



João Mattos/CImpressul

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

LUCIANO DE CRESCENZO

GESTÃO 2013-2016

ANGELO GARBARSKI

Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS



11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica mais uma vez mostrou o seu prestígio junto à indústria gráfica.

Tivemos a presença de representantes da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), de sindicatos, empresas e outras entidades parceiras e empresários de outros estados, que lotaram o salão de convenções da Fiergs, em Porto Alegre. A mudança de local foi muito positiva, pois nos sentimos acolhidos na “casa” da indústria gaúcha durante a cerimônia de entrega dos troféus, ocorrida em 31 de julho.

Mesmo com a crise econômica que enfrentamos, mais empresas demonstraram interesse em inscrever os seus melhores produtos no concurso da Abigraf-RS. Isto é reflexo de um trabalho que vem sendo desenvolvido desde 2014, com a descentralização das atividades (interiorização) do Sindigraf-RS. Os 349 produtos participantes, de 35 gráficas do Estado, foram apresentados à sociedade durante a exposição de peças concorrentes, que ocorreu de 2 a 7 de julho, no DC Shopping, na capital gaúcha. Mais de 400 pessoas também puderam ver de perto esses mesmos impressos, que disputaram os 41 troféus entregues neste ano, na mostra realizada na Fiergs, antes da grande festa de premiação.

Ao todo, 19 gráficas tiveram o reconhecimento da qualidade dos seus produtos. Desta vez, os troféus ficaram bem divididos entre

as empresas de Porto Alegre e do interior do Estado. Tivemos casos, como a Hesch Editora e Artes Gráficas, de Canoas, a Edelmann Brazil Embalagens (Cachoeirinha) e a Gráfica Rex (Nova Candelária) em que a estreia no Prêmio Gaúcho foi com troféus. Parabéns a todos que participaram e apostaram nos seus melhores trabalhos. Os impressos de modo geral foram de altíssimo nível, mostrando a eficiência técnica do setor gráfico gaúcho.

Aos colaboradores do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, assim como à equipe de jurados, coordenados pela gerente de operações da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Aparecida Stucchi, fica o nosso muito obrigado pela dedicação e comprometimento a esse grandioso projeto. Deixo ainda um agradecimento especial aos nossos apoiadores: Tecnofacas Acabamentos Gráficos, ANS Impressões Gráficas, Distribuidora de Papéis Braile, Heidelberg do Brasil Sistemas Gráficos e Serviços, Konica Minolta Business Solutions do Sul e Perfil Consultoria Gráfica. Com certeza, os frutos colhidos neste ano vão além da mídia e de toda visibilidade que o Prêmio Gaúcho oferece aos seus parceiros. Esperamos contar com todos vocês na próxima edição do concurso!

A partir de agora, começamos a planejar a 12ª edição do Prêmio Gaúcho. As gráficas também podem se preparar, separando os seus melhores produtos. Os finalistas deste ano no concurso regional têm inscrição gratuita no 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Grá-

fica Fernando Pini. Já as demais peças inscritas no 11º Prêmio Gaúcho ganham 20% de desconto no Fernando Pini, cujas inscrições estão abertas até 18 de setembro (veja mais detalhes na página 4). Ficamos na torcida ainda pelas gráficas que inscreveram peças no 22º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris.

Neste segundo semestre, os empresários ainda terão a chance de se qualificar em dois cursos oferecidos pelo Sindigraf-RS no mês de agosto. As inscrições para a formação *Líderes da Produção*, no dia 29, em Santa Cruz do Sul, podem ser feitas até 24 de agosto no site www.sindigraf-rs.com.br/agenda (confira a programação completa na página 3).

A 7ª edição do Concurso de Desenho Infantil também é realizada pela entidade, aberta aos filhos, netos e bisnetos dos colegas gráficos que quiserem mostrar o talento dos pequenos nessa área. As inscrições são gratuitas e podem ser realizadas até o dia 10 de setembro, por meio do formulário encartado nesta edição. Os vencedores serão premiados nas quatro confraternizações da Família Sindigraf-RS, programadas pelo sindicato em 2015: 19 de setembro, em Santa Cruz do Sul, 17 de outubro, em Santa Rosa, 7 de novembro, em Passo Fundo, e 21 de novembro, em Viamão. Oportunizamos, assim, que as gráficas filiadas adimplentes possam escolher em qual delas querem participar. Esperamos contar com os amigos e seus familiares nas atividades que serão realizadas.

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) 3323-0803

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: Silvio 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: Ladimir dos Santos Pacheco

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:

Edição: Fernanda Reche
– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Cláudia Boff, Ludmila Cafarate e Nathália Cardoso

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Assistente de Diagramação: Caroline Soares

Ilustração de Capa: ©iStock.com/De Marco-Media

Pré-impressão – CtP e Impressão: Gráfica ANS

Tiragem: 1.900 exemplares

É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE MATÉRIAS, DESDE QUE CITADA A FONTE.



Curso debate liderança de resultados

O Sindigraf-RS realizou em 18 de julho o curso *Liderança de Resultados*, ministrado pela consultora da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Cristina Simões. Foram ao todo 18 participantes, de oito gráficas. A atividade ocorreu na sede do sindicato, em Porto Alegre, visando a conscientizar os presentes sobre como captar e manter os melhores profissionais na empresa, como cativar uma equipe produtiva e comprometida com resultados e desenvolver habilidades e técnicas que lhes ajudem a estimular e lidar com pessoas e a diversidade nas equipes.

