



ESPECIAL

Campanha eleitoral traz novo fôlego para o setor gráfico

A

s eleições para prefeitos e vereadores, ocorridas em todo o país, no dia 2 de outubro, trouxeram novas oportunidades de negócio para o setor gráfico. A expectativa da Abigraf Nacional é de que as gráficas tenham um aumento de 40% a 50% na produção de cartazes, cartões, malas-diretas, informativos e santinhos com o pleito.

Nesse período de recessão econômica, a produção de impressos está em queda de 8 a 10% em relação ao ano anterior. Porém, alguns empresários gaúchos tiveram um incremento de 30% no volume de seus impressos. A Abigraf Nacional acredita que o crescimento da demanda por impressos na campanha municipal, nos meses de agosto e setembro, traz um novo fôlego para o setor. Já o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, não visualiza resultados tão promissores para as pequenas gráficas, devido ao receio que muitas empresas tiveram em conceder crédito às candidaturas. *Saiba mais nas páginas 8 e 9.*



©iStock.com/Yuri_Arcius

MERCADO PÁGINA

7

Gráficas investem em alta tecnologia, inovação e valor agregado para se diferenciarem no mercado

DESTAQUE PÁGINA

11

A impressão sob encomenda está crescendo no país e já atrai os olhares do mercado editorial



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

Como qualquer pessoa em busca de desenvolvimento, sou movido por desafios. Aceitando mais esse, junto aos colegas empresários gráficos, estarei novamente à frente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS nos próximos três anos. O objetivo principal das novas diretorias será dar continuidade ao trabalho que vem sendo desenvolvido, desde que assumi as entidades em 2013. Com o foco em capacitação, seguiremos buscando as melhores oportunidades de qualificação, tanto nas áreas técnica como de gestão, para a atualização constante de nossos profissionais e lideranças.

Queremos também nos manter próximos aos empreendedores, das mais diversas regiões do nosso Estado, por meio da realização de encontros empresariais, cursos, confraternizações e outras atividades de interiorização. Dessa forma, poderemos estar juntos, aprendendo e ajudando uns aos outros. Buscaremos ainda que os nossos impressos sejam cada vez mais valorizados no mercado por meio da divulgação em nossos meios de comunicação e na

imprensa, entre outras ações que integram o projeto de promoção da indústria gráfica gaúcha. Além disso, defenderemos os interesses da categoria, lutando por mudanças na legislação, como a redução de impostos e alterações na NR-12, além de reivindicações antigas, como o combate às gráficas de pasta, entre outros.

Já demos início ao processo de renovação das diretorias, que nesta e na próxima gestão já conta com novas lideranças, visando ao crescimento contínuo do setor. Tenho certeza de que a colaboração de todos os nossos dirigentes, novos e antigos no trabalho associativo, fará com que tenhamos mais fôlego e força para continuarmos no rumo certo. Mas para que tudo possa ser implementado, necessitamos da participação de todos, pois somente unidos conseguiremos reencontrar o caminho do crescimento para as nossas gráficas.

Nas três edições da Confraternização da Família Sindigraf-RS, nos meses de outubro e novembro, em Ijuí, Estrela e Viamão, damos início às comemorações dos 75 anos do sindicato, ocorridos em 29 de agosto. Os fes-

tejos continuarão em evento social, marcado para 9 de dezembro, na Associação Leopoldina Juvenil, em Porto Alegre. Contamos com a participação das filiadas/associadas para celebrarmos tantos momentos importantes dessa bela trajetória de desafios e conquistas de nosso sindicato. O momento também será marcado pela posse das novas diretorias.

Estamos lançando o Plano de Patrocínio do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Esperamos mais uma vez contar com a adesão de empresas e fornecedores que buscam ampliar a sua visibilidade no mercado, aliando-se a esse importante concurso. Quem aderir a uma de nossas cotas, assinando o contrato ainda em outubro, será nosso convidado para a confraternização do Vila Ventura, em Viamão, no dia 19 de novembro.

Ficamos felizes pela alta representatividade que as gráficas gaúchas possuem no 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, fruto do ótimo trabalho realizado pelo Prêmio Gaúcho em 2016. Ficamos na torcida pelas 31 empresas que muito bem representarão nosso Estado.

EXPEDIENTE

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO RIO GRANDE DO SUL

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

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

Presidente: Angelo Garbariski

1º Vice-Presidente: Arthur Adalberto Schabbach

2º Vice-Presidente: Sílvio José dos Santos

3º Vice-Presidente: Lourival Lopes dos Reis

1º Diretor Administrativo: Roque Noschang

2º Diretor Administrativo: José Roberto Lobraico da Silva

1º Diretor Financeiro: Osni Tadeu dos Santos

2º Diretor Financeiro: Lademir dos Santos Pacheco

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche
– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Cláudia Boff, Diego Castro, Laura Schenkel 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



Aproximam-se as próximas edições da Confraternização da Família Sindigraf-RS!

Neste mês começam as novas edições da Confraternização da Família Sindigraf-RS! A primeira acontece em Ijuí, no Jardim Europa Hotel (Rodovia BR-285), em 8 de outubro. Estrela é a próxima parada, no dia 5 de novembro, e o encontro acontece na sede da AABB (R. José Bonifácio, 605). A última confraternização será em Viamão, em 19 de novembro, no Vila Ventura



Divulgação/Sindigraf-RS

Ecoresort (R. Manoel Santana, 625). As confraternizações têm grande abrangência das áreas de cobertura da entidade, fazendo parte do projeto de interiorização proposto pela diretoria. Além disso, eles iniciam as comemorações dos 75 anos do Sindigraf-RS, que culminará em um grande evento na Associação Leopoldina Juvenil, em Porto Alegre (*mais informações na página 6*).

A programação das confraternizações promete momentos de muita diversão – café receptivo, roda de chimarrão, atividades interativas, recreação infantil, almoço especial e sorteio de brindes, além das premiações regionais do Concurso de Desenho Infantil. O evento é gratuito para os empresários de gráficas filiadas/associadas e para crianças de até 10 anos – para os demais familiares, fica em R\$ 15 por pessoa. As inscrições se encerram uma semana antes de cada edição das confraternizações, então não perca tempo e garanta já a sua vaga em www.sindigraf-rs.com.br.

Gaúchos em grande comitiva para o Seminário Sul-Brasileiro

O 2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica terá uma comitiva gaúcha numerosa entre os seus participantes! Em meados de setembro, as 30 vagas da caravana esgotaram, além das mais de 10 inscrições de empresários confirmadas fora do grupo levado pelo Sindigraf-RS.

O evento, promovido pela vice-presidência da Região Sul da Abigraf Nacional, comandada por Angelo Garbarski, acontecerá em 22 de outubro, em Florianópolis (SC), no auditório da Federação das Indústrias de Santa Catarina, a Fiesc (Rod. Admar Gonzaga, 2765). Grandes expoentes do segmento gráfico abordarão o tema *Inovação, Gestão e Tecnologia na Indústria Gráfica*. Entre os palestrantes estão a presidente da Associação Brasileira de Embalagem (Abre), Gisela Schulzinger, que discutirá sob o tema *Novos tempos exigem novas atitudes*. O presidente da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Bruno Cialone, falará sobre as *Mudanças frente às novas aplicações das tecnologias*. Depois, os consultores da ABTG seguem as discussões: Flavio Botana abordará *As diferenças na avaliação de custos e formação de preços entre Offset e Impressão Digital*; enquanto Reinaldo Espinosa falará de tendências apresentadas na

Drupa 2016, e Marcos Biaggio apresentará a palestra *Vendas na indústria Gráfica em tempos de crise*. O fechamento fica a cargo do diretor técnico do Sebrae-SC Anacleto Ortigara, que debaterá competências necessárias para o sucesso.

