

ESPECIAL

Sindigraf-RS contribui para a qualificação do setor gráfico



Para incentivar o desenvolvimento da indústria gráfica gaúcha, o Sindigraf-RS preparou uma agenda recheada de programações em 2016. O objetivo é qualificar cada vez mais a gestão das empresas do setor, atendendo a algumas demandas apontadas por suas filiadas e associadas. Cursos, seminários, palestras, consultorias e encontros empresariais são algumas ações previstas para o 1º semestre do ano.

A abertura das atividades ocorrerá no dia 3 de março, às 18h30, na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre, com o *talk-show* motivacional dos consultores Carla Galo e Carlos Gonzaga, além do lançamento do novo sistema da Zênite. No mesmo mês haverá ainda a primeira edição da série de capacitações, em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Encontros Empresariais – Conversa com o Presidente e o lançamento do projeto *Na medida*, em parceria com o Sebrae-RS.

ENTREVISTA

PÁGINA

3

Como manter um bom relacionamento e desenvolver novos talentos são alguns temas abordados por Carla Galo

AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

10

Prospectar novos clientes, assim como fidelizá-los, é fundamental para o sucesso do negócio, inclusive em tempos de crise



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

Manter-se atualizado sobre as novidades do mercado, novas tecnologias e oportunidades é fundamental para a gestão de qualquer empresa. Fala-se muito também da necessidade de inovar constantemente, a ponto de reinventar o próprio negócio. Em mais um ano de crise, devemos nos diferenciar dos demais, apostando no bom atendimento e na qualidade de produtos e serviços, além da própria equipe. Pensando nisso, o Sindigraf-RS mais uma vez investe em uma série de formações para auxiliar os empresários gráficos gaúchos a se manterem competitivos no mercado.

A reportagem especial desta edição detalha as principais ações que a entidade está preparando neste primeiro semestre de 2016 para contribuir com os colegas e suas equipes de trabalho. São cursos voltados à área técnica, em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), encontros empresariais para bate-papo dos empresários com o presidente e outros profissionais sobre o setor, capacitações diversas em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-RS), além de consultas, palestras e seminários de gestão. Mas para que tudo isso se torne viável é necessário que todos estejam juntos, buscando alternativas para enfrentar esse momento

difícil da economia brasileira, inclusive no Rio Grande do Sul.

A abertura das atividades ocorrerá no dia 3 de março, às 18h30, na Fundação Gaúcha de Bancos Sociais, em Porto Alegre, com o *talk-show* motivacional dos consultores Carla Galo e Carlos Gonzaga, além do lançamento do novo sistema da Zênite. No mesmo mês haverá ainda a primeira edição da série de capacitações do sindicato, ministradas pela ABTG, os Encontros Empresariais – Conversa com o Presidente e o lançamento do projeto *Na Medida*, em conjunto com o Sebrae-RS.

Nossa parceria de longa data com a Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), faz com que ajudemos as diversas frentes em que ela atua. Seguindo a série de reportagens que fazemos sobre a instituição, desde o ano passado, apresentamos neste mês o belo trabalho desenvolvido pelo Banco de Vestuários. O grupo de voluntários faz a arrecadação de materiais têxteis para a customização de roupas, bolsas e acessórios, e doa também outros produtos para entidades sociais (veja mais na página 12).

Além dos já tradicionais cursos do sindicato, teremos ainda a atuação do Sebrae-RS na qualificação de nossas empresas. O projeto-piloto será realizado com gráficas de Porto Alegre e Região Metropolitana, enquadradas

no Simples Nacional, ampliando as opções de cursos nas áreas de gestão financeira, *marketing* e vendas. Denominada *Na Medida*, a iniciativa será apresentada no dia 22 de março, durante palestra de sensibilização no sindicato. Além disso, o consultor Thomaz Caspary percorrerá diversas regiões do nosso Estado com o seminário *Gestão de vendas e custos*. Quem quiser contatá-lo para esclarecer dúvidas sobre estes e outros temas relacionados pode enviar suas perguntas para o e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br. O serviço de consultas, que também abrange as áreas tributária, trabalhista e cível, com profissionais correspondentes, é gratuito para empresas filiadas e associadas adimplentes ao Sindigraf-RS (outros detalhes nas páginas 8 e 9).

Das seis edições dos Encontros Empresariais – Conversa com o Presidente, previstas para março, por exemplo, apenas a da região do Vale do Taquari/Rio Pardo já está com inscrições abertas. As demais ainda dependem do trabalho dos delegados regionais em sua organização. Quero deixar bem claro que os encontros somente serão realizados se houver a inscrição mínima de pelo menos 15% das empresas sediadas em cada região, justificando, assim, o investimento do sindicato. Sem participação não há união! Contamos com todos os empresários para que as programações sejam 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: Amanda Kaster; Cláudia Boff e Nathália Cardoso

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Ilustração de Capa: ©iStock.com/Artem Furman

Pré-impressão – CtP e Impressão:

Gráfica ANS

Tiragem: 2.000 exemplares



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

Cursos do IEL passam a ter reembolso do Sindigraf-RS

Ampliando as opções de qualificações aos empresários gráficos, a partir de 2016 o Sindigraf-RS passa a reembolsar parte dos cursos do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). O valor do benefício é de 70% para empresas associadas, e para as filiadas a cota de retorno fica em 40%.

A agenda de programações do IEL começa no dia 3 de março, com a palestra *Valorização e incentivo à inovação*, ministrada pelo consultor Moysés Sinantob, juntamente ao lançamento do Programa de Capacitação Empresarial IEL. O evento acontecerá no Hotel Villa Vergueiro, em Passo Fundo (R. Lava Pés, 1000), a partir das 14 horas, e apresentará cases de organizações que utilizam a inovação como fator de desenvolvimento. No dia 15 do mesmo mês, será realizada a palestra *Insights para uma visão de futu-*

ro, às 14 horas, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8787). A atividade será ministrada por um representante da escola sueca de inovação digital Hyper Island.

Os descontos da nova parceria entre as entidades podem ser aproveitados no curso *Governança para pequenas empresas: o desafio do crescimento organizado, proteção patrimonial e sucessão*. A capacitação ocorrerá de 18 de março a 30 de abril na sede do Sindimetal, em São Leopoldo (R. José Bonifácio, 204). Durante a carga horária de 40 horas serão abordados o atual momento econômico do país e como as pequenas empresas podem utilizar boas práticas para vencer os desafios. O investimento é de R\$ 500 por inscrição, sendo limitado a dois participantes por empresa. Mais informações em www.ielrs.org.br/pt-br ou pelo telefone (51) 3347-8960.

Março é o “mês vermelho” dos empresários gráficos

Devido à proximidade da data-base da categoria (1º de abril), os empresários da indústria gráfica gaúcha devem evitar demissões desnecessárias. Nos 30 dias que precedem a data, há multa adicional em rescisões de contratados do setor. Por isso, o mês de março é chamado de “mês vermelho”, já que os colabo-

radores dispensados sem justa causa têm o direito de receber um valor equivalente a um salário mensal como indenização.

É necessário estar atento também ao aviso prévio, que pode variar de 30 a 90 dias, dependendo do tempo de serviço prestado pelo trabalhador.

Sindigraf-RS não fará caravana

Com base nas programações da Expoprint Digital 2015, que ocorreu de 18 a 21 de março, em São Paulo, as diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS decidiu não realizar uma nova caravana para o evento. A edição deste ano da

feira, que é considerada a principal em impressão digital no mercado gráfico latino-americano, acontecerá de 6 a 9 de abril, no Pavilhão Branco da Expo Center Norte, na capital paulista. Mais informações em www.expoprintdigital.com.br.

