



ESPECIAL



©iStock.com/Creative-Idea

Novas possibilidades de criação

D

iante de um mercado altamente competitivo, os empresários gráficos podem se utilizar de novas ferramentas que ajudam a ampliar a sua interação com diferentes públicos, além de impulsionar a abertura de novas possibilidades de criação no seu negócio. O *Design Thinking* é uma abordagem diferenciada, que visa à resolução de problemas dos mais diferentes níveis, por meio da criatividade.

Nesse novo sistema, definir uma estratégia para ser seguida pelas equipes é fundamental. Seguindo os princípios de uma gestão colaborativa, os colaboradores participam de todo o processo, construindo um *brainstorming* (fluxo de ideias). A proposta apresentada pelo grupo deve ser clara e inovadora, preenchendo uma necessidade que até então não tinha sido atendida. Confira a reportagem especial sobre o tema e dicas para implementação dos cinco pilares desta prática nas empresas.

ENTREVISTA

PÁGINA

5

Paulo Renê Bernhard, que comanda a Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, fala de ações para o terceiro setor

TENDÊNCIAS

PÁGINA

7

Produtos gráficos, inclusive da área editorial, são apontados por especialista como objetos de arte



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

Reafirmando o compromisso desta gestão com a qualificação dos empresários gráficos, abrimos com sucesso a programação do Sindigraf-RS em 2016. O primeiro evento do ano ocorreu em 3 de março, na sede da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre. Na oportunidade, pudemos aprender com o depoimento dos palestrantes Carla Galo e Carlos Gonzaga, que falaram sobre as dificuldades enfrentadas em suas trajetórias e lutas para se manter no mercado de forma competitiva. Também conhecemos em primeira mão o novo sistema GE da Zênite, com algumas inovações que poderão auxiliar na gestão de nossas empresas.

Da mesma forma, a entidade está sempre investindo em ações que gerem crescimento a todas as gráficas do Estado. Entre elas, estão os subsídios de treinamentos para as gráficas, com reembolso em cursos do CEP Senai de Artes Gráficas e do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). O curso *Venda Inteligente – Preparando a sua empresa para a nova realidade da indústria gráfica*, previsto para 12 de março na sede

do sindicato, na capital gaúcha, teve uma grande procura, com vagas esgotadas uma semana antes do prazo final de inscrições. Isso mostra que a parceria de capacitações com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) tem boa receptividade. A lista de espera indica a possibilidade futura de uma nova edição sobre o tema.

Por outro lado, tivemos baixíssimo quórum nas atividades descentralizadas da capital. Nas regiões Vale do Taquari/Rio Pardo (em Santa Cruz do Sul, 4/03) e Centro-Oeste (Santa Maria, 5/03), optamos por cancelar as edições dos Encontros Empresariais – Conversa com o Presidente. Nestes locais não tivemos a adesão necessária de 15% dos colegas, impossibilitando o investimento do sindicato. Infelizmente, muitos não entenderam ainda que precisamos estar unidos para vencer as adversidades. Ao que tudo indica, em 2016 passaremos o período mais difícil dos últimos 20 anos!

Esse evento foi criado com o intuito de possibilitar que os empresários possam trocar experiências, debater situações pertinentes ao setor e, ao mesmo tempo, dar sugestões para a negociação coletiva, cuja data-base é

1º de abril. Por isso, contamos com a participação dos empreendedores gráficos do Vale do Sinos, no Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente em São Leopoldo (16/03, na Churrascaria Schneider) e Passo Fundo (19/03, no Grill Hall Panorâmico).

Em 23 de março, na edição do mesmo evento, na D’Italiani Galeteria, em Porto Alegre, contaremos com a participação do economista-chefe da Fiergs, André Nunes de Nunes, para mostrar a real situação econômica que enfrentamos no Rio Grande do Sul e no Brasil (*saiba mais sobre as programações e como se inscrever na página 6*).

Em abril, chegará às empresas, parceiros e demais apoiadores o regulamento do 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Quem ainda não aderiu ao Plano de Patrocínio tem até o final de março para fazer parte deste grande time de patrocinadores. Agradecemos a todos que ajudam a tornar realidade este concurso que há mais de 10 anos faz história na indústria gráfica gaúcha.

Esperamos que cada vez mais as gráficas do Estado participem das atividades promovidas pelo Sindigraf-RS e pela Abigraf-RS, mostrando a força que o associativismo tem em nosso Estado.

EXPEDIENTE

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005 – Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303

www.sindigraf-rs.com.br / sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br / Twitter: @SINDIGRAF-RS / Facebook: Sindigraf-RS Sindicato

Presidente: Angelo Garbariski

1º Vice-Presidente: Arthur Adalberto Schabbach

2º Vice-Presidente: Sílvio José dos Santos

3º Vice-Presidente: Lourival Lopes dos Reis

1º Diretor Administrativo: Roque Noschang

2º Diretor Administrativo: José Roberto Lobraico da Silva

1º Diretor Financeiro: Osni Tadeu dos Santos

2º Diretor Financeiro: Lademir dos Santos Pacheco

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche

– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Amanda Kaster, Cláudia Boff e Nathália Cardoso

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Pré-impressão – Ctp e Impressão:

Gráfica ANS

Tiragem: 2.000 exemplares



Abertura das atividades do Sindigraf-RS reúne empresários em Porto Alegre

Diversos empresários gráficos gaúchos se reuniram para participar do evento de abertura das atividades do Sindigraf-RS em 2016, em 3 de março, na sede da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre. O encontro contou com um *talk-show* motivacional dos palestrantes Carla Galo e Carlos Gonzaga, que falaram sobre a importância da persistência em momentos para superar fases difíceis, transformando estas circunstâncias em oportunidades de reavaliação e mudança de vida. Recebendo os empresários do setor, o presidente Angelo Gabarski agradeceu a presença de todos e falou sobre os próximos projetos da entidade, convidando os presentes para as próximas edições do Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente, que acontecerão em São Leopoldo, Passo Fundo e Porto Alegre. Ele pediu união da indústria gráfica e afirmou que não há como as empresas trabalharem sozinhas. “Este ano será muito complicado, talvez o mais difícil para o setor gráfico dos últimos 20 anos”, declarou.

Na segunda parte do evento, representantes da Zênite Sistemas apresentaram pela primeira vez no país o novo programa de



Divulgação/Sindigraf-RS

gerenciamento de gráficas da empresa, o GE. O modelo, que será disponibilizado em maio, traz melhorias em relação à última versão, incluindo a nova função multitelas, onde os empresários podem trabalhar em vários arquivos ao mesmo tempo. Mudanças foram realizadas também na parte de cadastramento de fornecedores e clientes, gestão de funcionários, relatórios, ordens de serviço e de compra e novas funcionalidades na opção *Mapa de Custos Simulado*. Para o diretor da empresa, Walter Guimarães, a recepção dos empresários gaúchos foi ótima, com muitas perguntas realizadas durante o evento. “É importante que haja uma gestão séria das gráficas, principalmente neste momento de crise”, finalizou.

Oportunidade para as empresas optantes pelo Simples

Empresários gráficos de micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional têm uma nova oportunidade de qualificação: o projeto *Na Medida*. A iniciativa é uma parceria entre o Sindigraf-RS e o Sebrae-RS e objetiva diagnosticar e oferecer cursos de gestão financeira, *marketing* e vendas para as associadas e filiadas da entidade com faturamento de até R\$ 3,6 milhões, sediadas na Região Metropolitana de Porto Alegre. Após o piloto, a proposta deve ser expandida para outras regiões.

Desde janeiro, equipes do Sebrae-RS estão contatando empresas da capital e arredores para saber mais sobre o funcionamento e gestão do mercado gráfico. Técnicos da instituição apresentarão os resultados deste trabalho em 22 de março, em uma palestra de sensibilização gratuita para os empresários e colaboradores interessados, oferecendo soluções para estimular a competitividade entre pequenos e médios empreendimentos. O evento

acontecerá na sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar), das 19h às 21h, onde serão definidos também o calendário e o funcionamento das capacitações oferecidas pelo projeto.