Divulgação/Abigraf-SC

8 Outubro

Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016

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

Horário: *9h às 17h*

Promoção: *Sindigraf-RS*

22 Outubro

2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica

Local: *Fiesc, Florianópolis (SC)*

Horário: *8h às 18h*

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

5 Novembro

Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016

Local: *AABB Estrela (RS)*

Horário: *9h às 17h*

Promoção: *Sindigraf-RS*

19 Novembro

Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016

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

Horário: *9h às 17h*

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*

16 Fevereiro 2017

Premiação do 23º Concurso Latino-Americano

de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris

Local: *Broward County Convention Center, na*

Flórida (EUA)

Promoção: *Conlatingraf e Abigraf Nacional*

15 a 18 Março 2017

Expoprint Digital

Local: *Pavilhão azul do Expo Center Norte,*

São Paulo (SP)

Promoção: *APS Feiras & Eventos*

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

O DIA A DIA 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)

AGENDA DO PRESIDENTE

4 Outubro

Reunião do Contrab da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

5 Outubro

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

8 Outubro

Confraternização da Família Sindigraf-RS
(Jardim Europa Hotel, Ijuí)

11 Outubro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

18 Outubro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

22 Outubro

Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica
(Fiesc, Florianópolis)

IEL oferece fórum de inovação e formação para executivos

Com a premissa de desmitificar o tema *Inovação e as suas aplicações*, o Instituto Euvaldo Lodi (IEL) da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs) promove o 4º Fórum de Inovação, no dia 20 de outubro. Este ano, o evento trará o *Design Thinking* como inspiração para que as pessoas e empresas possam se apropriar do conhecimento disponível e assim serem protagonistas do processo de inovação como um todo. As pautas serão voltadas especialmente para o *Design Thinking* da vida real, ouvindo as empresas contarem os seus próprios caminhos, o desenvolvimento de estratégia, produtos e serviços: o que funciona, quais as dificuldades, como começar e evoluir em novos projetos, ampliando as oportunidades para melhores resultados. A programação conta com palestrantes como o cofundador da empresa No One, Marcelo Quinan, e o gerente de Inovação da Samsung, Guilherme Selber, além da apresentação de cases de empresas com a Natura, Higma e Sap. Nos dias 7 e 8 de novembro acontece o programa Educação Executiva IEL do Rio Grande do Sul, focando principalmente em CEOs, empresários e executivos das empresas industriais. São ao todo dois dias de atividades presenciais, nas quais o IEL traçará reflexões mediante palestras, além de proporcionar troca de experiências entre os empresários participantes. Pela primeira vez, a escola parceira da iniciativa é o Insper, instituição de ensino voltada ao desenvolvimento das competências essenciais para aprimorar a liderança no Brasil e apoiar no entendimento e solução de problemas complexos e reais. Os ministrantes da formação este ano são o presidente do Insper e vice-presidente do Itaú-Unibanco, Marcos Lisboa, o mestre em estratégia de negócios pelo MIT, Mário Sérgio Kojima, e o mestre em economia Roberto Damas. Para mais informações acesse www.ielrs.org.br/eduexec2016, ligue para (51) 3347-8684 ou escreva para o e-mail eduempresarial@ielrs.org.br.



CFP Senai com novos cursos para o segmento gráfico

Parceiro de longa data do Sindigraf-RS, o Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, em Porto Alegre, está com uma agenda de peso com cursos para a área gráfica. Um deles é o de gerenciamento de cor, com carga horária de 48 horas. Outra opção é a formação de impressão *offset* em máquinas quatro cores, com 40 horas, ou ainda o inovador curso *Ilustração digital para construção de paper toy* que também fechará em 48 horas. Por fim, será oferecida a qualificação de tecnologia de impressão flexográfica banda estreita, também com 40 horas. As formações acontecerão conforme forem fechadas as turmas na escola (Av. Assis Brasil, 8.450),

então as datas ainda estão em aberto. Os valores dos cursos variam entre R\$ 822 e R\$ 580, e as empresas filiadas/associadas ao Sindigraf-RS têm direito a até 90% de reembolso do investimento, dependendo da distância da empresa em relação a Porto Alegre. Confira ao lado as porcentagens. Para mais informações, basta ligar para o telefone (51) 3904-2610 ou enviar um email para secretaria.grafica@senairs.org.br.

Empresa com empregados	Participantes por curso
0 a 10	até 3
11 a 30	até 6
Acima de 30	até 9

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

RS tem 31 gráficas inscritas no Fernando Pini

Um total de 31 empresas gaúchas participam do 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, concorrendo com 164 produtos. O evento ocorre no dia 22 de novembro e a venda de ingressos começa no dia 17 de outubro. Dessa data até 13 de novembro, as associadas da Abigraf-RS/Sindigraf-RS pagam R\$ 415 e não associadas R\$ 538. De 14 a 22 de novembro, os valores para sócios passam a ser R\$ 460 e para não sócios R\$ 594. Todos os finalistas do 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica foram automaticamente inscritos de forma gratuita pela primeira vez em 2016.

O concurso é realizado pela Abigraf Nacional, em parceria com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), e são reunidos impressos produzidos pela indústria gráfica de todo o país. Durante a primeira quinzena de outubro acontece a primeira fase do julgamento, enquanto a segunda etapa fica para a primeira quinzena de novembro. São ao todo 98 categorias, divididas entre 13 segmentos. Confira mais informações em www.fernandopini.com.br.

Sesi-RS oferece cursos EAD focados em educação

O Serviço Social da Indústria do Rio Grande do Sul (Sesi-RS) está oferecendo diversos cursos de Educação Continuada a Distância (EAD) voltados para a educação no mundo do trabalho. São formações rápidas em diversas áreas que estão com inscrições abertas, todas gratuitas e sem prazo para término. Já no dia seguinte à realização da matrícula, o aluno tem acesso ao material disponibilizado pelo professor e pode iniciar os seus estudos.

Agende-se

Informática e Inclusão Digital – MS Excel Intermediário

Objetivo: elaborar planilhas calculáveis contemplando recursos de cálculos mais complexos.

Carga Horária: 24 horas

Empresário do Terceiro Milênio

Objetivo: promover reflexões sobre como a responsabilidade social pode ser praticada por empresários interessados.

Carga Horária: 12 horas

Ética Profissional das Redes Sociais da Internet

Objetivo: incentivar a participação adequada dos profissionais e das empresas nas redes sociais alertando para aspectos que provocam a exposição de uma imagem negativa.

Carga Horária: 16 horas

Mais informações podem ser conhecidas através do site www.sesirs.org.br ou pelo telefone 0800-518-555. Participe!

ENTREVISTA

LUÍS ANTONIO TORELLI / Presidente da Câmara Brasileira do Livro

O presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Luís Antonio Torelli, eleito para o biênio 2015-2017, acredita que o Brasil é um país não leitor porque a população não é influenciada a adquirir o gosto pelos livros. Ele defende investimentos governamentais no setor.



Divulgação/CBL

O mercado editorial brasileiro teve em 2015 uma queda real de 12,63%, no maior recuo desde 2004. A conclusão é de que o livro não é um gênero de primeira necessidade. Na sua opinião, quais as principais causas para o Brasil ser um país não leitor?

LUÍS ANTONIO TORELLI O Brasil realmente não se enquadra entre os maiores mercados editoriais do mundo, porém, estudos revelam que o número de leitores está crescendo no país. Segundo a pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, realizada pelo Instituto Pró-Livro, com apoio da Câmara Brasileira do Livro, no ano passado 56% da população brasileira se declarou leitora, contra 50% em 2011. Hoje, 104,7 milhões de pessoas leem no Brasil. A mesma pesquisa revela ainda que 67% da população nunca se sentiu influenciada para adquirir o gosto pela leitura. É uma questão que salta aos olhos e mostra a importância de termos investimentos no mercado editorial como um todo. Um dos grandes feitos para instigar o gosto pela leitura são as feiras do livro que existem pelo país. Um bom exemplo é a Bienal Internacional do Livro de São Paulo, organizada pela CBL, que contou esse ano com mais de 680 mil visitantes. Eventos como esse colocam o público em contato com livrarias, editoras e autores, são essenciais para criar novos leitores.

O que poderia ser feito pelo governo e pela iniciativa privada para mudar esse cenário num prazo de 20 anos?

TORELLI Precisamos que as iniciativas privadas e governamentais cresçam para conseguirmos fazer com que o número de leitores no Brasil suba significativamente. Uma das formas que destaco é o investimento do governo, mas estamos vendo o declínio dele, como nos atrasos de pagamentos do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e do Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE). Sem isso, o mercado perde muito, já que as compras governamentais representam uma boa fatia do mercado.

O escritor italiano Umberto Eco dizia que “O livro é como uma colher. Uma vez inventado, não pode ser melhorado. Você não pode fazer uma colher melhor do que uma colher”. O mercado de e-books pode suplantar o tradicional?