7 Fevereiro

Dia do Trabalhador Gráfico

3 Março

Palestra Quando pensar em desistir, pense no porquê você começou! – Carla Galo e Carlos Gonzaga

Lançamento do GE, novo sistema Zênite

Local: Fundação dos Bancos Sociais, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

4 Março

Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente

Local: Aquarius Hotel, Santa Cruz do Sul (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

12 Março

Curso Venda eficiente: preparando a sua empresa para a nova realidade da indústria gráfica – ABTG

Local: Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

22 Março

Palestra de Sensibilização – Parceria Sebrae-RS

Local: Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

4, 11, 18 e 25 Abril

Curso Gestão financeira – Parceria Sebrae-RS

Local: Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

6 a 9 Abril

Fespa Brasil 2016/Expoprint Digital e Brasil Label 2016

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: APS Feiras

Informações: www.fespabrazil.com.br e www.brasillabel.com.br

7 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

Local: Porto Alegre

Promoção: Sindigraf-RS

9 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

Local: região Noroeste/Missões

Promoção: Sindigraf-RS

30 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

Local: região Centro-Oeste

Promoção: Sindigraf-RS

Acompanhe as novidades no site www.sindigraf-rs.com.br e nas páginas do Sindigraf-RS no Facebook e no Twitter.



Sindigraf-RS amplia benefício em cursos do CEP Senai

A partir deste ano, o retorno do investimento em cursos do Centro de Educação Profissional (CEP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso para empresas do setor distantes até 100 km de Porto Alegre está maior! A nova tabela de reembolso, oferecido pelo Sindigraf-RS, prevê a restituição de 50% do valor pago na inscrição, no caso das associadas, e 35%, se forem filiadas. De 101 a 300 km da capital gaúcha, as associadas recebem de volta 70% do investimento e as filiadas, 55%. Se a distância for mais de 300 km, o ressarcimento é de 90% às associadas e 75% às filiadas.

A concessão do reembolso somente é realizada a empresas que estejam em dia com as contribuições devidas ao sindicato. Gráficas que possuem até 10 colaboradores

podem pedir ressarcimento do valor para até três participantes por curso, de 11 a 30 colaboradores, até 6 pessoas, e acima de 30, para 9 participantes. O valor será ressarcido após o término da capacitação, mediante apresentação do certificado de conclusão do curso e o recibo de pagamento.

Já está confirmada a realização dos seguintes cursos na área gráfica em 2016: *Básico em impressão offset monocolor, Impressão offset seleção de cores, Matriz serigráfica, Impressão serigráfica têxtil e Tecnologia de impressão flexográfica banda estreita*. Outros treinamentos oferecidos são de manipulação digital de imagens: *Corel Draw, Photoshop e Tratamento de imagem com Photoshop*. Todas as atividades têm en-



tre 30 e 50 horas-aula e são realizados na sede do CEP Senai, em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8450). Mais informações pelo número (51) 3347-8421 ou e-mail secretaria.grafica@senairs.org.br.

Sesi-RS oferece consultoria em ergonomia do trabalho

Para acompanhar as exigências da Norma Regulamentadora 17 (NR-17) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), o



Serviço Social da Indústria do Rio Grande do Sul (Sesi-RS) oferece uma equipe especializada de consultoria sobre ergonomia no trabalho. Com o objetivo de tornar o desempenho mais eficiente, confortável, seguro e saudável, os profissionais realizam a análise ergonômica do trabalho (AET) para a avaliação do ambiente e das condições para realização das atividades. O programa busca adequar o mobiliário, equipamentos e logística às características psicofisiológicas do colaborador, auxiliando a empresa na tomada de decisões em relação às melhorias necessárias, identificando as condições ergonômicas existentes nos postos de trabalho.

Após a avaliação da AET, que envolve uma equipe multidisciplinar com profissionais especializados, a empresa recebe um relatório com

o diagnóstico realizado. Nele, há as características relacionadas ao ambiente ou processo de trabalho analisado, identificando os pontos que merecem atenção e apresentando sugestões de adequação ou ajustes. A partir da análise do ambiente e da organização do trabalho, será proposto um plano de ação que contribui para o conforto e a produtividade.

Para a execução prática do plano de ação, o Sesi-RS oferece uma assessoria específica para capacitação e instalação do Comitê de Ergonomia (Coergo) e para implantação do Sistema de Gestão em Ergonomia. Para mais informações, basta entrar em contato com o Sesi da sua região, acessar o site www.sesirs.org.br ou ligar para a central de relacionamento pelo número 0800 51 8555.

O DIA A DIA DO PRESIDENTE

12 Janeiro

15h30 às 17h30 – Reunião do Copemi da Fiergs – GT da Média Indústria (Porto Alegre)

12, 19 e 26 Janeiro

18h às 20h – Reunião de diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

13 Janeiro

Reunião com o Conselho Consultivo, composto pelos ex-presidentes do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS: Marco Aurélio Vieira Paradedda, Carlos Evandro Alves da Silva, Murilo Lima Trindade e Paulo Roberto Borgatti Coutinho (Porto Alegre)

AGENDA DO PRESIDENTE

16 e 23 Fevereiro

Reuniões de diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

1º, 8, 19, 22 e 29 Março

Reuniões de diretoria da Fiergs (Porto Alegre)

1º Março

Reunião do Copemi da Fiergs (Porto Alegre)

4 Março

Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente (Aquarius Hotel, Santa Cruz do Sul)

10 Março

Reunião da diretoria executiva da Abigraf Nacional – Abigraf-PR (Fiepr, Curitiba)

Região Sul se fará presente na Drupa 2016

Os empresários gráficos gaúchos podem integrar a Missão Alemanha Drupa 2016. A caravana da região Sul do país, organizada pelos sindicatos e associações gráficas locais, ocorrerá de 29 de maio a 6 de junho. Neste ano, a feira internacional de mídia e indústria gráfica, publicações e papel, Drupa, acontecerá de 31 de maio a 10 de junho, em Düsseldorf, na Alemanha.

Em parceria com a Federação das Indústrias de Santa Catarina (Fiesc), a Abigraf-SC oferece pacotes especiais de viagem para empresas filiadas e associadas às Abigraf RS, SC e PR e dos sindicatos estaduais. O grupo partirá de Florianópolis (SC) no dia 29 de março, com chegada prevista em Düsseldorf no dia seguinte.

Há opções de apartamento duplo ou single, nos valores de 2.310 euros e 2.690 euros, respectivamente, mais taxas por pessoa. O pacote inclui as passagens aéreas de ida e volta, seis diárias de hospedagem com café da manhã, visitas técnicas às fábricas alemãs Wiesloch e Heidelberg, ingressos para quatro dias de visita à Drupa e intérprete alemão/português para todos os dias de feira. As vagas são limitadas, com inscrições realizadas mediante disponibilidade através da agência BM Viagens. Contatos pelo telefone (51) 3029-8834.



**Prêmio
Qualidade RS
PGQP 2016**

Estão abertas as inscrições para o Prêmio Qualidade RS

As inscrições para concorrer à 21ª edição do Prêmio Qualidade RS já estão abertas. Promovido pelo Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP), o concurso foi criado em 1996 para incentivar e valorizar as organizações gaúchas que mais se destacam no seu sistema de gestão. O reconhecimento é alcançado nas seguintes categorias: Medalha Bronze e Troféus Bronze, Prata, Ouro e Diamante. Empresas interessadas devem se inscrever pelo site até 10 de fevereiro.

Para concorrer, as organizações precisam participar do PGQP, além de elaborar o relatório da gestão que será avaliado por uma equipe de voluntários treinados e julgado por uma banca de profissionais com experiência em gestão da qualidade. É recomendado, mas não obrigatório, ter participado das três etapas do Sistema de Avaliação da Gestão: treinamento, autoavaliação e avaliação externa. A entrega dos prêmios acontece em julho, em cerimônia realizada na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre. Mais informações em www.portalqualidade.com.pgqp/pgqs ou pelo telefone (51) 3216-8800.

ENTREVISTA

CARLA GALO / Palestrante comportamental e motivacional

Palestrante comportamental e motivacional, Carla Galo atua neste mercado há 26 anos. Especialista em desenvolvimento de Talentos Humanos, Gestão de Negócios Sustentáveis e Endomarketing, utiliza a interatividade como metodologia didática em palestras no Brasil.



Arquivo pessoal

As perspectivas da economia brasileira neste ano não são as melhores. Como a indústria gráfica pode virar esse jogo?

