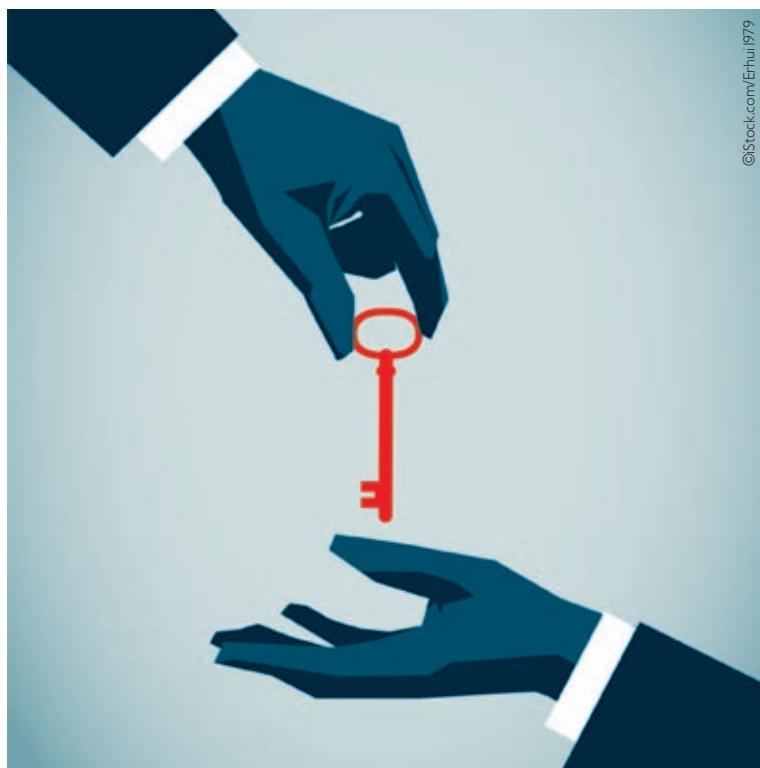




ESPECIAL

Tradição gráfica perpetuada



©Stock.com/Erhui1979

Pensar na continuidade do negócio requer planejamento, ainda mais quando o futuro e a manutenção de uma empresa gráfica estão relacionados às novas gerações. Na hora de preparar os sucessores, deve-se separar questões pessoais e profissionais, inclusive de convivência familiar, para o pleno desenvolvimento do empreendimento. Especialistas indicam que é preciso estar atento às questões legais do processo de sucessão familiar.

Ao tentar assegurar a passagem do controle da empresa para os possíveis herdeiros, devem-se evitar conflitos para que não se instaure uma situação de crise. No caso de uma partilha, é necessário organizar as questões familiares antes de decidir sobre o patrimônio. Ao definir quem assumirá o comando, aconselha-se verificar se os candidatos possuem os conhecimentos e habilidades necessárias, assim como a experiência gerencial. Confira esses e outros assuntos na reportagem especial das páginas 8 a 10.

ABIGRAF-RS

PÁGINA

7

Inscrições abertas para o 12º
Prêmio Gaúcho de Excelência
Gráfica, que conta com descontos
até 24 de maio

AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

11

Consultoria de gestão auxilia
na melhoria contínua e pode ser
um diferencial para vencer a
concorrência no mercado gráfico



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 uma gestão gráfica de excelência é um desafio constante para qualquer empresário. Ainda mais quando temos um mercado competitivo, que passa por dificuldades, em meio ao desaquecimento da economia, crises ética e política, entre outras adversidades. Pensando sempre em agregar novos conhecimentos, tanto em termos de qualificação profissional como de consultoria para a melhoria contínua de processos, o Sindigraf-RS está percorrendo o Estado com dicas e orientações nas áreas de vendas e custos. Nas palavras do diretor da Printconsult, Thomaz Caspary, que abriu a série de seminários em 7 de abril, na sede do sindicato, em Porto Alegre, o empreendedor deve contar com três atributos fundamentais: otimismo, competência e criatividade. Ou seja, precisa-se alcançar a excelência, tendo o domínio do seu negócio, estudando sempre, indo atrás de informações sobre o setor, mantendo-se sempre atualizado e competitivo.

Tivemos nessa oportunidade a casa cheia, tendo o evento instigado os empresários a repensarem seus métodos de trabalho, a conhecerem melhor seus dados e resultados, assim como manterem sempre em dia seu planejamento estratégico. Ainda conquistamos um bom público nas edições realizadas em Santo

Ângelo e Santa Maria, nos dias 9 e 30 do mesmo mês. Um novo seminário está previsto no dia 21 de maio, em Passo Fundo (*saiba mais na página 3*). Além disso, os colegas contam neste mês com o curso *Como sobreviver e prosperar em vendas diante das dificuldades atuais da indústria gráfica*, realizado em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica – ABTG (*veja a programação completa na Agenda do Empresário Gráfico*).

A matéria especial desta edição também traz dicas e orientações de como as nossas gráficas devem proceder em caso de sucessão familiar. Alguns exemplos de empresários que conseguiram pôr em prática um planejamento eficaz, vislumbrando a continuidade do seu negócio, são apresentados como forma de motivar que o assunto seja amplamente debatido. É preciso manter o diálogo entre as equipes, evitando problemas futuros. Além de dar oportunidade às novas gerações, devemos valorizar os talentos e lideranças que surgem em nossas empresas.

Nos dias 13 a 14 de abril, foi com grande satisfação que participamos, no Clube Comercial Sarandi, em Porto Alegre, da 16ª Expo Supermercados. O evento, que mostra o funcionamento de um supermercado modelo, possibilitou que levássemos até o público varejista a importância do setor gráfico gaúcho. Na

apresentação de embalagens impressas, dispostas em gôndulas, e que contrastaram com outras em branco, instigamos os presentes a pensarem como seria a sua vida sem os impressos. A iniciativa faz parte do projeto de promoção do impresso gráfico gaúcho. As empresas filiadas e associadas adimplentes também integram o cadastro gratuito, disponível no site do sindicato, com a identificação dos produtos que elas têm capacidade de produzir.

Já estão abertas as inscrições para o 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica voltadas às empresas gaúchas que queiram mostrar os seus melhores trabalhos no ramo de impressos. Há descontos para as associadas à Abigraf-RS e filiadas ao Sindigraf-RS, Sindigraf ou Singrapel, que inscreverem seus produtos nessa primeira fase – iniciada em 3 de maio e que se estende até o dia 24 do mesmo mês. Associadas têm ainda isenção em uma peça. Não deixem de participar do concurso regional, pois os finalistas terão inscrição automática e gratuita no 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica. As demais gráficas participantes ganharão 20% de desconto em cada impresso inscrito no Fernando Pini. Esta é a grande oportunidade que temos de mostrar todo o talento e a qualidade presentes na indústria gráfica gaúcha.

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: 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



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

Seminários abordam vendas e custos



Porto Alegre



Santo Ângelo

O começo da temporada dos seminários *Gestão de vendas e custos*, ministrados pelo consultor gráfico Thomaz Caspary, marcou o mês de abril. A primeira edição do evento foi realizada em Porto Alegre, no dia 7, e reuniu 41 participantes da capital e Região Metropolitana a fim de debater gestão de gastos e ampliação de novos mercados. A sede do Sindigraf-RS recebeu a formação, que começou às 18h30. No dia 9, o especialista levou o seminário à região Nordeste/Missões, na cidade de Santo Ângelo. Lá, o evento aconteceu na Faculdade Unintese durante o turno da manhã e teve 31 presentes.

Ao dar início aos trabalhos, Caspary propôs que o encontro fosse uma conversa entre todos. Ele ressaltou que a gestão de vendas significa planejar muito, e é apenas quando se dedica à empresa com otimismo, competência e criatividade que o crescimento acontece. “Também temos que ter em mente que só adquirimos competência estudando e lendo muito. De todas as fontes, desde livros até jornais. Além disso, precisamos confiar na nossa criatividade”, comentou. Para incentivar os lucros a partir das vendas, o consultor foi categórico: “Somos empresas. Não podemos aceitar qualquer negócio”. Ele afirma que é preciso saber que produtos destacar entre os diferenciais da empresa, além de discernir o que prove lucros e o que dá prejuízo.

O ministrante também falou sobre a necessidade de compreensão do atual mercado comprador de impressos e de sempre conhecer o cliente. Ele expôs estratégias de vendas, além

de dar dicas em áreas como *marketing* de conteúdo, análise SWOT e a importância dada à pré-venda. Para finalizar, o consultor propôs um debate voltado à análise de produção.

Novos conhecimentos

De acordo com o diretor da All Design Soluções Gráficas, da capital, Homero Confalhonneris, o seminário foi muito importante para lembrar alguns aspectos teóricos referentes a custos e vendas. “Mesmo sendo apenas algumas pinceladas sobre o assunto, foi muito relevante para nós, empresários gráficos. Pretendo levar algumas ideias para pôr em prática.” Entre os pontos debatidos, ele resalta as conferências de custo/máquina, além dos gastos com operador.

