

ESPECIAL

## A nova lógica de produção da Indústria 4.0



A Indústria 4.0 é um novo modelo de produção que foi proposto recentemente a partir de um projeto de estratégias do governo alemão voltadas à tecnologia. A nova lógica engloba as principais inovações tecnológicas dos campos de automação, controle e tecnologia da informação aplicadas aos processos de manufatura das indústrias. Além disso, surge a comunicação entre máquinas, as quais se tornam mais autônomas durante a produção e são capazes de resolver eventuais problemas de percurso. As mudanças podem significar um novo período no contexto das fábricas: a 4ª Revolução Industrial. Embora a Indústria 4.0 ainda seja uma realidade distante do Brasil, a longo prazo ela pode se tornar uma realidade. As Gráficas 4.0 prometem ser inteligentes e inovar na produção dos impressos. De acordo com o consultor e *coach* Thomaz Caspary, as empresas gráficas nacionais ainda precisam investir para que o ambiente cibernético industrial não se torne um sonho distante. Saiba mais nas páginas 8 e 9.

ENTREVISTA PÁGINA

5

Presidente da Abre, Gisele Schulzinger, é uma das palestrantes do 2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica

DESTAQUE PÁGINA

11

Descubra como o poder da mente pode influenciar no consumo, como mostram estudos do *neuromarketing*



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

**E**m meio a um cenário político conturbado, a crise econômica que vivenciamos no país parece dar os primeiros sinais de trégua. Conforme dados da Abigraf Nacional, a produção física do setor, já descontado o padrão sazonal, cresceu 1,5% no segundo trimestre de 2016, em relação aos três meses anteriores. No início deste ano, nossa atividade já havia recuado 3,8%, na comparação com o mesmo período de 2015, diante da queda de 5,7% da indústria de transformação como um todo. A expectativa passa a ser de estabilização do setor, que já ensaia uma recuperação.

De acordo com a entidade, a indústria gráfica já reverte o déficit em sua balança comercial, que no segundo trimestre registrou *superávit* de US\$ 21,8 milhões. No entanto, uma recuperação mais expressiva da produção dependerá da retomada da demanda interna. Os resultados positivos, com base na recente melhora na produção física, estão fazendo com que a Abigraf Nacional revise sua estimativa de queda para este ano, podendo passar de 10% para 3%. Outra boa notícia, divulgada recentemente pela associação nacional, é o aumento do Índice de Confiança (IC) do Empresário da Indústria Gráfica Brasileira, que chegou a 43,9 pontos no segundo trimestre de 2016 (em uma escala de 0 a 100). A alta do indicador representa acréscimo de 2,8 pontos percentuais, em relação ao trimestre anterior. Além

disso, é a quarta vez que o Índice de Confiança do Empresário Industrial (Icei-RS) sobe em agosto, atingindo 52,7 pontos.

Esperamos que os colegas aproveitem as oportunidades geradas pela cartilha *Vote no Impresso*, desenvolvida pela Abigraf Nacional, com apoio do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. A divulgação deste material é fundamental para a valorização do produto gráfico, possibilitando a captação de novos trabalhos e clientes! Como forma de retribuir às gráficas filiadas/associadas o investimento feito às entidades, colocamos à disposição dos empresários uma série de benefícios. Os produtos e serviços oferecidos pelo sindicato abrangem desde descontos em capacitações, convênios, fornecimento de documentos, serviços gratuitos no site, consultas jurídicas e de gestão até a participação nos indicadores setoriais. Estas e outras ações de contrapartida às contribuições podem ser conferidas no novo *folder* institucional da entidade.

Contamos com a participação de todos também na Pesquisa de Satisfação e *Marketing* 2016, que possibilitará avaliar o desempenho do Sindigraf-RS e programar 2017. A consulta será feita por meio de um questionário, enviado por e-mail no final de setembro, abrindo espaço também para sugestões de novas ações, atividades e eventos pelo Estado no próximo ano. Nos meses de outubro e novembro, teremos ainda três edições da Confraternização da Família

Sindigraf-RS. O evento será uma ótima oportunidade de conversarmos e convivemos com nossos familiares e amigos, além de reencontrar os colegas de diferentes partes do Rio Grande do Sul. As programações são abertas a todas as gráficas da base territorial do sindicato!

Contra a vontade da minha família, integro as chapas das eleições do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, que ocorrerão em 28 de setembro. Atendendo ao apelo do Conselho Consultivo (ex-presidentes das entidades) homologado pelas diretorias executivas me candidato a um novo mandato com o objetivo de formar sucessores para as próximas gestões. Foram três anos de um árduo trabalho, que requer de um presidente ativo muito tempo e dedicação. Sou a favor de que tenhamos sangue novo nas diretorias, pois é preciso ter fôlego para cumprir uma longa agenda não só do sindicato, mas pelas entidades-mãe, com eventos pela Abigraf Nacional, Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), compromissos fora do Estado e reuniões com o pessoal das cidades do interior do Estado. É preciso acompanhar as atividades e estar disponível para representar bem as entidades. Por falta de opções, acabei quebrando o juramento que fiz para a minha mulher, de não buscar a reeleição. Agradeço mais uma vez aos colegas pela confiança e pelo reconhecimento do trabalho feito até aqui. Espero que sigamos juntos, buscando sempre o melhor para a 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: Ladimir dos Santos Pacheco

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche

– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Amanda Gomes, Cláudia Boff e 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.

## Chega ao fim o ciclo de seminários de gestão de vendas e custos

Durante a primeira quinzena de agosto aconteceu o fechamento do ciclo de seminários *Gestão de vendas e custos* ministrados pelo consultor gráfico Thomaz Caspary. O giro pelo Estado foi encerrado no dia 11, com o evento em São Leopoldo, e dia 13, na edição de Santa Cruz do Sul. Seguindo a receita que fez sucesso, Caspary apresentou o seu conteúdo de maneira dinâmica e baseada na sua experiência. O consultor revela que encerra o ciclo muito gratificado por ter conhecido tantas pessoas destinadas a melhorar a maneira como fazem negócios. “Em São Leopoldo, tivemos um grupo que participou o tempo inteiro, tirando suas dúvidas e compartilhando as suas vivências. Já em Santa Cruz do Sul, o grupo era mais tímido, mas ainda assim com muita vontade de aprender”, completa.

### Grupo participativo

A formação de São Leopoldo reuniu 38 participantes de 17 empresas, no Centro das Indústrias da cidade, em 11 de agosto. O diretor da Automação Indústria Gráfica, de Novo Hamburgo, Roberto Jaeger, representou a diretoria do Sindigraf-RS na abertura do curso. Ele conta que a alta adesão dos empresários locais foi muito importante. “Ter o *feedback* dos gestores locais nos mostra interesse e assim podemos levar cada vez mais novidades para todo o Estado, descentralizando as programações”, afirma.

Ricardo Becker, diretor da Gráfica Clonar, de Nova Hartz, é assíduo frequentador das

atividades do Sindigraf-RS na região. Devido à extensão da formação, o ministrante conseguiu abordar muitos conceitos importantes e reveladores, segundo Becker. “Aprendi bastante no seminário e creio que conseguirei aplicar vários conceitos na realidade da minha empresa”, declara.

### Foco para aprender

Já os empresários gráficos da região Vale do Taquari/Rio Pardo receberam o último seminário *Gestão de vendas e custos* em 13 de agosto. Ao todo, 25 gestores e colaboradores das equipes, de 9 gráficas, compareceram ao encontro no Aquarius Hotel, em Santa Cruz do Sul.

Desta vez, o diretor da Gráfica Jacuí, de Cachoeira do Sul, Ricardo Noal Vieira da Cunha, foi o responsável por apresentar a diretoria do sindicato, ressaltando a ação de interiorização, que levou a iniciativa para diferentes regiões. “Foi uma grande oportunidade de *networking* entre os presentes, com troca de contatos”, revela o empresário.

Segundo a diretora administrativa da Traço Produções Gráficas, de Venâncio Aires, Jaíne Coutinho, o desempenho do ministrante foi muito satisfatório, devido principalmente às experiências dele dentro da indústria gráfica. “Foi um momento muito importante e relevante para a nossa formação enquanto empresários. Com certeza, compareceremos a mais atividades deste nível, caso aconteçam em nossa região”, comenta.