O programa de qualificações abrange três cursos, com duração de cerca de um mês cada. A princípio, o treinamento de *Gestão Financeira na medida* ocorrerá nas segundas-feiras, de 4 de abril a 2 de maio. Já o curso *Marketing na medida* será realizado de 9 a 30 de maio, e o de *Gestão estratégica de vendas na medida* acontece de 6 a 27 de junho – ambos nas segundas-feiras, das 18h30 às 22h30. As capacitações terão subsídios de mais de 70% no valor dos cursos. Para participar da palestra e conhecer o *Na Medida*, é preciso preencher a ficha de inscrição no site da entidade e enviá-la para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br até o dia 15 de março. Vagas limitadas! Garanta a sua.

16 Março

Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente

Local: *Churrascaria Schneider, São Leopoldo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

19 Março

Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente

Local: *Grill Hall Panorâmico, Passo Fundo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

22 Março

Palestra Sensibilização na medida

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

Promoção: *Sindigraf-RS e Sebrae-RS*

23 Março

Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente

Local: *D’Italiani Galeteria, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

4, 11, 18 e 25 Abril

Curso Gestão financeira na medida

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

Promoção: *Sindigraf-RS e Sebrae-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.fespabrasil.com.br e

www.brasillabel.com.br

7 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

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

Promoção: *Sindigraf-RS*

9 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

Local: *Faculdade Uníntese, Santo Ângelo (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

13 e 14 Abril

16ª Expo Supermercados

Local: *Associação Comercial e Empresarial de Sarandi, Porto Alegre (RS)*

Promoção: *CTDE*

30 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary

Local: *Itaimbé Palace Hotel, Santa Maria (RS)*

Promoção: *Sindigraf-RS*

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

Inscrições abertas para Campanha de Vacinação 2016

A Campanha de Vacinação contra a Gripe do Sesi-RS está com inscrições abertas. A ação tem como objetivo melhorar a qualidade de vida e as condições de trabalho dos colaboradores atuantes na indústria gaúcha. A vacina disponibilizada é a trivalente, que inviabiliza o contágio com a gripe comum e mais dois tipos de gripe A. As doses seguem as determinações da Organização Mundial de Saúde (OMS) e da Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

Para participar da campanha, as empresas devem ser sediadas no Rio Grande do Sul. Associações e entidades patronais filiadas à Fiergs também poderão aderir à iniciativa. A ação se destina principalmente aos funcionários e estagiários da indústria, e as empresas poderão adquirir as doses

por R\$ 19,50 por colaborador, com a aplicação incluída. As gráficas interessadas devem preencher o formulário de adesão no site www.sesirs.org.br/campanhavacuacao até 25 de março. O Sesi-RS então enviará um e-mail com a notificação de conformidade, e a empresa assinará o termo de adesão.

A partir disto, será possível cadastrar todos os seus colaboradores no ponto de vacinação através do Portal Sesi Saúde. Depois de todos os documentos enviados, o período de aplicação das vacinas irá de 28 de março a 30 de maio. As empresas com menos de 20 colaboradores se dirigirão aos postos do Sesi-RS mais próximos, e as que tiverem de-



©Stock.com/Panumas Nilomkai

manda maior deverão disponibilizar um espaço dentro da própria empresa para a vacinação. Para mais informações ou esclarecimento de dúvidas, contate via e-mail campanhavacuacao@sesirs.org.br ou ligue para (51) 3347-8507 e (51) 3347-8526.

Começam cursos do Sindigraf-RS

Como parte das qualificações planejadas pelo Sindigraf-RS para os empresários gaúchos, a entidade organizou uma série de cursos em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) em 2016. O primeiro encontro acontece em 12 de março, com o curso *Venda eficiente: preparando a sua empresa para a nova realidade da indústria gráfica*, ministrado pelo consultor

da ABTG Marcos Biággio. A capacitação será realizada na sede do sindicato, em Porto Alegre (Av. Pernambuco, 2623 – bairro São Geraldo), das 9h às 18h.

Em 7 de maio, ocorrerá a formação *Como sobreviver e prosperar em vendas diante das dificuldades atuais da indústria gráfica Brasileira*. O curso será ministrado por Biággio, no Centro das Indústrias de São Leopoldo (R.

José Bonifácio, 204), das 8h30 às 17h30. Para garantir a sua participação, envie a ficha de inscrição preenchida, disponível na seção *Agenda* do site da entidade, para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br até 29 de abril. O investimento por pessoa é de R\$ 50, e empresas associadas têm direito a uma inscrição cortesia. Confira essas e outras programações em www.sindigraf-rs.com.br. Não perca!

AGENDA DO PRESIDENTE

8 março

17h – Formatura do Curso Formação Executiva em Relações Sindicais, na Fiergs (Porto Alegre)

8, 15 e 22 março

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

10 março

9h30 às 12h30 – Reunião da Diretoria Executiva Abigraf Nacional (Na Fiep, em Curitiba)

14h às 20h – 2º Fórum de Transparência e Competitividade (Na Fiep, em Curitiba)

16 março

19h às 21h – Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente (Na Churrascaria Schneider, em São Leopoldo)

19 março

10h30 às 12h30 – Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente (no Grill Hall Panorâmico, em Passo Fundo)

23 março

19h às 21h – Encontro Empresarial – Conversa com o Presidente (Na D'Italiani Galeteria, em Porto Alegre)

CEP Senai abre inscrições para cursos profissionalizantes



© Stock.com/Avalon Studio

O Centro de Educação Profissional (CEP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso está com inscrições abertas para os cursos do primeiro semestre deste ano. Ao todo, são sete qualificações profissionalizantes de turno integral para os interessados em trabalhar no setor. Na área gráfica e

editorial são oferecidos os cursos: *Básico em impressão off set monocolor* e *Matriz serigráfica* iniciando em março, *Impressão off set seleção de cores* e *Impressão serigráfica têxtil*, que começam em abril, e *Tratamento de imagens em Photoshop*, cujas aulas iniciam em junho. Também são ofertados treinamentos de manipulação digital de imagens em Corel Draw neste mês, e Photoshop em abril.

Para se inscrever, é necessário atender às exigências de escolaridade e de idade e comprovar conhecimento sobre o assunto, por formação anterior, experiência prévia ou através de uma prova realizada na instituição. Todas as atividades têm entre 30 e 50 horas-aula e acontecem na sede do CEP Senai, em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8450). O investimento vai de R\$ 430 e R\$ 680, podendo ser pago em até cinco parcelas. Inscrições pelo telefone (51) 3347-8421 ou pelo e-mail secretaria.grafica@senairs.org.br. Empresas filiadas e associadas ao sindicato podem ter reembolso de até 90% no valor do curso, conforme concessão do sindicato, após apresentação do certificado de conclusão. Saiba mais pelo telefone (51) 3323-0303 ou pelo e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br.

Atenção ao mês vermelho

Empresários devem estar atentos ao chamado mês vermelho da indústria gráfica gaúcha, quando se devem evitar demissões desnecessárias de colaboradores. Nos 30 dias que antecedem a data-base da categoria (1º de abril), há multa adicional em rescisões de contratados do setor. É preciso atenção também ao aviso prévio, que pode variar de 30 a 90 dias, dependendo do tempo de serviço prestado pelo trabalhador na empresa. Nesse período, colaboradores dispensados sem justa causa têm o direito de receber valor equivalente a um salário mensal como indenização. Fique atento!

Receita Federal libera entrega de IRPF 2016

A declaração do Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF) (referente ao calendário base de 2015) já pode ser feita no site da Receita Federal. Devem declarar os contribuintes que receberam rendimentos tributários acima de R\$ 28.123,91 no ano passado. Além de empresários, também estão obrigados a apresentar o documento em 2016 os contribuintes que receberam rendimentos isentos, não tributáveis ou tributados exclusivamente na fonte, cuja soma tenha sido superior a R\$ 40 mil no ano passado. A apresentação do IR é obrigatória, ainda, para quem obteve, em qualquer mês de 2015, ganho de capital na alienação de bens ou direitos, sujeito à incidência do imposto, ou realizou operações em bolsas de valores, de mercadorias, de futuros e assemelhadas.

Se o contribuinte entregar depois do prazo ou se não declarar, caso seja obrigado, poderá ter de pagar multa de 1% ao mês-calendário ou fração de atraso, calculada sobre o total do imposto devido nela calculado, ainda que integralmente pago, ou uma multa mínima de R\$ 165,74. É possível escolher o modelo completo ou simplificado para enviar sua declaração, além de um rascunho, e salvá-lo conforme preenchimento para conferência antes do envio. Como no ano passado, é preciso entregar o documento de forma digital, por meio de computadores ou dispositivos móveis, baixando um aplicativo no site da instituição. (www.receita.gov.br). Já no início do processo, em 3 de março, houve problemas na entrega da documentação, e a Receita foi obrigada a apresentar uma nova versão (IRPF2016 1.1) do programa. Aqueles que não conseguiram transmitir as informações ou não entregaram a declaração devem baixar o novo programa.

