



Sindigraf^{RS}

NOTÍCIAS

Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul / Número 226 / Abril / 2015

ENTREVISTA

**THOMAZ CASPARY
DÁ DICAS DE GESTÃO
PARA EMPRESAS DO
SETOR GRÁFICO**

AO EMPRESÁRIO

**SAIBA COMO
TORNAR SUA EMPRESA
MAIS COMPETITIVA
NO MERCADO**

ESPECIAL

Confira as novidades apresentadas na Expoprint Digital 2015



ANGELO GARBARSKI
Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS

“Somos todos anjos de uma asa só.
E só poderemos voar quando abraçados uns aos outros”

LUCIANO DE CRESCENZO

GESTÃO 2013-2016

Dados divulgados pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostram que a indústria brasileira tornou-se menos competitiva nos últimos 10 anos. De acordo com a entidade, a situação é decorrente do crescimento do custo unitário do trabalho em dólares reais (CUT), cuja taxa anual média no país é de 9%. De 2002 a 2012, contribuíram negativamente para esse resultado, segundo o estudo, o aumento médio real do salário dos trabalhadores industriais (1,8% ao ano), a apreciação da moeda nacional (taxa média de 7,2%) e a produtividade do Brasil, que cresceu, em média, 0,6%. Essa perda da competitividade resulta no desaquecimento da economia, no qual todos sentimos os seus reflexos, inclusive o setor gráfico.

Em 207 anos de existência, a indústria gráfica tem prestado um importante papel junto à sociedade. No entanto, faltam incentivos governamentais para fomentar a produção local. Em artigo no Diário da Manhã, de 31 de janeiro, o presidente da Federação das Indústrias do Estado de Goiás (Fieg), Antônio Almeida, cita que o retorno da indústria gráfica tem ficado abaixo da balança comercial. Conforme o relatório do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a importação de itens editoriais, como livros e revistas (36,5% do total), representa 25,5 mil toneladas de pro-

duto – o que corresponde a US\$ 180,4 milhões. Porém, China (24%), Hong Kong, Reino Unido e Estados Unidos (15% cada) foram os que mais se beneficiaram com as importações brasileiras desses produtos. Seguimos trabalhando conjuntamente à Abigraf Nacional, Fiergs e outras entidades para que juntos possamos encontrar novas alternativas, tornando-nos mais competitivos no mercado mundial.

Com o intuito de qualificar cada vez mais as empresas gráficas, o Sindigraf-RS abriu no mês de março a sua programação de cursos com a edição do *Líder Coach*, em Santo Ângelo, no dia 14. Tivemos uma ótima receptividade da região Noroeste/Missões, o que comprova que estamos no caminho certo. Já os colegas da região Metropolitana tiveram o curso *Formação de Orçamentista*, no Sindigraf-RS, em Porto Alegre, no dia 21 do mesmo mês. A série de encontros empresariais da entidade também se iniciou com bom público, com a primeira edição no formato *Dando as Tintas*, que tem como foco o aperfeiçoamento profissional, que ocorreu no dia 11 de março, na capital gaúcha.

No entanto, foi necessário cancelar o curso *Líder Coach* previsto para Passo Fundo, na região Produção/Planalto, e o Encontro de Empresários – Bate-Papo Sindical, que seria em Alegrete (região Centro-Oeste), ambos em 28 de março, devido ao número insuficiente de inscrições. Deslocar equipe e

ministrantes para o interior do Estado requer disposição, preparo e doação, além de investimento do sindicato. Por isso, é fundamental o interesse das empresas associadas e afiliadas nas atividades, para que todos possam colher os frutos dessas iniciativas. Não perca tempo e já reserve a sua vaga nos cursos e encontros de abril (*confira todos os detalhes nas páginas 3 e 4*).

Na matéria especial desta edição, trazemos a cobertura da Expoprint Digital, ocorrida de 18 a 21 de março, em São Paulo. A feira apresentou tendências para o setor, além de proporcionar novos contatos e negócios. Tivemos momentos muito agradáveis na convivência e troca de experiências com os colegas de diversos municípios gaúchos que participaram de mais uma edição da caravana aérea do Sindigraf-RS. Além dos tradicionais subsídios oferecidos pela entidade, a iniciativa também possibilitou a integração com empresários do Singraf, de Caxias do Sul.

Agradecemos também a adesão das empresas ANS, Braille, Heidelberg, Tecnofacas, e Zênite Sistemas ao Plano de Patrocínio do 11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Com certeza, o apoio de vocês fará toda a diferença na execução do concurso, que serve como reconhecimento ao esforço das equipes e dos novos talentos em prol da qualidade dos impressos gaúchos. Preparar-se, pois as inscrições ocorrem de 4 de maio a 11 de junho.

EXPEDIENTE

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: Angelo Garbarski

1º Vice-Presidente: Arthur Adalberto Schabbach

2º Vice-Presidente: Sílvio José dos Santos

3º Vice-Presidente: Lourival Lopes dos Reis

1º Diretor Administrativo: Roque Noschang

2º Diretor Administrativo: José Roberto Lobraico da Silva

1º Diretor Financeiro: Osni Tadeu dos Santos

2º Diretor Financeiro: Lademir dos Santos Pacheco

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche
– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Amanda Gomes, Cláudia Boff e Kátia Souza

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Assistente de Diagramação: Camilla Moura

Ilustração de Capa: ©iStock.com/Richter Foto

Pré-impressão – CtP e Impressão: Gráfica ANS

Tiragem: 1.900 exemplares



Cursos abordam liderança e orçamentos

A série de cursos do Sindigraf-RS em 2015 foi aberta em 14 de março, na Faculdade Unín-tese, em Santo Ângelo. Sucesso de público desde o ano passado – nas edições realizadas em Porto Alegre –, o curso *Líder Coach* reuniu 17 empresários e colaboradores da indústria gráfica. No dia 21 do mesmo mês, ocorreu a *Formação de orçamentista* na sede do sindicato, em Porto Alegre, contando com a participação de 50 pessoas. Outras formações estão com inscrições abertas, no site do sindicato.