Grupo de São Leopoldo



Grupo de Santa Cruz do Sul

### Até 9 Setembro

**Inscrições para o 23º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris**

**Promoção:** Conlatingraf e Abigraf Nacional  
**Informações:** [www.abigraf.org.br](http://www.abigraf.org.br)

### Até 16 Setembro

**Inscrições para o 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini**

**Promoção:** Abigraf Nacional e ABTG  
**Informações:** [www.fernandopini.org.br](http://www.fernandopini.org.br)

### 8 Outubro

**Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016**

**Local:** Jardim Europa Hotel, Ijuí (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

### 22 Outubro

**2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica**

**Local:** Fiesc, Florianópolis (SC)

**Promoção:** Abigraf-SC, Abigraf-PR, Abigraf-RS

### 28 Outubro a 15 Novembro

**62ª Feira do Livro de Porto Alegre**

**Local:** Praça da Alfândega, Porto Alegre (RS)

**Promoção:** Câmara Rio-Grandense do Livro  
**Informações:** [www.feiradolivro-poa.com.br](http://www.feiradolivro-poa.com.br)

### 5 Novembro

**Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016**

**Local:** sede da AABB Estrela (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

### 19 Novembro

**Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016**

**Local:** Vila Ventura Ecoresort, Viamão (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

### 22 Novembro

**Cerimônia de entrega dos troféus do 26º**

**Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini**

**Local:** São Paulo (SP)

**Promoção:** Abigraf Nacional e ABTG

### 9 Dezembro

**Comemoração dos 75 anos do Sindigraf-RS**

**Local:** Associação Leopoldina Juvenil, Porto Alegre (RS)

**Horário:** 19h

**Promoção:** Sindigraf-RS

**Observação:** No dia 19 de setembro não haverá expediente na sede do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, em Porto Alegre.

Acompanhe as novidades no site [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br) e nas páginas do Sindigraf-RS no Facebook e Twitter.



## Últimos dias para inscrever produtos no Theobaldo de Nigris

O Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris também está a todo vapor! Mesmo que a 33ª edição do concurso aconteça apenas em 16 de fevereiro de 2017, o período de inscrições se encerra em 2 de setembro, mas os impressos devem ser enviados para

a sede da Abigraf Nacional (Rua do Paraíso, nº 529 – Paraíso, São Paulo, CEP 04103-000) até o dia 9 do mesmo mês. As inscrições por produto ficam em R\$ 415 para associadas à entidade e R\$ 538 para as outras. A avaliação das peças acontece em 4 de outubro, na sede da Printing

Association of Florida (PAF), em Orlando (Flórida). A premiação também acontece na Flórida, nos Estados Unidos, e reunirá grandes nomes da impressão gráfica de toda a América. Para mais informações, basta acessar [www.conlatingraf.net](http://www.conlatingraf.net) e conferir o regulamento em português.

### O DIA A DIA DO PRESIDENTE

#### 2 Agosto

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 3 Agosto

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)

#### 9 Agosto

Visita ao Sinmetal (Porto Alegre)

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 16 Agosto

Reunião no TRE-RS (Porto Alegre)

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 23 Agosto

Reunião de diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 25 Agosto

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

#### 31 agosto

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

Reunião do Conselho Consultivo do CFP Senai de Artes Gráficas (Senai, em Porto Alegre)

### AGENDA DO PRESIDENTE

#### 6 Setembro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 13 Setembro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

#### 14 Setembro

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

#### 23 Setembro

Reunião do Conselho Diretivo da Abigraf Nacional (Fieb, Salvador)

#### 28 Setembro

Eleições do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

Reuniões plenárias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

## Fernando Pini 2016 está próximo

As inscrições para o 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, realizado pela Abigraf Nacional, em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), encerram-se em 16 de setembro. Até o dia 6 do mesmo mês há desconto para empresas associadas adimplentes da ABTG, Abigraf Nacional, Associação Nacional de Jornais e Sindigraf regionais. A partir de 7 de setembro, o valor das associadas passa para R\$ 460 e as demais pagam R\$ 594.

Caso o seu produto tenha participado no 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, ganha 20% de desconto no Fernando Pini, desde que a peça não tenha participado em edições anteriores. Além disso, os produtos finalistas no concurso regional já foram inscritos automaticamente e suas amostras enviadas para a ABTG. Confira mais informações em [www.fernandopini.com.br](http://www.fernandopini.com.br).

## Participe da caravana para SC



As Abigraf SC, PR e RS promovem o 2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica, que acontece em 22 de outubro, das 8 às 18 horas, na sede da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina, a Fiesc (Rodovia Admar Gonzaga, 2765 – Itacorubi) em Florianópolis (SC). O evento reunirá empresários, empreendedores, gestores, palestrantes e fornecedores de insumos gráficos na busca de oportunidades, conhecer tendências do setor e aprimorar a gestão dos seus empreendimentos. Entre os palestrantes estão: a presidente da Associação Brasileira de Embalagem (Abre), Gisela Schulzinger (a entrevistada da página 5), que analisará o tema

*Novos tempos exigem novas atitudes*. Os consultores: Bruno Cialone, que falará sobre *As Mudanças frente às novas aplicações das tecnologias*; Flavio Botana, que discutirá *As diferenças na avaliação de custos e formação de preços entre Offset e Impressão Digital*, e Reinaldo Espinosa, que ministrará uma conversa focada na *Impressão das coisas* e Marcos Biaggio, com a palestra *Vendas na indústria gráfica em tempos de crise*. Garanta sua participação em [www.abigrafsc.org.br](http://www.abigrafsc.org.br).

A fim de incentivar a participação no seminário, o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS organizam uma caravana de empresários gaúchos, que sairá de Porto Alegre na manhã do evento. As vagas são exclusivas para proprietários, sócios e colaboradores de gráficas filiadas/associadas em dia com o Sindigraf-RS, assim como associadas adimplentes à Abigraf-RS sediadas na base territorial do Singraf e do Singrapel. O investimento é de R\$ 700 por pessoa, incluindo transporte aéreo, traslados e hospedagem em apartamento duplo com café da manhã. Há uma vaga cortesia para proprietário ou sócio registrado no contrato social da empresa. Envie a ficha disponível em [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br) preenchida, com o comprovante de inscrição no seminário, para [eventos@sindigraf-rs.com.br](mailto:eventos@sindigraf-rs.com.br) ou pelo fax (51) 3346-1920.

## Meeting Sesi debate tributos e saúde no Estado



Começou, em 30 de agosto, o Meeting Sesi, um ciclo de palestras que se estenderá até novembro por todo o Rio Grande do Sul. O objetivo principal do Sesi é debater temas que impactam na produtividade e sustentabilidade da indústria. O evento contará com a palestra *eSocial: Interfaces dos riscos e impactos na gestão da saúde da empresa*, ministrada pelo contabilista e especialista em Sistema Público de Escrituração Digital (Sped)

Roberto Duarte. Na programação também será abordada a importância de manter uma vida saudável com a formação *Promoção da saúde e seus impactos na sustentabilidade da empresa*, do médico geriatra Rodrigo Demarch.

O primeiro município a receber o Meeting Sesi foi Caxias do Sul, na Câmara de Indústria, Comércio e Serviços (CIC) da cidade. Em 26 de setembro, o evento estará em Passo Fundo e, no dia seguinte, a próxima parada acontece em Erechim. Depois, o Meeting Sesi segue para Panambi, em 28 do mesmo mês, e vai para Santa Rosa, no dia seguinte. Todas as edições acontecem a partir das 18 horas e a confirmação das presenças deve acontecer pelo telefone 0800 51 8555 ou pelo e-mail [confirma.eventos@fiergs.org.br](mailto:confirma.eventos@fiergs.org.br).

## Datas da Confraternização da Família Sindigraf-RS

A Confraternização da Família Sindigraf-RS está chegando! O evento, realizado anualmente pelo sindicato, é uma oportunidade única de comemorar, entre familiares e colegas, o final de mais um ciclo. Este ano, três cidades receberão a iniciativa – Ijuí, Estrela e Viamão –, mantendo o projeto de interiorização proposto pela entidade, na abrangência da sua base territorial.

A primeira confraternização acontecerá em Ijuí, no Jardim Europa Hotel (BR-285, km 457) no dia 8 de outubro. Já o segundo encontro está programado para Estrela, na sede da AABB da cidade (R. Adauto Lúcio Cardoso, 38), em 5 de novembro. A última cidade será Viamão, e o Vila Ventura Ecoresort (R. Manoel Santana, 625) foi o ambiente escolhido para congregar os convidados no evento que acontece em 19 de novembro.

Os encontros começam às 9 horas, encerram-se por volta das 17 horas, e contam com almoço. Entre as atividades previstas estão muitos momentos de lazer e descontração entre os presentes, além das premiações regionais do Concurso de Desenho Infantil. As inscrições são gratuitas para empresários e crianças menores de 10 anos. Os demais familiares pagam R\$ 15. O período para garantir as vagas começa em setembro, então confira as nossas redes sociais com frequência para não perder os prazos!