Segundo o diretor de produção da Cartonagem Hega, em Porto Alegre, Alexandre Lima, o curso lhe acrescentou tanto em âmbito profissional quanto pessoal. O diretor de produção cos-

tuma participar dos eventos do Sindigraf-RS, e acredita que o aprendizado da formação o ajudará no cotidiano e com os seus colegas de trabalho. A gestora de RH da Gráfica Jacuí, em Cachoeira do Sul, Aline Gama da Rosa, ressalta os exemplos reais que o curso abordou, trazendo o participante para a realidade da empresa, e o ajudando a compreender o funcionário.

Em agosto, serão realizadas mais duas capacitações voltadas para a liderança no mercado de trabalho. O curso *Atitude Inovadora* acontece no dia 15, na Associação Comercial, Industrial e de Serviços de São Leopoldo (R. Lindolfo Collor, 439 – 5º andar). No dia 29 será a vez do curso *Formação de Líderes da Produção*, no Hotel Charrua, em Santa Cruz do Sul (R. Marechal Floriano, 230). Os dois eventos serão ministrados pela consultora da ABTG, Cristina Simões, das 8h30 às 17h30, e o investimento é de R\$ 50 por participante. As empresas associadas ao sindicato têm uma inscrição cortesia. Mais informações em www.sindigraf-rs.com.br/agenda.



Sindigraf-RS

Confraternizações da Família Sindigraf-RS

Atendendo aos pedidos de empresas associadas e filiadas do interior do Estado, serão realizadas quatro Confraternizações da Família Sindigraf-RS. O primeiro encontro será no dia 19 de setembro, na sede da Xalingo, em Santa Cruz do Sul (Distrito industrial – BR-471). Em 17 de outubro, o evento chega a Santa Rosa, na sede campestre da Sociedade Cisne (Av. Santa Cruz, 645 – RS-344). O terceiro acontece no dia 7 de novembro, no Haras MD, em Passo Fundo (localizado na RS-153). Outra opção será realizada em 21 de novembro no Villa Ventura Ecoresort, em Viamão (R. Ma-

noel Santana, 625). Os eventos acontecem aos sábados, das 9 horas às 17 horas.

Além dos empresários, estão convidados cônjuges, filhos e pais para um dia de integração, com momentos de bate-papo, sorteio de brindes e almoço. O intuito é de que os empresários possam confraternizar com outros colegas, e também ter momentos de lazer com a sua família. Na oportunidade, serão premiados os ganhadores do 7º concurso de Desenho Infantil, em cada região. Inscreva-se em www.sindigraf-rs.com.br/agenda. Vagas limitadas! Agende-se e participe!

Escolar Office Brasil reúne 14 mil visitantes

A 29ª Escolar Office Brasil ocorreu de 19 a 22 de julho, no pavilhão do Anhembi, em São Paulo, com 150 bancas expositoras, e 14 mil visitantes – 9 mil deles nacionais e internacionais. A feira, que acontece há mais de 30 anos, é considerada a principal exposição no ramo de papelaria varejista, e é responsável por apresentar novidades para o público e for-

necer o material para as lojas em tempos de volta às aulas. O grande movimento do primeiro dia foi percebido pelo restante da feira, um dos fatores que explicam o grande sucesso do evento em termos de fechamento de negócios. Em cadernos, uma das tendências envolve personagens, como a da linha Frozen da Disney e as animações Hotel Transilvânia e as Princesas Mágicas Yris e Flora. Algumas inovações ficaram por conta de materiais sustentáveis, como da tecnologia Tera, feita de caixas de leite recicladas.



Divulgação/Ag. Riguardare

15 Agosto

Curso Atitude Inovadora

Local: Associação Comercial, Industrial e de Serviços, em São Leopoldo (RS)

Horário: 8h30 às 17h30

Promoção: Sindigraf-RS

29 Agosto

Curso Formação de Líderes da Produção

Local: Hotel Charrua, em Santa Cruz do Sul (RS)

Horário: 8h30 às 17h30

Promoção: Sindigraf-RS

Aniversário de 74 anos do Sindigraf-RS

Até 18 setembro

Inscrições para o 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica

Promoção: Abigraf Nacional e ABTG

Informações: www.abtg.org.br

19 Setembro

Confraternização em Santa Cruz do Sul

Local: sede da Xalingo

Horário: 9h às 17h

Promoção: Sindigraf-RS

1º Outubro

Premiação do 22º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris

Local: Windson Barra Hotel, em São Paulo (SP)

Promoção: Conlatingraf

17 Outubro

Confraternização em Santa Rosa

Local: Sede campestre da Sociedade Cisne

Horário: 9h às 17h

Promoção: Sindigraf-RS

31 Outubro a 16 Novembro

60ª Feira do Livro de Porto Alegre

Local: Praça da Alfândega, Porto Alegre (RS)

Promoção: Câmara Rio-Grandense do Livro

Informações: www.feiradolivro-poa.com.br

7 Novembro

Confraternização em Passo Fundo

Local: Haras MD

Horário: 9h às 17h

Promoção: Sindigraf-RS

21 Novembro

Confraternização em Viamão

Local: Villa Ventura Ecoresort

Horário: 9h às 17h

Promoção: Sindigraf-RS

24 Novembro

Premiação do 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica

Local: São Paulo (SP)

Promoção: Abigraf Nacional e ABTG

Estão abertas as inscrições para o concurso de desenho infantil

Pular corda, brincar de boneca, de carrinho ou de pega-pega, subir em árvore ou jogar futebol. Todas essas brincadeiras poderão se transformar em desenhos premiados na 7ª edição do Concurso de Desenho Infantil, promovido pelo Sindigraf-RS. O tema deste ano é *Brincadeiras de Criança*, estimulando os pequenos a representarem no papel as atividades que mais gostam de fazer. Podem participar os filhos, netos e bisnetos de empresários e sócios das gráficas filiadas ao sindicato, que têm entre 3 e 10 anos. As inscrições são gratuitas e podem ser feitas até 10 de setembro.