TORELLI Quando o *e-book* surgiu houve muita discussão sobre se ele iria substituir o livro de papel. Hoje percebemos que, na verdade, o livro digital vem para complementar o mercado. Trata-se de uma questão delicada. Este ano realizamos o 6º Congresso CBL do Livro Digital para aprender como profissionais do mundo todo vêm trabalhando. Não acreditamos que o livro de papel irá sumir, mas esse diálogo ainda seguirá por algum tempo até nos certificarmos sobre o futuro.

Garbarski é reeleito presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS

Para dar continuidade ao trabalho realizado na gestão 2013-2016, o empresário gráfico gaúcho Angelo Garbarski será o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS nos próximos três anos. Os pleitos aconteceram simultaneamente na assembleia geral ordinária ocorrida na sede das entidades, em Porto Alegre, em 28 de setembro. Também foram contabilizados os votos enviados por correspondência.

Na eleição do sindicato, 57 das 87 empresas associadas aptas a votar registraram a sua escolha, correspondendo a 65,5%. Já no pleito da Abigraf-RS, participaram 65 das 103 associadas válidas (63,1%). Nas duas eleições, o quórum mínimo exigido pelo estatuto era de 30%. Garbarski pretende dar continuidade ao projeto de interiorização das atividades do Sindigraf-RS. “Vamos seguir com esse modelo que está dando muito

certo, levando os nossos eventos e capacitações para todo o Estado, descentralizando os encontros para aumentar a integração e, consequentemente, proporcionar mais força ao setor”, destaca. Ele também prevê um incremento no projeto de promoção da indústria gráfica gaúcha.

Os dirigentes da nova gestão, válida de 1º/01/2017 a 31/12/2019, tomarão posse em 9/12, às 19h, na Associação Leopoldina Juvenil.

ELEITOS PARA A GESTÃO 2017-2019

Sindigraf-RS

Presidente – Angelo Garbarski (Impresul, Porto Alegre)

Vices-presidentes – Roque Noschang (Gráfica Triângulo, Terra de Areia), Anderson Nunes dos Santos (ANS, Porto Alegre), José Mazzarollo (Comunicação Impressa, Porto Alegre)

Diretores Administrativos – Roberto Antônio Jaeger (Automação Indústria Gráfica, Novo Hamburgo) e Albert Feser (Cartonagem Hega, Porto Alegre)

Diretores Financeiros – Lourival Lopes dos Reis (Grafiset, Porto Alegre) e José Roberto Lobraico da Silva (Gráfica Original, Porto Alegre)

Diretores Plenários – Gustavo Andre Schneider (Grafidil, Dois Irmãos), Regis Mendes dos Reis (Grafiset, Porto Alegre), Ricardo Noal Vieira da Cunha (Gráfica Jacuí, Cachoeira do Sul), Maria Fernanda Saenger (Caeté Embalagens, Campo Bom), Jeferson Schmechel (Garten Sul, de Santa Cruz do Sul), Martim Hahn (Gráfica Cometa, Lajeado), Rosane Teresinha Sartor Roehrs (Gráfica SR, Horizontina) e Marco Antonio Schmitt (Boxprint, Campo Bom)

Conselho Fiscal – Marco Aurélio Vieira Paradedda (River Print, Porto Alegre), Paulo Roberto Borgatti Coutinho (Tekne, Porto Alegre), Osni Tadeu dos Santos (Frente & Verso, Porto Alegre), Emerson Fernando Flores Garcia (Gráfica Vênus, Porto Alegre), Marcos André Laske (Styla Artes Gráficas, São Pedro do Sul) e José Vanderlan Benvegnú (Gráfica Universitária, Uruguaiana)

Abigraf-RS

Presidente – Angelo Garbarski (Impresul, Porto Alegre)

Vices-presidentes – Roque Noschang (Gráfica Triângulo, Terra de Areia), Anderson Nunes dos Santos (ANS, Porto Alegre), José Mazzarollo (Comunicação Impressa, Porto Alegre)

Diretores Administrativos – Roberto Antônio Jaeger (Automação Indústria Gráfica, Novo Hamburgo) e Evandro Hendler Brambilla (Bhordo, Porto Alegre)

Diretores Financeiros – Lourival Lopes dos Reis (Grafiset, Porto Alegre) e Robson Andre Machado de Jesus (Ramaje, Porto Alegre)

Diretores Plenários – Ricardo Kalfelz (Datacerta, Porto Alegre), Silvio José dos Santos (SD Digital), Andrea Paradedda (River Print, Porto Alegre), Juarês da Rosa (Impressos Portão, São Leopoldo), Jose Luiz Lermen (Gráfica Rex, Nova Candelária), Marcel Molz Coutinho (Gráfica Traço, Venâncio Aires), Marcelo Rahmeier (Engranpan, Panambi) e Ulisses Camboim da Silva (Gráfica Ferreira, Sapucaia do Sul)

Conselho Fiscal – Gilberto Bammann (Gráfica Solidus, Porto Alegre), Alexandre Nunes dos Santos (ANS, Porto Alegre), Luiz Carlos Mussulini (MR-3, Porto Alegre), Adair Angelo Niquetti (Gráfica e Livraria Niquetti, Farroupilha), Gilmar Moscarelli Levien (Gráfica Sem Rival, Pelotas) e Wilson Mallez (Coli Gráfica, Santa Rosa)

Comemorações dos 75 anos do Sindigraf-RS

Empresas gráficas filiadas/associadas estão convidadas para comemorar os 75 anos do sindicato. Os festejos, iniciados nas três edições da Confraternização da Família Sindigraf-RS 2016 – em outubro e novembro, nos municípios de Ijuí, Estrela e Viamão –, terão continuidade em um jantar no dia 9 de dezembro, às 19 horas, na Associação Leopoldina Juvenil, em Porto Alegre (R. Marquês do Herval, 280). Na oportu-

nidade, também serão empossadas as novas diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS e os conselhos fiscais para a gestão 2017-2019.

Fundada em 29 de agosto de 1941, a entidade foi criada para atender à legislação brasileira com o intuito de representar as empresas que integram a categoria econômica da indústria gráfica gaúcha. Atuando na defesa dos interesses da categoria e na rea-

lização de ações que promovem o desenvolvimento do setor, o Sindigraf-RS vem contando com diversas lideranças, ao longo de suas 12 gestões, que foram comandadas por 10 empreendedores gráficos. Parte dessa história foi eternizada na galeria de presidentes, que está na sede das entidades, na capital gaúcha. Confira as novidades sobre o evento em www.sindigraf-rs.com.br/agenda.

Faça parte do 13º Prêmio de Excelência Gráfica!

Empresas, fornecedores e demais interessados já podem fazer parte do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Com o lançamento do Plano de Patrocínio (*encartado nessa edição*) do concurso, a Abigraf-RS passa a procurar parceiros para a realização da premiação. Promovida em conjunto com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), a iniciativa é considerado o principal evento da indústria gráfica gaúcha e um dos mais importantes do setor no país.

O Plano de Patrocínio é uma forma de dar mais visibilidade à sua empresa, gerar novos negócios e incentivar a qualidade da indústria gráfica do Estado. Pode-se optar pela cota Premium, com investimento de R\$ 6 mil, ou Master, R\$ 10 mil. O patrocínio dá direito à inserção de logomarca nos meios de divulgação e nos locais do julgamento do concurso, na exposição das peças concorrentes e cerimônia da entrega de troféus. Também haverá veiculação nos materiais pós-evento. Os patrocinadores ainda poderão parti-

cipar de programações do Sindigraf-RS e usar o auditório e a infraestrutura audiovisual da entidade. Mais informações pelo telefone (51) 3323-0303 ou pelo e-mail comercial@abigraf-rs.com.br.

Amplie suas chances de ganhar troféus e vá separando seus melhores produtos. O período de produção vai de 10 de junho de 2016 até o fim das inscrições em 2017. Prepare-se e participe!



Tecnologia e inovação para agregar valor

Produtos de complexa execução são aposta de gráficas para se diferenciarem no mercado, com produtos raros, em um trabalho realizado em parceria com agências de publicidade

A alta tecnologia, inovação e valor agregado são as características dos produtos de complexa execução no âmbito gráfico. São peças que revelam extremo apuro visual, criatividade na ideia e exploração de todo o potencial maquinário disponível. Algumas gráficas gaúchas que apostam no segmento têm encontrado um mercado ainda contido, com investimentos freados, mas com boas perspectivas e sinais de melhora.