Os contribuintes que enviarem a declaração no início do prazo, sem erros, omissões ou inconsistências, também recebem mais cedo as restituições do IRPF – caso tenham direito a ela.

Idosos, portadores de doença grave e deficientes físicos ou mentais têm prioridade. Os valores normalmente começam a ser pagos em junho de cada ano pelo governo e seguem até dezembro, geralmente em sete lotes. Ao todo, são esperadas 28,5 milhões de declarações até 29 de abril, fim do prazo de entrega.



ENTREVISTA

PAULO RENÉ BERNHARD / Presidente da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais

Administrador de Empresas, Paulo René Bernhard é ex-diretor do Unibanco e atua como presidente voluntário da Rede de Bancos de Alimentos Rio Grande do Sul. Ele é um dos fundadores do Banco de Alimentos do Rio Grande do Sul. O executivo fala sobre a Fundação e o projeto dos Bancos Sociais, que serve hoje como referência nacional e internacional na área de Responsabilidade Social Empresarial.



Divulgação/FGBS

Qual é a importância da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais (FGBS) para a comunidade?

PAULO RENÉ BERNHARD A Fundação foi idealizada e desenvolvida pelo Conselho de Cidadania da Fiergs para administrar e dar natureza jurídica ao projeto dos Bancos Sociais. A partir da inovadora metodologia dos bancos sociais, a Fundação promove o fortalecimento das iniciativas do terceiro setor e realiza o atendimento às entidades carentes.

Quais são os maiores desafios na gestão da Fundação?

BERNHARD Notadamente o maior desafio da Fundação está no cumprimento de sua missão e finalidade, uma vez que buscamos a partir de cada banco atender às demandas sociais apresentadas pela sociedade. Com este propósito, a FGBS segue a manutenção desta sinergia existente entre as empresas e entidades parceiras que participam do projeto. Destacamos com muita satisfação o impacto social gerado. A partir das múltiplas ações dos bancos sociais, a FGBS vem promovendo uma verdadeira transformação cultural.

Qual é a importância de parceiros estratégicos, como o Sindigraf-RS, para concretizar as ações da Fundação?

BERNHARD Entidades dedicadas à causa são extremamente necessárias para que possamos continuar realizando o nosso trabalho. O Sindigraf-RS participa desde o início da nossa Fundação – nossa primeira proposta de trabalho foi escrita pelo setor gráfico, e, se não fosse por essa ajuda, a população nunca teria conhecimento do que fazemos. É muito importante poder contar com a divulgação que a entidade nos proporciona.

Como você avalia o crescimento da entidade, desde seu início?

BERNHARD Considerando se ter tratado de uma iniciativa inédita no ambiente empresarial, só nos resta cumprimentar a visão e a coragem de seu idealizador, o empresário Jorge Luiz Buneder, que, em todos estes anos de existência, tem-se dedicado de forma pessoal e efetiva para o desenvolvimento da FGBS. É importante que se registre o apoio recebido dos presidentes da Fiergs, Renan Proença, Paulo Tigre e atualmente Heitor José Müller. A Fundação dos Bancos Sociais orgulha-se ainda, a partir de orientação da Confederação Nacional da Indústria, em disponibilizar sua metodologia para todas as Federações de Indústrias do país.

Encontros empresariais proporcionam debate sobre o setor gráfico

Os *Encontros Empresariais: Conversa com o Presidente* do Sindigraf-RS visam a fortalecer o setor e propiciar debates pertinentes às empresas associadas e filiadas ao sindicato. Estão previstos encontros em três regiões, mediante interesse do público. Os eventos de 2016 são uma oportunidade ímpar para debater o setor gráfico e a sua entidade de classe, e têm como objetivo proporcionar aos participantes uma discussão a respeito das negociações para a convenção coletiva de trabalho. Também está na pauta o debate do panorama econômico gaúcho e do setor gráfico no Estado. Além disso, será apresentada a programação do sindicato para 2016.

Entre as cidades previstas para receber o encontro está São Leopoldo, na Churrascaria Schneider (Av. Getúlio Vargas, 3815), em 16 de março. Em 19 de março a reunião está programada para Passo Fundo, no Grill Hall Panorâmico (R. Dr. Verdi de Cesaro, 409). A temporada de 2016 deve ser finalizada em Porto Alegre, em 23 de março, na Galeteria D'Italiani (Av. Pernambuco, 2346). Nesta ocasião, o economista-chefe da Fiergs, André Nunes de Nunes, falará sobre a situação econômica do RS e do Brasil.

Os encontros contarão com a presença do presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski,

do advogado Benôni Rossi e do superintendente Luiz



Carlos Gautério Pinheiro. O evento tem como público-alvo os proprietários e sócios de empresas associadas e filiadas à entidade, e conta com janta após os debates. As inscrições são gratuitas e as vagas limitadas. Saiba como se inscrever em www.sindigraf-rs.com/agenda. Por falta de quórum, foram cancelados os encontros de Santa Cruz do Sul e Santa Maria, que aconteceriam em 4 e 5 de março, respectivamente. Então não deixe de garantir a sua participação para que o evento se realize na sua região!

Superintendente participa de curso

A qualificação constante de seus dirigentes e de suas lideranças, assim como da equipe de trabalho, é uma das metas constantes do Sindigraf-RS. Seguindo esta diretriz, o superintendente da entidade Luiz Carlos Gautério Pinheiro participou do curso de extensão *Formação Executiva em Relações Sindicais*, realizado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). A formação ocorreu na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre, de 10 de julho a 20 de novembro, em

parceria com a UniRei. Promovida pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), a ação no Estado integra o Programa de Desenvolvimento Associativo (PDA), com 42 participantes, de 30 sindicatos filiados à Fiergs.

Foram abordados estratégias de gestão e planejamento da Administração, como a matriz Fofa e a espinha de peixe, entre outros assuntos. O fechamento da formação contou com a realização de um trabalho de conclusão de curso (TCC), propondo um projeto estratégico para a entidade re-

presentada. Considerando que o Sindigraf-RS já possui um planejamento consolidado desde 2000, Pinheiro optou por apresentar o Plano de Ação da entidade em 2016. “O curso foi para mim uma reciclagem. Por isso, decidi mostrar o que já planejamos para este ano, anexando formulários de orçamento e controle, entre outros documentos”, afirma o executivo. Os 10 trabalhos que tiveram melhores notas foram apresentados na cerimônia de formatura que ocorreu no dia 8 de março, às 17 horas, na Fiergs.

Sindigraf-RS promove seminários gratuitos sobre gestão

Em tempos de escassez de negócios, é essencial que as empresas sejam capazes de se organizar financeiramente e superar os desafios. Pensando nisso, nos próximos meses, a entidade promoverá edições do seminário *Gestão de vendas e custos* em todo o Estado. A qualificação é direcionada para proprietários de gráficas, empresas de pré-impressão e acabamento terceirizados, e colaboradores que trabalham diretamente com o setor financeiro, como gerentes,

chefes de produção, orçamentistas e gestores de vendas e planejamento de produção. O objetivo é dar ferramentas para a redução de custos, vender para novos clientes e mercados através da otimização dos fluxos de informação, eliminando a mesmice e criando novos parâmetros para evoluir no mercado gráfico.

Os treinamentos serão ministrados por Thomaz Frank Caspary, engenheiro gráfico formado em Stuttgart, na Alemanha, e especialista em gerenciamento de produtividade em gráficas. Segundo o palestrante, os seminários pretendem conscientizar o empresário gráfico das possibilidades de melhorar a competitividade e a rentabilidade da empresa, focando em nichos de mercado específicos, face à dificuldade de novos investimentos. “O fator humano e o treinamento das equipes comerciais e de custos de produção são de suma importância com vistas

à solução dos problemas de clientes, trazendo também para a empresa gráfica maior rentabilidade”, afirma o consultor.