A diretora da River Print, também de Porto Alegre, Andrea Paradedda, afirma que a formação abordou assuntos muito interessantes para os participantes e que o palestrante teve uma atuação providencial. “O Caspary é muito questionador e isso foi muito importante para o nosso aprendizado, pois ele nos fez parar para pensar e oferecer nossas opiniões, trocar ideias.” Ela conta que a empresa já opera dentro dos modelos de gestão expostos, mas, mesmo assim, saiu de lá disposta a repensar alguns métodos de trabalho.

Para o diretor da Gráfica Panambi (do município de mesmo nome), Marcelo Rahmeier, o encontro foi muito proveitoso, pois debateu temas relevantes dentro do panorama atual gráfico. “Destaco principalmente o domínio do consultor sobre os temas, e a escolha de assuntos muito pertinentes à situação do setor”, avaliou o empresário. O diretor da Gráfica Venâncio Aires (de Santo Ângelo), Sedenis Lupatini, também aponta que a atuação do ministrante merece destaque. “Além disso, a oportunidade foi ótima para aprender mais e também rever alguns conceitos de gestão de empresas”, conclui.

Em 30 de abril, a mesma atividade foi realizada na região Centro-Oeste, reunindo empresários de Santa Maria e arredores no Itaimbé Palace Hotel. O próximo seminário acontece em 21 de maio, no Itatiaia Premium Hotel, em Passo Fundo, voltado à região Produção/Planalto. Até o mês de agosto, estão previstos encontros no Vale do Sinos/Hortênsias e no Vale do Taquari/Rio Pardo. As atividades são gratuitas! Confira a programação completa em www.sindigraf-rs/ agenda. Não deixe para se inscrever na última hora, pois as vagas são limitadas.

AGENDA

DO EMPRESÁRIO GRÁFICO

3 a 6 Maio**Serigrafia Sign 2016****Local:** Pavilhão Anhembi, São Paulo (SP)**Promoção:** Informa Exhibition**Informações:** www.serigrafiasign.com.br**3 Maio a 9 Junho****Inscrições para o 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica****Promoção:** Abigraf-RS**Informações:** www.abigraf-rs.com.br**7 Maio****Curso Como sobreviver e prosperar em vendas diante das dificuldades atuais da indústria gráfica brasileira – ABTG****Local:** Centro das Indústrias de São Leopoldo (RS)**Promoção:** Sindigraf-RS**16 a 18 Maio****Photoshop Conference****Local:** Teatro Brasil Kirin, Campinas (SP)**Promoção:** Photopro**Informações:** www.photoshopconference.com.br**21 Maio****Seminário Gestão de vendas e custos – Thomaz Caspary****Local:** Itatiaia Premium Hotel, Passo Fundo (RS)**Promoção:** Sindigraf-RS**31 Maio a 10 Junho****Drupa 2016****Local:** Düsseldorf, Alemanha**Promoção:** Messe Düsseldorf**Informações:** www.drupa.com**6, 13, 20 e 27 Junho****Curso Gestão em vendas na medida****Local:** Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)**Promoção:** Sindigraf-RS e Sebrae-RS**11 Junho****Curso Como vendas pode encantar tecnicamente o cliente – ABTG****Local:** Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)**Promoção:** Sindigraf-RS**24 Junho****Dia Nacional da Indústria Gráfica****1º e 2 Julho****Exposição dos produtos concorrentes ao 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica****Local:** DC Shopping, Porto Alegre (RS)**Promoção:** Sindigraf-RS

Devido ao feriado de Corpus Christi, o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS não terão expediente em sua sede, em Porto Alegre, nos dias 26 e 27 de maio.

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

O DIA A DIA DO PRESIDENTE

5 Abril

Reunião de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

6 Abril

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS

(sede, Porto Alegre)

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

7 Abril

Seminário Gestão de vendas e custos

(sede, Porto Alegre)

8 Abril

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS

(sede, Porto Alegre)

12 Abril

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS

(sede, Porto Alegre)

Reuniões do Copemi e de diretoria da Fiergs

(Fiergs, Porto Alegre)

19 Abril

Reunião de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

29 Abril

52ª Assembleia geral ordinária da Abigraf Nacional

(Fies, Aracaju-SE)

AGENDA DO PRESIDENTE

3 Maio

Reunião de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

Media Training – relacionamento com a imprensa (Fiergs, Porto Alegre)

4 Maio

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

10 Maio

Reunião do Copemi e de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

17 Maio

Reunião de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

18 Maio

Reuniões plenárias e assembleias gerais ordinárias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (Hotel Continental, Porto Alegre)

24 Maio

Reunião do Contrab (Fiergs, Porto Alegre)

31 Maio

Drupa 2016 (Düsseldorf, Alemanha)

Sindigraf-RS oferece novos cursos sobre vendas

A série de capacitações do Sindigraf-RS, em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), conta com duas novas oportunidades de qualificação voltadas a empresários gráficos do Estado e seus colaboradores. No dia 7 de maio, o consultor Marcos Biaggio ministra o curso *Como sobreviver e prosperar em vendas diante das dificuldades atuais da indústria gráfica brasileira*, no Centro das Indústrias de São Leopoldo (R. José Bonifácio, 204). O objetivo do *coach* é mostrar uma nova maneira de administrar vendas, buscando revolucionar a forma de fazer negócios no setor gráfico.

Em junho, o calendário de qualificações continua em Porto Alegre com a formação *Como vendas podem encantar tecnicamente o cliente*. A atividade será no dia 11, sábado, das 8h30 às 17h30, na sede do sindicato (Av. Pernambuco, 2623). Neste curso, o ministrante Marcelo Ferreira instruirá os profissionais que atuam nas áreas de vendas, atendimento e comunicação direta com os clientes sobre a melhor forma de informar quanto aos produtos, recursos e equipamentos das empresas. Argumentando tecnicamente com o cliente da indústria gráfica, gera-se mais confiança, evitando, assim, problemas nas fases de orçamento e capacidade de execução dos produtos solicitados.

Para participar, é preciso baixar a ficha de inscrição no endereço www.sindigraf-rs.com.br/agenda. Associadas adimplentes ao sindicato possuem uma inscrição cortesia. Para filiadas e demais gráficas o investimento é de R\$ 50 por pessoa. As inscrições são limitadas! Depois de preenchidas, as fichas devem ser enviadas para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br até 3 de junho. Mais informações pelo telefone (51) 3323-0303.

Mercado de livros digitais entra em estagnação

A indústria brasileira de impressão não teme mais que a leitura digital leve grande parte de seus consumidores. Um dos motivos para esta mudança de paradigma são os sinais de estagnação que a venda dos livros digitais já dá no resto do mundo. De acordo com a empresa de pesquisa e consultoria Euromonitor, em



©Stock.com/Jurga R

2010 a venda de *e-readers* (plataforma onde podem ser lidos livros eletrônicos) no país foi de 500 mil de unidades, subiu para 2,40 milhões de itens nos últimos 2 anos, e, para os próximos 5 anos, a previsão é de baixa para apenas 1 milhão. Nos EUA, as vendas dos digitais já haviam superado 1 bilhão de dólares, mas caíram mais de 13% em 2015. O mesmo ocorreu no mercado europeu, onde a comercialização já recuou mais de 6%. Os livros impressos, por outro lado, ainda demonstram resistência no mercado: em 2010, o setor movimentou 1,6 bilhão de dólares no Brasil. No ano passado, o valor aumentou para 2,14 bilhões e, de acordo com os estudos, continuará crescendo com ligeiro aumento até 2020. Para os pesquisadores, o motivo da queda é que os digitais nunca decolaram no país e seus leitores têm um perfil muito específico na escolha de obras, ainda considerado um mercado de nicho em terras brasileiras.

Sesi-RS oferece serviços em prol da cultura



Divulgação/Sesi-RS

Você sabia que pode contar com a ajuda do Sesi para disseminar conhecimento na sua gráfica? O programa Promoção à Leitura do Sesi-RS leva cultura aos funcionários da indústria gaúcha por meio de bibliotecas, centros culturais

e projetos estimulantes para a imaginação. O acervo de livros, localizados nos centros de atividades da entidade, é composto por dicionários, atlas, livros didáticos e da literatura gaúcha, brasileira, estrangeira, infantojuvenil e infantil, todos disponíveis para pesquisa e empréstimo. Dispõe ainda de periódicos, como jornais, revistas, CDs, DVDs e obras em braille.

A unidade móvel do Centro Cultural Sesi-RS tem uma agenda que abrange todo o Estado e conta com salas de leitura, sistema de som e cerca de 3 mil obras disponíveis. O Sesi Imaginação é uma das ações que leva o acesso à cultura para dentro da indústria, por meio de um *display* com 50 livros, selecionados de acordo com o perfil do leitor. Para mais informações de como ter acesso a esses serviços, ligue 0800 51 8555.