O primeiro curso foi conduzido pelas especialistas Cinara Dupont e Eveline Tomazi, que incentivaram a reflexão dos participantes para o desenvolvimento de competências, como a habilidade de liderar. “O grupo conseguiu desenvolver as tarefas propostas eficientemente e de maneira coletiva”, comemorou Cinara. A ação ainda permitiu a troca de conhecimentos e integração entre colegas, atitudes necessárias ao crescimento



Santo Ângelo recebeu o curso *Líder Coach*



Formação de orçamentista ocorreu em Porto Alegre

das empresas. “Ser um bom líder é essencial tanto na vida pessoal quanto em nosso ambiente de trabalho. Adorei a experiência”, afirmou a diretora da SR Gráfica, de Horizontina, Rosane Roehrs.

Já a qualificação *Formação de orçamentista* foi ministrada pelo consultor da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), José Pires, que compartilhou conhecimentos técnicos e procedimentos que facilitam a formação dos custos e preços de venda na indústria gráfica. Para o supervisor de administração da Sociedade Vicente Pallotti Editora, de Santa Maria, José Luiz Estivalet, a capacitação serviu para verificar os métodos utilizados na empresa: “Pude atualizar o sistema de cálculo que uso e notar que estamos no caminho certo”.

Próximas formações

Dois cursos estão previstos para abril: *Coaching em vendas* (11/04) e *Atitude Inovadora* (25/04). Ambos serão realizados na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre (Av. Pernambuco, 2623), das 8h30 às 17h30. A primeira atividade, ministrada pelas consultoras Cinara Dupont e Eveline Tomazi, busca o treinamento da equipe comercial para o fechamento de novos negócios. A outra formação será comandada pela especialista da ABTG, Cristina Simões. O objetivo é de apresentar atitudes, soluções, desempenho e resultado para adequar as gráficas a um cenário competitivo. O investimento é de R\$ 50 por participante, sendo que empresas associadas têm uma inscrição cortesia. As inscrições podem ser solicitadas até os dias 6 e 20 de abril, respectivamente, no endereço www.sindigraf-rs.com.br.

Senai repensa perfil do profissional gráfico

Com o intuito de formar profissionais que atendam às necessidades do mercado, o Senai reuniu especialistas de diversos estados para discutir o perfil do técnico em processos gráficos. O painel *Estudos Prospectivos como apoio à atualização de perfis curriculares* ocorreu no Kubitschek Plaza, em Brasília (DF), nos dias 19 e 20 de março.

O vice-presidente do Sindigraf-RS, Silvio José dos Santos, e a instrutora de impressão *Off set* do CEP Senai de Artes Gráficas Henrique D’Avila Bertaso, de Porto Alegre, Jaqueline Paz Bonoto, representaram o RS no encontro. Para Santos,

o profissional que se prepara para atuar no setor deve ter boa bagagem técnica, mas também saber lidar com as pessoas. “Além de conhecer o maquinário e os processos gráficos, ele deve saber lidar com as adversidades e se tornar um líder de equipe.” Já Jaqueline considera que os futuros gráficos estejam preparados para atuar em diferentes plataformas e materiais, além do papel, e diversos tipos de impressão. “Ele precisa ter um conhecimento geral, não só na sua área de atuação.” Segundo ela, o encontro mostrou a necessidade de atualização. “Após a formação adequada, poderemos ofertar novos cursos.”

11 Abril

Curso *Coaching em Vendas*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

Encontro Empresarial – Bate-Papo Sindical

Local: *Santa Cruz do Sul (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

25 Abril

Encontro Empresarial – Bate-Papo Sindical

Local: *Rio Grande (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

Curso *Atitude Inovadora*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

9 Maio

Curso *Líder Coach*

Local: *Lajeado (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

23 Maio

Curso *Coaching em Vendas*

Local: *Centro das Indústrias, São Leopoldo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

28 Maio

Palestra *Técnica*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

30 Maio

Encontro Empresarial – Dando as Tintas

Local: *Santo Ângelo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

13 Junho

Curso *Líder Coach*

Local: *Santa Maria (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

20 Junho

Curso *Gestão com Qualidade*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

9 Julho

Palestra *Técnica*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

11 Julho

Encontro Empresarial – Dando as Tintas

Local: *Passo Fundo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

18 Julho

Curso *Liderança de Resultados*

Local: *Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

Observação: Não haverá expediente na sede das entidades, em Porto Alegre, nos dias 3, 20 e 21/04.

Empresários discutem questões mercadológicas do setor gráfico



Divulgação/Sindigraf-RS

Formação de delegados

Nesse mesmo dia, na sede da entidade, em Porto Alegre, os oito delegados regionais foram nomeados, de acordo com o estatuto do Sindigraf-RS. Seis deles participaram de uma formação conduzida pelo presidente, Angelo Garbarski, e pelo superintendente Luiz Carlos Gautério Pinheiro, visando à atuação nas regiões em que estão encarregados (*veja ao lado*).