Presidente da Associação Brasileira de Embalagem (Abre) desde 2014, Gisela Schulzinger é designer formada pela ESPM e atua na área de design há mais de 25 anos. Também é sócia da Pande Design, agência especializada em desenvolvimento de projetos de Branding e Design Estratégico e Inovação.



Max Sano/Divulgação Abre

### O setor de embalagens é considerado como decisivo?

GISELA SCHULZINGER Acredito que, hoje em dia, as embalagens representam um dos segmentos mais expressivos do setor como um todo. Isso se dá devido ao fato de as embalagens estarem estritamente ligadas ao consumo – ao comprar qualquer artigo, ele estará embalado de alguma maneira. Isso faz com que, mesmo com a crise em vigência, o setor continue a pleno vapor. A ligação com consumo torna este segmento ainda mais importante e significativo para o setor gráfico.

### Uma mulher na presidência da Abre foi uma grande novidade?

GISELA Com certeza foi um grande desafio pessoal assumir esta posição, principalmente devido às turbulências que o setor e a economia como um todo estão passando. Mas nunca enfrentei problemas relacionados à presença feminina, e acredito que seja porque já contamos com mulheres em cargos internos de liderança dentro da associação. Fui muito mais alvo de dúvidas em relação à minha posição de designer e não de empresária industrial do que em relação ao fato de ser mulher.

### Como o design pode mudar os rumos da indústria gráfica?

GISELA Primeiramente, os empresários gráficos têm que reconhecer o design gráfico como uma ferramenta de desenvolvimento de produtos, principalmente os ligados a embalagens. Profissionais dessa área conhecem o ramo e saberão dar a assistência necessária em termos de aperfeiçoamento, tecnologias e processos. Além disso, o pensamento voltado ao design como um todo também deve dominar as gráficas, trazendo a inovação voltada a repensar as atividades da empresa.

### O que uma embalagem precisa ter para envolver o cliente?

GISELA Mais do que acondicionar um objeto, a embalagem deve prestar um serviço para o consumidor, de maneira que ela compreenda todas as necessidades de usabilidade e mobilidade do cliente. Ela deve ser funcional e prática, além de atender aos atributos da vida cotidiana. Também não podemos esquecer da sustentabilidade, que deixou de ser um diferencial na produção e agora é tema transversal e obrigatório para todos os impressos.

### Como o neuromarketing se aplica ao design de embalagens?

GISELA É uma área totalmente relacionada, principalmente ao compreendermos a necessidade de apelos ao consumidor direcionados à atividade mental, de maneira que a decisão do consumidor seja influenciada por esta prática. Por percebermos todos os fatores que envolvem uma escolha psíquica é que devemos fortalecer a marca em função das sensações positivas a partir do produto.

## Excelência das assessorias técnicas do CFP Senai

Em julho, foram encerradas as Assessorias Técnicas e Tecnológicas do primeiro semestre de 2016, realizadas pelo Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, de Porto Alegre. As consultorias aconteceram de janeiro a junho e foram atendidas 24 empresas gráficas de 18 municípios do Estado.

De acordo com o gerente de Operações da instituição, Márcio Basotti, desde o último ano, o CFP Senai tem se fortalecido com a atuação

também no segmento de consultorias, apoiando as gráficas na busca de uma atuação com maior eficiência. “Estamos preparados para atender as indústrias gráficas em todo o Estado em diversos aspectos, destacando o gerenciamento de cores e a revisão dos processos de operação visando a melhorar custos.” Segundo ele, o atendimento às empresas teve excelentes resultados alcançados, com retorno de investimento àqueles que utilizaram serviços em curto espaço de tempo. “As gráficas que desejam conhecer nossos ser-

viços podem nos contatar e solicitar uma visita, em que nossos profissionais poderão indicar soluções que temos disponíveis e se aplicam a cada caso”, completa.

As assessorias do segundo semestre já estão em andamento. São, ao todo, seis consultores cobrindo cinco áreas gráficas: *Offset*, *Gestão*, *Pré-Impressão*, *Flexografia* e *Design*. Caso haja interesse em receber uma consultoria do CFP Senai, entrar em contato pelo telefone (51) 3904-2600 ou pelo e-mail [artigraficas@senairs.org.br](mailto:artigraficas@senairs.org.br).

## Chapas únicas nas eleições do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS

Já está definida a lista oficial dos candidatos que concorrerão nas próximas eleições do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. O pleito será realizado no dia 28 de setembro, das 9 horas às 17 horas, na sede das entidades, em Porto Alegre (Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar), para eleger quem dará continuidade ao trabalho que será realizado pelo sindicato e pela associação nacional nos próximos três anos.

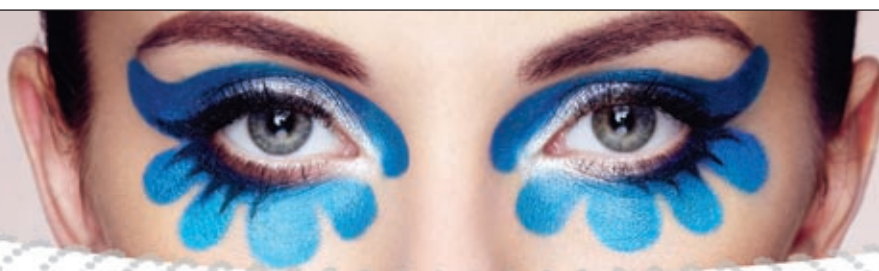
Estão inscritas para participar da votação uma chapa pelo sindicato e outra pela associação, ambas comandadas pelo empresário gráfico Angelo Garbarski – atual presidente das entidades (gestão 2013-2016) e que corre à reeleição.

Os votos direcionados para cada entidade poderão ser registrados de forma presencial, comparecendo na sede, ou deverão ser envia-

dos até 27 de setembro por correspondência. Podem participar da escolha todas as empresas associadas que estiverem em dia com suas contribuições ao Sindigraf-RS (sindical, assistencial e social) e com a Abigraf-RS (associativa).

Essa é uma importante forma de participar das decisões da indústria gráfica gaúcha, dando o seu apoio às lideranças que integrarão as diretorias na gestão 2017-2019.

Giving Shape to Ideas



**NOVA  
SEDE  
NOVA  
TECNOLOGIA  
KNOW-HOW  
CONSAGRADO**



**ans**   
**gráfica em alta velocidade**

**Gráfica ANS - (51) 3230.9010**  
R. Dona Teodora, 1461 - Farrapos  
Porto Alegre/RS



**KONICA MINOLTA**



**KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS DO SUL**

Porto Alegre-RS (51) 3230-7200 | Florianópolis-SC (48) 3348-6656  
[www.konicaminolta.com.br](http://www.konicaminolta.com.br)



## Sindigraf-RS e Abigraf-RS colaboram com causas sociais

Seguindo a tradição de anos anteriores, o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS colaboraram para fazer o dia de muitas crianças felizes, adquirindo 200 tíquetes para o McDia Feliz, em prol do Instituto do Câncer Infantil e da Santa Casa, ambos de Porto Alegre. Além disso, metade dos lanches foram doados para a Fundação Pão dos Pobres, da capital gaúcha, e o restante para a ONG Chimarrão da Amizade, em Canoas. O McDia Feliz é tradicionalmente realizado no último sábado do mês de agosto, que este ano caiu no dia 27.

Trabalhando com a ideia de sustentabilidade social, as entidades resolveram ampliar o número de beneficiados. Neste ano, os lanches do Sindigraf-RS foram para as crianças do Pão dos Pobres, enquanto os da Abigraf-

RS foram recebidos pelos pequenos da Chimarrão da Amizade.

Segundo a tesoureira da ONG de Canoas, Dilza de Oliveira, a ação foi muito importante para os pequenos atendidos. “Trabalhamos com crianças carentes e algumas portadoras de deficiência física, o que torna o nosso trabalho ainda mais desafiador. Foi uma oportunidade ímpar para elas desfrutarem do lanche. Não temos nem palavras para agradecer o gesto”, emociona-se. Para o gerente socioeducativo do Pão dos Pobres, João Rocha, a iniciativa se refletiu em um ato de doação e respeito ao próximo: “Os lanches foram um momento muito especial às crianças, que em sua maioria não poderiam desfrutá-los. Fica o nosso agradecimento à sensibilidade da entidade”.