Expoprint/Fespa Brasil 2016 reúne 12,8 mil pessoas

Para conhecer as inovações do setor gráfico para o futuro, a Expoprint Digital/Fespa Brasil, feira referência na área gráfica no Brasil, recebeu 12,8 mil profissionais entre os dias 6 e 9 de abril, nos corredores do Pavilhão Branco do Expo Center Norte, em São Paulo. O público pôde acompanhar os lançamentos em diversos segmentos da comunicação visual, estamperia digital, baixas tiragens, dados variáveis e muitos outros. Paralelamente ao evento, também aconteceu a Brasil Label, feira voltada ao mercado de rótulos e etiquetas.

Com o compromisso de manter o aprimoramento dos processos de impressão, as sessões educacionais continuaram em destaque. A terceira edição do Congresso de Comunicação Visual e Impressão Visual abordou a situação atual do mercado. Já a estamperia digital foi o tema da Digital Textile Conference, que repetiu o sucesso da primeira edição.

Representando o RS, a Prepress Assessoria Gráfica mostrou no evento soluções para o mercado de impressão. “Mesmo com o momento atual da economia, resolvemos apostar e ficamos muito satisfeitos com a visita do nosso espaço”, afirma o diretor André Tulini. Ele ressalta que a Prepress é desenvolvedora e revendedora de equipamentos gráficos de ponta.

ENTREVISTA

HAMILTON TERNI / Consultor gráfico

Consultor, empresário e professor, Hamilton Terni possui mais de 40 anos de atuação na indústria gráfica. Foi presidente da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) e diretor da Abigraf-SP e do Sindigraf-SP. Terni fala sobre a necessidade de inovação e mudanças de gestão do setor.



Arquivo Pessoal

A vivência à frente de entidades, como a ABTG, contribuiu para a sua atuação como consultor no mercado gráfico?

HAMILTON TERNI Sem dúvida. Meus 18 anos na entidade me ajudaram a ter uma visão ampla do setor. Aliada à minha experiência empresarial em diferentes segmentos, minha carreira acadêmica permitiu que a prática se juntasse à teoria gerencial.

Quais são as principais tendências mundiais para o setor gráfico?

TERNI Vivemos um amplo processo de transformação. Uma grande tendência está relacionada à automação do processo aliada à customização da impressão e à interação com outros meios digitais de comunicação e informação. O material impresso poderá não ter o mesmo volume que tinha antes, mas continuará sendo uma parte fundamental de todo o processo de comunicação. Ele sobressai e, por isso, está cada vez mais customizado a quem vai utilizá-lo ou consumi-lo, e então a flexibilidade de produção é tão importante na sua oferta.

Que segmentos do setor vêm obtendo os melhores resultados?

TERNI Toda a área de embalagens, seja rótulos, flexível ou de cartão, é a que mais cresce em todo o mundo. As estatísticas mundiais apontam que será a área predominante do setor gráfico mundial em pouco tempo, com mais de 50% do faturamento. Outro segmento, bem rentável e em crescimento, é o de fotos e imagens, além dos produtos a consumidores.

De que forma as empresas gráficas podem inovar?

TERNI Inovação é um estado de ânimo, de atitude, de decisão. Podemos inovar em produtos, processos, gestão, no atendimento a clientes, na forma de organização da empresa. Inovar é uma transformação coletiva que pode e deve envolver clientes, fornecedores e até mesmo concorrentes. O mais difícil para qualquer gráfica é conseguir pensar com a cabeça do cliente em vez de só pensar na melhor reprodução do material gráfico, na sua execução.

Falta gestão estratégica para as empresas gráficas?

TERNI Sim. Dou aula de gestão estratégica, e estudamos a proposição de valor da empresa e o modelo de negócios. Hoje, a maioria entende que precisa mudar, mas não sabe como. Confiam na nova máquina que querem comprar, mas não analisam se o mercado suporta. Portanto, a estratégia é fundamental, mas pouco utilizada como ferramenta de gestão. As novas gerações que vêm assumindo as gráficas da família entendem bem essa necessidade. O problema, em muitas empresas, está em convencer o herdeiro a vir trabalhar na gráfica (entenda o assunto na reportagem especial desta edição).



Divulgação/Expoprint

Sindigraf-RS presente na Expo Supermercados

Você já pensou na sua vida sem a indústria gráfica? Foi com este mote – mostrando que sem ela nem esta frase poderia ser lida – que o Sindigraf-RS levou seu projeto de promoção do impresso gráfico gaúcho até a 16ª Expo Supermercados, que visa a promover as empresas filiadas ao sindicato. O evento, que está em sua 81ª edição, ocorreu em 13 e 14 de abril, no Clube Comercial Sarandi, em Porto Alegre. “Sentimo-nos enaltecidos com a participação da entidade, divulgando uma iniciativa tão importante. Acabamos não nos dando conta de tantos benefícios que a indústria gráfica proporciona”, afirma o diretor do Centro de Treinamento e Desenvolvimento Empresarial (CTDE), Clóvis Polese, que integra a coordenação do evento.

A feira de negócios, segundo os organizadores, contou com 50 expositores dos segmentos de frigorífico, padaria, congelados, frutas e bebidas, entre outros. Em uma gôndola do supermercado modelo, em que o evento é disposto, o sindicato expôs embalagens com e sem impressos. No espaço reservado à entidade também foi possível conhecer os diferentes segmentos em que o setor atua. O público ainda recebeu orientações sobre como acessar a listagem de empresas, disponível em www.sindigraf-rs.com.br/graficas. Houve ainda a distribuição do Sindi-



graf Notícias e planfletos alusivos à campanha aos cerca de 1 mil visitantes do evento.

Palestras, cursos, visitas técnicas, rodada de negócios e sorteio de brindes fizeram parte da programação. Além disso, o superintendente do sindicato, Luiz Carlos Gautério Pinheiro, apresentou os principais serviços oferecidos pela entidade, durante palestra sobre a importância das gráficas do Estado para todos os setores do comércio. “Mostramos que a indústria gráfica imprime produtos nos mais diversos segmentos. A feira foi muito positiva para conscientizarmos o segmento de que a indústria gráfica está presente no mundo todo”, avalia.

O advogado Gustavo Polese disse que o contato com o Sindigraf-RS o ajudou a ver a importância de valorizar a produção gráfica local. “Quando fiz os materiais do escritório, que abri em Porto Alegre, encomendei na internet de uma empresa que no fim não era daqui. Passarei a privilegiar as gráficas do Estado”, ressalta o gerente



Fotos: Sindigraf-RS

jurídico da CTDE. Outro expositor que aprovou o sindicato no evento foi o empresário Orestes Italino Libardes, proprietário da indústria de vinhos e sucos que leva seu nome, em Caxias do Sul. “Achei muito boa a iniciativa, pois é preciso valorizar as gráficas locais”, afirmou ele, que já utiliza os serviços de uma gráfica de Sapiranga.

“Contabilizamos um crescimento de, no mínimo, 15% em relação à edição da capital no ano passado. Tivemos visitantes de outros estados, como Pernambuco, Santa Catarina e São Paulo”, comemora Clóvis. A parceria com o sindicato, segundo ele, viabilizará a produção de 30 mil convites que serão feitos com gráficas gaúchas para as próximas edições da feira: em Novo Hamburgo (17 e 18 de maio) e Passo Fundo (13 e 14 de setembro). Saiba mais em www.exposupermercados.com.br.

Curso do Sebrae-RS aborda vendas

Está programado para o dia 6 de junho o início do curso *Gestão estratégica de vendas na medida*, que integra o projeto *Na medida*, uma parceria entre o Sebrae-RS e o Sindigraf-RS. A iniciativa é voltada a empresários e colaboradores de gráficas da Região Metropolitana do Estado, filiadas e associadas a sindicato, com faturamento de até R\$ 3,6 milhões (Simples Nacional). A formação contabiliza um to-

tal de 16 horas/aula, e se estende até 27 de junho, com encontros nas segundas-feiras, das 18h30 às 22h30, na sede do Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, nº 2623), em Porto Alegre.

Já o curso *Marketing na medida*, que ocorreria em maio, foi cancelado por falta de quórum. Mas ainda é possível garantir a sua participação na capacitação de vendas do projeto. A formação abre espaço para a reflexão de

profissionais envolvidos na área, seja na função de gestor ou vendedor. Técnicos do Sebrae-RS ministrarão o curso, que conta com 30 vagas. Empresas associadas têm direito a uma inscrição gratuita e para as demais o valor é de R\$ 50 por participante. Os interessados devem enviar a ficha de inscrição preenchida, disponível em www.sindigraf-rs.com.br/agenda, para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br. Qualifique-se!



mais antenada
mais florestas plantadas

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.**

Não existe nada tão divertido quanto papel para estimular a criatividade. Leia sua revista favorita tranquilamente, pois o papel utilizado nela é feito de madeira natural e renovável.