CARLA GALO Não somente a indústria gráfica, mas todos os setores, incluindo a minha atividade, precisam ser criativos. É preciso controlar o estresse e a pressão deste momento e enxergar as oportunidades, pois ainda existem crises dentro da crise, como problemas de saúde e conflitos que acabam se agravando diante da pressão. É necessário manter três coisas para sobreviver a estas situações: a mente aberta, atenta às possibilidades; a espinha ereta, ou seja, cuidar da saúde, já que a pressão tende a nos fragilizar física e emocionalmente, e por fim, o coração tranquilo, acreditar que existe saída e buscar apoio. A chave para atravessar uma tempestade é buscar parcerias. Um sindicato forte une o movimento gráfico e o ajuda a lutar contra estas rasteiras fiscais. É hora de ver que toda a indústria gráfica é parceira e não concorrente.

Como o trabalho de *coaching* pessoal do empresário pode melhorar sua relação com a sua equipe?

CARLA Consultores, *coaching* e mentores são bem-vindos, pois chegam com um olhar de fora para dentro. Acredito que quando não conseguimos enxergar uma saída devemos buscar uma assessoria. Pessoalmente, gosto muito do formato de mentor. Ele pode ser um empresário gráfico que está a mais tempo no mercado, que tenha até mesmo falido e se levantado, que tenha enfrentado outras crises e superado. Quanto a relação do empresário com a equipe, uma boa consultoria de Recursos Humanos cumpre esse papel. O importante é todos estarem focados em fazer mais com menos, em minimizar conflitos e maximizar resultados.

Como motivar a equipe para vestir a camisa e dar seu melhor?

CARLA A motivação é um exercício diário. Quando a equipe percebe que seu trabalho é valorizado e que tem um emprego num momento de aumento do desemprego, ele automaticamente se envolve com o que faz. É necessário gerar envolvimento para que os funcionários sejam motivados.

Como o empresário pode ajudar a promover o desenvolvimento de talentos de funcionários que já estão na sua equipe?

CARLA Eu costumo dizer que para promover o desenvolvimento é preciso muito "CHÁ". O empresário deve investir em treinamento para estimular o Conhecimento, trabalhando as Habilidades e estimulando as Atitudes. Neste sentido, instituições como o Sindigraf-RS têm um papel importante, pois oferecem capacitação e desenvolvimento de maneira contínua para sua base de atuação.



Praticidade e exclusividade são tendências de 2016

Impressão com tintas metalizadas, embalagens diferenciadas e peças criadas para cada nicho estão em alta no mercado gráfico

O setor gráfico sempre trabalhou com projetos exclusivos, colocando no papel as ideias e desejos de seus clientes.

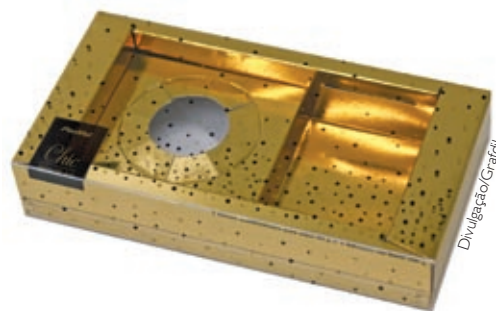
Mais do que fazer projetos únicos, as gráficas estão indo ao encontro de tendências em outros setores, oferecendo novos produtos a seus clientes e trazendo novidades para o mercado, em cores, formas e utilizações. No entanto, para trazer inovações não basta pensar somente em tecnologias como único recurso. Cada vez mais, os clientes estão em busca de opções que chamem a atenção do consumidor, solucionando problemas de armazenamento com a facilidade de uso no

seu dia a dia. Nos mercados de nicho, eles buscam produtos que satisfaçam suas necessidades em pronta-entrega, sem perder a exclusividade. De doces a cartões de presente, a mensagem é a mesma: é preciso estar na vitrine sem perder a simplicidade.

Praticidade é a chave

Os clientes estão mais atentos às utilidades das embalagens, e além da beleza, prezam pela praticidade do produto na hora de desenvolver sua estratégia de promoção. Este é o caso da Grafdil, de Dois Irmãos, que vem percebendo a substituição de produtos

comuns como PP (polipropileno) e PVC por caixas transparentes, em plástico, em peças de maior valor agregado. Aliado à beleza do produto final, as embalagens em transparência têm maior valor inicial de produção, já que a matéria-prima é mais cara, mas compensam na diminuição de perdas no ponto de venda para as empresas: “Se vamos compa-



rar uma caixa de PP e uma transparente, a última fica exposta, não havendo necessidade de violá-la para olhar como os produtos são por dentro. Algumas marcas enfrentam essa dificuldade, pois o cliente quer visualizar com as mãos. Assim não é preciso, pois os itens estão ali para que todos possam vê-los”, informa a gerente de vendas da gráfica, Angélica Bischoff Dutra. De acordo com ela, linhas de cosméticos, espumantes e cervejas têm apostado nesta tendência.

Além das embalagens, os materiais plásticos também têm sido utilizados para substituir o papel onde há necessidade de maior rigidez e resistência, como em tags para gôndolas de supermercado. Também na área promocional estes materiais possibilitam criação de displays, régua de gôndolas e os mais diversos itens para ampliar as formas de divulgação do produto do cliente com os mesmos materiais. A chave da atenção do consumidor é a funcionalidade, fazer mais com menos. “Nossos clientes estão buscando principalmente a praticidade. Eles querem peças com bom visual, que façam propaganda sozinha no ponto de venda, mas que tenham uma facilidade de uso. Um algo a mais, que destaque o produto deles, com um bom manejo”, afirma.

Desejos comuns, soluções diferenciadas

Já diz o ditado “o que os olhos não veem o coração não sente”. No caso dos produtos alimentícios, o desejo de consumir está diretamente ligado à sua exposição. Na Car-



tonagem Hega, de Porto Alegre, há caixas prontas para produtos *gourmet*, como *cupcakes*, brigadeiros, macarrons e churros. “Os clientes viram o que estava acontecendo em São Paulo, de onde vêm a maioria das tendências, e acabam procurando as mesmas soluções aqui”, aponta o diretor-executivo da empresa, Albert Feser. Foi criado um primeiro protótipo, adaptando uma caixa existente. A procura foi bem significativa, e então a empresa começou a pensar em outras soluções. “Fizemos enquetes com clientes e criamos um berço com ‘estética de presente’, que fosse simples mas tivesse uma cara especial. Depois, desenvolvemos uma tampa mais alta, feita de material plástico, para que ela exponha o produto sem tocar nele, não estragando a cobertura dos doces”, explica.

Um exemplo desses novos impressos, que já entrou na linha de produção da gráfica, são as embalagens prontas para a venda de ovos de colher. “Apesar de ser mais consumido em algumas datas específicas, como a Páscoa, há um público que trabalha com isso o ano todo. Fazemos em diferentes for-



matos, como o ‘coração de colher’, que vale também para o Dia das Mães e Namorados, entre outros. Com o tempo, fomos nos adaptando”, relata o empresário. Ainda que a Carbonagem Hega tenha a opção de produzir em materiais personalizados, a maioria dos clientes são artesões de doces, que produzem pequenas quantidades de cada vez. Eles compram as embalagens sem impressão e acabam decorando de forma própria. Assim, cada caixa fica individualizada, mesmo produzida em grande escala, sem onerar o pequeno produtor.

Destaque no ponto de venda

“Quando as pessoas querem dar destaque a algo, elas logo pensam em cores especiais, em UV, dourado e prateado”, diz a gerente da Grafdil, Angélica Dutra. De acordo com ela, a impressão em materiais metalizados tem sido muito utilizada para criar um efeito diferenciado no ponto de venda para chamar a atenção do consumidor. Produtos em embalagens metalizadas elevam a percepção de maior valor em relação a produtos concorrentes, e estão aparecendo em diversos segmentos de mercado. De livros a etiquetas de roupas, o simples efeito do metalizado pode ser o diferencial necessário para distinguir um produto e aumentar as vendas.