Sediada em Flores da Cunha, na Serra gaúcha, a Degráfica é especializada na produção de rótulos para vinhos e bebidas em geral, além de atuar para os segmentos alimentício, farmacêutico e cosmético. Vencedora em sete Prêmios Fernando Pini e em vários Prêmios Gaúchos de Excelência Gráfica, trabalha com produtos de complexa execução há pelo menos dois anos, utilizando maquinário de corte a *laser* importado da Itália e impressão *offset waterless* feita em linha.

O fundador e proprietário, Décio Demoliner, discorre sobre as possibilidades de recursos em sua empresa: “Faço toda a impressão do rótulo e depois corto a *laser* de várias maneiras. Posso perfurá-lo, numerá-lo com uma leve queima no papel. Além disso, o equipamento faz serigrafia e aplica *hotstamping* lateral e horizontal, separa o rótulo e o contrarrótulo em diferentes bobinas”. Qualquer tipo de desenho especial ou contorno é possível de ser feito, entre outros detalhes gráficos.

Dos 380 clientes ativos da empresa, cerca de 5% solicitam produtos dessa natureza.



“O mercado não está nem bom nem ruim, mas em 2016 estamos com resultados de 10% a 15% melhores do que no ano passado”, conta Demoliner. O objetivo é mostrar ao cliente a possibilidade de produzir peças diferenciadas, caso contrário a empresa fica “na mesmice de concorrer por preço”. “Tenho aqui um agregador de valor, se o consumidor quiser vai pagar um pouco mais e terá um produto de primeira grandeza em termos gráficos.” A Degráfica divulga seus serviços nas agências de publicidade e propaganda do Vale dos Vinhedos, num trabalho institucional, com visitação e distribuição de amostras de produtos de complexa execução. “Sem isso os criadores nem sonham que podem lançar produtos assim”, diz.

Trabalho em parceria

Outra gráfica forte no segmento é a Centhury, sediada em Porto Alegre, vencedora em seis categorias do 12º Prêmio de Excelência Gráfica. As solicitações por produtos de complexidade técnica partem das agências e a empresa ajuda a colocar os projetos em prática. “Nosso trabalho é mostrar aos criadores o que é possível, entrando nas áreas especializadas sobre as quais as agências não detêm conhecimento”, explica a diretora Eleonora Hilgert Souza Duarte.

A empresa produziu para a agência Matriz uma publicação especial para a 60ª Feira do Livro de Porto Alegre, cujo *slogan* é *Uma história de muitas histórias*. A homenagem à trajetória do evento envolveu a seleção de trechos de textos, a partir da página 60 de vários grandes livros, de modo que reunidos contassem uma narrativa inovadora. Foram utilizados 24 tipos de papel, em encadernação costurada à mão e capa dura com uma gravação em baixo relevo. O trabalho foi premiado no Grand Prix de Design do Prêmio Colunistas Brasil.

Outro produto de complexidade técnica saído da Centhury foi um cartaz com cheiro de diesel, para a Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O combustível, corrosivo, foi introduzido na máquina impressora especialmente para o serviço, exigindo completa lavagem do equipamento depois. A gráfica também produziu *displays* com luzes de LED para a fábrica de calçados Ortopé promover nas lojas a venda de sua linha de tênis com solado iluminado. “São produtos especiais, de alto valor agregado, cuja demanda sofre quando as empresas têm poucos recursos para investir”, comenta Eleonora. Ela afirma que, para conquistar a preferência da parte de muitas agências, é preciso demonstrar *expertise* e fornecer atendimento de excelente qualidade.

especial

Mudanças na legislação, incentivo ao *marketing* de campanha e orientações sobre o pleito por meio da cartilha *Vote no Impresso* foram alguns motivos apontados pelos empresários, que tiveram alta de até 30% no volume de impressos nos últimos dois meses

Eleição municipal traz incremento aos negócios gráficos

Em 2 de outubro, mais de 144 milhões de brasileiros tiveram a chance de eleger prefeitos e vereadores que comandarão 5.558 municípios nos próximos quatro anos. De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), foram mais de 16,9 mil candidatos à chefe do executivo municipal e 463,3 mil a membros da Câmara legislativa nas eleições 2016. Além de trazer novas perspectivas para o país, o pleito também significou uma oportunidade de novos negócios para o setor gráfico. Alguns empresários gaúchos contabilizam um incremento de 30% no volume de impressos nos meses de agosto e setembro.

Para o presidente da Abigraf Nacional, Levi Cerigato, a reforma na legislação eleitoral, que reduziu o prazo de campanha pela metade, passando para 45 dias, e proibições na confecção de materiais, como placas, cavaletes e *outdoors*, beneficiaram a procura por impressos. “Essa eleição foi diferente das anteriores. Tanto o pleito de caráter municipal, ocorrido em 2012, como o para presidente da República, deputados federais e senadores de 2014, a produção de materiais era concentrada nos grandes centros. Agora, pulverizou-se esta demanda”, explica. Outro fator que incentivou a produção de impressos, segundo ele, foi a elaboração da cartilha *Vote no Impresso*, que no Estado contou com o apoio do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. “Nem todos tiveram espaço na mídia eletrônica, então sentimos uma oportunidade de mercado em editar o material. Ela não se propôs a ser ‘uma Bíblia’, mas uma forma de orientar a todos sobre a legislação, o cronograma de campanha, entre outros assuntos, que passou no crivo do TSE.”

Expectativa promissora

Em relação às últimas eleições municipais, Cerigato estima que o setor pode ter chegado a um incremento de 40 a 50% na produção de cartazes, cartões, malas-diretas, informativos e santinhos. Em meio a um período de recessão, cuja produção de impressos está em queda de 8 a 10% em relação ao ano anterior, ele acredita que a campanha eleitoral significou uma forma de recuperação. “O impresso assumiu um papel relevante na campanha, mas não descartando as outras mídias. Com ele, pode-se dar mais visibilidade aos candidatos, alavancando votos.”

Para chegar a bons resultados, ele considera que o empresário precisa acreditar no seu produto, Estado e país. “Se não pensar assim, não se pode ter empresa. Tem que ousar, criar”, ensina. Conforme o presidente da Abigraf Nacional, programações e eventos, mesmo que não sejam de caráter local, podem significar boas oportunidades. “As Olimpíadas e Paralimpíadas, ocorridas em agosto e setembro mesmo sendo no Rio de Janeiro, geraram um incremento grande na área de impressos. Não há como contabilizar, pois muita coisa foi feita fora do país, infelizmente.” Para a indústria do setor, segundo Cerigato, os jogos foram muito positivos, pois o turismo gera mais demanda de impressos, mesmo que indiretamente. “Os resultados vêm em um efeito cascata. Um restaurante, por exemplo, fará mais comandas, caixinhas de batatas e os próprios menus, e isso acaba beneficiando o nosso segmento”, afirma. E completa: “É importante frisar que a indústria



Cartilha traz regras de campanha

gráfica como um todo não vai morrer, mas deve se renovar, reinventando-se de acordo com a necessidade do seu cliente”.

Redução de crédito

Já o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, acredita que as eleições 2016 não foram as mais promissoras para as pequenas gráficas, cujas campanhas chegavam a representar mais de 30% do faturamento anual. Um dos fatores, segundo ele, foi o receio das empresas em conceder crédito às candidaturas. “As gráficas chegavam a correr até 12 anos atrás dos partidos para quitarem os produtos contratados, muitas vezes na Justiça. Agora estão adotando a medida de pedir de 30% a 40% de adiantamento para pelo menos comprar a matéria-prima”, afirma.

As novas regras, que ficaram mais rígidas quanto à produção e divulgação dos impressos, inclusive em termos de fiscalização do TSE, somadas à crise econômica e redução de investimentos na campanha dos candidatos a prefeitos e vereadores, reduzem a esperança das empresas fornecedoras. “Muitas gráficas têm a expectativa das eleições para conseguir um faturamento melhor, principalmente agora, levando em conta a situação econômica do país”, argumenta. “O que entrar, entrou. Mas não vai ser o alimento, e sim quase um cafezinho”, completa o dirigente.