Você ♥ papel
Dá para entender

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



Two Sides é uma iniciativa que promove a responsabilidade da comunicação impressa e do papel como uma escolha natural e recíproca para comunicações poderosas e sustentáveis.
MMA, 2015
Two Sides Brasil, 2015

Inscrições abertas para o 12º Prêmio Gaúcho

Chegou a hora de garantir a sua participação no 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica! As inscrições para o concurso já estão disponíveis na internet, através do site www.premiogaucho.org.br. Nesta edição, há muitas chances de troféus para empresas sediadas no Rio Grande do Sul, com parque gráfico de impressão. São 10 segmentos, que abrangem desde livros, revistas, jornais e produtos para identificação até impressão serigráfica, embalagens, cartões, agendas e cardápios, entre outros. Os impressos gaúchos escolhidos para a disputa devem integrar uma das 46 categorias presentes no regulamento do concurso, produzidos entre 11/06/2015 e 9/06/2016.

A premiação é uma promoção da Abigraf-RS, em conjunto com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), e busca incentivar a produção de impressos com qualidade, inovação e criatividade. Além disso, o concurso divulga os melhores trabalhos feitos no Estado, possibilitando que sejam vistos e reconhecidos nacionalmente.

Fase promocional

A primeira etapa de inscrições, que ocorre de 3 a 24 de maio, é promocional. Neste período, empresas associadas adimplentes à Abigraf-RS pagam R\$ 60 por produto. Já o valor para filiais em dia com as contribuições dos sindicatos da base da entidade é de R\$ 80 por inscrição e R\$ 150 por produto, no caso das demais gráfi-



Fábio Pinheiro/Sindigraf-RS

cas. No entanto, as associadas adimplentes têm direito nesta fase à isenção em uma peça. Todos os inscritos nesta etapa devem entregar os seus impressos na Abigraf-RS até as 18 horas de 24 de maio, acompanhados de ficha de inscrição e comprovante de pagamento.

Quem deixar para fazer a inscrição no período seguinte – o prazo de recebimento das amostras se encerra às 18 horas de 9 de junho – pagará mais pela inclusão dos seus produtos na disputa (*confira na tabela abaixo*)! Em ambos os períodos, é necessário enviar três amostras de cada produto inscrito. De acordo com o regulamento, elas devem ser embaladas individualmente, com a respectiva ficha de inscrição e comprovante de pagamento. Duas delas serão direcionadas para o concurso regional, e a outra ao 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica. Para o caso de o impresso se tornar finalista, terá inscrição automática e gratuita no concurso nacional – desde que se enquadre nas categorias e condições de inscrição e não tenha participado anteriormente. Se a empresa não quiser concor-

rer ao Fernando Pini, deverá comunicar a Abigraf-RS por escrito até 5 de agosto. Os demais produtos inscritos no Prêmio Gaúcho terão 20% de desconto no Prêmio Nacional.

Cronograma

O julgamento técnico e de criação dos concorrentes será realizado por especialistas no setor, coordenados pela ABTG, em 30 de junho. Já a exposição dos produtos inscritos será aberta para o público em geral, no DC Shopping, em Porto Alegre, de 1º a 2 de julho. Novamente, a “casa da indústria” recepcionará os empresários gráficos, suas equipes, familiares, imprensa e demais convidados para o momento mais esperado do concurso regional: o anúncio dos finalistas e entrega dos troféus aos vencedores deste ano. A cerimônia está marcada para 29 de julho, na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), com reserva de mesas e venda de ingressos antecipados. Não deixe para se inscrever na última hora e prestigie esta grande festa!

| Período | Tipo de empresa | Valor por produto | Prazo de entrega das amostras |
|--------------|--|-------------------|-------------------------------|
| 3 a 24/05 | Gráficas associadas adimplentes à Abigraf-RS (uma inscrição gratuita) | R\$ 60 | Até as 18h de 24/05 |
| | Filiais adimplentes ao Sindigraf-RS (uma inscrição gratuita), Singraf ou Singrapel | R\$ 80 | |
| | Demais gráficas | R\$ 150 | |
| 25/05 a 9/06 | Associadas adimplentes à Abigraf-RS | R\$ 80 | Até as 18h de 9/06 |
| | Filiais adimplentes ao Sindigraf-RS, Singraf ou Singrapel | R\$ 110 | |
| | Demais gráficas | R\$ 200 | |

12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

REALIZAÇÃO



PARCEIROS



COTA MASTER

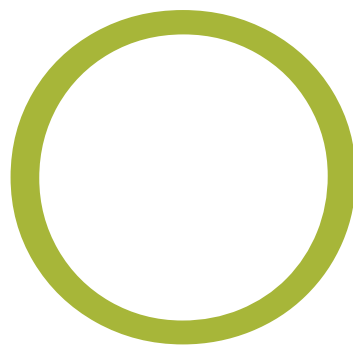
COTA PREMIUM



especial

Quando chega o momento de passar o bastão para a nova geração, fundadores das empresas devem se planejar com antecedência e separar as questões pessoais dos negócios para uma boa transição na sucessão familiar

Garantindo a permanência do legado familiar



sonho de todo empresário é que o negócio que construiu prospere ainda por muito tempo depois de que ele decida se aposentar. Neste momento, nada mais natural do que escolher pessoas de confiança para gerir o seu legado – e irmãos, filhos, sobrinhos e netos costumam fazer frente nesta escolha. As gráficas, que em sua maioria são empresas familiares, devem estar atentas aos processos necessários para se fazer a sucessão. Para o consultor Luiz Marcatti, da Mesa Corporate Govern-

nance, este processo não implica apenas a troca de uma pessoa por outra, mas uma mudança na maneira de administrar a empresa. É preciso que os envolvidos tenham clareza sobre o futuro, para onde a sociedade quer que a empresa seja conduzida e não pensem apenas no caminho transcorrido até hoje.

Segundo Eliana Vincensi, advogada e professora de Direito da Unisinos, com especialização em economia, o principal ponto para começar a pensar em uma transição de sucesso é o planejamento das famílias. Para ela, poucas organizações – principalmente as pequenas e médias – preocupam-se antecipadamente com o processo de sucessão, o que dificulta a sua realização. “Geralmente empresas maiores têm plano de sucessão, até porque há nele níveis de governança corporativa que aumentam seu valor no mercado”, diz a especialista, citando que, além de se organizar, grandes companhias possuem vantagens competitivas, já que possuem gerenciamento profissional dos negócios. Independentemente do porte, todos têm a ganhar com o planejamento prévio.

Assumindo papéis

O diretor da Gráfica Jacuí, de Cachoeira do Sul, Ricardo Vieira da Cunha, passou pelo processo de protocolo familiar – que organiza as regras de sucessão – já há algum tempo. A Jacuí integra um grande grupo de comunicação familiar, onde os fundadores trabalham ao lado de filhos, sobrinhos e primos. Os sócios-diretores – seu pai e seus tios – resolveram então contratar uma consultoria a fim de ordenar os negócios. “Neste processo foi definida uma série de regras da empresa, como cargos, procedimentos internos da família, quem pode e quem não pode trabalhar, metas e diretrizes para diretores executivos e para familiares”, informa.

Para organizar a sucessão familiar, foi criado oficialmente o grupo Vieira da Cunha, formado pelo Jornal do Povo, que existe há 90 anos na cidade, a Gráfica Jacuí, com 45 anos, e a rádio GVC FM, que completou seu primeiro aniversário. A estação de rádio já era um projeto de mais de duas décadas para a família, e foi prevista dentro do processo de sucessão mesmo antes que a empresa conseguisse a licença. “Depois da contratação da assessoria levamos cerca de dois anos entrevistando empresários da organização e familiares para reunir informações para fazer o protocolo familiar. Demandou muitas reuniões, mas hoje temos tudo organizado”, afirma.

No protocolo da Vieira da Cunha há requisitos para manter os executivos familiares através de metas e desempenhos. Qualquer pessoa da família que deseje ingressar nas empresas precisa ter uma aprovação do conselho familiar. “Discutimos direitos de propriedade, da família e da empresa, que são três requisitos fundamentais. Propriedade é aquilo que adquirimos, família é o núcleo que não se mistura necessariamente com os negócios, e a empresa tem que dar lucro de forma separada, como qualquer outra instituição”, diz Vieira da Cunha.

O empresário gráfico conta que, depois de sua experiência, outros empreendedores da área o procuraram para pegar dicas e ele acabou ministrando uma palestra na região sobre o assunto. No fim, criou uma frase que indica seu posicionamento em razão do processo que ele e sua família passaram. Isso pode servir de exemplo para aqueles que estão passando por um processo similar: “Existe um passado que os une ou separa. Há um passado que deixou no presente um legado empresarial ou patrimonial para vocês, porque o futuro familiar, empresarial e patrimonial depende de ações que se tomam no presente”.

Organizando processos

Para a consultora Adriana Adler, da Coerentia Consultoria, a sucessão passa por três etapas: antes, durante e depois. Inicialmente, é preciso verificar a vocação, competência, intenção e legitimidade dos membros. As famílias devem se perguntar até que ponto é vantajoso aos familiares continuarem no controle da sociedade, o que eles agregam e por que motivos vão permanecer juntos. Nesta fase, ainda é preciso avaliar, a partir da estratégia traçada, quais

são as competências necessárias para o futuro e responder se os herdeiros têm as características certas para conduzir os negócios.