Na noite de 11 de março, o Sindigraf-RS realizou o primeiro Encontro Empresarial – Dando as Tintas de 2015, que reuniu 40 empresários gráficos das regiões Metropolitana e Vale do Sinos na Galeria D'Italiani, em Porto Alegre. Na ocasião, foram discutidos assuntos como a norma regulamentadora número 12 (NR-12) e a nota fiscal eletrônica. O presidente do sindicato, Angelo Garbarski, enfatizou que a prioridade desta gestão é a qualificação dos empresários.

“Adotar medidas preventivas já sinaliza que a empresa está preocupada. Ajuda muito no momento de uma fiscalização”, analisa o consultor do sindicato na área trabalhista, Benôni Rossi. Ele também falou sobre a importância de se adequar à legislação da NR-12 e adotar a Nota Fiscal eletrônica, obrigatória na capital gaúcha a partir de 1º de abril de 2015.

O delegado do Vale do Taquari/Vale do Rio Pardo, Jeferson Schmechel, da Gráfica Garten Sul, de Santa Cruz do Sul, ressalta a importância do canal de comunicação que as novas delegacias proporcionam: “Somos um braço do Sindigraf-RS, já que podemos ajudar a difundir as ações e incentivar a participação da nossa região nos eventos”. Já o delegado da região Produção/Planalto, Altair Antônio Danielli, da Gráfica Danielli, de Passo Fundo, destaca a importância da interiorização. “O presidente está mostrando a importância das pequenas gráficas do interior.” O delegado da região Noroeste/Missões, José Luiz Lermen, da Gráfica Rex, de Nova Candelária, afirma que nomear representantes a cada região é consolidar a interiorização dos treinamentos e atividades do sindicato.

Diretoria do Sindigraf-RS passa por treinamento de comunicação



Pissillia Permgott/Divulgação Sul Rédeas

O curso *Comunicação como ferramenta de interação*, realizado na fazenda Sul Rédeas, em Eldorado do Sul, contou com a presença de 11 diretores do Sindigraf-RS e suas esposas. A atividade, ocorrida no dia 14 de março, abordou relações interpessoais a partir de situações práticas envolvendo o treinamento de cavalos. Estimular a comunicação e o entendimento das necessidades e expectativas do próximo foram alguns objetivos da ação,

que integrou tanto os colegas como os casais. O treinamento foi ministrado pela psicóloga Graciela Inchausti de Jou e o treinador de cavalos Roberto Jou. “Pude notar um interesse muito grande do grupo em uma exposição inovadora, que se distanciasse dos cursos tradicionais. Assim, resolvemos ilustrar o tema *Compreender para ser compreendido* com o auxílio de cavalos, por serem animais que não falam e, desta maneira, exigem uma postura maior do homem para a obtenção de uma comunicação efetiva”, comenta Jou. A paixão pelos animais, segundo ele, veio das pistas das provas de rédeas. Logo decidiu trabalhar no ramo, encontrando nos cavalos uma terapia para que vencesse as dificuldades de aprendizado, verificada na infância. “Essa relação ajuda a regular e equilibrar as pessoas”, garante.

Delegados Regionais

Região Noroeste/Missões

José Luiz Lermen: Gráfica Rex

Wilson Mallez: Gráfica Coli

Região Vales Taquari e Rio Pardo

Jeferson Schmechel: Gráfica Garten Sul

Região Produção/Planalto

Altair Antônio Danielli : Gráfica Danielli

Maurício Marchiori: Gráfica Marchiori

Região Centro-Oeste

Ademar Pozzatti: Gráfica Pozzatti

Emerson Guido Tomazetti: Gráfica Ideal

Região Vale do Sinos Hortênsias

Matheus Martins: Gráfica Papuesta

Próximos encontros

Em abril, o Encontro Empresarial – Bate-Papo Sindical chega a Santa Cruz do Sul (região Vales do Taquari e Rio Pardo) no dia 11 e em Rio Grande (regiões Sul/Sudeste) no dia 25. As reuniões terão a presença do presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, para a troca de experiências, na palestra *Como falir ou quebrar uma indústria gráfica*. Ainda será possível saber mais sobre os produtos e serviços da entidade. As atividades contam com almoço gratuito. As inscrições para as programações da entidade estão disponíveis em www.sindigraf-rs.com.br. As vagas são limitadas. Garanta já a sua!

Empresas apoiam o IIº Prêmio Gaúcho

O 11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica já conta com o apoio de cinco empresas. Nesta edição, a Abigraf-RS terá o patrocínio da gráfica ANS e da distribuidora de papéis Braille, de Porto Alegre. Também aderiram à proposta de cota única do concurso, no valor de R\$ 6 mil, a empresa de acabamentos gráficos Tecnofacas, de Canoas, a Zênite Sistemas, de Belo Horizonte, e a Heidelberg, de São Paulo – com atuação em equipamentos, *softwares* e outros serviços. Entre os benefícios da parceria estão a exibição das logomarcas nos meios de divulgação específicos do prêmio, no regulamento impresso, exposição dos produtos concorrentes, cerimônia de entrega dos troféus e, ao final do evento, no comunicado sobre as vencedoras. Elas também poderão participar de atividades promovidas pelo Sindigraf-RS e dispor da infraestrutura audiovisual e do auditório da entidade.

Two Sides lança campanha contra o Greenwashing

Baseado no estudo realizado em 2012, a Two Sides – iniciativa mundial que reúne 40 entidades, como a Abigraf Nacional e sindicatos de diversos estados brasileiros, para difusão da sustentabilidade da comunicação impressa – está lançando uma campanha contra o Greenwashing. A prática, conhecida como a adoção de argumentos ambientais caluniosos, visa à autopromoção de determinadas instituições e ao conseqüente ataque às mídias impressas.