Divulgação/Pão dos Pobres

Fundação Pão dos Pobres



Divulgação/Chimarrão da Amizade

Chimarrão da Amizade

## Entidades divulgam cartilha *Vote no impresso*



O presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, visitou a desembargadora Liselena Robles Ribeiro, presidente do Tribunal Regional Eleitoral gaúcho (TRE-RS), em 16 de agosto. Com o intuito de divulgar a cartilha *Vote no impresso*, o encontro reuniu diversos

juízes, na sede do tribunal, em Porto Alegre. Realizada pela Abigraf Nacional, com apoio das entidades regionais, a publicação traz orientações sobre o pleito, que elegerá os próximos prefeitos e vereadores do país, em 2 de outubro. A iniciativa integra as ações de incentivo à produção de impressos para a campanha municipal 2016, cujo período de propaganda eleitoral, iniciado em 16 de agosto, estende-se até 1º de outubro. Além dos 10 exemplares distribuídos aos magistrados,

o sindicato disponibilizou cópias do material aos 26 diretórios estaduais, vereadores da Câmara de Porto Alegre e deputados estaduais da Assembleia Legislativa.

As empresas filiadas/associadas ao Sindigraf-RS também foram convidadas para imprimir a cartilha, com o seu logotipo, para auxiliar na divulgação e captação de negócios e clientes. Faça o *download* da publicação em [www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/publicacoes](http://www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/publicacoes).

## Mercado editorial brasileiro recua 12,63% em 2015

Segundo a pesquisa *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*, realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), o mercado editorial brasileiro caiu 12,63% em 2015, o que representa R\$

5,23 milhões. O levantamento foi divulgado em junho deste ano, e teve 2015 como ano-base. Em comparação com 2014, o recuo é o maior obtido desde 2004.

A queda no mercado editorial acompanhou a crise econômica que o país enfrenta. A pesquisa aponta que foram vendidos no ano

passado 389,3 milhões de livros, menos do que em 2014, quando foram comercializados 435,7 milhões de exemplares. De acordo com as entidades, tanto a produção como o faturamento diminuíram porque foram impactados pela retração econômica sofrida pelos consumidores brasileiros em 2015.

## Escolar Office Brasil apresenta tendências em sua 30ª edição

Já conhecida entre os profissionais do ramo, a Escolar Office Brasil realizou a sua 30ª edição, e impulsionou os negócios entre expositores, papeleiros e demais visitantes. A feira anual aconteceu de 7 a 10 de agosto, no Parque de Exposições Anhembi, em São Paulo, e recebeu mais de 13 mil profissionais do setor para conferir os 150 expositores que ocupavam os corredores. Além da feira, a programação incluiu diversos momentos de

formação, disponibilizando conteúdo profissional para expositores e visitantes.

Além disso, a Escolar Office Brasil tem a tradição de apresentar as tendências de mercado para o próximo ano letivo, e este ano não foi diferente. Entre os produtos lançados, a popularidade ficou a cargo das cores fluorescentes, dos materiais ecológicos e reciclados das peças monocromáticas, entre outros. Entre os personagens de sucesso, nomes como



Divulgação/Escolar Office Brasil

Dory, Moana, Margarida, Ladybug e Capitão América pipocaram nos itens populares.

especial

A comunicação entre máquinas já é realidade no mundo da automação industrial. Na nova lógica de produção, são formadas redes inteligentes que podem tomar decisões próprias. A Indústria 4.0 promete um universo de possibilidades para as fábricas que desejam aumentar sua produtividade.

# Indústria 4.0 ou a 4ª Revolução Industrial



As melhorias que James Watt trouxe para a máquina a vapor no século 18 possibilitaram o aumento da produtividade da indústria têxtil e desencadearam a 1ª Revolução Industrial. Já a 2ª transformação na indústria mundial veio com a instauração da linha de montagem por Henry Ford, em 1913, que originou a produção em massa de produtos. Foi na década de 1970 que a 3ª Revolução Industrial se instaurou por meio da utilização do computador no chão de fábrica, que proporcionou a montagem automatizada, a qual, não raras vezes, substituiu o esforço físico humano, exigindo mais da capacidade intelectual do colaborador.

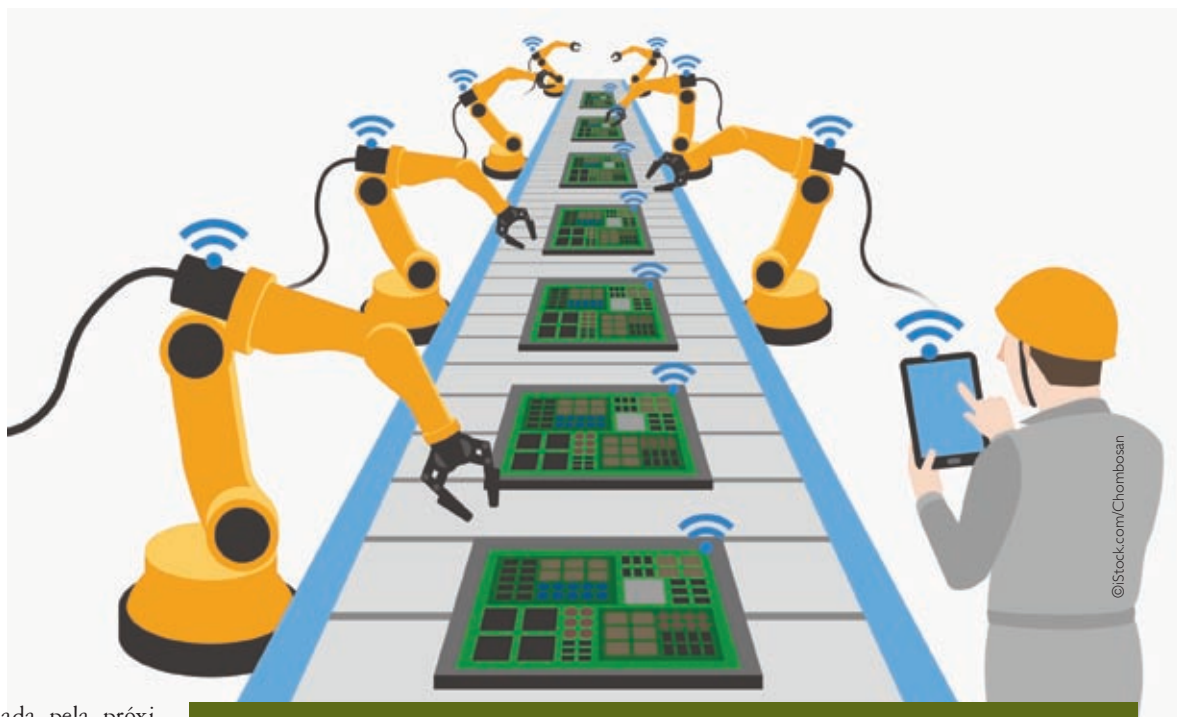
A Indústria 4.0 – também chamada de “4ª Revolução Industrial” pelos alemães e de “manufatura avançada” por americanos e chineses – está em curso no mundo atualmente. O termo foi usado pela primeira vez na Feira de Hannover, na Alemanha, em 2011, e se trata de uma nova lógica de produção que deu início ao processo de digitalização da operação industrial. Conforme o consultor de empresas e *coach* Thomaz Caspary, a união de sistemas *online* com a automatização industrial gera inteligência à manufatura e um universo de possibilidades para diferentes fabricantes. “Máquinas interconectadas conversam e trocam comandos entre si, armazenam dados na nuvem, identificam defeitos e fazem correções sem precisar de ajuda”, ressalta. Desse modo, os sistemas centralizados rígidos de controle das fábricas cedem seu lugar à inteligência descentralizada. Na verdade, os robôs são planejados para se comunicarem entre si, bem como os profissionais humanos fazem. O ambiente cibernético industrial pode até parecer algo distante da nossa realidade, mas em países como os Estados Unidos e a Alemanha ele já é realidade.

## A nova lógica de produção nas gráficas brasileiras

Para Caspary, as empresas gráficas brasileiras ainda não estão preparadas para implantar a Indústria 4.0. Embora muitas indústrias de diferentes segmentos já tenham automatizado seus processos, ele acredita que as fábricas do Brasil ainda não alcançaram a manufatura digital. “O país precisa se desenvolver nesse sentido, porque temos poucos setores competitivos em escala global”, analisa o consultor. Ele enfatiza que é um desafio alcançar o potencial tecnológico exigido pela Indústria 4.0, mas está longe de ser impossível. Segundo ele, “investir em inovação e em educação é uma das principais formas de reverter o cenário brasileiro, até mesmo para aumentar a compreensão do que é digitalização”.