Segundo a profissional, normalmente é a própria gráfica que apresenta opções diferenciadas. “Poucos clientes chegam pedindo um material específico, seja por indicação ou vendo a concorrência, justamente para aproveitar a tecnologia que temos à disposição”, afirma. Dona de uma Impressora Genius com Tecnologia UV, a Grafdil aproveita as possibilidades técnicas da máquina para oferecer opções inovadoras, mas sem perder a visão da utilidade do produto. “Nossa tecno-

logia de impressão elimina alguns processos e a impressão fica mais fácil, com cores mais vibrantes até mesmo no branco, verniz fosco e contrastes, o que facilita a impressão até mesmo em letras pequenas, dando boa visibilidade para leitura”, explica.

Novas oportunidades

Com o mercado de nichos se expandindo, as empresas têm que estar atentas para as oportunidades que surgem de demandas já existentes. E, a partir delas, adiantar novas tendências e prover produtos que possam facilitar a venda para o consumidor final. É preciso inspirar-se e trazer novidades para que cada cliente sinta que seu impresso é único. “Queremos lançar uma peça nova por mês, não só na área de alimentos, também em outras embalagens, renovando nosso estoque e trazendo novidades para nossos clientes”, anuncia o diretor da Hega.

A Grafdil também faz planos para o futuro, com perspectiva de novas oportunidades a serem descobertas. “Faz dois anos que adquirimos nossa impressora mais moderna, inicialmente para impressão em plástico, e depois vimos que ela imprimia muito bem no metalizado. Ainda estamos descobrindo possibilidades de negócios. Atualmente, trabalhamos em novas tecnologias. Teremos novidades em breve sobre novos produtos”, conclui Angélica.



mais diversão
mais florestas plantadas

Você ♥ papel
Dá para entender

Você sabia que as empresas brasileiras produtoras de papel obtêm 100% da celulose a partir de florestas plantadas?

A área de florestas plantadas no Brasil equivale a 2,6 milhões de campos de futebol.**

Leia seu jornal favorito tranquilamente, pois o papel é feito de madeira natural e renovável.

Para descobrir fatos ambientais surpreendentes sobre a comunicação impressa e o papel, visite www.twosides.org.br

A comunicação impressa e o papel têm uma ótima história ambiental para contar



especial

Este ano promete grandes desafios para a economia.

Por isso, o Sindigraf-RS ampliou a sua oferta de capacitações em prol da indústria gráfica. Confira as primeiras formações de 2016 e programe-se desde já!

Formações em prol da indústria gráfica



Acreditando no grande potencial do setor, o Sindigraf-RS mais uma vez investe na formação constante dos empresários gráficos e de suas lideranças. Para atender às demandas de suas filiais e associadas, a entidade já está estruturando uma agenda repleta de atividades para deixar 2016 a todo vapor. A atual gestão do sindicato acredita que os desafios deste ano poderão ser superados apenas com muita união e representatividade do setor. Serão meses repletos de cursos, seminários, palestras e encontros empresariais, entre outras ações que buscam incentivar e transformar cada vez mais o conhecimento dos empresários, a fim de fomentar o crescimento da indústria gráfica gaúcha. A participação de todos é fundamental, por isso já garanta as suas vagas, inscrevendo-se nas atividades de interesse pelo site do Sindigraf-RS.

Talk-show e novo sistema Zênite

As programações serão abertas no dia 3 de março, às 18h30, na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre (Av. Francisco Silveira Bitencourt, 1928 – bairro Sarandi) com a palestra motivacional ministrada pelos consultores Carla Galo e Carlos Gonzaga. O *talk-show Quando pensar em desistir, pense no porquê você começou!* abordará diversos temas como inteligência emocional, psicologia positiva, superação, determinação, planejamento e foco. “Ele é baseado na importância da amizade, da força do amor no casamento, mostrando que quando chegamos a ser desacreditados, sempre podemos retomar. Será um momento de integração e força para fazer dos limões, fábricas de limonadas”, adianta a palestrante.

Na ocasião também será apresentado o novo sistema da Zênite para o setor gráfico, o GE. O gerente comercial João Alex conta que o novo programa é inovador e chega para auxiliar a indústria gráfica, em substituição ao Sistema GS: “O Sistema GE vem repleto de novos recursos que abrangem todo o sistema de impressão da gráfica”. O gerente diz ainda que o novo programa possui a interface de controle superior à versão anterior. “Mantemos um convênio com o Sindigraf-RS, no qual as empresas associadas ganham descontos na aquisição do nosso sistema”, completa. As inscrições para o evento podem ser feitas em www.sindigraf-rs.com.br/agenda até o dia 25 de fevereiro.

Capacitação em vendas

As formações continuam no dia 12 de março, com o curso *Venda eficiente: preparando a sua empresa para a nova realidade da indústria gráfica*, ministrado pelo consultor da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) Marcos Biaggio. Voltado para os responsáveis do setor de vendas das empresas, o especialista debaterá a formação de equipe de vendas de alto desempenho da empresa voltada a resultados satisfatórios. “Queremos desenvolver competências, avaliar rendimentos e corrigir rotas, com o foco voltado para o retorno de investimento para a empresa”, afirma o consultor.



A capacitação será realizada na sede do sindicato, em Porto Alegre (Av. Pernambuco, 2623 – bairro São Geraldo), das 8h30 às 17h30. Para garantir a sua participação, basta enviar a ficha de inscrição preenchida, disponível na seção *Agenda* do site da entidade, para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br até 1º de março. O investimento é de R\$ 50 por pessoa, tendo empresas associadas direito a uma inscrição cortesia.

No dia 7 de maio, Biágio volta ao Rio Grande do Sul para o curso *Como sobreviver e prosperar em vendas diante das dificuldades atuais da indústria gráfica brasileira*, que será realizada no Centro das Indústrias de São Leopoldo (Av. José Bonifácio, 204), das 8h30 às 17h30.

Parceria com o Sebrae-RS

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul (Sebrae-RS) também firmou uma parceria com o Sindigraf-RS para a realização do projeto *Na Medida*. Durante os meses de janeiro e fevereiro, a equipe do Sebrae-RS está contatando empresas gráficas de Porto Alegre e Região Metropolitana que estejam participando do Simples Nacional (com faturamento de até R\$ 3,6 milhões) para diagnóstico. No dia 22 de março, será realizada uma palestra de sensibilização dos participantes, na qual serão expostos os resultados alcançados com o público-alvo e definidas com os interessados as turmas de cursos nas áreas de gestão financeira, *marketing* e vendas.

O técnico do Sebrae-RS Victor Ribas, responsável pela ação, diz que o projeto-piloto oferece diversas soluções para as empresas estimularem a competitividade entre pequenos e médios empreendimentos. “Queremos nos aproximar das em-

presas para proporcionar um serviço diferenciado e que as faça crescer. Estamos muito otimistas para o projeto”, comemora Ribas.

Os três cursos nas áreas citadas terão duração de cerca de um mês cada. A princípio, o de Gestão Financeira ocorrerá de 4 de abril a 2 de maio, sempre às segundas-feiras. Já o curso *Gestão em Marketing* será realizado de 9 a 30 de maio, e o de Gestão em Vendas acontece de 6 a 27 de junho – ambos com aulas nas segundas-feiras. Todos os encontros serão realizados na sede do Sindigraf-RS, das 18h30 às 22h30. Os interessados devem fazer a sua inscrição gratuita para a palestra até 15 de março, em www.sindigraf-rs.com.br/agenda. As capacitações terão subsídios de mais de 70% no valor dos cursos para empresas filiadas e associadas da capital e arredores. O objetivo é expandir o projeto para outras regiões.

Bate-papo com o presidente

Em março também será realizado o Encontro Empresarial – Conversa com o presidente. A primeira edição do evento ocorrerá no dia 4, a partir das 19 horas, no Aquarius Hotel, em Santa Cruz do Sul (R. João Pessoa, 144), com a presença do dirigente Angelo Garbarski, do advogado trabalhista Benôni Rossi e do superintendente do sindicato Luiz Carlos Gautério Pinheiro. Na oportunidade, os participantes poderão debater sobre o setor gráfico, a situação da economia e conhecer melhor a entidade, além de esclarecer dúvidas e dar sugestões para a negociação coletiva de trabalho, cuja data-base da categoria é 1º de abril.