O concurso é dividido em seis categorias, de acordo com a idade dos participantes. Cada criança pode enviar apenas um desenho, que



será julgado por profissionais da área de psicologia, educação, *design* e publicidade. Os critérios de avaliação serão: criatividade, técnicas utiliza-

das e a relação entre a idade e o detalhamento do traço. Os vencedores serão divulgados, entre setembro e novembro, nas confraternizações regionais do sindicato. Todos os inscritos recebem um certificado de participação e um *kit* de material escolar, e os ganhadores serão premiados com uma câmera fotográfica.

Para concorrer, é preciso enviar a ficha de inscrição (encartada nesta edição) preenchida, acompanhada do desenho, em um envelope lacrado, para a sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – CEP: 92.240.005 – Porto Alegre/RS). Não perca a oportunidade de desenvolver a imaginação das crianças da sua família e, talvez, encontrar um grande talento nas artes.

Empresários debatem a gestão de sucesso

Com o objetivo de discutir as tendências da gestão empresarial e formação do preço dos produtos, o Sindigraf-RS promoveu, no dia 11 de julho, mais uma edição do Encontro Empresarial – Dando as Tintas. A atividade gratuita ocorreu na Escola Menino Jesus Notre Dame, em Passo Fundo, com a participação de 17 empresários da região Produção/Planalto. Na parte da manhã, aconteceu a palestra *Estratégias para superar a crise no mercado gráfico*, que apresentou os três pilares para o sucesso do negócio: liderança, valorização da equipe e ferramentas de gestão para otimizar os processos da empresa. “É possível criar soluções de superação a partir da correção de problemas já enraizados, tais como a formação incorreta de preço, baixa qualificação da equipe e líderes

que não se adequaram aos novos paradigmas do mercado”, afirma o gerente comercial da Zênite Sistemas, João Alex Fiorentino.

À tarde, ocorreu o curso *Formação de preço de venda*, também ministrado pelo consultor. Para Fiorentino, a precificação está diretamente relacionada ao custo fixo de cada empresa. “A identificação do custo real envolvido em cada orçamento é fundamental para que a gráfica se mantenha competitiva no mercado, negociando seus preços de forma consciente, com uma visão mais clara sobre a lucratividade.”

Acostumada a participar dos eventos do Sindigraf-RS, a proprietária da Marka Editora Gráfica, de Marau, Maria Angélica Bortolini, disse que as atividades a

ajudaram a organizar melhor os orçamentos e na formação dos preços de venda. “Às vezes ficamos tão presos aos detalhes que não visitamos os clientes”, analisa. Para o vendedor da gráfica Danielli, de Passo Fundo, Alex Sandro Rocha da Silva, os novos ensinamentos são fundamentais no trabalho: “O evento foi muito interessante, pois abriu um pouco a minha mente, após 23 anos de atuação. O sistema é inovador”.

Sindigraf-RS



Inscrições abertas para o Prêmio Fernando Pini

As inscrições para o 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, abertas desde 3 de agosto, vão até 18 de setembro. Há desconto para as empresas associadas adimplentes da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), da Abigraf Nacional, do Sindigraf-RS, da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e entidades apoiadoras que cadastrarem seus produtos nas 17 categorias do concurso, até 6 de setembro. Nesse período, o investimento



é de R\$ 372 por produto e as gráficas não associadas pagam R\$ 480. Após, o valor para as associadas adimplentes será de R\$ 410, e para as não associadas, R\$ 530. O concurso é promovido pela Abigraf Nacional, em parceria com a ABTG.

Na primeira quinzena de outubro, todas as peças inscritas serão analisadas pelos jurados, que escolherão os cinco finalistas de cada categoria. Os quesitos avaliados serão a pré-impressão, a impressão, o acabamento, a

funcionalidade e o *design* gráfico. Em novembro, eles serão examinados, novamente, pelos especialistas para a escolha dos campeões. A entrega dos troféus será no dia 24 de novembro, em São Paulo. As empresas finalistas ganham dois convites por produto, sendo um para a gráfica e o outro para o cliente.

Os concorrentes ao 11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica têm vantagens para se inscrever no Prêmio Fernando Pini. Todos os produtos inscritos têm 20% de desconto e os finalistas são isentos. Mais informações em www.abtg.org.br. Participe!

Pesquisa de atividades 2016

Atenção, empresários gráficos! O Sindigraf-RS já está planejando suas programações para o próximo ano. Por isso, a entidade conta com a participação de todas as empresas na pesquisa de atividades 2016, que será realizada em setembro. Não perca a chance de sugerir temas e ministrantes para palestras, cursos, encontros empresariais e demais eventos que gostaria de ter na sua região. Mantenha o seu cadastro atualizado no site do sindicato (www.sindigraf-rs.com.br).