A partir do entendimento de todas as partes no início do processo de sucessão, cada membro deve entender a importância da separação entre o que é da família e o que é da empresa. “Familiares que venham a trabalhar nos negócios devem estar preparados para uma atuação profissional, onde tenham cargo, responsabilidades e objetivos definidos, assim como sua remuneração, que precisa ser compatível com o perfil da empresa. Em suma, a família deve prestar serviços à organização, e não o contrário”, informa o consultor Marcatti.

“Na companhia, o foco está na competência, meritocracia e nos resultados. Já na família, a dinâmica é atrelada ao vínculo emocional, harmonia, proteção e confiança”, afirma Adriana. Para ela, a família empresária tem que amadurecer sua governança, definindo fóruns de decisão dentro do empreendimento, os participantes de cada núcleo, determinando os papéis, as responsabilidades e muito mais. Quanto mais definidos estes papéis, melhor a eficácia desta separação.

Segundo a consultora, os limites e responsabilidades do processo devem ser regravados, comunicados e seguidos. Esses assuntos

são segregados em fóruns distintos de discussão, contribuindo de várias formas para o melhor entendimento entre os sistemas e todos os que participam de uma empresa familiar, como colaboradores, conselheiros, familiares e sócios.

Aconselhamento profissional

Não há fórmula obrigatória para um processo de sucessão, tudo vai depender do entendimento da família e de como os membros vão assumir seus papéis. Uma boa ideia é criar um conselho de administração (ou consultivo) com integrantes externos para que se tenha uma visão mais imparcial e objetiva, com um olhar voltado para o que for melhor para o negócio. Para Adriana, ter um consultor ajuda no enfrentamento de situações em que os papéis, emoções e a dinâmica da família se misturam com as necessidades da empresa. “É bem mais fácil conduzir conversas a partir da moderação e facilitação de uma pessoa de fora, imparcial, que procura garantir um processo estruturado, ajudando no ‘calor’ das discussões de temas delicados”, afirma.

Outro mecanismo eficiente, segundo Marcatti, é o acordo de sócios. Considerada a melhor opção para definir e formalizar a relação



entre os donos do negócio, ele regula o uso do poder e as regras de convivência entre os empresários e a companhia. Em casos de controle familiar, este documento também regulamenta a entrada de parentes e sua atuação como profissionais. A partir deste documento, outros podem e devem ser elaborados e implantados, como o código de conduta e ética e as demais políticas corporativas, abrangendo todos os colaboradores da empresa.

Estes documentos podem ser acordados muito antes que um dos sócios ou o fundador tenham filhos em idade para assumir os negócios. Se pensados com antecedência, eles podem prevenir surpresas, como, por exemplo, morte ou doenças inesperadas que dificultam o andamento dos negócios. “Estes são momentos difíceis, pois há uma forte mistura de questões emocionais e práticas, pressionadas por decisões de grande relevância”, afirma o consultor. Segundo ele, o melhor é debater e ir encaminhando as decisões e propostas para a empresa, sempre mantendo a visão de futuro, tentando prever situações de risco.

De acordo com a lei

Para a advogada Eliana Vicensi, o processo deve ser iniciado com a presença do patriarca (fundador da empresa) e com a participação de todos os envolvidos. Existem instrumentos legais que podem ser organizados muito antes da aposentadoria do dono, como a doação de cotas da empresa: “É possível deixar separada a cota de ações para cada herdeiro e ficar com reservas de usufruto para o proprietário. Ou seja, eu já faço a separação, mas continuo com o

controle político da empresa”, afirma. O fundador tem ainda a opção de fazer um testamento, desde que sejam observadas as leis civis e que não haja herdeiros menores e incapazes. Mas, conforme a advogada, normalmente é feita a constituição de uma *holding* patrimonial e familiar. Esta é uma maneira segura de transferir a herança já com a divisão em termos de cotas para sucetários que regerão o poder político da empresa, incluindo cláusulas que ajudam a proteger o patrimônio.

No entanto, mesmo que haja formas de tentar assegurar a passagem de controle da empresa para os devidos herdeiros, não existe blindagem patrimonial. A proteção tem que ser implantada antes que uma situação de crise esteja instalada. Eliana indica implementar desde o início da empresa instrumentos de transparência que evitem problemas internos ou até mesmo pedidos de recuperação judicial. “Uma empresa está sempre exposta aos riscos dos negócios, da macroeconomia, do mercado. Se for organizado um planejamento bem-feito, já é possível reger ações que podem prevenir situações adversas”, informa.

Desempenho familiar

A Gráfica Offset, de Santa Maria, comandada hoje por Fernanda Borsa e o pai, Dionísio, já está com sua sucessão planejada. O empresário adquiriu a gráfica em 1972 e, juntamente à esposa, criou as quatro filhas com o suor do trabalho realizado atrás do balcão. “Em algum momento, todas trabalhamos na gráfica, tanto na parte de produção quanto na administrativa, só que

os caminhos foram se separando e eu fui a única que fiz a opção de ficar na empresa, por gostar do trabalho”, diz Fernanda. A sucessão foi decidida de forma amigável entre os pais e as irmãs Márcia, Fabiane e Tatiana, de maneira em que todas recebem uma parte dos dividendos, mas a organização fica nas mãos de Fernanda. “Se qualquer uma delas quiser voltar hoje para o trabalho, serão bem-vindas; enquanto isso, continuamos a tocar o negócio mantendo o nome da empresa na cidade”, conta a empreendedora.

Dever e poder

Nem sempre, no entanto, os herdeiros sabem se querem ou não fazer parte do negócio deixado pela família. Para Eliana, é necessário organizar as questões familiares antes de decidir sobre o patrimônio e começar um processo de sucessão. Uma das primeiras perguntas que deve ser realizada é se os filhos serão parte atuante da empresa, e, se já não ocupam cargos de gerência, em quais setores irão trabalhar. “Eles serão donos da empresa, mas não significa que precisam ser gestores da mesma. Posso contratar alguém de fora para conduzir os negócios e os proprietários vão receber os lucros e dividendos, sem necessariamente receber pró-labore”, afirma a consultora.

Mais do que saber que vaga lhe é atribuída, é preciso ver se efetivamente o sucessor possui o conjunto de conhecimentos e habilidades para assumir uma função gerencial. O principal é preservar a empresa, já que dentro de uma gestão profissional facilmente se encontra alguém que atue fora do âmbito familiar.

Os herdeiros devem estar conscientes de que não vão receber apenas uma empresa, mas uma sociedade composta por pessoas eleitas pelo fundador da companhia. Assim, é preciso separar claramente os conceitos de família, propriedade e empresa desde o princípio, promovendo o diálogo para tratar dos conflitos já existentes e dos que ainda podem surgir. “O processo sucessório tem diversas etapas, e podem ser realizados inclusive estudos do nível de conhecimento e compatibilidade entre os membros da família para ver se eles devem trabalhar em conjunto”, afirma a advogada. Para ela, a sucessão pode ser rápida ou longa, fácil ou difícil. Tudo vai depender do nível de amadurecimento, conscientização e de comprometimento da família.

Dicas para uma boa sucessão familiar

- ▶ Incentive os filhos a conhecerem o negócio de forma positiva.
- ▶ Possibilite debate aberto sobre motivações, intenções de cada um na família.
- ▶ Tenha a atitude de trazer os temas à tona.
- ▶ Forme uma visão comum, qualquer empresa precisa de um foco e uma direção única.
- ▶ Traga boas práticas de governança familiar e corporativa. Este é o caminho preventivo, uma vez que atua nos limites e papéis de cada um, traz clareza e definição de critérios claros de como a família pretende dar continuidade ao negócio.
- ▶ Formalize acordos e regras. As pessoas não gostam de surpresas, desta forma já sabem o caminho, critérios e como evoluir.
- ▶ Quando trouxer um executivo do mercado, promova uma boa discussão sobre a autonomia e expectativas de todos.

Fonte: Adriana Adler



©iStock.com/Hong Li

Duas cabeças pensam melhor que uma

Uma consultoria bem-feita pode mudar os rumos do seu negócio. Entenda como a relevância de uma assessoria contribui para fazer a empresa crescer, se desenvolver e render cada vez mais

Muitos empresários podem se sentir perdidos em alguns momentos, com desafios que parecem insuperáveis à primeira vista. É neste momento que o gestor precisa parar, pensar e se perguntar: “Preciso de ajuda?”. É em situações assim que uma consultoria especializada se torna um diferencial para o negócio crescer.

Mas não é só no caos que as empresas necessitam de consultorias. Qualquer tipo de mudança requer atenção e será mais bem direcionada quando orientada por um profissional especializado. Mais que um apoio, esse tipo de serviço serve como elo, ligando o seu negócio a um mercado de oportunidades, inovações, incentivando o crescimento. Além disso, um especialista busca sempre mostrar opções que visem ao equilíbrio ideal para o desenvolvimento de novas práticas e aperfeiçoamento de metodologias já consolidadas.