A atividade é exclusiva para proprietários e sócios das empresas filiadas ao Sindigraf-RS da região do Vale do Taquari/Rio Pardo e contará

com jantar gratuito após o bate-papo. É necessário realizar a inscrição no link *Agenda*, do site do sindicato, até 26 de fevereiro. O encontro só será realizado com no mínimo 15 empresários inscritos. Ainda estão previstas edições nas regiões Centro-Oeste (Santa Maria, em 5/03), Vale do Sinos/Hortênsias (Novo Hamburgo, 16/03), Noroeste/Missões (Santo Ângelo, 18/03), Produção/Planalto (Passo Fundo, 19/03) e Metropolitana (Porto Alegre, 23/03), a confirmar.

Seminários e consultorias

Outra novidade são as consultas e seminários com o diretor da Printconsult, de São Paulo, Thomas Caspary. Serão seis encontros em diversas regiões do Estado para debater gestão de vendas e custos. A primeira cidade a receber o consultor será Porto Alegre, em 7 de abril. Depois é a vez da região Noroeste/Missões, no dia 9 do mesmo mês. Após, o especialista vai ao Centro-Oeste do Estado em 30 de abril, seguindo para a região Produção/Planalto em 21 de maio. No Vale do Sinos, será em 11 de agosto e se encerra em 13 do mesmo mês no Vale do Taquari.

Os seminários têm por objetivo conscientizar o empresário gráfico das possibilidades de melhorar a competitividade e rentabilidade da empresa. “Vamos debater sobre o mercado, focando nichos específicos, independentemente da tecnologia e equipamentos, face à dificuldade de novos investimentos”, afirma Caspary.

O especialista também responde dúvidas dos empresários de gráficas filiadas ou associadas sobre planejamento, vendas, custos e áreas afins. Basta enviar perguntas para o e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br. O serviço é gratuito e ainda compreende consultas trabalhista, tributária e civil, com profissionais de cada área.



Buscando novos clientes

Em ano de crise, as pessoas não gostam nem de ouvir falar em vendedor. Saiba como prospectar novos clientes para manter a sua empresa

Saber como encantar futuros clientes é um dos aspectos mais importantes para garantir o sucesso da empresa. Uma prospecção bem-feita pode significar metade de uma venda, uma vez que oferecer o produto certo para as partes interessadas é muito mais proveitoso para ambos. O sucesso deste processo prevê tanto um planejamento de vendas como saber divulgar o nome da empresa. Quanto mais os futuros clientes verem a marca, mais fácil será de fixar o empreendimento na mente deles, já que as pessoas tendem a fechar negócios com nomes conhecidos.

O consultor de vendas e negociação Márcio Miranda diz que a prospecção de clientes atualmente acontece de maneira inversa, e, por isso, o gestor precisa investir muito na internet: “Hoje em dia, antes de qualquer coisa, o cliente procura na *web* o que ele pretende comprar. Compara preços e qualidade de material, além de calcular por conta própria o custo/benefício”. Miranda explica que é exatamente por causa desta autonomia cibernética que a empresa deve possuir um site completo e agradável, além de redes sociais atualizadas e bem abastecidas. “Se a primeira consulta é feita via Google, precisamos encará-lo como o nosso melhor prestador de serviços”, informa.

Após esta primeira etapa, a empresa precisa estar preparada para receber o cliente, uma vez que o fechamento do negócio não é apenas

responsabilidade do setor de vendas. Segundo o especialista, o gestor precisa se certificar de que a cultura do empreendimento seja amigável e receptiva a novos clientes. “Todos os colaboradores devem estar em consonância com o fechamento do negócio, e todos devem estar envolvidos no processo”, comenta. Ele ressalta ainda que não adianta o vendedor ter o melhor desempenho se o cliente foi destrutado na entrada pela secretária.

Mediante o contato do possível comprador, o gestor também precisa começar a fazer o seu papel de busca por mais informações. É esta a hora de pesquisar todas as necessidades e preferências do cliente, de ir atrás dos seus gostos e de novida-

des que possam atrair e enriquecer o trabalho em questão. “Ele precisa saber que a empresa está dando o seu melhor para oferecer um produto de qualidade”, fala o consultor. “Além disso, o gestor deve certificar o cliente de que está realizando a melhor compra de todas. Precisa explicar de onde vem cada peça, o tipo de papel, e o quanto eles custam, porque o trabalho que a sua gráfica está fazendo é o melhor”, completa.

Contudo, não se deve esquecer dos antigos clientes ao entrar de cabeça em um novo pedido. “Um não exclui o outro, e os dois são igualmente importantes”, afirma Miranda. Por isso, ao terminar um pedido, a empresa deve fazer uma pesquisa de satisfação com o consumidor, para receber *feedback* tanto dos pontos bons quanto do que precisa melhorar. “Com a resposta de como os clientes percebem o serviço prestado, podemos manter uma comunicação contínua para a apresentação de novidades em tendências”, ensina.

Com o *boom* do uso da internet para a impressão, abriu-se uma infinidade de novas possibilidades de nichos para as gráficas. Contudo, alguns empresários ainda não se sentem seguros para se arriscar, com medo de que a demanda não supra o investimento. Para Miranda, mesmo com as dificuldades atuais ainda é vantajoso se aventurar com novos públicos Brasil afora. “O nosso país tem dimensões continentais, e com a facilidade que a internet proporciona não podemos ficar restritos apenas ao mercado gaúcho”, ressalta. De acordo com ele, as empresas podem estabelecer um planejamento bem estruturado juntamente a um contrato para garantir o pedido, tirando proveito das possibilidades cibernéticas.

Dicas para prospectar clientes

Confira três sugestões, indicadas pelo especialista Márcio Miranda:

- **Ofereça seu produto a quem precisa:** a prospecção desalinhada é inútil tanto para o cliente quanto para a empresa, pois não rende negócios nem abre portas. Então, observe com cuidado se o seu produto se encaixa nos interesses do possível cliente.
- **Peça indicações aos clientes atuais:** ninguém melhor para dar recomendações do que quem já conhece o seu trabalho. Elas podem acontecer de forma espontânea ou mesmo tendo uma estratégia de indicações. Em troca, ofereça descontos ou outras vantagens, aumentando a ligação entre você e seu atual cliente.
- **Prepare o seu script:** evite improvisações no momento de conversar com o cliente. Descubra se ele é o responsável pela compra, se tem autonomia no orçamento e necessidade do seu produto. Ouvir também faz parte da prospecção: deixe-o falar e expor dúvidas. Transforme a negociação num diálogo.

Aumente sua chance de troféus no Prêmio Gaúcho

O período é de férias, mas adequado para a sua gráfica preparar a sua estratégia para o 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Os frutos de uma boa colocação no concurso são colhidos constantemente pelas empresas, que utilizam essa conquista na divulgação do seu trabalho, assim como *portfólio* para a conquista de novos clientes. Por isso, é recomendado planejar a sua participação, incentivando a equipe a caprichar na escolha dos produtos, que mostrarão toda a inovação, desenvolvimento técnico e qualidade do trabalho realizado. Nesta fase de preparação, aconselha-se a separação das suas melhores amostras, descartando as que tiverem falhas de impressão ou de acabamento. Dessa forma, podem-se aumentar as probabilidades de a sua empresa levar mais troféus no concurso.

A equipe da Abigraf-RS, em conjunto com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), já está definindo os últimos detalhes do cronograma do Prêmio Gaúcho. Para quem pretende concorrer neste ano, o período válido para a produção das peças vai de 12 de junho de 2015 até 10 de junho. Há descontos para quem inscrever impressos logo na primeira fa-

se, que ocorrerá de 3 a 24 de maio. Já o segundo período estende-se até 10 de junho. A definição de cláusulas e categorias do concurso e outras novidades estarão disponíveis no regulamento, que deve ser divulgado em abril.