Segundo a pesquisa, no Reino Unido 43% dos principais bancos, 70% das companhias de telecomunicação e 30% das empresas de serviços desenvolveram, no passado, campanhas publicitárias enganosas quanto aos benefícios da substituição do papel por alternativas digitais. Dados coletados em 2015 mostram que 20% das organizações continuavam a fazer uso deste tipo de recurso.

O projeto global da Two Sides está voltado a combater o método. No Brasil, oito grandes empresas já foram alertadas a repararem seus erros. Em toda a América do Norte, 30 entidades já retiraram propagandas do ar e outras 25 estão em negociação. Em 2014, a iniciativa obteve sucesso em 50% dos casos. A iniciativa está aberta à adesão de empresas do setor gráfico pelo site www.twosides.org.br.

Prorrogado período da gestão das entidades

Foi homologada pela diretoria executiva do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS a prorrogação por seis meses da atual gestão, comandada pelo empresário Angelo Garbarski. Com a mudança, aprovada em assembleia geral, em dezembro de 2014, na sede das entidades, em Porto Alegre, o atual mandato se encerrará em dezembro de 2016 e as próximas gestões terão anos “cheios”.

AGENDA DO PRESIDENTE

1º Abril

Reunião da diretoria Executiva do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (sede/Porto Alegre)

7 Abril

Reunião do Contrab e da diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

8 Abril

Reunião das Abigrafas da Região Sul do Brasil (Florianópolis)

11 Abril

Palestrante no Encontro Empresarial – Bate-Papo Sindical (Santa Cruz do Sul)

14 e 28 Abril

Reuniões da diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

17 Abril

51ª assembleia da Abigraf Nacional (Vitória)

25 Abril

Palestrante no Encontro Empresarial – Bate-Papo Sindical (Rio Grande)

ENTREVISTA

THOMAZ CASPARY / Consultor Empresarial

Formado em Engenharia de Produção Industrial pela Faculdade de Mídia Impressa de Stuttgart, Caspary trabalhou por 22 anos em diversas companhias do Brasil e da Alemanha. Em 1987, criou a Printconsult, consultoria especializada em auxiliar gráficas de todos os tamanhos e segmentos. Confira alguns conselhos para o setor:



Arquivo Pessoal

O que é necessário para realizar uma boa gestão de gráfica?

THOMAZ CASPARY Independentemente dos resultados das ações do governo brasileiro, americano e dos principais países da Europa, temos que olhar com insistência e visão estratégica para o mercado interno e, em especial, para nossos clientes tradicionais. É importante repensar atitudes com relação a nossas gráficas e estar a par do que acontece na economia nacional e mundial. A partir disso, selecionaremos os caminhos a serem traçados, procurando por novos nichos de atuação. Atualizar-se na área técnica e de gestão, preparar uma tática mercadológica, informatizar a empresa, fazer planos de negócios e acreditar em você mesmo é igualmente essencial.

Como sobreviver economicamente em tempos de crise?

CASPARY Tanto na empresa como em nossa vida particular devemos ter uma planilha de fluxo de caixa, onde anotaremos todos os valores a receber e a pagar durante o mês, com controles diários. Lembre-se de nunca misturar o dinheiro da empresa com os gastos particulares, para não perder o controle. Também é necessário fazer revisões na planilha de custos fixos, verificando quais despesas poderão ser cortadas ou reduzidas, sem afetar a produtividade da empresa – analise o quanto se gasta com produção interna e considere a possibilidade de terceirizar parte dela. Invista seus esforços na redução das perdas, tanto de matérias-primas como no número de horas improdutivas, o que pode ser medido por meio de um simples boletim de eficiência. Faça, ainda, uma verificação ferrenha de suas compras e procure ampliar o número de fornecedores, sempre negociando e mantendo acordos de fidelização com eles e seus clientes. Aposente cartões de crédito e cheques especiais; isso evita gastos além do lucro da empresa. Finalmente, controle tudo através de sistemas de gestão efetivos: custos, compras, produção, vendas e eficácia da produtividade, entre outros.

De que forma os empresários gráficos podem explorar diferentes áreas e inovar?

CASPARY Leia muito, principalmente jornais e revistas da área econômica, para ficar ciente do que acontece no mercado. Isso lhe permite dar uma guinada a tempo em seus objetivos comerciais, caso necessário. Crie um plano de negócios em sua empresa (estratégias, marketing, vendas, finanças e logística de atuação), utilizando para isso as informações que você tem do setor gráfico, seja as recebidas pelos “astrólogos financeiros” presentes nos diversos meios de comunicação ou por seu respectivo sindicato e associações de classe. Sabemos que atualmente vários segmentos estão crescendo: setores digitais de dados variáveis, transpromo, *web-to-print* e outros. Caberá a cada gestor conhecer estas diferentes áreas e adaptar as necessidades dos clientes à sua capacidade de produção de impressos.



especial

Por meio da caravana aérea do Sindigraf-RS, 39 empresários gaúchos puderam participar da feira em São Paulo, nos dias 20 e 21 de março. A Expoprint Digital contou com mais de 14 mil visitantes e 121 expositores que representaram mais de 400 marcas locais e internacionais voltadas ao setor

Expoprint Digital 2015 movimentou negócios na área gráfica

Considerada uma das maiores feiras em seu segmento, a Expoprint Digital Latin America 2015 reuniu mais de 14 mil participantes, de 18 a 21 de março, no Pavilhão Branco da Expo Center Norte, em São Paulo. Promovido pela APS Feiras & Eventos, com apoio de entidades como a Abigraf Nacional e o Sindigraf-SP, o evento movimentou diversos negócios na área gráfica, além de proporcionar novos contatos e a atualização dos empresários do setor. Por meio da caravana do Sindigraf-RS, 39 empresários gaúchos se fizeram presentes no evento, contribuindo para o sucesso dessa edição. Os primeiros números levantados pela organização da feira indicam um crescimento de até 10% nas vendas, em relação à edição anterior – realizada em 2013.