Para o consultor gráfico Thomaz Caspary, o empresário precisa ter em mente que a solução dos seus problemas não é delegável: “Se você pensa em contratar alguém para entregar os problemas em suas mãos e simplesmente ficar à espera de uma solução, já está no caminho

errado”. O proprietário da Printconsult afirma que uma orientação especial vem para agregar valor. “Investir em uma consultoria é trazer o conhecimento e a experiência dos consultores para dentro da empresa e juntos alcançar os resultados esperados”, completa.

Para assegurar o desenvolvimento saudável e progressivo dos negócios, o empreendedor deve aceitar o papel da consultoria dentro das opções da empresa e, acima de tudo, conhecer os seus produtos e serviços como a palma da sua mão. “A consultoria ajuda a empresa a pensar em sua estratégia de marca e no seu posicionamento no mercado. Eu trabalho monitorando suas preferências e hábitos de forma contínua e sistemática, por exemplo. Preciso desse conhecimento geral para fazer a consultoria bem-feita”, afirma Caspary.

Mas como funciona?

As consultorias prestam um serviço essencial por meio de profissionais ou equipes qualificadas com conhecimento teórico e prático na área. Elas levantam diferentes informações mediante

diagnósticos prévios, identificando as necessidades de cada cliente, além de apontar as soluções e recomendar ações de combate. Segundo o especialista, há diversas opções de aconselhamento na área gráfica. Entre elas, estão as consultorias financeira e de custos, comercial e de vendas, industrial e de Planejamento, Programação e Controle da Produção (PPCP), de recursos humanos, tecnologia, qualidade e inteligência nos negócios, etc. “Existe ainda o *coaching* empresarial, na qual o *coach* ajuda o empreendedor a encontrar os problemas e solucioná-los.”

Em época de recessão, muitas pessoas se perguntam se investir em orientação vale a pena. Caspary ressalta que uma boa consultoria pode ser o diferencial para um empreendimento sobreviver à crise. “Indico principalmente pedir ajuda na área financeira que está intimamente ligada a custos e que determina os preços para o mercado. Em segundo lugar, dê prioridade à área comercial, pois ela é a responsável por prospectar e manter os clientes da empresa.” Contudo, o consultor afirma que não adianta uma área comercial forte, sem um bom plano de negócios, algo que só pode ser atingido com boa orientação.

Para as micro e pequenas empresas, o investimento neste tipo de serviço se torna fundamental. O especialista afirma que muitos empresários creem que possuem o domínio completo da sua área apenas por estarem atuando há muito tempo. Esta linha de pensamento os leva a acreditar que estão preparados para qualquer instabilidade que venha a surgir: “Então, eles perdem o desejo em aprender e principalmente sua curiosidade sobre novas tendências”. Por isso, ele completa, a curiosidade e o aprendizado no mundo dos negócios precisam ser constantes e contínuos.

Orientação gratuita

Empresas filiadas e associadas adimplentes ao Sindigraf-RS contam com serviço gratuito de orientações em diversas áreas. Basta enviar as suas dúvidas para o e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br.

- Consultoria em gestão empresarial: com o consultor gráfico Thomaz Caspary
- Área jurídica: com os advogados Benôni Rossi (trabalhista), Eduardo Plastina (tributário) e Paulo Scharlau (cível)



Divulgação/Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais

Espinha dorsal da instituição

O Banco de Mobiliários trabalha há 12 anos captando doações para mobiliar organizações assistenciais, além de prover cursos profissionalizantes à comunidade. Saiba mais sobre esta iniciativa

Parte da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais (FGBS), o Banco de Mobiliários é uma unidade que, além de visar a suprir as necessidades das organizações da sociedade civil, também atende as demandas de todos os bancos da fundação. De acordo com o presidente da fundação, Paulo Renê Bernhard, a importância e relevância deste banco é incontestável. “Uma das maiores demandas que recebemos hoje na fundação é a de móveis. E também compreendemos a prioridade desta necessidade, pois a nossa principal missão é transformar o desperdício em benefício social.” O cadastro das instituições se dá através do Balcão de Projetos (e-mail: balcaodeprojetos@bancossociais.org.br).

Todos os móveis aceitos devem estar em boas condições de utilização, incluindo os de escritório, e são aceitas doações de pessoas físicas e jurídicas. Empresas de fabricação de móveis

também podem doar retalhos de madeira. Ao chegar ao banco, os móveis são classificados, restaurados e destinados de acordo com as necessidades das instituições assistenciais cadastradas. Apenas em 2015, foram doados 1.991 móveis a organizações beneficentes. Segundo Bernhard, ao chegarem, os móveis são divididos entre duas categorias: os que necessitam de reparo e os que podem ser diretamente encaminhados para as instituições. “Os que ficam no banco serão matéria-prima para os cursos de capacitação profissional”, revela.

O Banco de Mobiliários, em parceria com o Senai-RS, oferece cursos de marcenaria, profissionalizando jovens, adultos e idosos, sem qualquer tipo de custo, além de oferecer como vale-transporte e lanche no local. No ano passado, foram realizados os cursos básicos de restauração de móveis e em marcenaria e de técnicas de montagem de móveis.

Os cursos contabilizam 80 horas, são abertos à comunidade e o aluno sai com um diploma autenticado do Senai. Todas as formações são ministradas por instrutores da instituição e, segundo o presidente da FGBS, mais de 90% dos alunos saem com empregos garantidos ou com intenção de abrir sua própria empresa. O Núcleo Design, formado por professores e estudantes da área, também faz parte do projeto e realizou projetos de inovação no desenvolvimento de projetos, e na criação de mobiliário pré escolar.

A história

Construir este projeto inspirador não foi uma tarefa que se realizou da noite para o dia.

Segundo a presidente voluntária do Banco de Mobiliários, a arquiteta Arlene Lubianca, a iniciativa surgiu da parceria com Bernhard, seu amigo de longa data. “Fiquei sabendo do trabalho dele no Banco de Alimentos, e um dia ele me convidou para colocarmos em prática a fundação, com os diversos bancos, e fiquei responsável pelo Banco de Mobiliários”, revela Arlene. Ela conta que, de lá para cá, já são 12 anos de trabalho, no qual foi montada uma identidade corporativa para a FGBS, programados os processos de cada um dos bancos, como abrir e como contratar e congregar a mão de obra necessária. “Tenho muito orgulho de participar deste trabalho, pois, mesmo passado todo este tempo, o projeto só cresce. Ele é tão encantador porque nunca tem fim”, diz Arlene.

Ela conta que a própria trajetória do banco foi o que pautou o crescimento dos programas internos: “Recebíamos os móveis que não estavam aptos para serem doados, mas muitas vezes, com um pequeno conserto, poderiam se tornar utilizáveis novamente”. Foi então que eles perceberam a importância de também prover a formação necessária para a população, e estabeleceram a parceria com o Senai. “As formações que oferecemos na fundação podem ser feitas por todos, independentemente de faixa etária ou índice de escolaridade.” Desta maneira, a fundação não apenas doa os artigos de mobiliário, mas capacita a população também. “Compareço sempre às formaturas dos cursos, e é um orgulho imenso para a equipe. Saio muito satisfeita, pois vejo a felicidade de alunos que nunca tiveram outras oportunidades, e agora podem recomeçar. É a minha certeza de que estamos no caminho certo.”

Hoje, o processo conta com a contribuição de várias fábricas de móveis do Estado, que repassam os retalhos de madeira, de maneira que eles possam ser úteis para o aprendizado dos cursos, além de também possuir o apoio de fábricas de tintas, para as oficinas de pintura dentro dos cursos. “Também somos a espinha dorsal de vários outros bancos, pois fabricamos estantes para o banco de livros, escrivaninhas para os computadores doados pelo próprio banco, entre outros. Acreditamos em um trabalho interligado, fomentando assim a FGBS como um todo”, ressalta Arlene. “O trabalho que realizamos aqui é extremamente gratificante. Eu sei que não posso fazer tudo por todos, mas com os poucos que conseguimos já fazemos a diferença”, comemora a arquiteta.

Indenização pela limpeza dos uniformes

Uma nova ação está em voga na Justiça do Trabalho. O empregador deve ressarcir o empregado pelos gastos com a utilização dos uniformes? Muitas empresas estão sendo demandadas por esse motivo. Salvo raras exceções, as normas coletivas não abordam a matéria. Da mesma forma, a legislação não é específica sobre o tema, ficando a cargo da jurisprudência analisar caso a caso, tratando-se do tema.

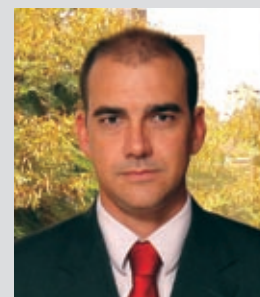
Nos autos do processo nº 0020601-80.2014.5.04.0331 (RO), a 8ª turma do Tribunal Regional do Trabalho da 4ª região (TRT4), disponível no site www.trt4.jus.br, em acórdão de relatoria da desembargadora Denise Pacheco, foi decidido que “não se mostra viável o pedido de indenização pela higienização do uniforme”. Ela entende que “quaisquer outras roupas utilizadas em serviço pela trabalhadora teriam de ser por ela lavadas”. Essa lógica somente se aplica quan-

do os empregados não necessitam de procedimentos especiais de limpeza, ou seja, diferentes dos exigidos para uma roupa comum.