O primeiro evento acontece em Porto Alegre, no dia 7 de abril, na sede do sindicato (Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar), das 18h30 às 22h30. Em 9 de abril, a programação segue para Santo Ângelo e, dia 30, estará em Santa Maria. A ação passará ainda pelas regiões da Produção/Planalto, Vale do Sinos/Hortênsias e Vale do Taquari/Rio Pardo até o mês de agosto. Para participar, basta preencher a ficha de inscrição no site do Sindigraf-RS, localizada na agenda da instituição, e enviá-la pelo e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br ou fax pelo telefone (51) 3346-1920. As inscrições são gratuitas, mas há um limite de três participantes por empresa. Não perca esta oportunidade, pois as vagas são limitadas. Inscreva-se!



©iStock.com/Cmedier

Tendências editoriais apontam o livro como objeto de arte para o futuro

O crescimento das mídias digitais está fazendo com que os impressos convivam harmoniosamente com versões online. Mesmo com a praticidade que os *e-books* proporcionam atualmente, muitos leitores ainda não conseguem se adaptar às pequenas telas de *tablets*, *smartphones* e *e-readers*. Não dá para negar que os livros digitais possuem muitos atrativos: os preços são mais acessíveis, o armazenamento em *bytes* não ocupa espaço físico (seja em casa ou dentro da mochila), além da possibilidade de interatividade entre produtos semelhantes.

Tendo em vista essas novas facilidades, o mercado editorial resolveu desbravar novos caminhos. A nova moda é apresentar itens luxuosos e únicos, para assim se aproximar cada vez mais dos nichos de fãs dispostos a investir naquele produto. Essa tendência segue o princípio da cauda longa, de Chris Anderson, e potencializa cada vez mais a aposta em segmentos, uma vez que está cada vez mais difícil emplacar um *best-seller*. O mercado livre está ganhando contornos especializados e direcionados.

Letras em forma de arte

A professora do curso de gestão de embalagens da Escola Senai Theobaldo de Nigris, Camila Tomás, afirma que o futuro do ramo editorial é o livro-objeto: “São peças que, como um todo, são únicas e representam um item colecionável”. Dentre os diferenciais, a docente aponta ilustrações que podem valer mais que o próprio livro e embalagens fora

do comum e altamente ligadas ao segmento no qual estão inseridas. Estes fatores exclusivos acabam por desencadear o interesse do consumidor, preparando-o para abrir a carteira.

Camila conta que, por atuarem em determinados nichos, o público receptor é mais crítico e tem gosto especial pelo único: “Por despertar a curiosidade do leitor, as peças não ficam no meio comum. A embalagem diferenciada produz este tipo de sentimento, criando assim as microtendências atuais do meio gráfico”. Segundo Camila, esses preceitos cunharam o conceito de objeto de arte no mercado editorial. “O consumidor gosta de possuir este objeto único”, revela a professora. “Além de poder ter contato com as ilustrações exclusivas, por exemplo, também gosta de olhar para a estante e poder enxergar esse produto lá”, declara.

De acordo com a professora, esse tipo de tendência não é novidade porque, como todo tipo de comportamento de moda, o gosto da sociedade é cíclico: “Sempre retornamos ao passado, e podemos ver a necessidade de resgatar um ritual, de sentir a capa dura com a impressão em alto relevo do título. De sentir a gramatura do papel nas próprias mãos”. Ela afirma que a moda antiquada indica a volta do *cool* em pouco tempo, e é o que podemos ver nos artigos de luxo editoriais.

Histórias sempre rentáveis

A saga *Star Wars*, com seis filmes lançados nas últimas quatro décadas, foi uma das obras cinematográficas que lançaram a Era



Blockbuster – superproduções com sucesso de bilheteria que viraram franquias com brinquedos, jogos, séries, livros e muito mais. Em 2013, o diretor e criador da saga já entrou na onda: em parceria com a Abrams Books, George Lucas publicou uma seleção de 1.416 frames dos seis filmes exibidos até então. São dois livros luxuosos com 368 páginas, capadura e estojo, um item único na coleção dos fãs.

Com o sétimo e último livro publicado em 2007, a saga *Harry Potter* continua encantando até hoje. Ocasionalmente, editoras resolvem renovar as capas e o projeto gráfico da coleção, as quais sempre são sucesso de vendas. No início deste ano, a autora da série, J.K. Rowling, anunciou que lançará um novo livro sobre o bruxo, agora adulto. A história virá a partir do roteiro de uma peça que estreará em julho no Reino Unido. O livro será primeiramente editado em pequena tiragem para depois ser lançado em edição de colecionador para os fãs.

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



Para saber a mais recente que acontece a nível internacional de comunicação impressa e de papel, visite www.twosides.org.br

© 2013, Two Sides

especial

Em um mercado altamente competitivo, não basta apresentar variações do mesmo produto ou seguir fórmulas prontas para o sucesso. É preciso interação e abertura para novas possibilidades de criação

Mudando a forma de pensar os negócios



Quando Steve Jobs apresentou pela primeira vez o iPod em 2001, convocou jornalistas especialistas em tecnologia e em música não para mostrar apenas um produto: chamou-os para oferecer um conceito. Com uma apresentação de *slides*, dizendo que aquilo seria algo inovador, ele mostrou aos presentes algo que já existia no mundo digital, explicando os prós e contras de cada aparelho, quanto custavam e de que forma eram utilizados pelo público. Mas no meio da explanação, perguntou quem ali não tinha esquecido um CD em casa e só percebido, no início de uma longa viagem de carro, que não tinha

o álbum que queria? Uma experiência comum, partilhada por milhares de pessoas. E qual seria a solução? Um dispositivo que pudesse carregar toda a biblioteca musical de alguém na palma da mão. Então, ele retirou do próprio bolso o aparelho e mostrou para a plateia, mudando a forma com que ouvimos música até hoje. Em uma década e com diversas versões do produto, a Apple vendeu mais de 300 milhões de iPods no mundo. Um dos destaques do aparelho, segundo o então CEO da empresa, era a facilidade de uso e a possibilidade de manuseá-lo com uma das mãos. Não era apenas o que a tecnologia podia fazer, mas como utilizá-la e incorporá-la na vida diária. Jobs percebeu uma necessidade que poderia ser sanada, mesmo que não houvesse os meios necessários para fazer isso acontecer. Ter um desejo e criar uma forma inovadora de satisfazê-lo – essa lógica defendida pelo empreendedor – está por trás do *Design Thinking*. Por meio de uma abordagem diferenciada para a solução de problemas, ele utiliza a criatividade como foco central para resolver questões de qualquer natureza. E isso pode mudar o seu negócio!

Inovação para a mudança

Todas as empresas querem estar à frente de suas concorrentes, mas, para isso, é preciso encontrar um nicho no mercado e se destacar. Entretanto, inovar não é uma tarefa fácil, e os grandes empreendedores perceberam que não bastava oferecer superioridade tecnológica ou excelência em desempenho para dominar o mercado. Ainda que o *design* esteja associado simplesmente à aparência de um produto, associado ao termo *thinking*, ele busca primariamente a promoção de novas ideias e soluções que facilitem a experiência de usuários em programas complexos, tornando-as mais prazerosas e intuitivas. O título veio da pesquisa do professor da Universidade de Stanford Rolf Faste, que definiu e popularizou o conceito de “pensar tudo como *design*” como uma forma de ação criativa, focada na multidisciplinaridade, colaboração e concretização de pensamentos e processos. Esse formato leva a soluções inovadoras para problemas. No entanto, foi a partir de David Kelley – colega de Faste no departamento de administração da universidade e fundador da Ideo, empresa de consultoria de *design* dos Estados Unidos – que este “jeito de pensar” foi levado para o mundo dos negócios.



©iStock.com/Rawpixel LTD

Para Ricardo Morais, professor da Católica Porto Business School, que trabalha com gestores de grandes empresas em Portugal, o modelo pode ser utilizado por todos, de padarias a escolas, para desenvolver soluções em qualquer escala, desde que seja ligado às experiências humanas. “O *Design Thinking* é uma nova abordagem à criatividade, e todas as pessoas têm um potencial criativo pouco explorado. É preciso apenas dar as ferramentas necessárias para que elas reflitam sobre isso”, diz o especialista.