A programação do evento englobou diversos segmentos: *web-to-print*, embalagens, rótulos, *outsourcing*, transpromo, mala-direta, dados variáveis, impressão sob demanda, *softwares*, acabamento e *digital publishing*. Foram 121 expositores, sendo 439 marcas locais e internacionais – como a Konica Minolta e Heidelberg, entre outras –, que expuseram o que há de mais atual em tecnologia gráfica, para os 14,236 mil visitantes. Paralelamente à feira, realizaram-se congressos que abordaram técnicas de venda e a aplicação prática e benefícios dos equipamentos de impressão digital. Os seminários, segundo a organização, reuniram 496 participantes.

O diretor da APS Feiras & Eventos, Ismael Guarnelli, diz que os números finais de negócios ainda estão sendo fechados. “Tivemos 8% de crescimento em relação ao público alcançado em 2013. Já os negócios, de acordo com os primeiros levantamentos, indicam um aumento de 8 a 10%”, anuncia o executivo. Nos quatro dias de feira, diversas empresas puderam lançar suas novidades. Algumas marcas apostaram em modelos voltados a pequenas e médias gráficas. Em matéria de *softwares*, um dos lançamentos foi a plataforma baseada em nuvem que permite às empresas oferecerem serviços de *marketing* a seus clientes. Apostando na flexibilidade e impressões em tiragens pequenas, personalizadas e híbridas, a Heidelberg deu início à venda dos modelos Linoprint CV, Linoprint CP, Linoprint CE e Linoprint CM.

Novas cores no formato digital

Para Guarnelli, o evento trouxe como tendências a velocidade e maior qualidade em impressão gráfica, inclusive no formato têxtil. Ele destaca ainda o lançamento mundial de *toners* adicionais ao convencional padrão CMYK, os quais imprimem nas cores branca, dourada e prateada. “Ampliamos as opções do digital para as quatro cores básicas (ciano, magenta, amarelo e preto), o que dá um toque diferente aos trabalhos. Nessa área de impressão em dados variáveis, vemos máquinas com *softwares* cada vez mais avançados.”

O proprietário da Alternativa Gráfica, de Barros Cassal, Daniel Rasquinha, avalia positivamente o evento. “Eu procurava exatamente pelo que foi oferecido na Expoprint: inovações

no campo de impressão digital. Poder fazer isso em meio a um grupo de empresários experientes na indústria gráfica me proporcionou um prazer ainda maior, uma vez que aprendemos muito uns com os outros.” Rasquinha viajou com o grupo do Sindigraf-RS, acompanhado pela gerente de seu estabelecimento, Marina Sopelsa Lopes.

Resultados da caravana

A nova edição da caravana do Sindigraf-RS, desta vez para a Expoprint Digital Latin America 2015, foi um sucesso. O grupo não incluía apenas membros de empresas associadas e filiadas ao Sindigraf-RS – 28 empresários no total –, mas também 11 integrantes do Singraf de Caxias do Sul. “Nunca havia acompanhado um evento de tamanha relevância para o setor. Valeu muito a pena vir de longe, tanto pela feira quanto pelo intercâmbio de ideias proporcionado por esta experiência. A nossa gráfica é pequena, então é interessante ter a oportunidade de aprender com outras de maior porte, mais evoluídas em termos de tecnologias digitais. Pude esclarecer dúvidas sobre o ramo têxtil e outras áreas. E ainda



Divulgação/APS Feiras & Eventos

tivemos a feliz surpresa de ganhar um passeio turístico pela cidade de São Paulo”, conta o proprietário da Graficasa, de Horizontina, Carlos Casagrande.

Os empresários gaúchos embarcaram no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, na manhã de 20 de março, e aproveitaram os dois últimos dias da exposição, durante os quais conheceram uma série de produtos inovadores, fizeram contatos com fornecedores e assistiram a palestras e debates. Compuseram a caravana gestores de gráficas de Barros Cassal, Bom Jesus, Canguçu, Canoas, Dois Irmãos, Horizontina, Ijuí, Nova Bassano, Novo Hamburgo, São Leopoldo, São Luiz Gonzaga, Tramandaí e Porto Alegre. “A atividade foi proveitosa por completo. Não penso em um produto específico que tenha se destacado, porque absolutamente tudo era perfeitamente útil ao setor gráfico”, afirma o diretor da Gráfica Nossa Senhora de Fátima, de Bom Jesus, Marlon Cristian Gomez. O grupo foi comandado pelo superintendente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Luiz Carlos Gautério Pinheiro.

Fomento ao progresso

Incentivar o desenvolvimento da indústria gráfica rio-grandense foi um dos objetivos do Sindigraf-RS alcançados pelos participantes. “Tenho 30 anos de empresa e esta é minha primeira convenção do gênero. Gostaria de parabenizar o sindicato pela iniciativa e organização. Com certeza, seremos capazes de adaptar ao nosso cotidiano o que descobrimos na exposição”, conta o dono da Gráfica e Serigrafia Morales, de Canguçu, Renato de Assis. Para a esposa dele, Joseane Morales, o evento foi importante tanto pela atualização quanto pelas tecnologias recentes em matéria de impressão. “Estar a par das novidades do mercado gráfico é sempre importante, porque nos auxilia a ampliar o lucro da empresa e, conseqüentemente, crescer.”