O consultor justifica que, por se tratarem, em sua maioria, de empresas familiares com culturas muitas vezes engessadas, as perspectivas para o futuro da Indústria 4.0 nas gráficas brasileiras são de médio a longo prazos. Para ele, a retração na economia nacional dos últimos anos também dificulta o processo. “Não se pode afirmar que a indústria gráfica terá, nos próximos 10 ou 15 anos, condições de se apresentar como Gráfica 4.0, já que não imagino esta nova cultura





tecnológica plenamente adotada pela próxima geração de empresários gráficos”, pondera Caspary. Ele entende que a nova lógica de produção pode chegar mais rápido ao país por meio do investimento de multinacionais.

De acordo com o *coach*, o Brasil ainda não tem condições de criar uma indústria totalmente “verde e amarela”, ou seja, totalmente adaptada às condições econômicas e tecnológicas locais. O movimento ainda é incipiente, mas algumas instituições, empresas e universidades brasileiras já estão trabalhando em torno da Indústria 4.0.

### Como deve funcionar a formação dos profissionais da Gráfica 4.0

Muitas mudanças são exigidas para se implantar a Indústria 4.0, além do investimento em novo maquinário provido de automação e conexão *online*. Embora quase a totalidade do trabalho físico dos profissionais seja dispensado na 4ª Revolução Industrial, o funcionamento correto dos aparelhos necessita de operadores e programadores com aprofundado conhecimento em tecnologia gráfica aliada à informática. Como a tecnologia provém de outros países, também se torna obrigatório o conhecimento de outros idiomas, como o inglês.

Segundo Caspary, ainda não há planos concretos para a formação deste Operador de Sistema 4.0, que deve ser bastante complexa e abrangente. “Não creio que, no momento, existam gráficas brasileiras interessadas em investir nesta transformação tecnológica, já que não há gráfica que esteja funcionando no esquema 4.0 atualmente”, relembra. Entretanto, o cenário nacional das indústrias de outros segmentos é diferente. Caspary destaca

### Elementos do ambiente cibernético industrial

Confira seis princípios para o desenvolvimento e implantação da Indústria 4.0 que definem os sistemas de produção inteligentes que tendem a surgir nos próximos anos:

- ▶ **Capacidade de operação em tempo real.** A aquisição e o tratamento de dados ocorrerá de forma quase instantânea, permitindo a tomada de decisões em tempo real.
- ▶ **Virtualização.** Tecnologias de rádio-frequência interligarão os módulos de controle distribuídos em redes sem fio, habilitando os sistemas a serem reconfigurados em operação. Isso permitirá a rastreabilidade e o monitoramento remoto de todos os processos por meio dos inúmeros sensores espalhados ao longo da planta.
- ▶ **Descentralização.** Os sistemas de controle industrial serão cada vez mais complexos e amplamente distribuídos, possibilitando um processo flexível e minucioso de produção. Além disso, as máquinas não apenas receberão comandos, mas poderão fornecer informações sobre seu ciclo de trabalho. Assim, os módulos da fábrica inteligente trabalharão de forma descentralizada e funcional.
- ▶ **A lógica programável terá um aumento de sua importância.** Com a utilização de arquiteturas de *software* aliadas à Internet dos Serviços, será impossível antecipar todas as mudanças ambientais que os sistemas precisam conhecer para ter uma resposta dinâmica.
- ▶ **Modularidade.** Será possível produzir de acordo com a demanda, acoplando e desacoplando módulos na produção. O que oferece flexibilidade para alterar as tarefas das máquinas facilmente.

Fontes: Thomaz Caspary e artigo de John Donovan

que algumas indústrias no Brasil estão gradativamente implantando sistemas 4.0 em etapas de produção, que são integradas por meios digitais. “Entre essas indústrias, podemos citar a Companhia de Bebidas das Américas (Ambev) e algumas empresas montadoras de veículos”, ressalta o consultor.

Como a Indústria 4.0 engloba os campos de automação, controle e tecnologia da informação aplicadas aos processos de manufatura, a partir de Sistemas *Cyber-Físicos*, Internet das Coisas e Internet dos Serviços, os processos de produ-

ção tendem a se tornar cada vez mais eficientes, autônomos e customizáveis. De acordo com Caspary, uma pequena amostra das principais inovações tecnológicas voltadas para a indústria gráfica foi apresentada na Drupa 2016 – maior evento gráfico internacional que possui mais de 60 anos de existência. “Isso significa um novo período no contexto das grandes revoluções industriais: com gráficas inteligentes, com grandes mudanças no modo como os impressos serão produzidos e com impactos em diversos setores do mercado”, prospecta Caspary.



©iStock.com/Olegabonitoo

## Relacionamento de valor

Está cada vez mais destacada para as empresas a necessidade de avaliar como querem vender e quais valores transmitir para os seus consumidores. Dessa vontade nasce a gestão de marca. Mas como aproximar essa nova cultura para a realidade do dia a dia?

Ao fundamentar uma empresa no mercado, os fundadores precisam antever que posição querem ocupar no mundo. Segundo o professor de *Marketing* da ESPM-Sul Genaro Galli, uma boa gestão de marca deve partir de um posicionamento claro e de uma definição visionária do que se deseja cultivar. “Ou seja, a empresa precisa definir claramente quais as principais associações que deseja que o seu nome leve. Se há a defesa de alguma bandeira social, por exemplo, paute a visão, a missão e os valores voltados a boas práticas na área”, completa.

Também há a necessidade de manter a gestão de todos os pontos de contato que a marca tenha, trabalhando a partir do posicionamento definido. Galli afirma que é imprescindível seguir os pontos que foram traçados previamente, fazendo o posicionamento se refletir nas mídias, na comunicação, nos produtos e até mesmo na própria administração da empresa. Além disso, novas e recorrentes ações são imprescindíveis para manter a gestão funcio-

nando e em visibilidade. No caso das gráficas, apenas manter uma página no Facebook com publicações atuais pode dar conta do recado. Galli reflete que é necessário alinhar todos os fornecedores de comunicação da empresa para que realizem ações de forma sinérgica, visando à fundamentação da empresa.

O professor também explica que as marcas bem-sucedidas comprovadamente desenvolvem bons vínculos emocionais com os seus consumidores, o que Galli chama de fidelização de público. “Precisamos deixar em segundo plano a *market share* (porção de mercado) e nos voltarmos à *heart share* (porção do coração) dos nossos clientes”, revela. Essas marcas atraem a atenção dos consumidores em geral e conquistam o seu espaço pela preferência popular.

### Sustentabilidade gráfica

Uma escolha recorrente de posicionamento de marcas para as gráficas é a abordagem da sustentabilidade como bandeira da empresa. Até por questões de economia de matéria-pri-

ma, no chão de fábrica não são tolerados desperdícios de resíduos reutilizáveis e máquinas descalibradas podem resultar tanto em um peso no orçamento quanto na poluição extensiva do meio ambiente.

O Centro Nacional de Tecnologias Limpas (CNTL), coordenado pelo Senai-RS, atua na conscientização ambiental das empresas por meio de palestras, eventos, cursos e consultorias onde o foco é a prevenção da poluição. Segundo a gerente de Operações do Instituto Senai de Tecnologia e Meio Ambiente, Darlene Rodrigues, o CNTL trabalha na aplicação contínua da produção mais limpa, uma estratégia técnica, econômica e ambiental de um processo. “E em seguida, identificação de oportunidades que possibilitem sua maior eficiência no uso das matérias-primas, água e energia, focando a não geração, minimização ou reciclagem de resíduos gerados, apoiando a sustentabilidade do negócio.”

De acordo com Darlene, há várias estratégias de competitividade que uma empresa pode utilizar, como qualidade, produtividade, inovação ou custos, por exemplo: “Uma empresa só sobrevive enquanto mantém alguma vantagem competitiva sobre seus concorrentes”. Ela ainda afirma que quem verifica tendências entende a importância da qualidade de vida das pessoas que trabalham na organização ou que sofrem alguma influência da empresa, como as comunidades próximas. “Dessa maneira, as empresas devem se preocupar com a sustentabilidade social e ambiental do seu negócio em uma determinada região”, destaca. Esse tipo de posicionamento é refletido em questões referentes à geração de emprego e de valor para aquele local, ou mesmo outros itens referentes a ruído, cheiro, emissões tóxicas, efluentes líquidos, resíduos sólidos. “Além disso, outra tendência é a preocupação da sociedade quanto a como a empresa trata suas questões ambientais, isto é, como ela produz respeitando os limites do planeta”, conta. Para ela, as gráficas podem construir a sua gestão de marca baseadas na responsabilidade sócioambiental, realizando ações nessas áreas, acompanhadas de indicadores e relatos a serem divulgados. “O importante é mostrar a transparência da empresa, encarando os desafios e trabalhando para a solução de problemas”, reflete. Caso queira saber mais sobre o trabalho do CNTL, envie um e-mail para [cntl.pmais@senairs.org.br](mailto:cntl.pmais@senairs.org.br) ou contate por meio dos números (51) 3904-2637 e (51) 3904-2735.