Satisfazendo necessidades

De forma geral, o *Design Thinking* propõe uma alteração na forma de resolver questões, diferentemente da hierarquia tradicional das empresas, onde os gestores decidem e os funcionários apenas seguem o que foi dito. Nesta abordagem, a partir de um problema definido que se queira resolver – seja melhorar o setor de RH ou lançar um novo produto – deve-se criar pequenos grupos de pessoas, que podem incluir clientes ou fornecedores, ou até mesmo consultores e outras parcelas da sociedade, para discutir as possibilidades de solução.

Para o professor, é imprescindível a presença de colaboradores nestes grupos, pois eles conhecem a realidade das companhias no dia a dia. “Não tem como generalizar, mas para criar experiências é preciso ter vivências. Para inventar o que eu gostaria, deveria saber do que não gosto. Para encontrar uma necessidade latente, é preciso ser o mais coeso possível. O primeiro passo é compreender o contexto onde se insere”, afirma. A partir dos conhecimentos e da vivência que cada parte traz para o grupo, os participantes devem contribuir com ideias livremente para a resolução, não importa o quão diferente

Inove em sua empresa

Os pilares do *Design Thinking*, de acordo com o professor da Católica Porto Business School, Ricardo Morais, são os seguintes:

- 1) **Trabalho em equipe** – apesar de ser difícil de lidar no início, quanto mais diversidade no time, maiores são as chances de nascer uma ideia inovadora
- 2) **Processo** – as escolhas são muito importantes nas fases do projeto, ora se expandindo, ora focando para resolver o problema
- 3) **Espaço criativo** – para estimular a criatividade, o local deve ser diferente do que a equipe trabalha diariamente. Assim, os membros se sentem livres para pensar
- 4) **Escolher o desafio** – os problemas não podem ser muito abrangentes, de forma que a equipe não consiga encontrar uma solução, nem muito fechados que não estimulem a criatividade
- 5) **Indicadores de desempenho** – depois de surgirem soluções, deve-se criar protótipos e apresentá-los a um grupo focal. Assim, já é possível visualizar se a criação atende às necessidades do público

ou “fora da caixa” elas sejam. Só é possível trazer soluções inovadoras quando há total liberdade para criar. Segundo ele, as experiências, serviços ou produtos criados por este modelo são mais poderosos, pois mexem com algo diretamente ligado à experiência pessoal.

Outro ponto fundamental é que, quando as equipes decidem que tipo de estratégia vão utilizar, precisam criar um protótipo para apresentar a um outro grupo que nada sabe sobre o processo. Se bem realizada, a ideia de solução proposta pela equipe deve ser clara para quem for apresentada, sem precisar de explicações, pois preenchem uma necessidade que até o momento não tinha sido atendida. Para Morais, quanto mais concreta for a tentativa, mais facilmente as pessoas comprarão a ideia. “O *Design Thinking* é muito diferente do senso comum, porque o senso comum fala muito e diz pouco. Usamos muitas pa-

lavras, e para realmente nos comunicarmos com alguém é preciso que a experiência seja tangível, física”, acredita.

Cada empresa pode e deve adaptar os conceitos dessa nova técnica para a sua realidade. De acordo com ele, a principal mudança para criar uma cultura de inovação é esquecer qualquer restrição ou noção preconcebida de que algo não pode ser pensado. Muitas vezes, o medo do desconhecido acaba com novas ideias. No entanto, em um processo rápido, as equipes podem se sentir mais confiantes de alcançar sucesso com conceitos não tradicionais, principalmente em problemas complexos. “As equipes têm que estar livres de preconceito para fazer o *brainstorming*. Não pode haver vergonha ou preocupação com possibilidade técnica e econômica. Naquele momento, a única preocupação que se tem é com o desejo humano da experiência”, finaliza.



Passando a tesoura

Para manter a competitividade no mercado, a redução de custos é sempre uma questão em pauta para as empresas gráficas. É preciso planejamento para fazer mais com menos

Na hora de o cliente escolher qual gráfica vai realizar seu projeto, nem sempre aquela que oferece o menor preço ganha. Variáveis como qualidade do produto, atendimento, respeito ao prazo de entrega e renome no mercado são diferenciais. Mas para permanecer competitivo no mundo dos negócios, o empresário gráfico deve ter cuidado com os custos de produção de sua empresa, aproveitando oportunidades para economizar. Em ano de crise, é importante colocar o planejamento de gastos no papel e rever as prioridades, para continuar a oferecer um serviço de qualidade com preço justo.

Um dos problemas recorrentes é a falta de planejamento econômico dos custos reais da produção. Além dos salários dos colaboradores, instalações, custo de manutenção dos equipamentos e impostos, cada processo dentro da gráfica precisa estar tabelado, formando uma base de dados concreta para a precificação da hora de trabalho. Somente desta forma é possível chegar a um orçamento efetivo para os clientes. Empresas que baseiam seus preços nos valores promovidos pela concorrência, sem análise de margem de custos e de lucro, podem acabar com trabalhos que, ao final, dão prejuízo na entrega. De acordo com o

professor da Escola Senai Theobaldo de Nigris de São Paulo, Guilherme Moreira da Assunção Filho, muitas gráficas não se utilizam de modelos de logística para a organização das finanças, como o RKW, que apresenta relatórios para a gestão de gastos, ajudando a elaborar e definir estratégias para a tomada de decisões. “É imprescindível que a empresa conheça seu sistema de custos, pois somente através da análise de números se pode chegar a um valor justo para a empresa e para o cliente, sem desperdícios”, afirma.

Segundo ele, outra questão importante se refere aos exageros na produção e, especificamente, à forma como a indústria precifica os seus projetos. Normalmente, empresas produ-

zem material somente a partir da encomenda feita, ou seja, é entregue um orçamento com o preço, e, se o cliente aceitar, é necessário honrar o valor combinado. Se há frequentes perdas ou retrabalhos no chão de fábrica, a produtividade diminui, e as contas não batem. “Toda perda na produção é prejuízo para empresa, pois o preço já foi acertado e não se pode voltar atrás”, argumenta o professor. Um dos problemas mais graves é a falta de comunicação entre os setores, que pode levar a produtos mal-acabados ou diferentes do pedido, gerando múltiplas provas até que tudo esteja correto – desperdiçando tempo e material, desgastando as relações entre os colaboradores e que pode acarretar até a perda do vínculo do cliente para trabalhos futuros. Apostar na qualificação e bom treinamento de funcionários também faz parte do corte de custos, pois, quanto mais bem preparados, menos erros no processo devem acontecer.

É comum também que gráficas de pequeno e médio portes aceitem trabalhos que, muitas vezes, não podem ser realizados em sua totalidade na empresa, por falta de pessoal ou de maquinário, para ganhar o cliente. Com isso, acabam fazendo parcerias com outras empresas, que pode onerar muito o preço final do produto. “Terceirizar alguns serviços não é um problema em si, mas é preciso cuidado para escolher o fornecedor que entregue com qualidade e em tempo hábil, se não acaba sendo mais um problema para a gráfica”, diz Assunção. Da mesma forma, aceitar encomendas especiais pode ser um bom negócio, desde que haja produção suficiente para justificar o investimento em equipamentos. “Não adianta imprimir um livro por ano com laminação na capa e, o resto do tempo, o maquinário ficar ocioso. Muitas opções são interessantes para atrair o consumidor, mas podem dar mais prejuízo a longo prazo se não houver demanda”, alerta.

Dicas para corte de custos

- ▶ Conheça todos os processos de sua empresa
- ▶ Utilize modelos de gestão para análise de custos
- ▶ Entregue orçamentos com base na realidade da sua empresa, não da concorrência
- ▶ Invista em qualificação de seus colaboradores para diminuição de perdas
- ▶ Analise o custo/benefício de terceirizações
- ▶ Avalie o grau de ociosidade do maquinário em relação à demanda

Prêmio Gaúcho prepara regulamento

O 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica terá sua premiação daqui a quatro meses, e a lista de patrocinadores só cresce. Em março, a multinacional Agfa, que desenvolve produtos e sistemas digitais gráficos, e a Prepress Assessoria Gráfica, empresa de soluções para o mercado de impressão, confirmaram patrocínio por meio de cota Premium. As empresas se uniram à Tecnofacas, à Xerox, à ANS e à Teletoner, que já estavam na mesma categoria. Já a Perfil e a Zênite Sistemas participam pela cota Master.