Bons resultados

Uma das gráficas que tiveram bons resultados com a campanha eleitoral foi a Jacuí, de Cachoeira do Sul. O proprietário, Ricardo Noal Vieira da Cunha, conta que a maior procura por materiais eleitorais ocorreu em agosto. “Tivemos



Dividida em sete dicas, a cartilha *Vote no Impresso* é dirigida aos partidos, seus diretórios e candidatos, profissionais de comunicação e *marketing* da área política e jornalistas que cobrem o setor. A publicação, produzida pela Abigraf Nacional, contou com o apoio do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS para a sua divulgação no Estado. Além de contribuir para o atendimento correto às novas regras da campanha, o material ofereceu orientações sobre planejamento estratégico, análise SWOT (pontes fortes e fracas, oportunidades e ameaças), regras sobre a produção de impressos e como comprá-los, e soluções dos Correios para a campanha. A entidade estima que foram produzidas e distribuídas em todo o país mais de 45 mil cartilhas. O material está disponível em <http://www.votenoimpresso.com.br> e para *download* em www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/publicacoes.

um acréscimo de 30% do volume de impressos em agosto. Já em setembro, o incremento foi de 15% nas vendas. As eleições ajudaram, dando uma certa equilibrada nos pedidos”, comemora.

O empresário aproveitou a cartilha *Vote no Impresso* para orientar clientes e parceiros, além de divulgar seus produtos voltados para o período eleitoral na página da empresa no Facebook. “Nós também utilizamos a cartilha para realizar a elaboração dos nossos materiais. Foi positivo, pois sempre que buscamos orientações do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS somos bem atendidos.”

No caso da Jacuí, as principais produções foram de santinhos, informativos de campanha e cartazes. “Muitos clientes investiram nas ‘colinhas’ e adesivos. São geralmente pedidos em grandes tiragens para candidatos e partidos em geral. Houve demandas bem locais e outras regionais, atendendo os municípios próximos”, afirma Vieira da Cunha.

Para a Impressos Portão, de São Leopoldo, as expectativas com o pleito foram superadas. “Tivemos uma demanda bem interessante nos últimos dois meses. A maior procura por impressos de campanha ocorreu principalmente em agosto, quando tivemos um volume maior de trabalhos

fechados. Já em setembro, foi mais a primeira quinzena”, comemora o gerente comercial, Maiquel da Rosa, contabilizando uma alta de 30% de impressos no período.

Comparado a outras eleições municipais, Maiquel considera que os resultados alcançados pela empresa foram melhores. “Como saiu essa parte de cavaletes, creio que os candidatos focaram mais em papel”, acredita. Grande parte dos trabalhos, segundo ele, foram alavancados via partidos políticos. “Saíram muitos santinhos, planos de governo e informativos. Já adesivos, esperávamos mais”, descreve ele, contando que os pedidos são geralmente em grande volume, entre 50 e 100 mil cópias. “Deu um certo alento na crise. Estávamos precisando disso.”

A gráfica fez a divulgação do conteúdo da cartilha *Vote no Impresso* para clientes, que já trabalhavam com produtos desse tipo. Para o gerente, a criação e o uso desse material no período de campanha foram bastante proveitosos. “Ela ajudou muito a título de informações sobre os produtos. No começo estávamos bem confusos sobre a nova legislação, mas o material da Abigraf Nacional foi bem esclarecedor e nos ajudou muito.”



©Stock.com/Peshkova

Gestão do tempo é chave para produtividade e equilíbrio

Confira dicas de como tornar as equipes mais produtivas, evitando exageros no trabalho e preservando a vida pessoal

Administrar o próprio tempo é um problema para grande parte dos profissionais. As dificuldades são ainda maiores para quem é dono de um negócio e, assim, precisa gerir não apenas as suas atividades pessoais e laborais, mas garantir o sucesso de toda a empresa. Na ânsia de dar conta de tudo, muitos empreendedores assumem jornadas extenuantes de 14 horas por dia. O resultado é muito estresse, pouca produtividade e, não raro, problemas na saúde e na família. Um hábito essencial para aumentar a produtividade é a priorização diária. Ela garante que o dia será eficiente. Quando o empresário não sabe o que

vai fazer no seu dia, perde tempo atendendo a urgências e circunstâncias. Estudos indicam que mais de um terço das atividades realizadas estão focadas apenas em questões de urgência, ou seja, o líder age como bombeiro, apagando incêndios nas organizações, na correria.

O especialista em gestão de tempo Christian Barbosa, autor do livro *A Tríade do Tempo* (Editora Sextante), realizou uma pesquisa com a Revista Você S/A, entrevistando mais de 3 mil pessoas, e 80% delas disseram que desperdiçam de 30 minutos a 3 horas do seu tempo diário sem fazer nada de efetivo. Os motivos pelos quais as pessoas perdem tempo e não conseguem ser produtivas são as redes sociais, comunicadores (Messenger, WhatsApp, Skype), conversas de corredor, piadas e vídeos. “Isso significa que seu dia de trabalho está desfocado, perdido”, analisa. Manter o foco naquilo que deve ser feito é o mais clássico segredo da produtividade. Se uma pessoa conseguir ficar centrada naquilo que estiver fazendo durante 100% do tempo, dificilmente chegará ao fim do dia com uma tarefa não concluída. “Esse desejo, contudo, é quase utó-

pico nos dias atuais com tantas distrações. Para alcançar o equilíbrio é preciso eliminá-las ou minimizá-las”, aconselha.

De acordo com Barbosa, a preparação do dia de trabalho deve começar com a revisão de pendências. “Isso inclui desde tarefas não executadas no dia anterior quanto tarefas delegadas a terceiros”, conta. O segundo passo é calcular a duração de cada tarefa a ser executada. “No começo pode ser difícil, mas com o passar das semanas a estimativa ficará mais precisa. Planeje pelo menos 50% do seu tempo, pois no início se erram estimativas e se esquecem atividades”, diz.

Dicas de priorização

A definição da ordem de prioridades diárias também pode obedecer a critérios. O autor da Tríade dá dicas: priorize atividades rápidas e mais fáceis; resolva quaisquer urgências o mais brevemente possível; execute tarefas difíceis ou complexas no seu período de maior produtividade do dia; delegue atividades no período matinal; agrupe atividades semelhantes para serem executadas num período de tempo (como ligações e e-mails). “Pode ser difícil de acreditar, não existe um ser humano capaz de fazer várias tarefas simultaneamente com extrema qualidade e sem perda de tempo. Mais de 14 institutos de pesquisa já provaram de formas diferentes que quem tenta ‘multitarefa’ perde até 30% a mais de tempo”, relata. “Só passe para a segunda tarefa tendo executado a primeira.”

Delegação de tarefas

Uma das principais recomendações é a delegação de afazeres. Tudo o que o líder puder transferir para o corpo operacional deve ser feito, pois a centralização inibe o crescimento dos profissionais e da própria companhia. O dono do negócio só não pode delegar o desenvolvimento de metas, a aprovação de estratégias e tarefas de alto risco, enfim, situações de exercício de liderança ou a responsabilidade sobre a motivação da equipe. Os especialistas em gestão do tempo alertam, todavia, que passar uma tarefa não significa “se livrar” de algo a ser feito. A delegação exige comunicação adequada, apoio no processo e monitoramento dos resultados. O importante é não apenas ver a tarefa feita, mas vê-la feita do jeito certo.

Quando usar a impressão sob demanda

A possibilidade de impressão com tiragem reduzida e o sistema de impressão sob encomenda, também chamado de impressão sob demanda, vêm crescendo e atraindo os olhares do mercado editorial. O escritor, editor, gráfico e livreiro João Scortecci derruba alguns mitos sobre o tema

Muito tem se falado a respeito da customização do produto gráfico. A Bienal do Livro de São Paulo, ocorrida em agosto, colocou em evidência o crescimento de autores independentes que vendem seus livros em editoras na internet, fazendo impressões por demanda. Como recorda João Scortecci, diretor-presidente do Grupo Editorial Scortecci, a impressão digital começou em 1996, há 20 anos, mas somente ganhou corpo e mercado nos últimos cinco.