# Por trás dos segredos do *neuromarketing*

Acreditar que o mercado mudou e encarar essa nova realidade faz parte do crescimento empresarial. Clientes antenados, interessados em tendências e ligados nas mídias digitais estão demandando cada vez mais novidades, mas como agradar a esse público que aparenta ter tanto?



e métodos de pesquisa”, revela. Nascimento ainda conta que o estudo se baseia em como estímulos de consumo impactam a mente do consumidor, desde uma publicidade em um meio de comunicação até o produto final.

É fundamental perceber que o *neuromarketing* não é apenas uma ação – é toda uma estratégia por trás de todas as técnicas de venda atual. Segundo Nascimento, esse nicho serve como uma ferramenta de entendimento e aborda os conhecimentos acerca do consumo. “Por ser uma alternativa mais objetiva e precisa, podemos acessar mais diretamente o que o cliente não fala e os seus aspectos inconscientes”, completa.

Entre as abordagens mais conhecidas estão o uso de determinadas cores para impulsionar certas áreas do cérebro – como empregar o vermelho e amarelo para marcas de comida, por incitarem a fome, e o verde para empresas ligadas ao meio ambiente. Nascimento aponta que, no caso das gráficas, fica ainda mais fácil trabalhar com o *neuromarketing*, principalmente com a mídia de maior sucesso do segmento: o papel. “O impresso em papel tem muitas propriedades, particularidades e

peculiaridades. Pode-se apostar em questões como a sensorialidade do papel, a textura, aplicações em 3D, fragrância, entre vários outros”, declara.

Além disso, ele também aponta que as peças produzidas ainda podem trabalhar com as emoções das pessoas, delimitando as suas associações com aqueles objetos: “Há estudos que mostram que o relacionamento do cliente com um produto pode ser determinado baseado na maneira como ele o agarra, e então o item pode ser projetado a partir dessas ideias”. No caso do mercado editorial, ele lembra, algumas obras canônicas e bem conhecidas do público podem adquirir nova roupagem por meio do *neuromarketing*, com apostas na capa e tipografia, de maneira que o produto adquira ainda mais valor agregado. “Temos hoje um país muito tímido nessa questão, mas o mercado gráfico pode, sim, ousar cada vez mais para provocar experiências no consumidor, que se sentirá impactado emocionalmente. Somos conservadores, mas possuímos um grande arsenal de ferramentas para desvendar o que faz a diferença na cabeça do consumidor”, completa o especialista.

**P**ara responder a tantos questionamentos contemporâneos, surgiu o *neuromarketing*, uma nova corrente sobre comportamento de consumo que estuda a essência do consumidor. Por meio dela, une-se o *marketing* à ciência de maneira que seja criada uma chave para o entendimento da lógica de consumo, com o objetivo de compreender os desejos, os impulsos e as motivações de cada um.

De acordo com o especialista em *neuromarketing* e professor da ESPM do Rio de Janeiro Billy Nascimento, essa área de pesquisa e investigação nasceu da necessidade dos profissionais de *marketing* de saber mais profundamente como funciona o raciocínio do consumidor. “A compreensão do cérebro ajuda a entender como as pessoas funcionam e tomam decisões, gerando assim novos conhecimentos



Two Sides é uma iniciativa que promove o uso responsável da comunicação impressa e do papel como uma escolha natural e recidível para comunicações poderosas e sustentáveis.

\*\*\* 2015.  
\*\*Two Sides Brasil, 2015.

*mais criatividade  
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.\*\*

Desenhar aumenta a criatividade. Estimule seus filhos a desenhar tranquilamente, pois o papel 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](http://www.twosides.org.br)

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







©Stock.com/StockstudioX

# Alimentar quem precisa com muita solidariedade

Aproveitar os excedentes alimentares produzidos nas cozinhas industriais e de refeições coletivas é o objetivo do Banco de Refeições Coletivas, um dos 14 bancos integrantes da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais

O Banco de Refeições Coletivas, criado em 2003, é um dos programas do Banco de Alimentos e integra o Projeto dos Bancos Sociais da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). A fim de diminuir a taxa de quem passa fome no Brasil, o programa tem como missão reaproveitar excedentes de alimentos produzidos e não consumidos, que acabam permanecendo nas cubas de restaurantes destinados à refeição coletiva em indústrias, e encaminhá-los a entidades carentes. O banco é dirigido por Hermes Gazzola, forte representante do ramo alimentício no Estado.

Ainda que em 2012 e 2014 a taxa de fome no mundo tenha diminuído, resta muito trabalho a ser feito. No período citado, o Brasil foi o país que mais conseguiu melhorar a alimentação de sua população, chegando a reduzir 82,1% da fome em seu território. Em seguida, vieram a Indonésia (-49,3%) e a China (-36,6%). Para que se tenha uma ideia, a América Latina diminuiu 43,1% da taxa de fome das pessoas. E o mundo alcançou a queda de 14,5%. Preocupado com a desnutrição dos menos favorecidos, o Banco de Refeições Coletivas objetiva combater a fome no país. Segundo o presidente do Banco de Alimentos e diretor-superintendente dos Bancos Sociais, Paulo Renê Bernhard, evitar o desperdício de comida é o início de uma longa empreitada: “Pretendemos combater a cadeia de desperdício

de alimentos que ocorre desde a lavoura até as empresas que possuem refeitórios internos para a refeição coletiva dos seus funcionários”. E por meio do reaproveitamento dos alimentos excedentes nessas cozinhas que o Banco de Refeições Coletivas atua.

O projeto funciona tanto com o cadastramento das indústrias doadoras dos excedentes de alimentos em seus refeitórios como do cadastramento das instituições carentes que receberão as doações. O banco gerencia todo o processo de recolhimento e de repasse dos alimentos por meio de um contrato assinado entre as partes envolvidas: empresas de refeições coletivas (contratadas), empresas contratantes (usuárias dos serviços), entidades beneficiárias (ONGs), empresas transportadoras (logística) e bancos de alimentos. Resguardado pela lei 11.621, o projeto dispõe sobre a criação do programa de Aproveitamento de Alimentos Não Consumidos. O Banco de Refeições Coletivas redireciona o alimento excedente a instituições do terceiro setor, como escolas infantis, lares de excepcionais e asilos, os quais devem estar localizados próximo à empresa doadora, a fim de facilitar o transporte do alimento e garantir sua qualidade. São consideradas excedentes de produção as “sobras limpas”, ou seja, alimentos que não foram servidos nos restaurantes das empresas de refeições coletivas. Todos os mantimentos arrecadados são postos em recipientes isotérmicos

(Hot Box) que os mantêm a 75 °C, o que garante perfeitas condições de consumo. Além disso, os processos de recolhimento do alimento doado – como pesagem, tratamento e controle térmico –, de transporte e entrega à entidade beneficiada e do seu reaproveitamento e consumo são acompanhados por um nutricionista vinculado à empresa doadora.

Os nutricionistas que acompanham o reaproveitamento do excedente alimentar são responsáveis por treinar os profissionais das entidades beneficiadas para o recebimento, manuseio e distribuição das refeições. Além disso, eles providenciam, quando necessária, a aquisição de utensílios e equipamentos adequados que faltam nas cozinhas das instituições carentes.

## Como contribuir

A Rede de Bancos de Alimentos está presente em 21 localidades do Rio Grande do Sul: Alvorada, Cachoeirinha, Camaquã, Canoas, Caxias do Sul, Cruz Alta, Curitiba, Encruzilhada do Sul, Gravataí, Guaíba, Litoral Norte, Pelotas, Porto Alegre, Região do Calçado, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santana do Livramento, Uruguaiana, Vale do Sinos, Venâncio Aires e Viamão. Além disso, conta com um Banco de Alimentos associado no Rio de Janeiro (RJ).

Atualmente, 71 entidades são beneficiadas com o programa, que em seus 15 anos de existência não registrou um único problema. Considerando-se a quantidade de Indústrias de Refeições Industriais instaladas no Rio Grande do Sul e o número de empresas que utilizam este serviço, seria possível erradicar o problema da fome no Rio Grande do Sul somente por meio do aproveitamento de excedentes alimentares provenientes de refeições coletivas.