Falecimentos

O Sindigraf-RS presta a sua homenagem à família do empresário Manoel Frederico Koehler, que faleceu em 20 de julho, aos 74 anos. Ele presidiu o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS de 1995 a 1998, além de atuar na Igel S. A. Embalagens, de Cachoeirinha, por 47 anos. No dia 6 do mesmo mês, o setor também perdeu Nelson Ferreira Alves, aos 64 anos. Conselheiro fiscal do sindicato nesta atual gestão, ele ainda comandou a Universo Merc Editora Gráfica Ltda., de Guaíba, por 37 anos. Aos familiares, fica o agradecimento da diretoria das entidades pela dedicação e o comprometimento deles.

eSocial obrigatório em 2016

O Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial), que unificará os dados dos trabalhadores, como folha de pagamento e férias, será obrigatório em 2016. O cronograma oficial, publicado em 24 de junho, indica que empresas com faturamento de até R\$ 78 milhões deverão inserir informações sobre ambiente de trabalho a partir de setembro de 2016. Em janeiro de 2017, esses mesmos empresários terão que incluir dados referentes à saúde do trabalhador. Já as menores (abaixo de R\$ 78 milhões) passam a ter adesão obrigatória sobre eventos relativos ao ambiente de trabalho. Em julho de 2017, as pequenas empresas devem concluir a prestação de contas referentes à saúde do trabalhador. Confira o layout do novo sistema em www.esocial.org.br.

AGENDA DO PRESIDENTE

1º Agosto

Reunião da Região Sul – Abigraf Regionais RS, SC e PR (Porto Alegre)

4, 11, 18 e 25 Agosto

Reuniões de diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

4 Agosto

Reunião do Copemi da Fiergs – GT da Média Indústria (Porto Alegre)

5 Agosto

Reunião das diretorias executivas do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (Porto Alegre)

11 Agosto

Reunião do Contrab da Fiergs (Porto Alegre)

20 Agosto

Frente Parlamentar do Setor Gráfico e Mídia Impressa e 3º Encontro de Sindicatos da Indústria Gráfica (Brasília)

ENTREVISTA

APARECIDA S. STUCCHI / Gerente de Operações da ABTG

A gerente de operações da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Aparecida Soares Stucchi, é a coordenadora da comissão julgadora do 11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Nesta entrevista, ela fala sobre o mercado gráfico, o Prêmio Gaúcho e os preparativos para o 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini. Confira!



Fábio Pinheiro/Bruno Vídeo Produtora

Como está o mercado gráfico atualmente?

APARECIDA STUCCHI Eu vejo o mercado gráfico em transformação à medida que os empresários se reinventam. O período de crise serve para achar novos caminhos, onde cada um vai buscar novas soluções para as suas dificuldades. Dessa forma, o mercado acompanha essas inovações.

Quais são as novidades desta edição do Prêmio Gaúcho?

APARECIDA As mudanças estão presentes nas novas categorias, criadas todos os anos para atingir o mercado como um todo. Anualmente, discutimos as tendências e as práticas que existiam e se tornaram obsoletas. Isso para que consigamos abranger toda a cadeia produtiva e todos os segmentos de mercado. O digital está vivendo em conjunto com o offset e com a serigrafia, um complementando o outro. As empresas estão buscando outros segmentos, em que não atuavam, para se adaptar ao mercado. Os empresários buscam novos nichos, agregando valor ao seu produto, e o prêmio está conectado com essas mudanças.

Como avalia as peças inscritas no Prêmio Gaúcho deste ano?

APARECIDA A indústria do Rio Grande do Sul tem uma qualidade inerente. Ela se mantém com qualidade, é uma indústria que produz impressos de excelência. Ela mantém uma qualidade estável, porque é uma indústria consolidada.

Este ano o Prêmio Gaúcho conta com a participação de mais empresas do que no ano passado. Por que isso ocorreu?

APARECIDA Com certeza foram as ações do Sindigraf-RS. Eles fizeram um trabalho muito interessante, porque, mesmo em tempos de crise, nós temos mais empresas participando. Percebe-se o grande esforço para divulgar a premiação e conscientizar as gráficas da importância de se inscrever e de como esse concurso pode trazer um reconhecimento nacional.

Como estão os preparativos para o 25º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini?

APARECIDA O Prêmio Fernando Pini completa 25 anos em 2015, dizendo que o produto gráfico está sempre com você nos momentos mais importantes da sua vida. É a sua certidão de nascimento, o seu diploma, a carteira de trabalho, o registro do seu casamento. A campanha do prêmio vai bem para o lado humano, como, por exemplo, uma mulher grávida e o seu ultrassom, crianças indo para a escola com seus livros e cadernos. O concurso deste ano será uma grande festa.



especial

Uma tendência mundial para o mercado gráfico é a impressão sob demanda. Nela, a tiragem é definida mediante o pedido do cliente. Utilizando a tecnologia digital, esse método já é bastante popular em países como os Estados Unidos e no Brasil dá os seus primeiros passos

Cada impresso é um produto único

Nem só de *best-sellers* vivem as editoras de livros e as gráficas, por isso vêm ganhando destaque ao redor do mundo o serviço de impressão sob demanda, em inglês, a *print-on-demand* (POD) ou *print-to-order* (PTO). Segundo dados do International Standard Book Number (ISBN), nos Estados Unidos, de 2007 a 2011, os títulos lançados sob demanda aumentaram 862%. Em 2011, o investimento mundial em impressão digital correspondeu a 38% da produção contra 28% investidos em *offset*, de acordo com uma pesquisa da universidade alemã Stuttgart Media University. Para aproveitar este momento de ampliação do mercado digital, muitas gráficas já estão apostando no atendimento personalizado da impressão sob demanda.