Faz parte do cronograma do concurso ainda a tradicional exposição dos produtos inscritos ao público em geral, prevista para os dias 1º e 2 de julho, em Porto Alegre. O julgamento dos produtos inscritos está marcado para 30 de junho, com a avaliação de especialistas nas áreas técnica e de criação. Já a revelação dos vencedores será feita em conjunto com a entrega dos troféus no dia 29 de julho, durante cerimônia na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs).

Novos patrocinadores

A TLT Soluções Corporativas e a gráfica ANS são as novas integrantes do time de patrocinadores da 12ª edição do concurso – além da Tecnofacis e Xerox, também na cota Premium, e da Perfil e Zênite Sistemas, na cota Master. Ainda dá tempo de aderir ao Plano de



Fábio Pinheiro/Sindigraf-RS

Patrocínio do Prêmio, já que a comercialização se estende até 30 de março!

Na opção Premium, o investimento é de R\$ 6 mil e na Master, de R\$ 10 mil. Os parceiros terão a oportunidade de colocar a sua logomarca nos meios de divulgação e local do julgamento, na exposição das peças concorrentes, cerimônia de entrega de troféus e nos materiais de pós-evento de premiação. Serão entregues ingressos cortesia para diretores e funcionários da empresa, além de disponibilizado o auditório e a infraestrutura audiovisual da entidade. Os apoiadores também poderão participar dos eventos promovidos pelo Sindigraf-RS. Não perca essa grande chance de promover a indústria gráfica gaúcha e fomentar novos negócios. Contato pelo telefone (51) 3323-0303 ou pelo e-mail comercial@abigraf-rs.com.br.

12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

**Faça como
nossos apoiadores:**

Participe e fortaleça sua marca no mercado gráfico gaúcho!

COTA MASTER



COTA PREMIUM



xerox



Contate a área comercial da Abigraf-RS pelo fone (51) 3323-0303 ou e-mail comercial@abigraf-rs.com.br

REALIZAÇÃO



PARCEIROS



Envolvendo pessoas, costurando oportunidades

Atuando há 15 anos na capital gaúcha, o Banco de Vestuários faz mais do que transformar retalhos de tecido em objetos para doação. Ele muda comunidades, através da partilha de conhecimento e promoção da educação profissionalizante

A Constituição brasileira mostra que a educação é um direito de todos os cidadãos. Ela é um dever do Estado e da família, mas deve ser promovida e incentivada com a colaboração de toda a sociedade. Mais do que conhecimento adquirido, é agente de transformação social. Como a própria etimologia da palavra sugere – ex ducere, que significa conduzir ou levar para fora –, o termo dá a ideia de movimento constante para sua realização. E é assim, mobilizando indústrias, empresas e colaboradores todos os dias, que o Banco de Vestuários forma uma corrente que muda vidas.

Segundo a presidente do Banco de Vestuários, Lucila Osório, a ideia nasceu a partir de uma reunião há cerca de 15 anos. “Quem estava à frente era o Jorge Luiz Buner, coordenador do Conselho de Responsabilidade Social e Cidadania da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). O projeto foi idealizado buscando inserir com mais efetividade o empresariado gaúcho na área da responsabilidade social. Partindo deste conceito, foi disponibilizada uma sede, inicialmente só para armazenarmos os materiais, onde se encontram os Bancos Sociais até hoje. Depois do Banco de Alimentos, percebemos que era

preciso não só alimentar, mas ajudar a vestir também quem precisa”, declara.

Seguindo o lema da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, o projeto tem como papel fundamental “transformar o desperdício em benefício social”. No Banco de Vestuários é o trabalho de recepção de excedentes das empresas têxteis que as transforma em ferramentas para a mudança. “Na época, encaminhamos um comunicado a todos os associados para que enviassem os resíduos de tecidos para o Banco. Muitas empresas colaboram, e cada uma se responsabiliza pela entrega para a instituição”, diz Dóris Spohr, presidente do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Estado do Rio Grande do Sul (Sivergs). Este material é utilizado, junto às peças que não puderam ser aproveitadas na fase de seleção, em cursos semi-profissionalizantes na sede da entidade. Estas atividades são voltadas para a capacitação de pessoas de comunidades carentes de Porto Alegre. Os treinamentos são ministrados por instrutores do Senai-RS, e têm carga horária entre 60 e 456 horas. Durante o período de aula, os alunos também recebem incentivos para continuar estudando: materiais didáticos, transporte, uniforme e alimentação gratuitos no local.

Quando chegam ao Banco de Vestuários, os resíduos das indústrias têxteis são utilizados na confecção de produtos dos mais variados tipos, tal como bolsas, panos de prato, bonecos infantis e acessórios, como parte prática do treinamento em sala de aula, e então são colocados novamente para a doação. Somente em 2015, a organização doou mais de 21 mil quilos de retalhos, tecidos e aviamentos a clubes de mães e associações, confeccionou e doou 2,5 mil itens, entre cortinas, uniformes, tapetes, colchas, travesseiros e edredons, além de formar 194 alunos. “Nós da indústria têxtil aprovamos totalmente o trabalho que é realizado pelo Banco de Vestuários. As empresas de nossa base, além de doar materiais, também abrem suas portas, já que, para a formação dos alunos, é necessário contabilizar horas práticas para ganhar o certificado”, conta Dóris. Assim, os estudantes conhecem o chão de fábrica e



Divulgação/Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais

depois de formados podem ser reabsorvidas pelo mercado de trabalho.

Mas não são só os números de doações e alunos que fazem do local um sucesso. De acordo com Cristiane Pires da Rosa, que trabalha como supervisora de artesanato no local, os colaboradores do Banco de Vestuários recebem ajuda dos outros Bancos Sociais quando é preciso. Há uma grande interação presente no dia a dia da instituição. “Aqui é bem tranquilo, o pessoal é muito companheiro, nos tornamos uma verdadeira família. Aprendemos bastante. Por exemplo, as pessoas que fazem os cursos chegam para aprender e depois passam o que receberam para a comunidade”, diz. Ela cita ainda que, às vezes, são levantadas outras questões além do que é ensinado no local: “Uma bagagem emocional mesmo. Quando isso acontece, nos unimos, pesquisamos para poder passar para elas, e acabamos aprendendo também. Estamos sempre buscando o aperfeiçoamento”. A presidente da instituição reforça: “O Banco de Vestuários é divertido, todo dia eu tenho uma alegria quando vou lá. Além de ajudar as pessoas, o lugar é muito positivo, colorido, para cima. Ele não é mais um projeto, é uma realidade”.

Banco de Vestuários

Site: www.bancossociais.org.br

Email: contato@bancossociais.com.br

Telefone: (51) 3026-8020

Endereço: Av. Francisco da Silveira Bitencourt, 1928 – Porto Alegre, RS

Horário de Atendimento:
das 9h às 12h e das 13h às 17h

Gestão de recebíveis

Considerando a atual situação econômica do país e o possível agravamento da mesma em razão da inércia dos poderes executivo, legislativo e judiciário, diversos fatores devem ser considerados na administração de uma carteira de recebíveis. Sua gestão deve ser feita de forma objetiva e célere, considerando tanto a posição de mercado da empresa credora quanto o volume de vendas. A utilização da capacidade produtiva e do estoque existente representa importantes aspectos na saúde financeira, mas o controle de recebíveis é determinante para o sucesso financeiro de uma empresa.

As práticas de vendas a crédito são imprescindíveis no aumento do seu volume e configuram-se em poderosa ferramenta negocial. Ela, contudo, pode criar um fluxo de caixa de cobrança recebível extremamente lento e risco elevado. De outra sorte, políticas de crédito restritivas com venda somente para clientes com boa capacidade de pagamento podem permitir que os concorrentes di-

minuem sua participação no mercado. Neste sentido, é grande a responsabilidade do gestor com as vendas, o fluxo de caixa, os níveis de lucro e a saúde financeira da empresa. O planejamento da cobrança não deve ser simplesmente um sistema de recuperação de crédito, integrado ao processo de venda. Dessa forma, seu objetivo principal será o desenvolvimento de relações com os clientes, viabilizando a recuperação de contas atrasadas e estimulando a recuperação de crédito.