O banco beneficia todas as partes envolvidas. Assim como as entidades carentes podem oferecer uma alimentação de qualidade para as pessoas assistidas, as empresas que se propõem a doar os excedentes alimentares de seus refeitórios enobrecem sua história ao favorecer a nutrição de quem necessita. As empresas interessadas em evitar desperdícios e contribuir para o aumento de pessoas com qualidade de alimentação, doando excedentes ou dando aporte financeiro, podem entrar em contato pelos telefones (51) 3347-8621 ou 3026-8020, acessar [www.bancoderefeicoescoletivas.org.br](http://www.bancoderefeicoescoletivas.org.br) ou [www.redebancodealimentos.org.br](http://www.redebancodealimentos.org.br).

## O uso do WhatsApp

Atualmente, a maioria das pessoas possui *smartphones* e se comunica nas redes sociais. Hoje, o aplicativo WhatsApp é o mais utilizado, mas logo surgirá outro melhor e mais dinâmico. Os empregados criam diversos grupos, relacionados ao trabalho ou não. O fato é que essa realidade chegou ao ambiente corporativo e muitos empregadores não estão preparados e até mesmo nem sabem como lidar com essa situação. Pode o empregador ter ingerência sobre o conteúdo de um grupo do WhatsApp criado pelos trabalhadores? Qual a responsabilidade do empregador se um dos empregados vier a ser ofendido em um desses grupos? Caracterizam assédio moral imputável à empresa conversas que reiteradamente acarretem constrangimento a um colaborador? Pode ser aplicada punição ao empregado que ofende e expõe outro nas redes sociais?

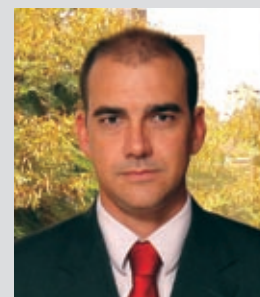
Evidentemente que todo indivíduo possui ampla liberdade de comunicação. Não há como evitar a utilização das ferramentas disponibili-

zadas pela tecnologia. Seria como remar contra a maré. Mas há medidas a serem adotadas que resguardam a responsabilidade do empregador. A primeira delas é definir se algum grupo oficialmente é utilizado como meio de comunicação na empresa. Se sim, divulgar em norma interna qual o grupo e a finalidade do conteúdo a ser publicado por seus integrantes. Também divulgar que a gestão permanentemente fará o controle das mensagens publicadas pelos usuários.

A segunda é definir e publicar uma política em relação às redes sociais, dentre elas o WhatsApp. Formalizar em norma escrita que o empregador não se responsabiliza pela criação de grupos por parte dos empregados e por seus conteúdos; que não autoriza qualquer colaborador expressar opinião ou escrever texto em nome da gestão; que não autoriza a publicação de imagens e vídeos do ambiente de trabalho e dos seus colaboradores; que não recomenda a publicação de mensagens, fotos ou vídeos impróprios ou de cunho pornográ-

fico são alguns exemplos de regras que podem ser adotadas e divulgadas aos empregados. Nas referidas regras, pode estar definido até mesmo se a empresa autoriza que os empregados permaneçam se comunicando pelas redes sociais no ambiente de trabalho e durante a jornada.

Implantada a política, é melhor decidir o que fazer em momentos de crise. A velocidade das publicações faz com que conteúdos inapropriados sejam repassados pelos usuários, o que pode gerar sérios problemas no ambiente de trabalho.



Daniel Rodrigues/Divulgação Rossi

**BENÔNI ROSSI**  
Advogado trabalhista

## Arte de delegar e ter mais tempo na vida

Nos tempos atuais, não é raro ouvirmos as pessoas reclamarem da falta de tempo. Porém, continuamos dispondo de 24 horas diárias, sete dias por semana. Seria então razoável entender que, na realidade, não nos falta tempo, e sim, nos sobram tarefas?

A partir dessa análise, podemos concluir que, para que tenhamos mais tempo, uma alternativa lógica seria delegar mais. Essa atitude nos exige dar ao outro a oportunidade de fazer uma tarefa que é nossa, mesmo sabendo da grande possibilidade dessa pessoa não realizá-la da mesma forma como faríamos. Contudo, ainda assim precisamos delegar.

Primeiro, porque precisamos de tempo para fazer novas atividades que nos direcionarão para um crescimento, e segundo, pelo fato de que é uma forma de retribuir aquilo que alguém um dia fez por nós, dando-nos a oportu-

nidade de crescer e aprender coisas novas. Mas vale ressaltar que delegar tarefas não é a mesma coisa do que delegar responsabilidades. Em algumas situações, você até poderá compartilhá-las, mas ainda será o principal responsável e, por isso mesmo, deverá responder pelas mesmas.

Vamos supor, por exemplo, que você seja um gerente financeiro de uma empresa. Assim sendo, você poderá encaminhar tarefas como controlar o caixa e emitir relatórios aos seus subordinados, mas a responsabilidade das contas da empresa jamais deixará de ser sua.

Destaco a importância de não repassarmos nossas responsabilidades, porque muitas pessoas dizem que preferem não delegar, pois quando o fizeram “deu tudo errado”. Contudo, a única forma de evitar que isso aconteça é focando no repasse das tarefas, mantendo o controle das



Arquivo pessoal

**LUCIANO ZORZAL**  
Palestrante e consultor

atividades e acompanhando de perto os resultados. Essa é a verdadeira arte de delegar.

Portanto, use um pouco do seu escasso e precioso tempo para refletir sobre quais tarefas você pode delegar e para quem. Feito isso, aproveite cada minuto que você irá ganhar com essa atitude para realizar tarefas diferentes, que sejam mais necessárias e relevantes, ou então para o seu próprio lazer, por que não?

## Paixão pela área gráfica

Formada em Medicina Veterinária pela Ufrgs, a diretora da gráfica Centhury, de Porto Alegre, Eleonora Hilgert de Souza Duarte, mudou o rumo de sua vida profissional e ingressou na área gráfica, sua paixão. A empresa gráfica foi a mais premiada no 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, o que, para a diretora, foi resultado de um trabalho em equipe e muito gratificante.

Após o seu casamento, ela voltou a morar na capital, onde seu marido associou-se à empresa de fotografia e fotolitos. “Foi nessa época que obtive o primeiro contato com o meio gráfico”, conta Eleonora. Como estava inativa na veterinária, foi trabalhar na parte administrativa e acabou ficando na empresa. “Em 1990, nos desvinculamos do antigo negócio e montamos a Fotolisul Fotolitos”, recorda a diretora. Ela e o marido trabalhavam para agências de propaganda e gráficas, montando anúncios para jornal e fotolitos para gráficas. “Abrimos também uma filial em Florianópolis”, acrescenta. Segundo Eleonora, foi fazendo fotolitos para as gráficas que surgiu a vontade de ter uma empresa própria no setor. “Com quase 10 anos de mercado, já tínhamos uma carteira de clientes importantes, e meu objetivo passou a ser comprar uma impressora *offset*”, diz. Além disso, já prestavam serviços terceirizados a algumas gráficas, o que possibilitou o apren-

dizado sobre impressão gráfica, como papéis, processos e acabamentos.

### Investimento que deu resultado

A vontade de trabalhar com impressos e ter a própria empresa impulsionou a diretora a investir em maquinários. “Em 2000, compramos nossa primeira impressora: uma monocolor Heidelberg meia folha e, em seguida, uma bicolor, da mesma marca”, narra. De acordo com ela, assim nasceu a Centhury! “Meu aprendizado foi sempre entre muitos erros e acertos, e não foi difícil me apaixonar pelo ramo gráfico”, admite a empreendedora. Ela afirma que tinha cada vez mais vontade de aprender sobre o ramo em que ingressava e de evoluir o seu negócio. “Em 2005, com o fim do casamento, assumi a direção da Centhury e, de imediato, fiz um grande investimento em equipamentos comprados diretamente da Heidelberg, porque enxergava ali uma possibilidade de crescimento e lucratividade”, analisa. Em 2006, a confiança da empresária a levou a investir em outros equipamentos, como PM 52-4, dobradeira e guilhotina. No ano seguinte, abandonando a produção de fotolitos, a empresa comprou um CtP. “E a cada ano adquiríamos mais máquinas de acabamentos, até que surgiu a necessidade de uma reestruturação da gráfica”, relembra Eleonora.