Há entendimentos na Justiça do Trabalho no sentido de que o empregador é responsável por qualquer despesa com a higienização dos uniformes. O desembargador André Reverbél Fernandes, em julgamento na 4ª turma do TRT4, nos autos do processo nº 0020159-74.2015.5.04.0333 (RO), também disponível no site do tribunal, proferiu acórdão sob o fundamento de que “os riscos da atividade econômica devem ser suportados pela empresa, nos termos do artigo 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), motivo pelo qual é esta quem deve arcar com as despesas advindas da lavagem do uniforme de uso obrigatório”.

A questão é polêmica e ainda carece de maior amadurecimento. Mas os empregados

que necessitam realizar higienização com produtos especiais devem ser ressarcidos, caso efetuem a limpeza dos uniformes em casa. Já os que atuam em atividades que não demandem limpeza especial das vestimentas, não há efetivamente motivos para o ressarcimento. Se não utilizassem uniformes, teriam igualmente que lavar suas próprias roupas.



Daniel Rodrigues/Divulgação Rossi

BENÔNI ROSSI
Advogado trabalhista

Dissolução parcial de sociedade (parte final)

No artigo 601, o Código Civil estabelece um litisconsórcio necessário entre a sociedade e os sócios, dispondo no parágrafo único que sendo todos os sócios citados a sociedade se sujeitará aos efeitos da decisão e à coisa julgada. Feita a citação os réus têm 15 dias para concordar com o pedido ou contestar a ação, no primeiro caso não haverá condenação em honorários advocatícios. Havendo contestação, segue-se o procedimento comum.

Na sentença o juiz fixará primeiro a data da resolução da sociedade, que poderá ser a data do óbito no caso de falecimento do sócio, na retirada imotivada o 60º dia seguinte ao do recebimento pela sociedade da notificação, no recesso o dia do recebimento pela sociedade da notificação do sócio dissidente, entre outras. Depois, será fixado o critério de apuração dos haveres, que pode ser o do contrato social ou o valor patrimonial apurado em balanço de determina-

ção no caso de omissão do contrato e também o depósito judicial da parte incontroversa. Este está em consonância com o disposto no artigo de número 1.031, que determina que nos casos em que a sociedade se resolver em relação a um sócio, o valor da sua quota liquidar-se-á, salvo disposição contratual em contrário, com base na situação patrimonial na data de resolução. O Código também fala em balanço especial, mas o correto seria falar em balanço de determinação, como o faz o novo Código, já que ele não afeta a contabilidade da mesma e é utilizado para determinar o montante dos haveres que cabe ao sócio dissidente, excluído ou falecido.

A apuração de haveres para recebimento do valor correspondente a quota social segue o rito especial, mesmo quando não há pedido de dissolução. Neste caso o objeto é a liquidação de débito reconhecido pelas partes, mas controverso em seu valor. Importante, tam-



Arquivo pessoal

PAULO SCHARLAU
Advogado Cível

bém, a unificação sob o rito especial da ação de dissolução parcial de sociedade com a ação de apuração de haveres, que podem ser propostas em conjunto ou separadamente. Diante do exposto se pode concluir que os artigos do novo Código de Processo Civil, que tratam da ação de dissolução parcial de sociedade, estão em consonância com as disposições do Código Civil de 2002 e positivam os entendimentos jurisprudenciais sobre o tema.

União para crescer na Região Metropolitana

Construída com muito trabalho, a Estação Gráfica, de São Leopoldo, traz no cerne de sua história o comprometimento de um casal para construir uma vida profissional juntos. Carlos Alberto Andrade, conhecido como Betinho, já tinha muitos anos de experiência na área gráfica, desde a década de 1970, quando era aprendiz de tipógrafo na Gráfica Rotermund. Sua história de empreendedor se iniciou em meados de 1980, quando atuava em uma gráfica na Unisinos. Para obter renda extra, comprou uma pequena impressora tipográfica para trabalhar à noite e em finais de semana. Começou fazendo convites de casamento e lembrancinhas de bebês e, em 1989, montou uma pequena tipografia. Nos anos seguintes, o negócio foi crescendo e ganhando parcerias.

Ele se casou em 1992 com a psicóloga catarinense Marilda Regina da Cunha, mas só em 2001 resolveram se unir também como parceiros de trabalho. “Eu trabalhava em uma grande empresa que ia se mudar para a Bahia, e o Betinho estava insatisfeito com a relação que tinha com o sócio na época. Resolvemos então começar de novo com um projeto só nosso”, conta. Desfeita a sociedade, e com o pedido de demissão em mãos, começaram a procurar uma nova casa para montar seu negócio. “Escolhemos uma sede que ficava na rua da Estação, no bairro Rio dos Sinos, e acabamos escolhendo o nome

da gráfica com base na localização”, explica a empreendedora. No entanto, surgiram problemas com o imóvel e eles acabaram se instalando em outro local. Como a documentação já tinha sido encaminhada à Junta Comercial, a alcunha permaneceu.

Coragem para recomeçar

A gráfica foi instalada num prédio onde funcionara um ginásio de esportes, fechado há mais de uma década. Foi preciso reformar o local, que tinha falhas no telhado e não possuía fiação elétrica. Com muito trabalho, iniciaram a empresa com cinco funcionários, sempre trabalhando com o papel como matéria-prima. “O Betinho já tinha experiência de suas outras empresas com o material, então decidimos manter e acabamos nos especializando”, diz. Em 2010, o casal visitou a República Tcheca para visitar a KBA, uma das mais modernas fábricas de equipamentos gráficos. “Estamos constantemente nos atualizando e participando de cursos para melhorar nossos serviços”, informa Marilda, que sempre marca presença nos eventos do Sindigraf-RS.

A Estação Gráfica se orgulha de utilizar a metodologia e ferramentas do Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP), para garantir que todos os processos administrativos estejam funcionando bem para a sa-



Arquivo Pessoal

tisfação do cliente. “Não somos a gráfica mais acessível na questão de preço, mas trabalhamos muito para que o atendimento seja a nossa marca. Desde o início, até o final de cada pedido, acompanhamos e conversamos muito com nosso cliente”, comenta a empresária.

Em julho, a gráfica comemorará 15 anos de fundação, contando com um grupo de 22 colaboradores e mais três vendedores externos. Conrado, 29, filho de Betinho, já carrega o nome da família trabalhando na empresa como diretor comercial. “Ele começou no chão de fábrica e foi passando por todos os setores até chegar a seu cargo atual. Fizemos questão de que ele conhecesse tudo para que um dia assuma o negócio”, diz Marilda. Seguindo com o trabalho da família, a Estação Gráfica tem planos de expansão: já adquiriram um terreno do distrito industrial da cidade e em 2018 pretendem inaugurar a nova sede. Para Betinho, o reconhecimento do trabalho da empresa vem da parceria que construíram ao longo dos anos: “É a união da minha capacidade produtiva com o tino administrativo de Marilda”.

AGENDA FISCAL – Maio de 2016

| Imposto/contribuição | Base de cálculo | Vencimento | Imposto/Contribuição | Base de cálculo | Vencimento |
|-------------------------------|----------------------------------|------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------|
| IOF | 3º decênio 04/2016 | 4/05 | ICMS – Diferença de alíquota | Mês 03/2016 | 20/05 |
| Salário | Folha de pagamento 04/2016 | 6/05 | ICMS – Substituição tributária | Mês 03/2016 | 20/05 |
| Empreg. doméstico | DAE mês 04/2016 | 6/05 | Cofins/PIS/CSLL de terceiros | Mês 04/2016 | 20/05 |
| FGTS | Folha de pagamento 04/2016 | 6/05 | Imp. de Renda na Fonte | Mês 04/2016 | 20/05 |
| Minist. do Trabalho – Caged | Folha de pagamento 04/2016 | 6/05 | Paes | Parcela INSS lei 10.684/2003 | 20/05 |
| ISSQN Porto Alegre | Declaração Mensal Eletrônica | 10/05 | Paex MP 303/2006 | Parcela INSS MP 303/2006 | 20/05 |
| ISSQN | Prestação de Serviços 04/2016 | 10/05 | DCTF – Mensal | Mês 03/2016 | 20/05 |
| GIA ST | Contrib. item 2.1.1 DRP 45/98 | 10/05 | ICMS – Indústria – Cat. Geral | Vendas 04/2016 | 23/05 |
| Nota Fiscal Gaúcha | Mês 04/2016 – Arquivo Eletrônico | 10/05 | Cofins | Faturamento 04/2016 | 25/05 |
| ICMS – Comércio Categ. Geral | Vendas 04/2016 | 12/05 | PIS | Faturamento 04/2016 | 25/05 |
| Gia Mensal Categ. Geral | Vendas do mês 04/2016 | 12/05 | IOF | 2º decênio 05/2016 | 25/05 |
| IOF | 1º decênio 05/2016 | 13/05 | Contribuição Social s/lucro | Faturamento 04/2016 | 31/05 |
| EFD – PIS /Cofins /INSS | Mês 03/2016 | 13/05 | Imposto de Renda s/lucro | Faturamento 04/2016 | 31/05 |
| EFD – Escrit. Fiscal Estadual | Mês 04/2016 | 16/05 | Parcelamento lei 12.996 | Parcela 04/2016 | 31/05 |
| Previdência Social | Contribuinte Individual | 16/05 | Parcelamento Simples Nacional | Parcela 04/2016 | 31/05 |
| Simei | Faturamento 04/2016 | 20/05 | DIRPF | Pagamento 1ª quota IRPF | 31/05 |
| Simples Nacional | Faturamento 04/2016 | 20/05 | Refis/Paes/lei 11.941/12.865 | Pagamento SRF, PGFN | 31/05 |
| Previdência Social | Folha de pagamento 04/2016 | 20/05 | Gia-SN | Todos os contribuintes do Simples | 31/05 |