Vários dos administradores do grupo aproveitaram a ocasião para concretizar transações comerciais, atualizando seu parque gráfico com a compra de novas máquinas e equipamentos. “Com certeza, estarei presente nas próximas caravanas. Filiei-me ao sindicato há pouco tempo, logo, não havia participado de nenhuma atividade tão promissora ainda. Fechei muitos negócios, inclusive com os próprios integrantes do nosso grupo”, comemora o dirigente da Gráfica Tebaldi, de Nova Bassano, Jonathan Tebaldi Petro.

A próxima edição da Expoprint Digital Latin America, que passa a ser anual, será de 6 a 9 de abril de 2016, na Expo Center Norte, em São Paulo. “Vamos trabalhar para um público ainda maior, com cerca de 10 a 12% mais pessoas que neste ano”, garante Guarnelli.



Divulgação/Sindigraf-RS

O gesto de servir deve ser a essência de qualquer empresa

Tornar uma empresa mais competitiva no mercado depende de uma estratégia que reúne o melhor aproveitamento do tempo, a ampliação da produtividade, a integração da equipe e, principalmente, a satisfação do cliente



Em meio a um cenário econômico de dificuldades, como se tornar mais competitivo no mercado? Diferentemente do que pensam muitos empresários, o volume da produção física não tem capacidade de indicar se a empresa está no caminho certo ou não. Antes de medir os lucros a partir da quantidade de peças, é importante que o empresário atente para o que está sendo feito em sua empresa e se as ações estão de acordo com os seus valores.

O fundador e presidente do Instituto de Marketing Industrial e da JCTM Marketing Industrial, José Carlos Teixeira Moreira, diz que o primeiro passo para uma empresa se destacar é ter uma conduta ética exemplar. “Deve-se fazer, o tempo todo, o que é certo, verdadeiro e belo para o cliente”, afirma o consultor. Para ele, essa tríade deve estar na essência das iniciativas humanas – tanto nas empresas como na sociedade – e as empresas devem apoiar tudo o que fazem nesses valores.

Segundo o especialista em Marketing Industrial, ser competitivo não é ser o mais barato, mas o preferido dos clientes. Ele explica que, para conquistar a preferência do cliente, é preciso fazer com que ele se sinta bem no ambiente da empresa. “O maior investimento deve ser em capital humano, já que o diferencial está na capacidade de selecionar os melhores

profissionais para atuarem em sua equipe de trabalho”, ensina. Para Moreira, uma gráfica pode ter um maquinário excelente, mas o mais importante é ter quem saiba operá-la de maneira eficaz, aproveitando todos os recursos que ela oferece.

Conforme o consultor, melhorar processos para alcançar metas e obter sucesso é imprescindível para apresentar aos clientes produtos bons e de qualidade. Ele reforça que tudo deve ser pensado para o gesto de servir o consumidor, e não só para metas internas. “Desse modo, além de ajudar o cliente a realizar o seu sonho e a projetar seu futuro, a equipe fica mais unida e focada em sua verdadeira motivação, que é conquistar o cliente”, acrescenta. O especialista define *marketing* como um conjunto de ações inteligentes e generosas que fazem clientes menos sensíveis ao preço e mais atentos ao valor dos produtos.

Tempo e produtividade

Dois fatores cruciais para se obter sucesso no mercado, tempo e produtividade, podem ser aliados no empreendimento. A fim de cumprir os prazos e ampliar a produtividade, Moreira enfatiza que o empresário deve se desburocratizar: “À medida que a empresa cresce, ela tende a se burocratizar demais, o que a estrutura

cartorial brasileira endossa”, observa. Para driblar essa dificuldade, ele aconselha que o empresário crie facilidades para suas rotinas.

“Quando o negócio começa a crescer, eles acham que os processos têm que ser dificultados, e aí se perdem o controle e a produtividade”, analisa. Moreira sugere ainda que se faça um inventário de tudo o que é feito no estabelecimento, mantendo somente as atividades e os gastos essenciais. “Certamente se gasta mais tempo e dinheiro do que o necessário.”

Qualidade e valor do produto

Segundo o consultor, a queda de 2% na produção física da indústria gráfica, registrada em 2014, não significa, necessariamente, uma retração nos lucros do setor. “É uma armadilha ficar impressionado com o volume de produção, pois ele não é o único indicador dos negócios”, analisa Moreira. O consultor enfatiza que produzir peças com qualidade é mais vantajoso do que gerar um grande volume de produtos. Ele completa que o valor de cada compra é maior do que qualquer volume e, além disso, a qualidade e o valor do produto são mais importantes. “O empresário deve se perguntar se a preferência do cliente pela gráfica diminuiu e pensar em alternativas para que isso não ocorra”, alerta o especialista.

O ruim, o bom e o excelente líder. O que a sua empresa oferece?

Já ficou claro que o sucesso da organização depende do desempenho dos colaboradores. Todos os dias, os profissionais têm a oportunidade de criar valor para os clientes, mas não podem tomar decisões sozinhos, ou seja, precisam de condução de um líder, que deve ser excelente. Isso é fundamental para que os valores estratégicos estejam expressos em cada atitude dos funcionários.

Um líder influencia positivamente para que haja mudanças. Ele faz com que a equipe acredite nele. Já o excelente líder faz a equipe acreditar nela. Sabe-se que, nas organizações, quando há muito *turnover* de colaboradores, com baixa retenção de talentos, é consequência direta da atuação da liderança. O colaborador não pede demissão da empresa, mas do líder. A liderança excelente tem função de transmitir, com paixão, os valores, a visão e a missão da empresa para os seus colaboradores, garantindo que andem na mesma direção rumo aos objetivos estratégicos.