A premissa básica para a impressão de livro é que a impressão *offset* ou tipográfica é indicada para impressão de grandes quantidades de livros, enquanto a impressão digital a laser ou jato de tinta é a ideal para impressão de um livro por vez sem necessidade de fotolitos ou chapas. Assim, hoje já é perfeitamente possível imprimir livros em menores quantidades, o que envolvia um custo total maior, incluindo gastos com possível encalhes. “É uma tecnologia de futuro, que reduz custos de investimento. Por meio dela, grande parte das obras podem ser lançadas para teste, e, evidentemente se der certo, isso vira catálogo”, comenta Scortecci, que é escritor, editor, gráfico e livreiro. Esse sistema de impressão possibilita ainda relançar livros que estão fora de catálogo, o que nada mais é do que um reaproveitamento do catálogo. “Tudo isso é verdade, mas tem um grande



problema envolvido: quando você vai reeditar uma obra fora de catálogo, grande parte dos contratos de edição estão desatualizados e não permitem este tipo de ação, de fazer pequenas tiragens. Precisaria então fazer um novo contrato, e isso envolve custos”, ressalta. As editoras às vezes têm 6 mil livros, mas não podem fazer pequenas tiragens por conta desse motivo. “É uma grande dificuldade que o mercado encontra. Quando é produção nova, as editoras conseguem trabalhar com pequenas tiragens, colocando os custos dentro da produção, que serve para imprimir na plataforma papel, em pequenas tiragens e já serve como base para transformar o livro em uma versão eletrônica, o chamado *e-book*”, explica Scortecci.

Custos com estoque

Uma das grandes vantagens das pequenas tiragens e da impressão sob demanda são os custos em relação a estoque atrelados a tiragens maiores. “Qualquer coisa que não venda acima de 60% ou 70% de exemplares gera um prejuízo muito grande. Atualmente, 2,63% do preço de capa de um livro se destina ao custo de estoque. Às vezes, impressão em pequenas tiragens compensa pagar um pouco mais caro para não ficar com papel e estoque encalhados”, esclarece. Isso ocorre porque o estoque precisa de uma área muito grande, que tem seguro, envolve mão de obra, e o material tem que ser armazenado de forma adequada. Tudo isso encarece o livro, então a impressão sob demanda evita essas despesas. Isso é uma grande vantagem”, salienta.

Scortecci ressalta a diferença entre tiragens reduzidas e impressão por demanda, do

ponto de vista do lançamento de um autor desconhecido: “Pela primeira vez, a pessoa vai fazer um livro e pensa em fazer apenas 10, 15 exemplares para lançar a sua obra. Este custo é tão alto e tão inviável para o escritor que não compensa”. No exemplo, seria necessário ter uma tiragem inicial para diluir os custos de produção, e uma vez vendida esta quantidade, de 200 exemplares, por exemplo, a unidade subsequente de produção poderia ser feita em impressão sob demanda. “As pessoas confundem. Pode fazer uma, duas ou três cópias, mas o custo é altíssimo. Qualquer autor novo tem vida social, meio literário, família, trabalho. Digamos que tem aí 200, 250 pessoas para comprar a obra. Essa tiragem inicial vai cobrir todos os custos de produção, diagramação, arte de capa e impressão”, detalha o editor. A partir deste ponto, no entanto, não compensa fazer uma segunda edição, pois o autor já não vai encontrar uma sustentação de venda. “Aí entra a impressão sob demanda. Nestas condições, ele pode imprimir mais 5, mais 10 exemplares, pois todos os custos estavam na primeira impressão.”

Consciente de aspectos positivos, negativos e especificidades de cada sistema, vale enfatizar que compete ao empresário ponderar e saber quando lançar mão da impressão sob demanda ou não. “Se você tem uma grande obra que aposta que vai vender muito, não deve fazer pequenas tiragens. Aí entra muito o *feeling* de cada um. Os dois processos são complementares e quem tem sensibilidade para perceber onde um começa e o outro termina ganha dinheiro”, aconselha Scortecci.



Incentivo a doações e sistematização dos dados

Conheça o objetivo e o funcionamento do Banco de Projetos Comunitários e do Banco de Gestão e Sustentabilidade, um ERP que é o “cérebro” da Fundação Gaúcha de Bancos Sociais

Encerrando a série sobre a Fundação Gaúcha de Bancos Sociais (FGBS), apresentamos nesta edição dois importantes braços de atuação: o Banco de Projetos Comunitários e o Banco de Gestão. O primeiro mantém sites de orientação para as empresas e as pessoas físicas informando sobre o aproveitamento de leis de incentivo e renúncias fiscais, para benefício de organizações não governamentais. Ele capacita as instituições para a elaboração de projetos de captação de recursos financeiros, ao mesmo tempo que ensina a administrar e prestar contas dos recursos recebidos. Seu grande objetivo é a difusão no meio empresarial da cultura de aproveitamento de “recursos incentivados” disponíveis para projetos sociais de interesse das comunidades carentes.

O Banco de Projetos Comunitários criou um novo site para orientar empresas e pessoas físicas que podem utilizar a Lei Federal de Incentivo Fiscal 8069/90, para contribuir para a concretização de projetos de apoio à criança e ao adolescente, sem nenhum custo. O site disponibiliza informações e simulador para orientar a população. Outro trabalho desenvolvido é a confecção de *webcards* de estímulo às doações, enviados às pessoas físicas e empresas.

“Este é o banco mais ligado a recursos financeiros. Buscamos identificar as empresas e pessoas físicas que podem direcionar verbas por renúncia fiscal. Por exemplo, a lei 8.069/1990 permite que as empresas que declaram pelo lucro real repassem 1% de seu imposto líquido devido para os projetos aprovados no CMDCA, enquanto as pessoas físicas que declaram pelo modelo completo podem destinar até 6% de seu imposto devido”, explica o diretor-superintendente da FGBS, Paulo Renê Bernhard.

O exemplo citado é um recurso federal ao qual todas as empresas têm acesso e que teriam condições de materializar inúmeros projetos em benefício da criança e adolescente em todo o território nacional. “Para se dar uma ideia da importância desse banco e dos seus objetivos, apenas os recursos referentes a essa lei somam R\$ 3,5 bilhões ao ano no Brasil. Entretanto, são utilizados no máximo 10% a 12% disso. No RS, são R\$ 300 milhões em potencial, mas aproveitamos cerca de R\$ 30 milhões apenas”, ressalta Bernhard.

O Banco de Projetos Comunitários, integrados aos demais bancos sociais, tem contribuído para que muito sonhos se tornem realidade no Rio Grande do Sul, segundo o

diretor-superintendente. “Um dos exemplos é a Casa dos Excepcionais Santa Rita de Cássia, um prédio de quatro andares, moderníssimo, construído com recursos incentivados. Nos mesmos moldes, foi construído o Hospital da Criança Santo Antônio, da Santa Casa de Misericórdia, e por esse mesmo meio está sendo erguida a Casa Menino Jesus de Praga”, cita Bernhard. As instituições também podem utilizar esses recursos incentivados para custeio e manutenção, desde que faça um projeto específico e que ele seja anteriormente aprovado. “É uma verdadeira solução para projetos bons que não dispõem de recursos. Tem entidades que entram com projetos de R\$ 10 mil. Os projetos podem ser de qualquer porte, não há limites quanto a isso. Às vezes, a necessidade de custeio é de R\$ 5 mil, R\$ 10 mil. Pode ser uma obra pequena, a reforma da cozinha da escola infantil, um fogão novo”, observa o diretor. Desde seu início, em 2004, o Banco de Projetos Comunitários é presidido por Frederico Gerdaud Johannpeter.

Bernhard ressalta que o uso da Lei Federal de Incentivo Fiscal 8069/90 estava crescendo ano a ano; no entanto, a crise já afetou esta tendência: “Este ano, certamente a rentabilidade caiu de forma violenta. O número de desempregados aumentou, e os recursos vão diminuir. Você tem imposto a pagar? Você pode ajudar. A crise torna ainda mais importante a atuação do banco”.

Cérebro da FGBS

O Banco de Gestão e Sustentabilidade, por sua vez, tem como função realizar o cadastro das entidades assistenciais de Porto Alegre. Buscando prover soluções em tecnologia da informação e atender às expectativas deste Banco, foi implantado um ERP *e-login*, voltado às necessidades dos Bancos Sociais, que tem como pontos fortes a alta segurança, alta disponibilidade, integração com ambiente internet, fácil integração com instituições beneficiárias, parceiros estratégicos, mantenedores e doadores.

“O Banco de Gestão e Sustentabilidade é o que mantém controle das atividades da FGBS e se destaca por ser o cérebro dos bancos sociais, o gerenciador, que coordena e administra todo o processo administrativo e operacional da operação dos bancos sociais. Isso inclui entradas, saídas, controles de estoques, emissão de notas fiscais, relatórios, balanços, apoiadores e outros”, explica Bernhard. Quem preside a iniciativa é o engenheiro João Antonio Porto Costa.