É um grande orgulho para a Abigraf-RS poder contar com parceiros que acreditam no potencial gaúcho, por isso o prazo para aderir ao Plano de Patrocínio foi estendido até 30 de março. Está prevista ainda para o mesmo mês a divulgação do regulamento do concurso, que está em produção. Quando finalizado, será enviado às empresas gráficas gaúchas da base da Abigraf-RS.

Se você planeja inscrever a sua empresa como participante em 2016, o período váli-

do para a produção das peças vai de 11 de junho de 2015 até 9 de junho deste ano. Há descontos para quem inscrever os seus impressos na primeira fase, que acontece do dia 3 até 24 de maio. O segundo período se estende ao dia 9 de junho.

A exposição dos produtos inscritos ao público em geral será em 1º e 2 de julho, em Porto Alegre. O julgamento das peças inscritas está marcado para 30 de junho, com a avaliação de especialistas nas áreas técnica e de criação. A cerimônia de premiação acontecerá no dia 29 de julho, na Fiergs, em Porto Alegre, e na ocasião, será feita a revelação dos vencedores, juntamente à entrega dos troféus.

Invista!

Entre as vantagens dos patrocinadores está a oportunidade de colocar a sua logomarca nos meios de divulgação do evento. Além disso, as empresas participam da cerimônia de entrega de troféus, com a distri-

buição de ingressos cortesia, que variam de acordo com a cota de adesão no concurso, entre outros.

Na opção Premium, o investimento é de R\$ 6 mil, e na Master, chega a R\$ 10 mil. Esta é uma grande chance de impulsionar a indústria gráfica gaúcha e, ao mesmo tempo, divulgar a sua marca para possíveis interessados. Para mais informações, contate a Abigraf-RS pelo telefone (51) 3323-0303 ou pelo e-mail comercial@abigraf-rs.com.br.

Lembre-se!

Nesta fase de preparação das peças, envolva toda a equipe na seleção dos artigos *top* de linha. Aconselha-se a separação das suas melhores amostras, descartando as que tiverem falhas de impressão ou de acabamento.

12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Faça como
nossos patrocinadores:

Participe e fortaleça sua marca no mercado gráfico gaúcho!

COTA MASTER



COTA PREMIUM



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

REALIZAÇÃO



PARCEIROS



Solidariedade à flor da pele

Nesta edição da série sobre a Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais apresentamos o Banco de Tecidos e Pele Humana, pioneiro no país. Atualmente o banco luta pelo uso da membrana amniótica como transplante



Projetado para atender a uma grande demanda, o Banco de Tecidos e Pele Humana Dr. Roberto Corrêa Chem foi criado em 2005 e leva a recuperação a queimados e machucados no Rio Grande do Sul. “A ideia veio de inúmeras reuniões entre juntas médicas que realizavam cirurgia de queimados. Vimos a necessidade em fundar uma central de recebimento e distribuição deste tipo de órgão”, revela o médico e presidente do banco, Eduardo Chem, filho do médico Roberto Corrêa Chem. Neste meio-tempo, a Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais acolheu a ideia, e então o banco foi o primeiro a obter a autorização do Ministério da Saúde. A unidade trabalha há 10 anos na função de captar, processar, preservar e disponibilizar lâminas de pele alógenas com a finalidade de transplante.

O Banco de Tecidos e Pele Humana está instalado na Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre, e apenas em 2015 recebeu 15.448 cm² de área de 52 doadores de tecido humano-pele. Eduardo Chem credita o alto volume de doações ao trabalho incansável da Central de Transplantes e dos profissionais do próprio Banco de Tecidos e Pele Humana: “Um dos nossos grandes diferenciais é trabalhar com

uma equipe multidisciplinar, que conta com médicos, biomédicos e biólogos”.

O procedimento para captar pele funciona como qualquer outro transplante de órgãos. Primeiro avalia-se a possibilidade de extração do enxerto do próprio paciente. Em caso de necessidade externa, a família do doador em potencial é notificada e, mediante aceitação, a junta avalia quais órgãos estão disponíveis em bom estado para o transplante. No caso da pele, o tecido é retirado de um lugar não visível. Caso você tenha planos de doar pele ou qualquer outro órgão após a morte, faça questão de notificar seus familiares sobre a sua decisão para que eles autorizem quando você se for.

Os desafios

E as necessidades do Banco não são poucas. Por ser o pioneiro no Brasil, o banco precisa lidar com o crescente número de doadores de pele, mesmo que o volume de envios do tecido tenha se estabilizado há dois anos. Apesar de a pele em estoque atender às necessidades, as doações ainda estão restritas a determinados centros de queimados do país. Os desafios da unidade não são poucos, mas, segundo Chem, o maior obstáculo a ser ultrapassado ainda é a

burocracia do sistema de saúde como um todo. “Trabalhamos diariamente para dar qualidade de vida para as pessoas e muitas vezes deixamos passar uma oportunidade importante porque não conseguimos lidar com o sistema burocrático que rege o país”, afirma. Ele ressalta que o baixo repasse de verbas ao SUS também dificulta algumas das ações previstas pelo banco. “O que temos hoje no Brasil é um sistema inoperante que muitas vezes inviabiliza o funcionamento de qualquer entidade social”, conclui.

O incêndio da Boate Kiss, em Santa Maria, foi um momento de, apesar de doloroso para o Estado, intenso trabalho para o Banco de Tecidos. De acordo com ele, apesar de a maior causa de queimaduras dos sobreviventes ter sido inalatória – atingindo principalmente o sistema respiratório –, o episódio exigiu muita atenção do banco. “Fizemos um mutirão mundial para conseguir todos os enxertos que precisávamos. Devido à repercussão internacional que o caso teve, os dirigentes de diversos bancos se sensibilizaram e enviaram o que estava disponível”, conta Chem.

O futuro

Para poder alcançar números de pacientes cada vez maiores, o Banco de Tecidos Humanos quer tornar realidade o uso de membrana amniótica no Brasil, procedimento que possibilita o desenvolvimento de tecidos a partir da bolsa fetal. Vários países já utilizam a membrana amniótica, e a sua aplicação aumentaria a disponibilidade de tecidos para transplante em mais de 120 vezes, além de possibilitar o atendimento a casos gravíssimos.

Como funciona um transplante de pele por membrana amniótica?

Além do clássico enxerto de pele autógeno, o transplante também acontece de maneira que a membrana funciona como um curativo biológico temporário. Isso acontece em situações nas quais a pele fica muito danificada e altamente suscetível a infecções e inflamações. A pele nova cobrirá a parte exposta e servirá como um curativo até que a pele natural se recomponha.

Ter visão para o futuro ajuda a perpetuar a empresa

Antes de abrir meu negócio, conversei com muitas pessoas que já tinham seguido o caminho da consultoria e percebi que existem dois tipos de empreendedores: os que gerenciam a empresa de acordo com as necessidades que surgem ao longo do tempo e aqueles que planejam as ações que vão tomar. Na maioria dos casos, os que traçavam planos e objetivos precisos conseguiam obter mais sucesso. Por isso, resolvi aprender mais sobre esta prática, chamada de “visão para o futuro”, que permitia concretizar nossos objetivos na esfera do pensamento, para depois tornar isso realidade. Este tipo de planejamento não está ligado somente aos objetivos, mas também a uma reflexão que nos permite enxergar aquilo que poderemos passar no futuro.

Um bom exercício para desenvolver essa habilidade, além de treinar e ampliar a capacidade mental de visualizar o que se quer obter, é o de criar o hábito de colocar nossos sonhos no papel.

Escrever tudo o que queremos e o mais importante: como pretendemos conseguir isso. No início, podemos nos fixar em um ponto não muito distante, cerca de um ou dois anos à frente. Quanto mais detalhada for a descrição feita no papel, maior é a possibilidade de tudo acontecer na “vida real”. Nesta fase, é importante se comprometer em analisar como você está se saindo em relação àquilo que escreveu, para que possa corrigir suas ações e chegar ao sucesso.