Arquivo Pessoal

Focada em seus objetivos e sem medo de inovar para o crescimento da Centhury, a diretora montou uma equipe de representantes e contratou profissionais qualificados, a fim de iniciar um trabalho de aperfeiçoamento e busca por qualidade e produtividade. “Entre investimentos, acertos e desacertos, crises e reinvenções, fui aprendendo muitas coisas. Não sei se tenho espírito empreendedor, acredito que sim, porque sinto uma vontade constante de crescer, renovar, inventar, buscar novas formas de produzir”, confessa Eleonora, que sempre acreditou naquilo que buscava. Ela conta que tem fé nas pessoas e em seu potencial, pois aprendeu que não se consegue chegar a lugar algum se estiver sozinho. “Todos têm o seu talento, e me traz muita satisfação poder descobri-lo junto aos meus colaboradores”, salienta a empreendedora. O reconhecimento que a Centhury obteve em 2016 no Prêmio Gaúcho, para Eleonora, mostra que o esforço constante e a superação das dificuldades levaram sua empresa gráfica ao caminho certo, o que motiva todos para continuar melhorando.

### AGENDA FISCAL – Setembro de 2016

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 08/2016	5/9	Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	19/9
Empregado Doméstico	DAE mês 08/2016	6/9	PAEX MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	19/9
FGTS	Folha de pagamento 08/2016	6/9	ICMS – Diferença de Alíquota SN	Mês 07/2016	20/9
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 08/2016	6/9	ICMS – Substituição Tributária	Mês 07/2016	20/9
Salário	Folha de pagamento 08/2016	6/9	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 08/2016	20/9
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	12/9	DCTF – Mensal	Mês 07/2016	22/9
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 08/2016 – Arquivo Eletrônico	12/9	IOF	2º decênio 09/2016	23/9
ISSQN	Prestação de Serviços 08/2016	12/9	Cofins	Faturamento 08/2016	23/9
ICMS – Comércio Categoria Geral	Vendas 08/2016	12/9	PIS	Faturamento 08/2016	23/9
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 08/2016	12/9	DITR	Declar. Propried. Territorial Rural	30/9
IOF	1º decênio 09/2016	14/9	DeSTDA	Declaração Subst.Trib/Difer. Alíq.	30/9
Previdência Social	Contribuinte Individual	15/9	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 08/2016	30/9
EFD – PIS /Cofins/INSS	Mês 07/2016	15/9	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 08/2016	30/9
EFD – Escrituração Fiscal Estadual	Mês 08/2016	15/9	Parcelamento lei 12.996	Parcela 08/2016	30/9
Simei	Faturamento 08/2016	19/9	ITR	Pagamento 1ª quota ITR	30/9
Simples Nacional	Faturamento 08/2016	19/9	DIRPF	Pagamento 6ª quota IRPF	30/9
Previdência Social	Folha de pagamento 08/2016	19/9	Refis/Paes/lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	30/9
Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Mês 08/2016	19/9	Gia-SN	Todos os contribuintes do Simples	30/9
Imposto de Renda na fonte	Mês 08/2016	19/9			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla



## BENEFÍCIOS AS GRÁFICAS FILIADAS E ASSOCIADAS EM CONTRAPARTIDA AS CONTRIBUIÇÕES QUE RECOLHEM PARA O SINDICATO

VISANDO O DESENVOLVIMENTO, O FORTALECIMENTO E A COMPETITIVIDADE						FILIADAS		ASSOCIADAS	
						Adimp.	Inadim.	Adimp.	Inadim.
<b>CAPACITAÇÃO:</b> Realização de encontros, palestras, cursos, seminários, workshops e outras modalidades visando a qualificação do empresário gráfico e seus colaboradores. CEP SENAI de Artes Gráficas: Reembolso para a empresa conforme percentual na tabela abaixo, sobre o valor total da inscrição, nos cursos realizados na escola localizada em Porto Alegre.									
CLASSE	DISTÂNCIA EM KM DO MUNICÍPIO SEDE ATÉ POA			EMPRESA COM EMPREGADOS	PARTICIPANTES POR CURSO	✓	✗	✓	✗
	0 a 100	101 a 300	Acima de 300	0 a 10	até 3				
ASSOCIADAS	50%	70%	90%	11 a 30	até 6				
FILIADAS	35%	55%	75%	Acima de 30	até 9				
<b>CONVÊNIOS:</b> Zênite Sistemas – Programa GW-E lite com atrativo percentual de desconto na mensalidade.						✓	✗	✓	✗
<b>FORNECIMENTO DE DOCUMENTOS:</b> Comprovante do Exercício da Atividade Econômica Indústria Gráfica, documento exigido em determinadas negociações, em órgãos públicos e outras atividades.						✓	✗	✓	✗
<b>PUBLICAÇÕES:</b> Manual Técnico Ambiental e Apêndice. Cartilha Trabalhista.						✓	✓	✓	✓
<b>INFORMAÇÕES GERAIS:</b> De acordo com a urgência, complexidade e importância, as informações são divulgadas por meio de impressos (circular, informativo, folder ou mala direta) via correio ou por meios eletrônicos (e-mail, site, Facebook, Twitter).						✓	✓	✓	✓

A manutenção dos dados cadastrais é importante para a nossa comunicação.

Informações complementares e contato com o Sindigraf-RS pelo e-mail [comercial@sindigraf-rs.com.br](mailto:comercial@sindigraf-rs.com.br) ou telefone (51) 3323-0303



## Gráfica Celer marca presença em seminário técnico

Em busca de atualizações para manter-se competitiva no mercado, a Gráfica Celer, de Dois Irmãos, participou de um seminário técnico, com o tema *A embalagem pode mudar a vida de uma empresa*. A 11ª edição do evento foi realizado em Novo Hamburgo. Na sua programação estavam uma palestra sobre as embalagens no varejo e um painel com destaques da Drupa de 2016.

Segundo o sócio-diretor da Celer, Dario Giehl, foi uma ótima experiência para se dedicar ainda mais a novos aprendizados que podem ser trazidos para o dia a dia da empresa. “Comparecemos aos seminários todos os anos,

sempre visando a adquirir novos conhecimentos para a nossa equipe”, destaca. O diretor revela ainda que, devido ao carro-chefe da empresa ser as pequenas embalagens, destaca o interesse do seminário em abordar a importância desse segmento.

Representando a Celer também foram Ronise Moraes, do setor comercial, e Márcio Harenhardt, da área de produção. Giehl conta que, além do momento de formação, o seminário também serviu para fazer *networking* entre as gráficas locais, debatendo sobre a situação e mercados.



Divulgação/Gráfica Celer

## Grafiset apoia ação cultural

Para incentivar a expressão artística por meio da música, a Grafiset, de Porto Alegre, auxiliou na divulgação da orquestra feminina de bateria

Divulgação/Grafiset



e percussão As Batucas. O grupo, coordenado por Biba Meira e Vini Silva, reúne mulheres de diferentes idades interessadas em aprender instrumentos musicais, tocando ritmos brasileiros, como samba, ijexá, samba-reggae e coco. Como forma de apoiar a iniciativa, realizada desde março de 2015, a empresa imprimiu, em agosto, os novos adesivos da orquestra.

O diretor da Grafiset, Régis Mendes, revela que a empresa, por acreditar na transformação

da sociedade por meio de eventos culturais, faz questão de apoiar ações desse tipo. “Buscamos sempre colaborar com projetos sérios, com o das Batucas, e com a nossa área de especialidade, que são os impressos”, afirma.

Mendes conta que setembro também será de eventos para a Grafiset, que apoiará com materiais impressos o Dia Tipo. A programação, voltada para a tipografia, acontece em 24 de setembro, na UniRitter, em Porto Alegre.



DICA DE LEITURA

## Guiados por questionamentos

*As cinco perguntas essenciais que você sempre deverá fazer sobre sua empresa*, de Peter Drucker, é a dica de leitura desta edição, escolhida a dedo pelo presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski. A obra nos apresenta, como já diz o próprio título, uma ferramenta de gestão que emprega cinco perguntas essenciais a que toda organização deve responder, a fim de obter uma autoavaliação constante.

Apesar de parecerem básicos, alguns desses questionamentos são o método para avaliar o que e por que algo está sendo feito, e como este processo pode ser melhorado. Além de trazer os pontos de vista de

Drucker, cinco outros expoentes do mundo administrativo também contribuem com a obra ao elucidarem cada um dos questionamentos. Entre eles estão Jim Collins em *Qual é a nossa missão?*, Philip Kotler em *Quem é o nosso cliente?*, Jim Kouzes em *O que o cliente valoriza?*, Judith Rodin em *Quais são os nossos resultados* e finaliza com V. Kasturi Rangan em *Qual é o nosso plano?* Ao abordar diversos planos regidos por questionamentos quase que existenciais em termos de grandes organizações, o livro de Drucker propõe uma reflexão muito justa sobre o futuro do empresariado em geral.



### Ficha de leitura

**Título:** *As cinco perguntas essenciais que você sempre deverá fazer sobre sua empresa*

**Autor:** Peter Drucker

**Número de Páginas:** 144

**Editora:** Elsevier

**Investimento:** R\$ 40