Mesmo com o avanço das novas tecnologias, as publicações impressas permanecem vivas e se adaptam a um público cada vez mais ansioso por consumir aquilo que deseja. Com a internet, criou-se uma cultura de nichos. Isso porque as pessoas têm acesso a todo o tipo de conteúdo na rede. Logo, as gráficas precisam acompanhar esta tendência. A oferta de publicações já esgotadas ou de títulos que não são muito procurados pode ser um diferencial na disputa de mercado em meio à ampla concorrência. Além disso, a distribuição pode ser feita em qualquer lugar do mundo, aproximando os conhecimentos produzidos em diferentes países.

As vantagens da impressão sob demanda

A principal característica da POD é a segmentação. Ela é uma oportunidade para os autores independentes, pequenas editoras, universidades, professores, profissionais liberais, empresas e ONGs que não possuem muita visibilidade divulgarem o seu trabalho. Com o procedimento, é possível fazer uma encomenda pessoal e distribuí-la por conta própria.

O processo é recomendável para pequenas tiragens – de até 100 exemplares – e tem rápido prazo de entrega, já que é feito através da tecnologia digital e dispensa algumas afinações de máquinas, exigidas na *offset*. Além da rapidez, ele facilita a troca das informações presentes nos impressos, quando for necessário. Então, o descarte de documentos que contêm informações obsoletas é evitado, pois torna-se muito simples e barato modificar e personalizar os dados dos impressos, como os preços de catálogos e *folders* ou nomes em convites.



©Stock.com/Juan Morino



O diretor da ANConsulting, Hamilton Terni Costa, destaca que a rentabilidade da impressão sob demanda é muito boa: “O lucro costuma ser maior do que o tradicional, porque é oferecido um serviço personalizado para cada cliente. Ele escolhe o que vai querer imprimir e para quando necessita do produto. É uma valorização do consumidor e ele gosta desse poder de decisão na hora da compra”.

Os desafios para a implantação do modelo

Conforme Costa, para as gráficas adotarem o serviço de impressão sob demanda é necessário que as mudanças ocorram em três polos: “É preciso alterar o modelo de definições de negócios, a tecnologia e a abordagem comercial”. O consultor comenta que uma das principais dificuldades das empresas é alterar a cultura e a mentalidade dos gestores e colaboradores. Ele observa que muitas empresas tentam implantar o modelo, mas como não focam no segmento enfrentam problemas. “A maioria não sabe vender a POD, não tem preparação e trata o serviço como um complemento. Assim, a novidade não trará o retorno desejado, porque se as pessoas não têm conhecimento do que pode ser oferecido, então elas irão procurar o que já conhecem, como o *offset*”, afirma o consultor.

O desafio é elaborar uma venda diferenciada, que estimule a demanda. O poder de escolha dos clientes e a velocidade do método devem ser o mote para as vendas. Se o comprador se sentir especial, ele retornará à gráfica para outros pedidos. Além disso, se os vendedores conseguirem conhecer e captar as necessidades dos clientes, ele poderá oferecer “algo mais”

e sugerir impressos que possam ajudar o seu público. “Ter um posicionamento estratégico, vender a solução e apostar na fidelização da clientela é fundamental”, expõe Costa.

A experiência das gráficas rápidas

No Rio Grande do Sul já existem gráficas rápidas que investem na impressão sob demanda. O diretor da Print Paper Editora Gráfica, de Porto Alegre, Arthur Adalberto Schabbach, assegura que a rentabilidade do processo é muito boa, porque agrega valor ao produto gráfico e evita os desperdícios. Ele também relata que os clientes da gráfica são atraídos pela velocidade na entrega: “Na maioria dos casos, nós conseguimos entregar na hora, mas quando não é possível, levamos no máximo 24 horas para concluir o pedido”. Schabbach diz que os principais cuidados para quem trabalha com POD deve ser em relação à manutenção dos equipamentos, que precisam estar alojados em um local e em uma temperatura adequada.

A Overprint Indústria Gráfica também disponibiliza o serviço na capital gaúcha. Sócio-gerente da empresa, Paulo Gasperini conta que para a POD são utilizadas máquinas de impressão digital com laser e alguns modelos têm acoplados módulos de acabamento de dobra, grampo e *refile*. Em relação ao tipo de público que procura o método, o diretor afirma que é bastante variado: “Agências de publicidade

usam bastante, mas é crescente o número de clientes finais optando pelo digital. Muitas vezes são relatórios de diretorias, com tiragens pequenas, que serão apresentados em reuniões, mas que agradam muito, por ter uma qualidade de impressão boa”.

O proprietário da Print Press Indústria Gráfica, Carlos Evandro Alves da Silva, destaca que o público está começando a ter preferência pela POD por ser mais rápida e apresentar uma qualidade cada vez mais superior, muitas vezes igualando-se ao *offset*. No entanto, ele afirma que as questões financeiras e a falta de conhecimento são dificuldades comuns para a implantação do modelo em mais gráficas: “As máquinas são caras e os funcionários não sabem operá-las. Então, isso acarreta em um investimento a longo prazo, o que pode ser perigoso em tempos de crise”.

