o nome da sua empresa na web, veja como ela aparece, como e por quem é citada, identifique seus públicos e converse com eles. Lembre-se que as redes sociais são plataformas de comunicação e relacionamento. Desta forma, ninguém quer respostas prontas, milhares de twitters de promoções, status comerciais e divulgação de produtos e serviços permanentes. Rede social não é para isso. Nem as fan pages do Facebook, que são dedicadas às empresas, devem ser utilizadas dessa forma. Os usuários querem informação, conteúdo, relacionamento e vínculo!

DANIELA PESTANA

Consultora de Marketing do
Sindigraf-RS e Abigraf-RS

O INTANGÍVEL TOMA FORMAS

O mercado contemporâneo passa por constantes transformações, uma mente criativa faz a diferença para se destacar na multidão. O empresário precisa estar atento à inovação e proporcionar ao cliente novas experiências de consumo. De acordo com Lala Deheinzelin, uma das palestrantes do Congraf 2011 e especialista em economia criativa, sustentabilidade e futuros, a nova era começa a se balizar em recursos intangíveis. Chamada de economia criativa e estratégica, “se apresenta por meio de um canal em que quesitos como criatividade, design, experiências, atributos de marcas, relacionamento e reputação tomam proporções maiores do que aquela economia em que se está acostumada”, focada, na maioria das vezes em recursos materiais. O sistema antigo, mais presente até o século 20, constituído por recursos tangíveis e por sua vez, finitos, é representado por bens naturais, itens físicos, que, demasiadamente explorados, perigam terminar de forma iminente.

Como recrutar o intangível

O mundo se modifica e as demandas apresentam valores cada vez mais diferenciados. Por isso, as empresas, segundo Lala, devem apresentar novas experiências para os seus consumidores. “É preciso pensar na função da indústria gráfica e não somente em sua forma. A música, por exemplo, tem uma função social, artística, cultural e de entretenimento. Mas sua forma de difusão se transforma constantemente”, reflete. A especialista explica também que, no caso do setor gráfico, dependendo do segmento de atuação, possuem diversas funções. A embalagem, por exemplo, pode ser uma proteção de um produto, o transporte e

ainda relatar informações sobre o item que carrega. Mas pode-se conceber um projeto que inclua alguma peculiaridade que fascine o cliente. Neste ponto reside a diferença.

Lala destaca também que muitas tendências e públicos começam a surgir, procurando algo mais característico e que atenda a seus gostos e preferências. E isso pode ser um canal para inovar e causar novas experiências com os produtos gráficos. Um exemplo disso são os serviços de plotagem, com gravuras e desenhos personalizados para atender nichos bem específicos. É importante ouvir o cliente e apresentar ideias singulares. “Há vários segmentos de mercado que a indústria gráfica pode focar e atender. A tendência é menor quantidade e maior diversidade para cada estilo, pessoa e grupo consumidor”, conclui.

A economia criativa e sustentável promete ser uma tendência para inovar e balizar as futuras empresas



Associada

GRÁFICA SILVEIRA APOSTA NA GESTÃO INOVADORA

Tempo de mercado significa que os rumos seguidos foram acertados. A Gráfica Silveira, de Canoas, apostou tudo para alcançar a longevidade dos negócios. E conseguiu. A empresa contabiliza 38 anos de existência, agregando à sua história o legado deixado pelo fundador Francisco José Assum (falecido em 1985) e a gestão inovadora liderada pelos filhos Marli e Paulo, atuais administradores do negócio.

Da tipografia ao sistema digital, a gráfica se reciclou e acompanhou as transformações ocorridas no setor. As novas demandas exigem atualização constante no que tange à capacitação de equipe e à implantação de recursos tecnológicos contemporâneos. Por muitos anos, o foco de trabalho compreendia



Divulgação/Gráfica Silveira

a produção de impressos comerciais e promocionais, principalmente nota fiscal. Atualmente, a empresa se dedica à impressão de convites personalizados. "Hoje, continuamos aptos para a impressão de notas, mas estamos inovando usando a impressão digital e a criatividade para atendermos da melhor forma

possível os nossos clientes", conta Jaqueline Assum.

Na Gráfica Silveira, a equipe é considerada uma grande família. Ao todo, dez colaboradores integram o seu time. O capital humano, segundo a filosofia do negócio, sempre figurou como quesito fundamental para o sucesso do processo operacional, atendimento e qualidade final dos seus produtos.

Para o futuro, as expectativas permeiam o desejo de sempre fazer o melhor, mantendo uma posição competitiva no mercado. "Objetivamos nos tornar referência na impressão de convites, desenvolvendo e imprimindo ideias com competência e qualidade para empresas e consumidores finais, cumprindo prazos de entrega, respeitando o meio ambiente e a saúde ocupacional", enfatiza.

Agenda fiscal – Novembro de 2011

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 10/2011	4/11	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	18/11
Salário	Folha de pagamento 10/2011	7/11	Simplex Nacional	Faturamento 10/2011	21/11
FGTS	Folha de pagamento 10/2011	7/11	SIMEI	Faturamento 10/2011	21/11
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 10/2011	7/11	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 10/2011	21/11
DACON - Mensal	Mês 09/2011	8/11	ICMS - Substituição Tributária	Diferença Alíquota mês 08/2011	23/11
ISSQN	Prestação de Serviços 10/2011	10/11	IOF	2º decênio 11/2011	23/11
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/11	DCTF-Mensal	Mês 09/2011	23/11
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 10/2011	14/11	COFINS	Faturamento 10/2011	25/11
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 10/2011	14/11	PIS	Faturamento 10/2011	25/11
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/09 a 30/10/2011	14/11	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/10 a 15/10/2011	30/11
IOF	1º decênio 11/2011	16/11	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 10/2011	30/11
Sintegra	Mês 10/2011	16/11	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 10/2011	30/11
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	16/11	I.R.P.F	Pgto 8ª quota	30/11
Previdência Social	Folha de pagamento 10/2011	18/11	Parcelamento Simplex Nacional	Parcela 10/2011	30/11
Imp. de Renda na Fonte	Mês 10/2011	18/11	REFIS/PAES	Faturamento 10/2011	30/11
Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	18/11	Parcelamento Lei 11.941	Pgto SRF, PGFN E INSS	30/11
PAEX	Parcela INSS MP303/2006	18/11	13º Salário	1ª Parcela 13º Salário	30/11

Estes são os apoiadores de 2011

Prata



Bronze