Para quem pretende começar a praticar a visão futura, posso dar algumas sugestões rápidas: sonhe com tudo aquilo que deseja para sua empresa, imaginando objetivos que podem ser alcançados; escreva tudo o que sonhou e dê maiores detalhes, buscando descrever tudo como se já existisse; estude o mercado e busque as melhores maneiras de concretizar seus desejos, avaliando se o seu sonho cabe no seu bolso e quanto tempo levará para que ele se concretize; operacionalize



Divulgação/PrintConsult

THOMAZ CASPARY
Consultor e diretor da Printconsult

o que havia escrito com base nas informações levantadas pelos seus estudos prévios, evitando improvisos de última hora. Por fim, analise os resultados do seu projeto, conferindo se estes estão próximos daquilo que foi traçado anteriormente. Quanto maior o alinhamento aos objetivos iniciais, menor será a mudança de planos. Mas é preciso reconhecer os erros ao longo do caminho, o que pode trazer correções que garantirão o sucesso do seu negócio. Boa sorte, pense muito e não deixe de tomar atitudes!

TRABALHISTA

Políticas de remuneração variável

Diversas são as formas de implementação de políticas de remuneração variável, comuns em empresas que possuem departamento comercial. Vale lembrar que o §1º do art. 457 da CLT estabelece que integram o salário não só a importância fixa estipulada, como também as comissões, percentagens, gratificações ajustadas, diárias para viagens (que excedam de 50% do salário percebido pelo empregado) e abonos pagos pelo empregador.

A estipulação de comissões, abonos, gratificações ou prêmios com metas anuais ou de periodicidade inferior deve garantir que o ex-empregado – que participou da força de trabalho no período de apuração das metas – receba de forma proporcional a remuneração variável estipulada, ainda que não esteja mais com o contrato em vigor quando da apuração final da meta.

O TST já firmou posicionamento em matéria análoga, quando apreciou pedidos de pagamento proporcional de valores decorrentes de planos de participação nos lucros e resultados, nos seguintes termos: “Fere o princípio da isonomia instituir vantagem mediante acordo coletivo ou norma regulamentar que condiciona a percepção da parcela participação nos lucros e resultados ao fato de estar o contrato de trabalho em vigor na data prevista para a distribuição dos lucros”. Assim, é devido o pagamento da parcela de forma proporcional aos meses trabalhados, pois o ex-empregado concorreu para os resultados da empresa.

Apesar de os valores de PLR não se confundirem com a remuneração do empregado, possuindo natureza jurídica diversa, a lógica da Súmula 451 do TST de garantia de isonomia é idêntica e deve ser levada em conta quando da fixação das regras de remuneração variável.



Daniel Rodrigues/Divulgação Rossi

BENÔNNI ROSSI
Advogado trabalhista

É salutar às relações de emprego e à segurança das empresas que estabelecem remuneração variável que as políticas sejam claras em relação aos critérios e às formas de apuração. Além disso, em relação aos empregados com contratos extintos no transcorrer do período de apuração das metas, recomenda-se que haja pagamento da remuneração variável de forma proporcional ao tempo de permanência ou participação.

União em Santa Maria

Há 21 anos, Emerson Guido Tomazetti resolveu, juntamente a um sócio, adentrar no setor gráfico e criou a Gráfica Ideal, na cidade de Santa Maria. O empresário conta que, na época, o segmento era muito rentável na região, e, com o investimento certo, as chances de o negócio vingar eram boas. “Estudamos bastante as condições, juntamos dinheiro e fomos a São Paulo e Porto Alegre para adquirir o maquinário”, revela o gráfico. Nos primeiros anos, o rendimento da fábrica foi destinado basicamente ao capital, pró-labore e em investimentos. A sociedade foi encerrada quatro anos depois, em 1998, e Tomazetti decidiu continuar no mercado.

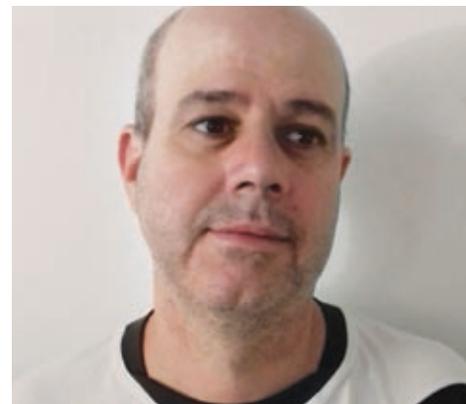
O empresário afirma que, por não ter nenhum tipo de formação na área, teve que aprender no dia a dia do chão da fábrica como fazer a empresa vingar. “Trabalhamos para estabelecer muitas parcerias, e assim avançamos.” Com a virada do milênio, Tomazetti decidiu renovar a empresa e implementar o sistema *offset*. “Durante aproximadamente seis anos utilizávamos tipografia com um sistema de placas, e em 2000 avaliamos a necessidade de entrar com a impressão *offset* e decidimos investir”, revela o empresário. Segundo ele, hoje a Gráfica Ideal conta com um sistema totalmente informatizado, possibilitando um melhor atendimento às necessidades do cliente. “Trabalhamos com todo

tipo de material e, por isso, temos um portfólio variado. Contudo, os carros-chefe da empresa são os *folders* e informativos”, completa.

Tomazetti lembra também que a gráfica tem um caráter altamente familiar, uma vez que ele e a esposa são os diretores da fábrica. “Eu trabalho na área comercial e conto com a Quelen para cuidar da parte financeira. Além disso, hoje tenho dois filhos dentro da fábrica, trabalhando junto conosco. É muito importante poder ver a família pegando junto e construindo o sonho”, comemora. Em 2006, a Gráfica Ideal saiu do aluguel e Tomazetti conseguiu adquirir o espaço onde a empresa estava instalada, e que permanece até hoje. “Ficamos felizes porque conseguimos fazer os nossos objetivos acontecerem, mesmo que não sejamos uma gráfica de grande porte”, conclui o empresário.

Prudência

Mesmo com uma boa demanda de trabalhos, Tomazetti acredita que 2016 será um ano de muita cautela para a sua empresa: “Demoramos para crescer ao ponto em que estamos hoje, mas quando conseguimos atingir nossos sonhos, foi um grande *boom*. Precisamos manter os pés firmes no chão, reavaliar necessidades e nos manter focados”. Segundo o gestor, este ano promete grandes turbulências,



Arquivo pessoal

principalmente financeiras, e ele afirma que pretendem manter o máximo de cuidado para passar por essa fase sem grandes problemas.

Além do cuidado extra, o empresário diz contar com a ajuda do setor gráfico na região e do Sindigraf-RS para superar os desafios de 2016. “Precisamos nos unir para superarmos tudo isso juntos.” Tomazetti revela que, apesar de o mercado gráfico na cidade ser muito competitivo, pela restrição do público consumidor, acredita em um setor mais unido, com maior consciência de classe. “Acabamos perdendo muitas oportunidades por pensarmos nas necessidades individuais e não no coletivo. Espero que essa mentalidade de divergência caia por terra durante este ano difícil. Quero tentar unir a minha família dentro da empresa e a minha gráfica com as outras para enfrentarmos 2016 juntos, e é nisso que trabalhamos”, completa.

AGENDA FISCAL – Março de 2016

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 02/2016	3/3	Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	18/3
Salário	Folha de pagamento 02/2016	4/3	Simei	Faturamento 02/2016	21/3
Empreg. Doméstico	DAE mês 02/2016	7/3	Simplex Nacional	Faturamento 02/2016	21/3
FGTS	Folha de pagamento 02/2016	7/3	ICMS – Diferença de alíquota	Mês 01/2016	21/3
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 02/2016	7/3	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 02/2016	21/3
GIA ST	Consum. Final e N. Contrib. 01/2016	9/3	DCTF – Mensal	Mês 01/2016	21/3
GIA ST	Contrib. Item 2.1.1 DRP 45/98	10/3	IOF	2º decênio 03/2016	23/3
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/3	ICMS – Substituição Tributária	Mês 01/2016	23/3
ISSQN	Prestação de Serviços 02/2016	10/3	Cofins	Faturamento 02/2016	24/3
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 01/2016 – Arquivo Eletrônico	10/3	PIS	Faturamento 02/2016	24/3
ICMS – Comércio Categ. Geral	Vendas 02/2016	14/3	Contr. Sindical	Desconto Empregados 2016	31/3
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 02/2016	14/3	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 02/2016	31/3
EFD – PIS /Cofins/INSS	Mês 01/2016	14/3	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 02/2016	31/3
IOF	1º decênio 03/2016	15/3	Parcelamento lei 12.996	Parcela 02/2016	31/3
Previdência Social	Contribuinte Individual	15/3	Parcelamento Simplex Nacional	Parcela 02/2016	31/3
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 02/2016	15/3	Refis/Paes/lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	31/3
Rais 2016	Ano-base 2015	18/3	DIF – Papel Imune	Referente 2º semestre 2015	31/3
Previdência Social	Folha de pagamento 02/2016	18/3	Gia-SN	Todos os contribuintes do Simplex	31/3
Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Mês 02/2016	18/3	Defis	ME e EPP Optante Simplex Nac.	31/3
Imp. de Renda na Fonte	Mês 02/2016	18/3	DMED	Serv. Médicos e Saúde	31/3
Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	18/3	DSPJ	Declaração Inativas	31/3

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Novas oportunidades de negócio para a indústria gráfica

Nos dias 13 e 14 de abril, o Sindigraf-RS participará como expositor em uma feira de negócios voltada para o setor supermercadista do Rio Grande do Sul, a 16ª Expo Supermercados. Para a entidade, a feira é uma forma de divulgar a indústria gráfica gaúcha, mostrando aos comerciantes, empresas e fornecedores de todo o país que as gráficas do Estado têm condições técnicas e competitivas de atendê-los.