Esclarecimentos sobre a exclusão do Simples Nacional por débito

A Receita Federal iniciou, em setembro último, as notificações dos contribuintes com débitos de natureza tributária ou não tributária com o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) ou com as Fazendas Públicas federal, estadual ou municipal, sem exigibilidade suspensa, para regularizá-los à vista, em parcelas ou por compensação, no prazo de 30 dias, sob pena de exclusão do Simples Nacional.

Caso a pessoa jurídica regularize a totalidade dos débitos dentro do prazo de 30 dias da ciência da notificação, a exclusão tornar-se-á sem efeito, não precisando o contribuinte adotar qualquer procedimento, pois os sistemas internos da RFB tratarão do cancelamento da exclusão de forma automática, não havendo necessidade de comparecimento a uma unidade de atendimento da Receita Federal (RFB). Isso significa que a pessoa jurídica que regularizar

a totalidade dos débitos dentro do referido prazo terá a sua exclusão do Simples Nacional automaticamente tornada sem efeito, ou seja, continuará no Simples, não havendo necessidade de comparecer às unidades da RFB para adotar qualquer procedimento adicional.

O documento de exclusão pode ser acessado pelo Portal do Simples Nacional ou pelo Atendimento Virtual (e-CAC), no site da RFB, mediante certificado digital ou código de acesso. O prazo para consultar o ADE é de 45 dias a partir de sua disponibilização no Domicílio Tributário Eletrônico (DTE-SN), e a ciência por essa plataforma será considerada pessoal para todos os efeitos legais.

As empresas que não regularizarem a totalidade de seus débitos no prazo serão excluídas do Simples Nacional, com efeitos a partir do dia 1º de janeiro de 2017.



Divulgação

EDUARDO PLASTINA
Advogado tributarista

Vale salientar, ainda, que não há impedimento legal para que a empresa excluída solicite nova opção em janeiro de 2017, ocasião na qual serão realizadas novas verificações de pendências.

Nessa hipótese, todavia, não será permitida a realização de agendamento da opção, nos meses de novembro e dezembro de 2016, uma vez que nesse período a empresa ainda se encontra como optante pelo Simples Nacional, pois os efeitos da exclusão dar-se-ão a partir de 1º de janeiro.

Nossas gráficas e as dificuldades atuais

Estamos atravessando um momento bastante difícil na área econômica, afetando sobremaneira as nossas empresas. Fiquei pensando no que fazer quando me entregaram um papel, dizendo: “Taróloga vidente sensitiva, a única que faz brindagem de corpos espirituais, fala para você sem você falar nada, o que você tem que fazer para resolver seus problema de amor, do trabalho e problemas de dinheiro na sua empresa... (Sic)”. E continua com um monte de “conselhos”.

Neste momento de dificuldades, teremos que abrir bem nossos olhos e nossas mentes, atentos aos noticiários econômico-financeiros. Porém, não nos deixemos atingir por “alarmismos” utilizados pelas mídias diárias. Precisamos repensar a nossa empresa em termos de objetivos, traçar um plano de trabalho e, se possível, um plano de negócios. Pedir ajuda, sem ficar constrangido e, em caso de contratar um consultor, não ver isso como des-

pesa e sim um investimento para não sucumbir. Coloque em prática tudo o que foi definido, sem perder tempo com assuntos que você pode delegar a terceiros. Faça uma revisão de custos, da produtividade, da manutenção de equipamentos e da correta confecção de seus pré-cálculos. Veja as perdas de produção, que geralmente não enxerga como desperdício de material, tanto em acertos como em deficiências de máquina ou operadores. Verique ainda as suas horas improdutivas, que nem sempre são poucas.

Dê mais atenção à sua equipe de vendas, com treinamento e um direcionamento dentro dos objetivos traçados. Faça um plano de negócios sério com objetivos que você pode atingir, preenchendo sua estrutura atual em pelo menos 70%. Meça o retorno das vendas e das visitas dos seus representantes, verificando a contribuição marginal por cliente, por vendedor e por pedido.



Divulgação/PrintConsult

THOMAZ CASPARY
Consultor e diretor da Printconsult

Não deixe de fazer, se possível, uma análise Swot em sua gráfica (pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças). O monitoramento é importante, pois senão estará jogando tempo, trabalho e dinheiro pela janela. A cada dia há mudanças e temos que reagir a elas. O fundamental é colocar as ações em prática, não deixando para mais tarde. Termino citando Roberto Shinyashiki: “Quem planta objetivos, colhe resultados.”

Uma história de superação

A trajetória profissional de Ulisses Camboim da Silva está ligada a uma história que começou na década de 1960. A Tipografia Ferreira, de Aracy Ferreira Pio, deu origem à Ferreira Artes Gráficas Ltda., em 1970, situada na cidade de Esteio. “Ela começou com o Aracy, tio do meu pai. Então meu pai, Ulysses Rodrigues da Silva, veio de Vacaria quando jovem, e ficou trabalhando na gráfica, bem como o irmão dele, Virgílio”, conta Ulisses Camboim da Silva. O fundador acabou adoecendo e passou a condução do empreendimento a Ulysses e Virgílio.

Da terceira geração da família, Ulisses começou a trabalhar na gráfica há 30 anos. Em 1986, faleceu o fundador. “Fomos progredindo, trocamos máquinas e nos mudamos para um prédio maior na década de 1970”, relata o empresário, que ainda conta com o apoio de seu pai, de 79 anos, na gráfica.

A estrutura física maior foi utilizada até 2000, quando um grande percalço cruzou o caminho da empresa familiar. “Sofremos um incêndio criminoso no dia 11 de setembro de 2000, no qual perdemos toda a gráfica, foram queimados o prédio e todo o maquinário. Digo que este foi o nosso 11 de setembro, um ano antes das torres gêmeas.” Para reabrir a gráfica, Ulisses teve que vender uma propriedade. Com a verba, foi construído

um pavilhão novo, em um terreno próprio, em Sapucaia do Sul, o que facilitou a rotina diária e encurtou distâncias, pois Ulisses é morador desta cidade.

Apoio dos colaboradores

A empresa foi reaberta e reinaugurada oficialmente em 6 de março de 2002, um ano e meio após o incêndio, e desde então é composta por Ulisses e por sua esposa, Luciane Petersen, sob o nome Ferreira Indústria Gráfica Ltda. “Em Sapucaia, recomeçamos com o maior patrimônio preservado pela antiga empresa, ou seja, nossos colaboradores que se mantiveram ao nosso lado, nos ajudando nesta etapa.”

O *portfólio* da Ferreira se concentra atualmente em material publicitário, embalagens de produtos, relatórios e insumos de empresas, procurando sempre capacitar seus funcionários oferecendo cursos e palestras em suas áreas, seja em impressão, informática ou vendas, no caso do setor comercial.

Nos passos para o futuro, o proprietário prevê diversificar suas vendas, voltada a outros tipos de impressos. “Nossa intenção é melhorar os equipamentos e crescer cada vez mais para fazer um trabalho mais rápido e eficiente, melhorando o nosso atendimento e conferindo mais satisfação aos nossos clien-



Arquivo pessoal

tes”, garante o empresário, que conta com uma equipe composta por 13 profissionais.

No dia 28 de setembro, Ulisses foi eleito para a diretoria executiva da Abigraf-RS, entre os diretores plenários. “O objetivo é somar, contribuindo com o possível para apoiar nosso ramo a enfrentar a crise e desenvolver novos processos. Espero um ambiente de aprendizagem mútua, com trocas de experiências em busca de melhores resultados”, observa o sócio-proprietário. Até o momento, participar do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS significou um importante *networking* à Ferreira Indústria Gráfica, inclusive com indicações de profissionais para fazer serviços específicos.