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Transformando capital humano

Para que a indústria gráfica se mantenha em constante crescimento, o Sindigraf-RS incentiva a formação de mão de obra qualificada. Por meio do convênio com o Centro de Educação Profissional (CEP) Senai de Artes Gráfica Henrique D'ávila Bertaso, apoia a capacitação de centenas de gráficos que se formam anualmente na escola, inaugurada em 1980. O parque gráfico do CEP Senai está localizado na zona norte de Porto Alegre e conta com estrutura física que possibilita a aprendizagem, iniciação, qualificação e atualização permanente dos alunos. Os conhecimentos técnicos e teóricos são responsabilidades de uma equipe de profissionais especializada. A escola dispõe de laboratórios de pré-impressão de desenho gráfico, PCs e computadores iMac, e a tecnologia *Computer to Plate*. Em 2016, os cursos programados são nas áreas de impressão *offset*, flexografia, serigrafia e acabamento. Para junho, estão previstas as formações *Photoshop* (a partir do dia 11, com carga horária de 50 horas) e *Tratamento de Imagem* (com início no dia 25, totalizando 30 horas/aula). A parceria com o

sindicato possibilita reembolso de até 90% no valor das qualificações (*veja no quadro*), mediante apresentação do certificado de conclusão.

O gerente de operações do Senai-RS, Fabiano Rath – que está à frente do CEP Senai há quase um ano –, afirma que o trabalho da entidade é fundamental na formação dos trabalhadores da área: “Precisamos formar mão de obra para que o setor gráfico gaúcho possa se desenvolver cada vez mais”. Ele conta que a escola também oferece assessorias e consultorias para as empresas, disponibilizando diagnósticos e atendimentos. “Apostamos em um trabalho continuado para o fortalecimento da indústria gráfica”, comenta. Inscrições para cursos e outros serviços podem ser realizados pelo telefone (51) 3904-2610.

Sucesso internacional

Victor Bernardo terminou o ensino médio em 2011, e decidiu, por incentivo de um familiar, se inscrever para o curso de aprendizagem indus-

trial no Senai-RS. “Meu tio estudou lá e indicou a instituição, até porque eu não sabia bem o que fazer na época”, comenta. Victor se especializou em impressão *offset* no CEP Senai e participou das Olimpíadas do Conhecimento estaduais. O estudante venceu a fase gaúcha e foi convidado para participar do campeonato mundial em 2015, chamado WorldSkills: “Lá, competi com alunos de todo mundo, de escolas-referência em artes gráficas. Mais uma vez saímos vencedores”. Devido à sua dedicação, Victor ganhou uma bolsa de estudos universitária, pela qual hoje cursa engenharia de produção, além de ter se tornado instrutor do curso de impressão *offset* na escola da capital: “Credito minhas vitórias ao CEP Senai que investiu nos meus sonhos. A instituição mudou o meu estilo de vida e me transformou em um profissional de ponta na área gráfica”.

| Classe | Reembolso por distância em km da cidade até a sede (Porto Alegre) | | |
|------------|---|-----------|--------------|
| | 0 a 100 | 101 a 300 | Acima de 300 |
| Associadas | 50% | 70% | 90% |
| Filiadas | 35% | 55% | 75% |



Mídia Kit Informativo Sindigraf-RS Notícias
 publicação aborda temas de interesse dos empresários gráficos, como novidades tecnológicas, ambientais, entre outros.

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

Centhury conquista prêmio

A Gráfica Centhury, de Porto Alegre, teve um mês de abril agitado. No início do mês, o livro *Uma História de muitas histórias*, impresso pela gráfica, foi premiado no Grand Prix de Design no Prêmio Colunistas Brasil. A publicação é um projeto da Agência Matriz para a Câmara Rio-Grandense do Livro, e contém a página 60 de algumas das grandes obras literárias de todos os tempos. O trabalho comemora os 60 anos da Feira do Livro de Porto Alegre, completados em 2015. Além disso, a Gráfica Centhury também foi o cenário para um pequeno vídeo *teaser*, apresentando o case da agência. Ele mostra a produção dos livros dentro da gráfica, desde a impressão chegando até a encadernação, e contou com a imagem de vários colaboradores da gráfica.

O gerente comercial da Centhury, Wagner Machado, revela que a peça foi um projeto idealizado durante seis meses, e que tinha como propósito a criação de um livro único. “A agência Matriz queria formular uma história com páginas de outros livros, montando uma narrativa totalmente inovadora”, conta. Foram utilizados cerca de 20 tipos de papel, a encadernação foi costurada à mão e a capa dura teve uma gravação em baixo relevo. “Ficamos muito felizes em ver o nosso trabalho reconhecido. Sempre aceitamos demandas diferenciadas, pois temos confiança na nossa competência”, comemora.

Além disso, a Centhury celebrou seu aniversário de 16 anos no dia 16 de abril e resol-



Divulgação/Centhury

veu dar um presente para os seus parceiros. A empresa está realizando um concurso cultural, no qual as pessoas enviam, até 27 de maio, fotos dos seus calendários de colorir pintados, distribuídos pela empresa no início do ano. As fotos entrarão em votação no Facebook de 30 de maio a 5 de junho. A imagem mais votada ganhará um *kit* de pintura profissional da Royal e Langnickel de mais de 130 peças.

Pallotti comemora 93 anos

A Gráfica Editora Pallotti comemorou em abril seus 93 anos de fundação. Com o *slogan* 2016: *não deixe passar em branco*, a empresa postou um vídeo em comemoração à data em sua página oficial no Facebook (www.facebook.com/graficapallotti). O começo foi no Vale Veneto, na localidade de São João do Poliese. Na época, foi

adquirida uma impressora para produzir a revista *Rainha dos Apóstolos*, da Associação Vicente Pallotti, que administra a organização até hoje.

A empresa conta hoje com 340 colaboradores nas duas sedes, em São Leopoldo e Santa Maria, e oferta seus serviços especialmente em encartes, revistas e livros em geral. Devido ao momento do

mercado, as comemorações da gráfica foram voltadas para o público interno. “Estamos nos adaptando nas questões estruturais e dando um tratamento mais próximo e personalizado ao cliente para podermos continuar nos negócios por muitos anos”, afirma o padre Jadir Zaro, responsável pela gráfica de São Leopoldo.



DICA DE LEITURA

Para inspirar os gestores

A dica de leitura desta edição vem diretamente da estante do presidente do sindicato! O livro *Os Segredos dos grandes CEOs*, de Steve Tappin e Andrew Cave, resume a trajetória de 150 CEOs mundiais por meio de entrevistas, citando seus maiores aprendizados e lições. A obra também revela os *insights* sobre as origens dos principais líderes da atualidade, como Terry Leahy, da Tesco, Martin Sorrell, do WPP Group, Lord Browne, ex-CEO da BP, entre outros. Na obra, os autores também contam como esses líderes vieram dos quatro cantos do mundo e se estabeleceram em uma economia global, coordenando gigantes corporativas como o Google, a Dell e



a News Corporation. Além disso, o leitor também se deparará com as motivações de cada um dos cases apresentados, o que os impulsiona diariamente e qual foi o aprendizado que os ajudou a se tornarem líderes mundiais.

Os autores também abordam questões como o posicionamento da empresa para lidar com a sustentabilidade e desempenhar um papel mais amplo na sociedade. Este fator hoje é um dilema para os dirigentes de companhias, uma vez que a pressão da crise as coloca em segundo plano. O livro conta ainda com opiniões sinceras dos CEOs sobre o panorama atual do mundo empresarial, incorporando

comentários instigantes. Para completar, os empresários dividem com o leitor segredos para lidar bem com os cinco fatos da vida que serão críticos para o sucesso nos negócios na próxima década.

Ficha de leitura

Título: *Os segredos dos grandes CEOs – A trajetória de vida e negócios dos 150 executivos globais*

Autor: Steve Tappin e Andrew Cave

Número de Páginas: 320

Editora: Elsevier

Investimento: R\$ 75