Um líder excelente combina esforços de sua equipe para que todos estejam envolvidos no ciclo da excelência, garantindo que ela se perpetue. Os líderes precisam demonstrar as diretrizes centrais e verificar que cada colaborador tenha comportamento condizente com a criação de uma experiência marcante para os clientes.

É a partir de histórias e de exemplos de sucesso que os líderes podem inspirar e mostrar para a sua equipe como promover, na prática, a excelência que trará o diferencial para a marca. Com isso, há um pé no passado, perpetuando o que há de bom, e um pé no futuro, para a visão da criação de novos capítulos da história. Mas há ainda quem não compreenda como funciona esse ciclo de excelência. Em vez de motivarem, destroem autoestima e humilham em público, como forma de buscar resultado imediato, o que é desastroso.

Durante o meu almoço, vi uma cena corporativa digna de reflexão. Bem atrás de nós, havia



Tainan Basile/Divulgação

ALEXANDRE SLIVNIK
Especialista em
Gestão de Pessoas

uma mesa com cerca de 15 pessoas. Depois que todos terminaram as sobremesas, o chefe começou o seu discurso. "Pessoal... Atenção! Eu trouxe vocês aqui para um momento de descontração. Mas quero reforçar algumas coisas importantes! Se vocês quiserem conquistar seus sonhos, terão que trabalhar dobrado, fazer mais do que fizeram até aqui! Caso contrário, nada conseguirão!

Não quero saber de desculpas se não conseguirem contato com os clientes nesses próximos dias! Não é possível que todos estejam voltando de viagem!" O líder pagou a conta e todos levantaram cabisbaixos, tristes e com olhos cheios de lágrima, ou por constrangimento ou vergonha! Essa história faz eu ter a certeza de que grande parte dos problemas das empresas está no líder!

ANUNCIE NESTE INFORMATIVO!

Sua marca vista por quem entende de artes gráficas.

O Sindigraf-RS Notícias é uma das mídias mais lidas pelos empresários gráficos gaúchos, com informações pontuais para o planejamento e o crescimento do mercado gráfico regional. Comunique-se através de quem forma opinião e seja visto por todos.

Informações pelo e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br
ou ligue (51) 3323-0303

Edelbra no Catálogo de Bolonha 2015



Divulgação/Edelbra Editora

Seis livros da Edelbra Editora, de Porto Alegre, foram selecionados para fazer parte do Catálogo Bolonha 2015. A Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ) seleciona, anualmente, escritores, ilustradores e editoras para integrar um catálogo que é levado para a Feira de Bolonha (Bologna Children's Book Faire), na Itália. O evento, considerado um dos mais importantes do setor de livros para crianças e jovens, ocorreu de 30 de março a 2 de abril.

Os livros selecionados são: *Foi vovó que disse*, de Daniel Munduruku; *A banda na garagem* (seleção de crônicas de Moacyr Scliar); *Segredos de um violino*, de Fabrício Carpinejar; *As três faces da moeda*, de Heloisa Prieto; *O jogo dos tesouros*, de Heloisa Prieto e *Xerazade, a onça e o Saci*, de Tiago de Melo Andrade.

A editora disponibiliza ainda no site www.edelbra.com.br/editora ferramentas de busca online, desenvolvidas por especialistas em Língua Portuguesa e Literatura, para uso em sala de aula. Uma delas é voltada aos professores e sugere roteiros de leitura, práticas pedagógicas e metodologias para apoiar novos leitores. Outra traz o Projeto Pequeno, que estimula leitura e escrita e já beneficiou mais de 70 mil crianças no país.

Estação Gráfica terá sede própria

Buscando atender cada vez melhor os seus clientes, a Estação Gráfica, de São Leopoldo, ganhará uma sede própria no Distrito Industrial da Zona Norte de São Leopoldo. O diretor da gráfica, Carlos Alberto Andrade, conta que o terreno possui 3 mil metros quadrados, no bairro Campinas. O prédio terá 1,5 mil metros quadrados de área construída, com áreas administrativa e de produção. A previsão é de que as obras se ini-



Divulgação/Estação Gráfica

ciem no 2º semestre de 2015, com instalação de 6 a 8 meses. "Investiremos em mais equipamentos para que possamos organizar melhor as nossas instalações", afirma Andrade. Com 13 anos de mercado, a Estação Gráfica trabalha com impressos comerciais, tornando-se referência na prestação de serviços gráficos da região. "Essa conquista é extremamente importante para que a gráfica cresça e busque novos mercados."



Divulgação/Editora Photos

Trabalhar com grandes formatos é um desafio

Voltado para qualquer pessoa que tenha interesse em imprimir comunicação visual, arte e fotografia em grandes formatos, o livro *Grandes Ideias Requerem Grandes Formatos*, de Adriano Medeiros, traz sugestões e técnicas para o desenvolvimento desse tipo de trabalho.

A obra é dividida em quatro partes, uma delas fala sobre a impressão digital de grandes formatos, a outra sobre imagens digitais. As outras duas tratam da preparação e do fechamento de arquivos para aquele tipo de impressão. Além disso, a publicação contém explicações sobre configuração de equipamentos, softwares e tecnologias.

O leitor também encontra dicas de como motivar seus funcionários e especializar sua empresa. Um livro necessário para os profissionais da área, sejam eles iniciantes ou não.