AGENDA FISCAL – Outubro de 2016

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 09/2016	5/10	ICMS – Substituição Tributária	Mês 08/2016	20/10
Salário	Folha de pagamento 09/2016	6/10	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Mês 09/2016	20/10
Empregado Doméstico	DAE mês 09/2016	7/10	Imposto de Renda na Fonte	Mês 09/2016	20/10
FGTS	Folha de pagamento 09/2016	7/10	Paes	Parcela INSS Lei 10.684/2003	20/10
Ministério do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 09/2016	7/10	Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	20/10
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/10	ICMS – Indústria – Categ. Geral	Vendas 09/2016	21/10
ISSQN	Prestação de Serviços 09/2016	10/10	DCTF – Mensal	Mês 08/2016	24/10
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 09/2016 – Arquivo Eletrônico	11/10	IOF	2º decênio 10/2016	25/10
ICMS – Comércio Categoria Geral	Vendas 09/2016	12/10	Cofins	Faturamento 09/2016	25/10
Gia Mensal Categoria Geral	Vendas do mês 09/2016	12/10	PIS	Faturamento 09/2016	25/10
IOF	1º decênio 10/2016	14/10	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 09/2016	31/10
Previdência Social	Contribuinte Individual	17/10	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 09/2016	31/10
EFD – Pis /Cofins /INSS	Mês 08/2016	17/10	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 3º trimestre	31/10
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 09/2016	17/10	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 3º trimestre	31/10
DeSTDA	Declaração Subst. Trib/Difer. Aliq.	20/10	Parcelamento lei 12.996	Parcela 09/2016	31/10
Simei	Faturamento 09/2016	20/10	ITR	Pagamento 2ª quota ITR	31/10
Simplex Nacional	Faturamento 09/2016	20/10	DIRPF	Pagamento 7ª quota IRPF	31/10
Previdência Social	Folha de pagamento 09/2016	20/10	Refis/Paes/Lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	31/10
ICMS – Diferença de Alíquota SN	Mês 08/2016	20/10	Gia-SN	Todos os contribuintes do Simplex	31/10

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Muito além do papel

Hoje em dia, é possível imprimir sobre muitos substratos não convencionais, como tecido, plástico, vidro e cerâmica. Conheça algumas das técnicas inovadoras que valorizam o produto gráfico

Uma pergunta feita a profissionais gráficos é “em quais substratos você pode imprimir”? Isso porque, atualmente, a tecnologia das impressoras modernas permite imprimir com uma vasta gama de substratos. “Hoje em dia, se imprime sobre qualquer coisa, mas dependendo sobre o que você quer imprimir, vai usar a tecnologia adequada. Existe, por exemplo, a tampografia que é impressão à base de silicone, imprime sobre qualquer superfície, mas

ela se destina à impressão de elementos pequenos”, observa André Silveira, professor de *Design Gráfico* da UniRitter.

As superfícies podem, muitas vezes, ser o mais simples e viável caminho para a inovação, considera Maura Della Flora Flores, professora nos cursos de *Design* e *Design de Produto* da Unisinos, em Porto Alegre. “Atualmente, quase todos os grupos de materiais industriais têm a viabilidade de utilização como substratos na indústria gráfica: sejam os polímeros com os acrílicos, as superfícies cerâmicas caracterizadas por sua altíssima resistência e condutividade térmica, as madeiras, os metais, os têxteis, assim como se pode imprimir em superfícies não planas, e com substâncias e pigmentos capazes de produzir texturas, gravações e uma série de possibilidades de inovação nos meios onde se inserem os produtos gráficos”, elenca a *designer*.

Um dos métodos de impressão disponíveis atualmente para produtos plásticos tridimensionais e pré-moldados é a impressão por sublimação de pigmento, técnica que também é utilizada para a impressão em tecidos, capaz de



oferecer viabilidade para um amplo espectro de cores e imagens. “A técnica é utilizada em uma variedade de aplicações, incluindo a capa dos computadores da Sony Vaio”, comenta Maura. Como o tipo de processo faz com que o pigmento possa aderir às moléculas dos substratos plásticos, a cor é absorvida pela superfície da peça em questão, resultando em um produto durável e resistente a riscos.

Outra técnica usada atualmente, principalmente para criar aspectos decorativos, é a flocagem, muito usada em tecidos, capaz de dar um acabamento aveludado nas regiões aonde há um adesivo adicionado ao substrato. “A superfície fica semelhante a um tecido, o que pode disfarçar qualquer tipo de matéria-prima e mudar a experiência do usuário com a peça”, complementa a professora.

A Konica Minolta parabeniza a Grafimax pelos seus 15 anos de excelência em impressão e pela ampliação do seu parque digital, com a aquisição da Nova bizhub PRESS C1100!

Grafimax
editora gráfica

Ligue (55) 3744.3340

R. Maurício Cardoso, 705, Centro
Frederico Westphalen - RS

comercial@grafimax.com.br
www.grafimax.com.br



KONICA MINOLTA



Giving Shape to Ideas

KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS DO SUL

Porto Alegre - RS (51) 3230-7200 | Florianópolis - SC (48) 3244-7200

www.konicaminolta.com.br

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

Gráfica Gaúcha é a mais lembrada de Parobé

Refletindo a grande representatividade na sua cidade de origem, a Gráfica Gaúcha foi nomeada a gráfica mais lembrada de Parobé, na Seleção do Jornal Integração. A iniciativa é realizada pela publicação local, que faz uma pesquisa anual entre os moradores da cidade para descobrir as empresas mais lembradas por eles. São ao todo 67 categorias que abrangem vários setores da economia de Parobé, refletindo as preferências do povo da cidade.

A premiação aconteceu em 26 de agosto, com um jantar na Sociedade Cultural e Recreativa de Parobé, e reuniu os ganhadores das categorias. Contemplada com o prêmio na sua área, a Gráfica Gaúcha já é a vencedora pelo segundo ano consecutivo, conforme revela a proprietária da empresa, Adriana Dornelles: “Prêmios assim comprovam que o nosso trabalho é lembrado por ser de ótima qualidade. É uma situação muito gratificante”.



Divulgação/Gráfica Gaúcha

Gráfica Triângulo patrocina seminário local



Divulgação/Gráfica Triângulo

Com um posicionamento claro em defesa do desenvolvimento da sua região, a Gráfica Triângulo foi patrocinadora do 2º Seminário de Empreendedorismo do Litoral Norte, realizado em 13 de setembro. Segundo o diretor Roque Noschang, a empresa de Terra de Areia opta por apoiar este tipo de evento sempre, contribuindo para a formação da mão de obra local: “Precisamos muito de profissionais qualificados para trabalhar em nossas empresas, e é só por meio de capacitações de qualidade, como o seminário, que alcançare-

mos isso”. Com o mote *Empreendedorismo criativo: inove para crescer!*, a programação do seminário incluiu palestras sobre carreira e finanças, *branding* e corporativismo, entre outros assuntos. O diretor financeiro da gráfica, Roger Noschang, representou a empresa no evento, e revela que o seminário foi um ótimo momento para conhecer novas tendências de empreendedorismo: “Destaco a palestra do Renato Mendes, que foi executivo da Netshoes durante a implementação do *e-commerce* na empresa, e apresentou o case”.

DICA DE LEITURA

A história das capas de livros infantis

Que tal julgar os livros pela capa? É o que propõe Alan Powers no *Era uma vez uma capa – história ilustrada da literatura infantil*, publicado pela Cosac Naify. Com um projeto editorial impecável, são apresentadas capas de livros para crianças, traçando um panorama de diferentes épocas e gêneros literários, desde o início do século 19 até os dias atuais. Basta folhear as suas páginas para averiguar o quanto o trabalho de desenhistas, artistas, *designers* e editores transformaram e lançaram as bases do que seriam grandes tendências nos próximos anos. O livro em si já é uma grande obra de arte, com as páginas tomadas por ilustrações em alta qualidade e pouco texto, de maneira que o leitor lê intuitivamente a partir das capas apresentadas. O que chama a atenção não é o texto, e,

assim, o que lidera a leitura é o conhecimento desse novo tipo de imagem, e como elas se relacionam entre si dentro daquela seção.

Todos os aspectos artísticos das capas são minuciosamente destacados e analisados, ressaltando a sua importância para cada época: desde a escolha de cores e fonte tipográfica até a organização de elementos no quadro e seleção de traço do desenhista. Detalhes de fora da alçada gráfica, como a economia de cores devido à falta de tintas durante períodos de recessão econômica, também são abordados, ressaltando a sua importância no material produzido. *Era uma vez uma capa* é um grande manual sobre a história deste gênero e uma leitura muito completa para quem tem interesse em livros como obras de arte.



Ficha de leitura

Título: *Era uma vez uma capa – história ilustrada da literatura infantil*

Autor: Alan Powers

Número de Páginas: 137

Editadora: Cosac Naify

Investimento: R\$ 65