Várias são as modalidades de cobrança, destacando-se a periódica, os avisos rotineiros, a correspondência de cobrança, a telefônica, a pessoal e terceirizada (extrajudicial ou judicializada). Ter um programa estratégico claramente definido para cada tipo de conta/cliente propicia o avanço ordenado na busca da diminuição dos casos de inadimplência. Tenho observado que a cobrança mais barata (por correspondência) é a menos eficaz, e a mais cara (judicializada), embora morosa, a mais efetiva. Assim, torna-se importante definir

o grau de eficácia que desejamos obter e o valor que estamos dispostos a despendar na busca da satisfação do crédito em cobrança para definir o método mais adequado de cobrança.

Uma vez que optamos por um método de cobrança, e mostrando-se razoavelmente eficaz, jamais devemos regredir em seu nível de custo e competência. Assim, não devemos, exemplificativamente, encaminhar a cobrança para judicialização e manter contatos com o cliente/devedor na busca da satisfação do crédito.



Arquivo pessoal

PAULO SCHARLAU
Advogado Cível

ICMS nas operações interestaduais

Muitas gráficas têm questionado sobre as repercussões para o setor das alterações na sistemática de tributação do ICMS para as operações interestaduais destinadas a consumidores finais, pelas quais o referido imposto passará a ser partilhado entre os estados de destino e de origem. Cabe a este o imposto correspondente à aplicação da alíquota interestadual e àquele o relativo à aplicação da diferença entre as alíquotas interestadual e a interna do Estado de destino.

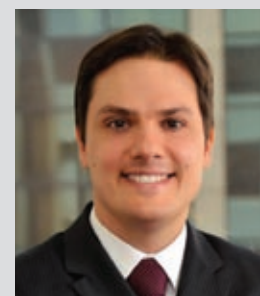
A resposta é que, para o setor gráfico, não haverá qualquer alteração na sistemática de tributação aplicada nos últimos anos. Para as aquisições de insumos, em razão de as gráficas serem consideradas consumidores contribuintes, permanece a sistemática aplicada até o último ano: se for aplicada a alíquota interestadual de 12%, não há obrigação de recolhimen-

to da diferença para o Rio Grande do Sul, e, se for aplicada a alíquota de 4%, deve ser paga a aludida diferença.

Para as aquisições de material de uso, consumo e bens para o ativo fixo, também vale a regra aplicada até o último ano: deve ser paga a diferença de alíquota para o Estado do Rio Grande do Sul, não importa se a alíquota interestadual aplicada for de 12% ou 4%.

Nas vendas de impressos a outros estados, por seu turno, também permanece o modelo de tributação adotado até o último ano: por se tratar de vendas para consumidores finais, independentemente de serem para contribuintes ou não, se trata de operação para usuário final, que deve ser tributada pelo ISSQN e, não pelo ICMS.

Por fim, vale frisar que, desde o dia 1º de janeiro deste ano, a alíquota interna gaúcha aumentou para 18% na maioria dos produtos,



Souza, Berger, Plastina e Simões Advogados

EDUARDO PLASTINA
Advogado tributarista

então a diferença de alíquota sobre as aquisições de material para uso e consumo e ativo fixo será de 6%, quando a alíquota interestadual for de 12%, ou 14%, quando a alíquota interestadual for de 4%. E sobre as aquisições de insumos importados, sobre os quais incide a alíquota interestadual de 4%, a diferença a ser recolhida será de 14%, a ser paga mesmo pelas empresas submetidas ao Simples.

Duas décadas de comprometimento com a qualidade

Em 1991, já trabalhando há sete anos como colaborador em várias gráficas, Roque Noschang decidiu construir seu próprio caminho. Para isso, chamou quem mais poderia lhe dar apoio: a família. Unindo-se a dois de seus irmãos, formou a tríade que se tornaria então a Gráfica Triângulo, em Terra de Areia. Com visão empreendedora, o trio abriu outras filiais no litoral norte gaúcho. Em 1994, juntou-se ao time mais um irmão e por uma década expandiram o negócio juntos. Começando hoje 25 anos, a empresa consolidou seu nome no ramo, sempre com metas de crescimento e melhoria no atendimento.

O lema da empresa permanece o mesmo desde a fundação da Triângulo: “A boa impressão é a que fica”. E se tem uma palavra que Roque acredita que caracteriza a sua relação profissional é o comprometimento. “O dono do negócio tem que ser quem acende a luz de manhã e a apaga no final do expediente. Tem que ser o primeiro a chegar e o último a sair”, afirma. Até mesmo quando faz viagens, o dia a dia da empresa é acompanhado de perto por ele. “Quando fui à China em 2013, meus colegas reclamavam que eu não tirava os olhos do celular. Tinha instalado câmeras em toda a empresa. Assim, posso conduzir o negócio aonde quer que eu vá”, diz.

O gestor acrescenta que esta atenção a tudo o que acontece vem do empenho com a qualidade, não só nos produtos, mas também com o quadro de funcionários. “Qualidade no atendimento é mais do que simplesmente atender bem o cliente na hora. Para obtê-la, é preciso trei-



Arquivo Pessoal

namento intenso com o teu pessoal. Fazer com que eles participem de palestras e qualificações constantemente. Respeitar o prazo de entrega, boa apresentação, qualidade de impressão, prover diferentes formas de pagamento também é qualidade”, garante. Para ele, a busca pelo bom trabalho também é constante. Assina diversas revistas, informativos, possui contas nas mais conhecidas redes sociais, acompanha o trabalho das agências contratadas da empresa e faz viagens às grandes feiras do ramo no Brasil e no exterior, para estar atualizado.

Dedicação ao trabalho

Sua dedicação foi reconhecida por outros empresários da área, quando participou pela primeira vez como diretor plenário do Sindigraf-RS na gestão 2010-2013. Hoje, atua como diretor administrativo. “Trabalho no sindicato como na minha empresa. Não adianta entrar e não ser atuante. Ao ser eleito, li no estatuto as minhas responsabilidades. Hoje chego lá e tomo as deci-

sões necessárias”, declara o empresário, satisfeito também com sua atuação como diretor plenário na atual gestão da Abigraf Nacional.

Este trabalho lhe rendeu outros frutos, como a maior interação entre os empresários gráficos e um entendimento mais amplo das necessidades do setor. “O conhecimento que adquiri com os outros empresários do ramo trago sempre para a minha empresa. Temos um grupo de WhatsApp com mais de 70 gráficos e trocamos informações diárias. Se preciso de algo, coloco no grupo e me ajudam. Isso tudo é porque temos um bom relacionamento. Todos estão compartilhando informações. Antes, muitos não queriam saber de concorrentes. Tenho lutado muito para isso continuar. Hoje trabalho também para outras gráficas, uma coisa impensável alguns anos atrás”, revela.

Os dois filhos foram criados dentro da empresa e já estão se preparando para assumir os negócios. Roger, com 22 anos, está terminando a faculdade de administração de empresas, e trabalha na Triângulo como diretor financeiro. Bruno, o mais novo, com 16 anos, está no ensino médio. Ambos pretendem estudar na Escola Theobaldo De Nigris, em São Paulo, em curso específico de gestão gráfica. Tudo para continuar a tradição da família do comprometimento com a qualidade. “A maior lição que eu aprendi foi a honestidade, ela abre portas e te engrandece ao natural. Não adianta querer encurtar jornadas ou pegar atalhos. O caminho correto, do trabalho duro, vai te levar ao sucesso”, conclui.