Todas as ideias inovadoras precisam ser estudadas antes de serem implantadas nas empresas. Cada instituição tem uma logística interna diferente, logo é importante averiguar o capital disponível para investimentos e o tempo para obter os lucros. Não restam dúvidas de que o futuro será cada vez mais digital e que os compradores buscarão um atendimento voltado para as suas necessidades. As gráficas, para continuarem a estar presentes na vida das pessoas em todos os momentos, necessitam realizar pesquisas de mercado a fim de acompanhar a revolução dos meios e tratar cada cliente e impresso como se fosse único.



Tudo é uma troca

Saber quando e como negociar em uma empresa é fundamental e precisa ser cada vez mais explorado pelos empreendedores

Fazer negócios é fazer negociações. Por consequência, não se conduz uma empresa sem estar disposto a negociar. Ser um empresário de sucesso significa obter o máximo aproveitamento da empresa, com o mínimo de custos possíveis, e a negociação é um dos caminhos que o farão chegar lá. No livro *Como chegar ao sim – A negociação de acordos sem concessões*, os autores Roger Fisher, William Ury e Bruce Patton dizem que a negociação é inerente ao ser humano. Todos realizam essa prática de alguma forma todos os dias. Segundo os escritores, a negociação é o meio de conseguir algo com outra pessoa, uma comunicação bidirecional para chegar a um acordo, ao passo que as partes têm interesses em comum ou opostos.

Para os especialistas, o conflito seria uma indústria em crescimento, onde todos querem participar das decisões que os afetam, e aceitam cada vez menos decisões impostas por outros. E essa atitude se reflete no meio empresarial, onde o diálogo entre o empreendedor e o colaborador é primordial para o bom andamento dos negócios. Já o consultor em gestão de negócios Eduardo Ferraz acredita que um empreendedor deve estar habituado e pronto para negociar o tempo todo. Engana-se quem acredita que os empresários de pequenas e médias empresas não têm tantas barganhas a serem feitas. Ferraz alega que os maiores negociadores são os empreendedores de

pequeno porte, uma vez que o contato com os fornecedores, colaboradores e clientes fica quase todo sob a sua responsabilidade. Isso gera a necessidade constante de negociação, fazendo com que o empresário desenvolva cada vez mais as suas habilidades de mediação. E esse domínio na hora da comunicação ajuda a pequena empresa a crescer cada vez mais, pois com as interações fluindo bem compra-se melhor, ao mesmo tempo que se vende de forma mais eficaz, contrata-se melhor, e se lucra cada vez mais.

Segundo o consultor, saber negociar é o principal ingrediente para o sucesso de uma empresa. A aptidão impulsiona o empreendedorismo do empresário: quem melhora as relações de barganha nas suas relações amplia também o seu *networking*, torna-se parceiro de outros empreendedores, o que causa um aumento considerável nas transações de mercado. Com o colaborador tendo os seus pedidos atendidos e se comprometendo a cumprir com as delegações do empresário, o ambiente de trabalho se torna mais produtivo e menos dispendioso, assim como a empresa que lucra mais do que gasta.

Contudo, é importante observar as relações de barganha entre colaboradores e empresários. O funcionário deve ser dedicado e o empreendedor compreensivo para que as mediações ocorram de forma segura e tranquila. Cada um deve respeitar os seus limites, exercendo o uso dos seus direitos e deveres em cada posição. “O empresário deve estar sempre em negociação com o seu colaborador, em troca de turnos, batida de metas e novas promoções. Tudo é aceitável para a barganha, mas se deve lembrar o que é uma determinação e o que está aberto para discussão. São situações diferentes”, afirma Ferraz.

Toda relação de negociação significa trocas. Ambos devem ceder para ganhar, mas é importante ter um plano para casos onde a barganha pesa para o lado da empresa. “Devem-se calcular os riscos e as probabilidades de ganho e perda, antes de entrar nela. O melhor é sair dela quando as perdas ainda se mostram mínimas.”

Dicas de negociação para empreendedores

Confira algumas dicas do consultor Eduardo Ferraz para potencializar e desenvolver habilidades em negociação:

Preparo: pequenos e médios empresários devem estar preparados para dominar as técnicas básicas de negociação. Do contrário, podem se deixar levar por emoções e agir sem objetivos claros

Alternativas: ter mais opções antes de entrar numa negociação incerta é fundamental

Metas: devem ser pautadas pelo ideal e pelo mínimo aceitável. A distância entre

esses dois conceitos é o que dá margem para negociação, e quanto mais ampla for maior será a sua flexibilidade de barganha

Lidando com conflitos: a aversão a conflitos é a principal razão para empreendedores fugirem de negociações. A solução é já idealizar soluções para eventuais rupturas antes mesmo de a negociação começar

Perder faz parte: negociar bem não quer dizer ganhar sempre, mas sim chegar a acordos vantajosos para ambos. Perder alguns negócios faz parte do mundo empresarial

Declaração de planejamento tributário

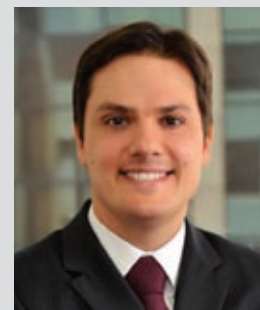
No último dia 22 de julho, foi editada a medida provisória nº 685/2015, que, dentre as principais disposições, instituiu a Declaração de Planejamento Tributário (Deplat). Por meio dela, o contribuinte deverá apresentar, até 30 de setembro de cada ano, declaração à Receita Federal do conjunto de operações realizadas que envolvam atos ou negócios jurídicos que acarretem supressão, redução ou diferimento de tributo, sempre que: 1) os atos ou negócios jurídicos praticados não possuírem razões extratributárias relevantes; 2) a forma adotada não for usual, utilizar-se de negócio jurídico indireto ou contiver cláusula que desnature, ainda que parcialmente, os efeitos de um contrato típico; ou 3) tratar de atos ou negócios jurídicos específicos previstos em ato da Secretaria da Receita Federal do Brasil.