AGENDA FISCAL – Março de 2015

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 03/2015	6/4	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 03/2015	21/4
FGTS	Folha de pagamento 03/2015	7/4	ICMS – Substituição Tributária	Mês 02/2015	23/4
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 03/2015	7/4	DCTF – Mensal	Mês 02/2015	23/4
Salário	Folha de pagamento 03/2015	7/4	IOF	2º decênio 04/2015	24/4
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/4	Cofins	Faturamento 03/2015	24/4
ISSQN	Prestação de Serviços 03/2015	10/4	PIS	Faturamento 03/2015	24/4
ICMS – Comércio Categ. Geral	Vendas 03/2015	13/4	Parcelamento lei 12.996	Parcela 03/2015	30/4
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 03/2015	13/4	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 03/2015	30/4
IOF	1º decênio 04/2015	15/4	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 03/2015	30/4
efd – PIS /Cofins /INSS	Mês 02/2015	15/4	Contribuição Social s/lucro	1º Trimestre 2015	30/4
Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Período: de 16/03 a 31/03/2015	15/4	Imposto de Renda s/lucro	1º Trimestre 2015	30/4
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/4	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 03/2015	30/4
Previdência Social	Folha de pagamento 03/2015	20/4	Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Período: de 01/03 a 15/03/2015	30/4
ICMS – Diferença de alíquota	Mês 02/2015	20/4	Refis/Paes/Lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	30/4
Imp. de Renda na Fonte	Mês 03/2015	20/4	Gia-SN	Todos os contribuintes do Simples	30/4
Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	20/4	DIRPF	Declaração Ajuste Anual 2015	30/4
Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	20/4	Quota IRPF	1ª Quota IRPF	30/4
Simei	Faturamento 03/2015	20/4	Contribuição Sindical	Ano 2015 - Último dia de pagam.	30/4
Simples Nacional	Faturamento 03/2015	20/4			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

AUMENTAR O SEU RENDIMENTO NO AMBIENTE DE TRABALHO DEPENDE DE MUITAS VARIÁVEIS. TODAVIA, ALGUMAS DELAS SÃO FÁCEIS DE APRIMORAR. DEDICAR-SE INTEGRALMENTE ÀS FUNÇÕES QUE LHE COMPETEM PODE PARECER COMPLICADO, MAS PODE TRAZER VANTAGENS FUTURAS, ASSIM COMO EVITAR PROBLEMAS EM ÉPOCAS DE ALTA DEMANDA DOS SERVIÇOS GRÁFICOS. SIGA AS DICAS ABAIXO E MELHORE SUA PRODUTIVIDADE EM POUCOS PASSOS!



Não execute as atividades de maneira mecânica. Pense nas ações a serem realizadas e foque em um objetivo, devotando-se plenamente até conquistá-lo.

Mantenha listas, tanto do que ainda precisa ser feito quanto das metas já alcançadas. A primeira servirá para organizar sua rotina, e a segunda, para evidenciar seu progresso e motivá-lo a prosseguir.

Se estiver sobrecarregado, não hesite em informar ao seu chefe. Assumir muitas responsabilidades acaba sendo desvantajoso para ambas as partes.

Não adie as tarefas. A procrastinação é um hábito nada saudável, capaz de afetar resultados e, conseqüentemente, sua permanência no emprego.

Evite distrações. Embora seja um excelente recurso às empresas na maioria dos casos, a tecnologia também pode prejudicar sua eficiência. Quando no serviço, deixe as redes sociais de lado.

Reserve alguns momentos do dia para descansar. Relaxar durante um determinado período de tempo é importante para a manutenção de um desempenho excepcional.



COMO APROVEITAR MELHOR O PAPEL UTILIZADO NA IMPRESSÃO GRÁFICA

O aproveitamento de papéis ajuda a diminuir o orçamento do cliente e evita desperdícios de matéria-prima. Ao planejar sua peça, é importante dedicar tempo para a escolha do papel a ser utilizado, conforme o objetivo do produto. Essa é uma etapa fundamental. Confira algumas dicas para evitar o desperdício de materiais e obter uma base adequada para o trabalho gráfico:

1

Opte pelos papéis com medidas-padrão disponíveis no mercado. A maioria das gráficas trabalham com tabelas contendo as dimensões padrão de papel. Se você quer inovar no formato de um projeto, solicite ao seu contato na gráfica sugestões de melhor aproveitamento. Às vezes, modificar a sua peça gráfica em um ou dois centímetros pode fazer muita diferença no valor do produto.

3

A impressão utilizada – *offset*, flexografia, rotogravura, serigrafia e digital, por exemplo – também influencia na escolha do papel. O que é bom para um sistema nem sempre é para o outro. Imprimir um jornal diário em papel *offset*, por exemplo, torna-o um catálogo de produtos, e não de um periódico.

2

Outro fator é a gramatura, cuja espessura é medida em gramas por metro quadrado (g/m^2). Cada impresso necessita de um papel adequado à sua função. Uma embalagem, por exemplo, não pode ser feita abaixo de $200 g/m^2$, porque não dará sustentação ao seu conteúdo.

4

Procure utilizar o máximo do espaço que o papel escolhido contém e evite sobras de resíduos gerados no corte. O formato do papel está ligado diretamente à criação do produto. Como há diversos tipos de formatos no mercado, deve-se procurar saber quais os papéis existentes e optar pelo mais adequado ao projeto.

Confira a lista de impressos e as sugestões de papéis tradicionalmente utilizados.



Peça gráfica	Tipo de papel
cartaz	<i>offset</i> ou couchê
folder	couchê
capas de revistas	couchê fosco / brilho
miolo de revista popular	LWC
livros	cartão na capa e pólen no miolo
calendários	couchê / cartão
convites	Color Plus ou Fine Papers
catálogos	couchê fosco
cartão de visitas	<i>opaline</i>
embalagens	cartão / papelão
<i>display</i>	cartão
<i>outdoor</i>	<i>offset</i>