AGENDA FISCAL – Fevereiro de 2016

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 01/2016	3/2	Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	19/2
Empreg. Doméstico	DAE mês 01/2016	5/2	Simei	Faturamento 01/2016	22/2
FGTS	Folha de pagamento 01/2016	5/2	Simples Nacional	Faturamento 01/2016	22/2
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 01/2016	5/2	ICMS – Diferença de alíquota	Mês 12/2015	22/2
Salário	Folha de pagamento 01/2016	5/2	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 01/2016	22/2
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/2	DCTF – Mensal	Mês 12/2015	23/2
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 12/2015 – Arquivo Eletrônico	10/2	IOF	2º decênio 02/2016	24/2
ISSQN	Prestação de Serviços 01/2016	10/2	Cofins	Faturamento 01/2016	25/2
ICMS – Comércio Categ. Geral	Vendas 01/2016	12/2	PIS	Faturamento 01/2016	25/2
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 01/2016	12/2	ICMS – Substituição Tributária	Mês 12/2015	25/2
IOF	1º decênio 02/2016	15/2	DIRF 2016	Declaração IRRF ano-base 2015	29/2
Previdência Social	Contribuinte Individual	15/2	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 01/2016	29/2
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 01/2016	15/2	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 01/2016	29/2
EFD – PIS /Cofins /INSS	Mês 12/2015	16/2	Parcelamento lei 12.996	Parcela 01/2016	29/2
Previdência Social	Folha de pagamento 01/2016	19/2	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 01/2016	29/2
Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Mês 01/2016	19/2	Refis/Paes/Lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	29/2
Imp. de Renda na Fonte	Mês 01/2016	19/2	DIF – Papel Imune	Referente 2º semestre 2015	29/2
Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	19/2	GIA-SN	Todos os contribuintes do Simples	29/2

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Opções gratuitas no site do Sindigraf-RS

Empresas filiadas e associadas ao Sindigraf-RS, em dia com as suas contribuições, possuem diversos serviços gratuitos para a divulgação de vagas de emprego e de classificados no site da entidade. A plataforma digital, disponível no endereço www.sindigraf-rs.com.br, é voltada para empresários, trabalhadores, lideranças, fornecedores e demais envolvidos com a indústria gráfica, assim como formadores de opinião e internautas em geral interessados em se manter informados sobre o setor.

Uma das seções disponíveis é o *Bolsa de Empregos*, destinado à divulgação de oportunidades na Indústria Gráfica Gaúcha. Para participar, é necessário preencher o pedido de inserção de Vaga (PIV), disponível para *download* em www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/bolsa-de-empregos, e enviá-lo para o e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br. Após o recebimento, o solicitante será contatado pela equipe do sindicato para combinar a inserção dos dados no site. O serviço deixa em destaque o título da vaga para consulta dos interessados, disponibilizando a descrição das características de cada oferta.

Outra opção é o Classificados, para a veiculação de anúncios relacionados a compra, venda ou troca de bens e serviços, entre eles máquinas e equipamentos. O procedimento é semelhante: basta enviar o pedido de inserção de classificado (PIC) preenchido, que está no endereço www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/classificados, para o e-mail citado anteriormente. Pode-se inserir imagens do que será negociado.

Divulgação de vagas

Além disso, há o serviço gratuito para divulgação da listagem de empresas filiadas e associadas adimplentes no site do sindicato. Por meio da seção Gráficas, quem busca por serviços do setor pode pesquisar as opções disponíveis em cada cidade ou região. Nesse espaço, os internautas também podem identificar as empresas que produzem determinados produtos de seu interesse e solicitar orçamentos.

Outra facilidade é a área destinada ao cadastro de gráficas, com informações sobre



o enquadramento na categoria econômica indústria gráfica. Ele é feito através da Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), para padronização dos códigos de atividade econômica e dos critérios utilizados por diversos órgãos de administração tributária do país. No espaço Cadastro estão descritos as documentações necessárias para adesão de novas filiadas e associadas, além da ficha cadastral eletrônica (em www.sindigraf-rs.com.br/cadastro). Para os que já aderiram, há a possibilidade de atualização cadastral por meio da conferência *online* dos dados, informando o CNPJ como *login* e senha da empresa. A solicitação de acesso pode ser feita para o e-mail financeiro@sindigraf-rs.com.br.

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

Livro impresso pela ANS ganha Prêmio Açorianos

Para finalizar 2015 com chave de ouro, a Gráfica ANS, de Porto Alegre, figurou entre os vencedores do Prêmio Açorianos de Literatura, realizado pela prefeitura da cidade. O livro *Poema das Quatro Palavras*, de Airton Cattani, foi premiado na categoria Projeto Gráfico, e teve a sua impressão confiada à ANS. “O material foi inteiramente desenvolvido pelo escritor, que idealizou o projeto juntamente à nossa equipe”, conta o diretor da ANS, Alex Santos. Segundo ele, o livro foi

impresso inteiramente em papel vegetal e em preto e branco, de maneira que o leitor pudesse brincar com as transparências entre as páginas e criar poemas a cada quatro páginas. “Além disso, toda a obra foi trabalhada com beneficiamentos: a capa tem verniz UV com *touch* e clichê de relevo”, afirma.

De acordo com ele, a gráfica trabalhou durante oito meses com o poeta para que o projeto se tornasse realidade. “Foi um livro muito importante para o Cattani, pois foi uma



Divulgação/ANS

homenagem à sua irmã, a artista plástica Maria Lucia Cattani, que faleceu em fevereiro de 2016”, comenta Santos.



Reprodução

Hesch consolida parceria com o Porto Verão Alegre

Já é tradição na programação de férias dos porto-alegrenses assistir às peças de teatro e atividades culturais do Porto Verão Alegre. Há 8 anos os materiais gráficos, como revistas, *banners* e convites-cortesia, são produzidos pela Gráfica

e Editora Hesch, de Canoas. Para execução do trabalho, que neste ano exigiu um curto prazo de entrega, a empresa teve que contratar cinco profissionais temporários. Para a 17ª edição do projeto, foram produzidos cerca de 30 mil revistas de programação e 5 mil convites-cortesia. “Nós tínhamos uma amizade com os idealizadores, em especial o Rogério Beretta,

e começamos a parceria em 2008. A gráfica cresceu com o evento. Desenvolvemos o projeto gráfico junto com eles e até compramos um equipamento novo para atender essa demanda”, conta o diretor da empresa, Hélio Carlos Schnorrenberger. O Porto Verão Alegre segue na capital gaúcha até o dia 14 de fevereiro. Confira a programação em www.portoveraoalegre.com.br.

DICA DE LEITURA

Nova visão sobre a arte tipográfica

Mais do que apenas um ofício, a tipografia pode espelhar o modo de vida de certo período, representar formas da natureza, dar o tom do discurso e, principalmente, realçar a beleza da palavra escrita. O livro *A Letra Impressa* apresenta a evolução da arte tipográfica – desde sua invenção por Gutenberg, no século 15 – e a tecnologia responsável pela ampla disseminação de conhecimento de nossa História. Nesta obra, o autor Claudio Rocha aprofundou os estudos sobre uma série de artigos que examinaram os processos de fabricação de tipos, passando por seus diversos estágios de produção no sistema tipográfico, na fotocomposição e no sistema digital, acrescentando novas imagens e informações para o leitor. Estes textos foram originalmente publicados na revista Tecnologia Gráfica, publicada pela Associação Brasileira de Tecnologia

Gráfica (ABTG) e pela Faculdade Senai-SP de Tecnologia Gráfica.

Nascido em 1957, o paulista Claudio Rocha é um dos principais *designers* do setor no Brasil, com longa carreira na criação e na divulgação da tipografia e área editorial. Há 15 anos é co-criador e editor da revista *Tupigrafia*, e desde 2004 é chefe de departamento da oficina experimental de impressão de livros da ONG Oficina Tipográfica São Paulo. É também autor de diversas outras obras sobre o assunto, como *Inquieta Colagem*, livro bilíngue sobre a vida e obra de Tide Hellmeister, considerado o mestre brasileiro da colagem, *Projeto Tipográfico*, *Tipografia Comparada*, e *Trajan e Franklin Gothic*, da coleção *Qual é o seu tipo?* Uma leitura completa para aqueles que têm curiosidade não só sobre a indústria tipográfica, mas também sobre a arte do desenvolvimento de tipos.



Ficha de leitura

Título: *A Letra Impressa*
Autor: Cláudio Rocha
Número de Páginas: 160
Editora: Senai-SP
Média de preço: R\$ 35