Caso o contribuinte apresente declaração que relate atos ou negócios jurídicos ainda não ocorridos a declaração será tratada como consulta à legislação tributária, que será respon-

dida pela Receita Federal, recorrendo qual o tratamento tributário que deverá ser aplicado ao caso consultado.

A Receita Federal analisará as declarações, e se não reconhecer, para fins tributários, as operações realizadas, intimará o sujeito passivo para recolher ou parcelar, no prazo de 30 dias, os tributos acrescidos apenas de juros de mora, não incidindo a penalidade de multa – esse tratamento, todavia, não se aplica às operações que estejam sob procedimento de fiscalização no momento da apresentação da declaração.

A Deplat será ineficaz quando: 1) apresentada por quem não for o sujeito passivo das obrigações tributárias, eventualmente resultantes das operações referentes aos atos ou negócios jurídicos declarados; 2) omissa em relação a dados essenciais para a compreensão do ato ou negócio jurídico; 3) contiver hipótese de falsidade material ou ideológica; e 4) envolver interposição fraudulenta de pessoas.



Daniel Rodrigues/Divulgação Rossi

EDUARDO PLASTINA
Advogado tributarista

Observe-se que, uma vez configurada uma das hipóteses de declaração obrigatória, o descumprimento da apresentação da declaração ou a sua entrega com omissão relativamente a dados essenciais, falsidade material ou ideológica ou interposição fraudulenta de pessoas configurará “omissão dolosa do sujeito passivo com intuito de sonegação ou fraude”. Os tributos devidos serão cobrados acrescidos de juros de mora e de multa de 150%.

Frise-se, por fim, que a forma, as características e as condições da declaração estão pendentes de regulamentação pela Receita Federal (RFB) e pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Pronto, tá na mão!

Na hora de terceirizar seus trabalhos, confie na logística e no atendimento diferenciado da Impressos RS e conte com a experiência de quem imprime qualidade há 25 anos.

impressos RS
A SUA GRÁFICA ONLINE

www.impressors.com.br

ANS terá nova sede em Porto Alegre

Para expandir os negócios e ampliar a capacidade de atendimento aos clientes, a Gráfica ANS, de Porto Alegre, abrirá uma nova sede, em março de 2016. A unidade será na avenida Dona Teodora, no bairro Humaitá, na capital gaúcha. A inauguração do novo espaço contará com um coquetel para clientes, amigos e parceiros.

Segundo o gerente de Qualidade da gráfica, José Maria Wilke Salvador, a nova sede mais que dobrará o potencial de produção da empresa, que a cada ano atende a mais pessoas: “O aumento da demanda dos consumidores por impressos sinalizou que as instalações físicas que tínhamos se tornariam insuficientes. Decidimos ampliar o es-



Divulgação/Gráfica ANS

paço para não deixarmos de oferecer os melhores serviços aos nossos clientes”.

No mercado desde 1996, a ANS trabalha com impressão *offset* e digital. “A expansão reflete o sucesso de um trabalho bem-feito, consequência de uma equipe valorizada e de um planejamento estratégico adequado”, concluiu Salvador.

Cartonagem Hega está de casa nova

A Cartonagem Hega, de Porto Alegre, mudou de sede em maio. A nova casa da empresa



Divulgação/Cartonagem Hega

(Av. A. J. Renner, bairro Humaitá) conta com 2,5 mil m² de área total, sendo 1,3 mil m² de área construída com *showroom* e estacionamento com dez vagas para clientes. “Precisávamos de um espaço maior que acompanhasse o crescimento da empresa no último ano”, ressalta o diretor, Albert Feser. Ele acredita que a nova sede trará “bons ventos” à gráfica. “Os clientes dizem que o atendimento e até a entrega melhoraram. Acreditamos em uma melhora de mercado.”

Participe!

Gráficas filiadas e associadas adimplentes ao Sindigraf-RS e à Abigraf-RS podem divulgar novidades no Sindigraf Notícias e nas mídias sociais pelo e-mail sindigraf@tematica-rs.com.br.

DICA DE LEITURA



Divulgação/Editora MBooks

Como a produção gráfica mudou o mundo

O livro *História da Escrita, do Papel, da Gravura e da Imprensa – 4 pequenas histórias que juntas mudaram o mundo*, de Fabio Mestriner, lançado pela editora M.Books em 2014, conta como estes itens transformaram a humanidade. Durante o tempo escolar, aprende-se apenas a história da escrita e do papel, e apenas quem trabalha no meio gráfico acaba aprofundando esta trajetória do *design*. Nas 144 páginas da obra, os leitores são introduzidos à história da gravura e como ela lançou as bases do que seria a produção gráfica na atualidade. Passando por personagens épicos, como Cleópatra, e cenários únicos, como a China Imperial e a Mesopotâmia, o livro culmina na prensa de Gutenberg, onde todas as histórias apresentadas até ali se juntam para revolucionar o mundo.