O evento é voltado para lojistas de estabelecimentos de pequeno e médio portes, redes e centrais de compras, padarias, confeitarias, armazéns, açougues, restaurantes e outros profissionais do ramo. Caravanas de diversas regiões do RS se deslocam, todos os anos, para conferir as novidades do setor supermercadista, buscando novidades na área de gestão, recursos humanos e *marketing*. Montada como um supermercado modelo, com corredores, gôndolas e caixas, a feira também é uma oportunidade para empresas alimentícias do setor de exporem seus produtos e angariarem novos clientes, já que que os pequenos empreendedores estão procurando oferecer produ-

tos de maior valor agregado, já que a margem de lucro nos itens básicos de alimentação é baixa. Somente no ano passado, o crescimento de negócios realizados na Expo Supermercados foi de 16%. “A cada edição crescemos mais, pois os fornecedores vão se somando, além daqueles que renovam sua participação ano após ano. Os visitantes também saem satisfeitos por encontrar soluções práticas para serem aplicadas em seus estabelecimentos”, diz Fabiano Polese, diretor da feira. Uma das mudanças que o setor tem realizado é o maior espaço para produtos de perfumaria e bazar para os clientes, além de inclusão de tecnologia na gestão no dia a dia dos negócios. As tendências já vistas nas grandes redes têm chegado também nos supermercados de bairro, como a aposta na diversificação do *mix* de itens oferecidos e em novos equipamentos têm se tornado cada vez mais frequente nos pequenos estabelecimentos.

O evento conta ainda com cursos e palestras com nomes renomados com experiência em supermercados. Neste ano, já estão confirma-



dos os palestrantes Clóvis Polese, consultor de supermercado, e João Ricardo L. Luce, supervisor de treinamento da Urano Balanças. A Expo Supermercados em Porto Alegre será realizada no Clube Comercial Sarandi (Av. Salvador Leão, 277), das 18h às 22h no primeiro dia, e das 12h às 20h no segundo. Além da capital, a feira passará ainda por Novo Hamburgo, nos dias 17 e 18 de maio, no Pavilhão da Fenac (Rua Araxá, 505 – Portão 10), em mesmo horário, e em Passo Fundo, em 13 e 14 de setembro. A entrada é gratuita, e informações podem ser obtidas pelo telefone (51) 3333-3272 ou pelo site www.exposupermercados.com.br.



Mídia Kit Informativo Sindigraf-RS Notícias

publicação aborda temas de interesse dos empresários gaúchos, como novidades tecnológicas, anos, mercado ambiental, em

n: 2.000 exemp
distribuição é gratuita
leitores avaliam o Infe
VEÍCULO DE COM

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.

SINDIGRAF-RS
Sindicato da
Indústria Gráfica no RS

Av. Pernambuco, 2623 - 5º andar
Porto Alegre - RS
www.sindigraf-rs.com.br

Informações:
comercial@sindigraf-rs.com.br
(51) 3323-0303

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

Impresul completa 48 anos de história

A Impresul Gráfica e Editora comemorou 48 anos de fundação no dia 14 de fevereiro. Na ocasião, a empresa realizou uma festa interna para homenagear seus colaboradores, que constroem o sucesso no dia a dia. “É um ano de renovações, estamos bem otimistas para 2016, mas com os pés no chão”, afirma a gerente de Marketing, Andréia Soares.

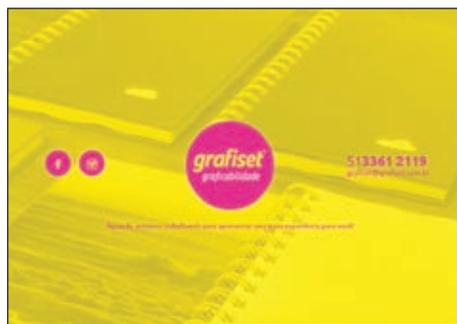
De acordo com ela, a gráfica, que fez uma grande celebração em 2013 para os 45

anos de empresa, já começou a planejar os festejos para quando completar cinco décadas de trabalho no ramo. “A Impresul trabalha sempre com a ideia de um novo *round* a cada novo ano. Nosso lema é ‘comprando briga com o impossível’, já que nosso objetivo é sempre prestar o melhor serviço para o cliente. E é somente com a união de todos que faz com que tenhamos chegado até aqui”, finaliza a profissional.



Grafiset com cada vez mais novidades

A Grafiset, de Porto Alegre, está cada vez mais antenada nas novidades disponíveis



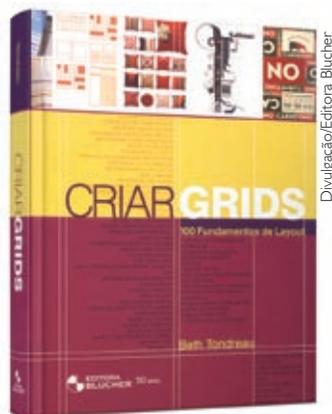
para o mercado gráfico. Em 2015, a empresa resolveu investir ainda mais em produtos diferenciados para atrair novos públicos. Dentre as novas peças estão embalagens e rótulos de cervejas artesanais, adesivos e *toppers* para hamburguerias *gourmet* e o uso do método de *hotstamping* em envelopes e cartões pessoais. A gráfica também começou a produzir papelaria personalizada voltada aos fãs de *scrapbooks* e cadernetas de anotações, além de disponibilizar a impressão digital de

livros, que proporciona o mesmo acabamento de *offset* para lotes reduzidos de tiragem.

A empresa também adquiriu um *software* de nivelamento de cor, facilitando o processo de reimpressão de tiragem menor em digital sem mudança de cor. De acordo com a Grafiset, eles são um dos pioneiros no uso deste tipo de programa no Brasil. E as novidades não param por aí: também está prevista para abril a reforma completa do site, para atender ainda melhor os seus clientes.

DICA DE LEITURA

Ajudinha na hora da diagramação



Divulgação/Editora Blucher

O livro *Criar Grids – 100 Fundamentos de Layout*, da designer Beth Tondreau, compila uma centena de dicas sobre como escolher e aplicar as *grids* em diferentes publicações. A obra foi publicada pela Editora Blucher, na

coleção *Pensando o Design*, e o seu conteúdo é abordado de maneira original, direta e simples. A publicação serve como um guia e manual, explicando cada tipo de *grid* e cada elemento dele. Tudo com muitas imagens ilustrativas e pouco texto para que os ensinamentos fiquem gravados de forma visual.

Além disso, Tondreau trabalha cada um dos tipos de *grid* separadamente, com exemplos de peças reais (publicações, pôsteres, cartazes e muito mais) para demonstrar macetes de como facilitar a escolha de *grids* para um projeto, e assim não errar na escolha do *layout*. Além disso, o livro também fornece outras informações que ajudam na construção do projeto, como na disposição de tabelas e gráficos, no uso harmonioso de cores, na escolha de fontes,

no tamanho e resolução de fotos e muito mais. A obra é estruturada em páginas duplas com *cases* reais de diagramação, com ilustrações das mais diversas publicações, de *designers* de todo o mundo. Além disso, todas as dicas estão dispostas de maneira simples e intuitiva ao leitor.

Ficha de leitura

Título: *Criar Grids – 100 Fundamentos de Layout*

Autor: Beth Tondreau

Número de Páginas: 208

Editora: Blucher

Média de preço: R\$ 70