AGENDA FISCAL – agosto de 2015

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 07/2015	3/8	Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	20/8
Salário	Folha de pagamento 07/2015	6/8	Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	20/8
FGTS	Folha de pagamento 07/2015	7/8	DCTF-Mensal	Mês 06/2015	21/8
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 07/2015	7/8	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 07/2015	21/8
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/8	ICMS – Substituição Tributária	Mês 06/2015	24/8
ISSQN	Prestação de Serviços 07/2015	10/8	IOF	2º decênio 08/2015	25/8
ICMS – Comércio Categ. Geral	Vendas 07/2015	12/8	Cofins	Faturamento 07/2015	25/8
GIA Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 07/2015	12/8	PIS	Faturamento 07/2015	25/8
IOF	1º decênio 08/2015	13/8	Quota IRPF	4ª quota IRPF	31/8
EFD – PIS/Cofins /INSS	Mês 06/2015	14/8	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 07/2015	31/8
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	17/8	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 07/2015	31/8
Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Período: de 01/07 a 31/07/2015	20/8	Parcelamento lei 12.996	Parcela 07/2015	31/8
Simei	Faturamento 07/2015	20/8	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 07/2015	31/8
Simples Nacional	Faturamento 07/2015	20/8	Sindigraf-RS	Bimestral	31/8
Previdência Social	Folha de pagamento 07/2015	20/8	Refis/Paes/lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	31/8
ICMS - Diferença de Alíquota	Mês 06/2015	20/8	GIA-SN	Todos os contribuintes do Simples	31/8
Imp. de Renda na Fonte	Mês 07/2015	20/8			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla



Como organizar o seu local de trabalho

A falta de organização no ambiente de trabalho pode prejudicar o bom andamento das atividades a serem realizadas. Isso porque, muitas vezes, as pessoas demoram para achar os objetos que necessitam, não conseguem estabelecer prioridades entre tantos documentos ou perdem compromissos pelo excesso de anotações. Veja algumas dicas para melhorar a organização do seu local de trabalho:



©Stock.com/Bernarda SV

-  **1** Para ter uma arrumação mais efetiva, organize tudo de uma vez. O plano de arrumar um pouco por dia não funciona, porque você não consegue eliminar toda a bagunça e aos poucos vai desorganizando o que já estava arrumado. É importante escolher um dia para organizar, porque o impacto visual será maior e motivará a manutenção da limpeza do ambiente.
-  **2** No momento de arrumar a sua sala, tire tudo do lugar. Assim, será mais fácil visualizar todos os produtos que estão no local e não haverá preguiça de descartá-los. Já estará tudo fora de ordem, logo o trabalho de guardar será o mesmo para descartar. Isto racionaliza a decisão.
-  **3** Descarte antes de guardar. O ideal é se desfazer de tudo o que você não deseja mais, antes de começar a pensar onde vai guardar os objetos que restarem. É preciso ter um momento para o descarte, pensando no que realmente não será mais utilizado.
-  **4** Guarde todos os objetos do mesmo tipo em um único lugar. O segredo de um ambiente organizado é buscar a simplicidade máxima na arrumação, de tal forma que baste uma olhada para que você consiga ver o que tem.
-  **5** Não empilhe objetos. É melhor organizar os itens na vertical, enfileirados um no lado do outro. Assim, você terá a noção do espaço que está ocupando e terá todos os papéis necessários à disposição, já que eles não ficarão embaixo de uma pilha.



DESIGN INOVADOR E FUNCIONAL

A busca por um *design* mais inovador e funcional é um dos fatores preponderantes de quem procura os serviços de uma gráfica. Ao desenvolver a arte que vai levar e identificar visualmente o seu produto, é importante seguir alguns passos:

1

O *design* funcional não segue modismos. O *designer* pode se basear em tendências de correntes gráficas atuais, mas a arte deve ser desenvolvida a partir de uma ideia atemporal para não ficar 'fora de moda' depois de algum tempo.

2

Buscar soluções para problemas. Um *design*, para ser funcional, não deve apresentar nenhum tipo de problema estrutural. Deve ser claro, informativo e sempre buscar solucionar eventuais problemas anteriores de arte.

3

Inovar é buscar práticas antigas. Formular uma arte significa, além de buscar inspiração nas tendências modernas, também procurar métodos antigos e tradicionais, seja de desenho, como de produção e até de impressão.

4

Menos é mais. A dica mais importante para um *design* inovador e funcional: os excessos dificilmente serão agradáveis aos olhos ou altamente funcionais. Uma arte ideal deve tentar ser sempre mais limpa e de fácil compreensão.

5

Possibilidades técnicas? Nem todas. Com todas as possibilidades de impressão desenvolvidas para a produção gráfica, é fácil se sentir tentado a usar todos os recursos disponíveis. Mas isso não significa que ficará bonito ou sequer funcional, então cuidado com as opções escolhidas e com a harmonia entre elas.

6

A informação é o foco. De nada adianta ter o *design* mais lindo, com ideias geniais e inovadoras, se não se entende a informação que quer comunicar. Por isso, a prioridade é sempre o que a empresa quer dizer com a peça, e, a partir disso, se cria o *design* para ornamentar o material.

