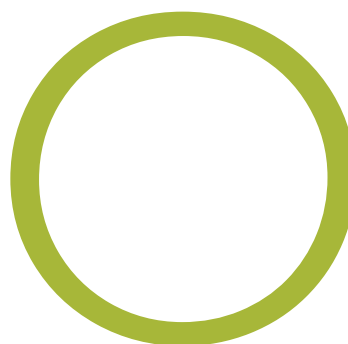




ESPECIAL

Rumo à recuperação econômica e busca de crescimento em 2017



ano de 2016 foi difícil para a indústria do Brasil. A principal causa foi a crise econômica, que se agravou muito em função da instabilidade política. O Produto Interno Bruto (PIB) sofreu queda, o desemprego aumentou, o dólar disparou e a inflação se elevou. Para a indústria gráfica não foi diferente: a produção

caiu e ainda não é possível afirmar quando o setor irá se recuperar.

Para 2017, é essencial que os empresários gráficos tenham confiança no mercado e saibam ver nos problemas uma nova oportunidade de aprendizado e até mesmo de crescimento. Assim como os administradores brasileiros têm em suas mãos o poder de fazer com que o cenário econômico do país se recupere, os empresários gráficos também possuem a força suficiente para que a indústria gráfica prospere no novo ano que chegou. Nesta edição, a reportagem especial aprofunda essas questões e fala sobre o balanço de 2016 e as perspectivas para 2017, nas páginas 8 e 9.

DESTAQUE PÁGINA

6

Novas diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS tomam posse para a gestão 2017-2019 em evento social pelos 75 anos do sindicato

ACABAMENTO PÁGINA

11

Gráficas gaúchas usam fragrâncias para encantar clientes. Impressão com aroma mostra-se promissora no Estado



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 2017-2019

O ano de 2016 foi um dos mais difíceis para a economia brasileira. De acordo com a unidade de estudos econômicos da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), foi o segundo ano consecutivo em recessão. Conforme a entidade, a projeção do Produto Interno Bruto (PIB) acumulado do país ficou em -3,5%. Já a inflação, segundo o relatório Focus da penúltima semana de dezembro, atingiria o limite superior da meta de 6,50%. Infelizmente, os dados da indústria gráfica no país não foram diferentes. No terceiro trimestre de 2016, segundo o departamento de estudos econômicos da Abigraf Nacional, a produção gráfica caiu 5,1% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No entanto, chegamos a 2017 com novas perspectivas. Segundo os analistas do Focus, nesse ano a inflação deve voltar a se aproximar do centro da meta: 4,5%. Há também uma expectativa positiva por parte do Ministério da Fazenda, que espera obter crescimento já no primeiro trimestre do ano. A projeção do governo federal, segundo instituições financeiras, é de conquistar uma certa retomada da economia, atingindo um PIB de 0,58%. A Abigraf Nacional acredita que não há sinais efetivos de recuperação. Esperamos

que o setor, assim como o país, reencontre o caminho do desenvolvimento.

Após três anos e meio de muito trabalho, abdicando de muitos momentos de convivência com minha família, da atuação na minha empresa, parto para um novo desafio: dar seguimento ao que vem sendo realizado no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS. Tudo é feito pensando no coletivo, em prol do desenvolvimento da indústria gráfica gaúcha. Nesse período, buscamos nos aproximar mais dos empresários, mantendo-os unidos, pois essa é a chave para que o setor continue forte.

Por meio do projeto de interiorização, procuramos ouvir os colegas nos diversos encontros realizados com nossas empresas filiadas/associadas em várias regiões do Estado. Colocamos a capacitação em primeiro lugar sempre, em meio a diversas programações que realizamos, mesmo em meio à crise que vivenciamos. Mantemos o foco nas necessidades dos empresários gráficos do Rio Grande do Sul. Todos os produtos e serviços oferecidos pelo sindicato são um retorno como forma de contrapartida às gráficas pelas contribuições realizadas.

Acabei sendo convidado pelos integrantes do conselho consultivo, formado por ex-presidentes do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS – e por decisão unânime das diretorias das

entidades –, para mais uma gestão. Mesmo contrariando o meu propósito inicial e a vontade da minha família e dos meus sócios na empresa, aceitei esse novo desafio. Darei todo o meu esforço para que continuemos grandes e bem representados no RS. Nossa meta principal será fazer a sucessão, contando com sangue novo para as próximas gestões.

Nesse triênio, o foco será desenvolver os empresários, valorizando também os seus colaboradores. Não mediremos esforços para atender a todos com excelência. Espero contar novamente com a colaboração e a confiança de todos para que, trabalhando com dedicação, seriedade e comprometimento, conquistemos uma maior participação dos colegas. Desta forma, poderemos ampliar o projeto de interiorização, com atividades técnicas e de confraternização, buscando sempre a integração do setor.

Seguiremos tentando fazer o melhor, lutando juntos, pois separadamente não conseguimos nada. É preciso não esmorecer, se reciclar, trocar conhecimentos e seguir firmes rumo à recuperação da crise. Reafirmo que é com esse intuito que seguiremos trabalhando forte, buscando vencer os desafios. Com a participação de todos, os resultados poderão ser ainda melhores. Para a frente, Rio Grande, para a frente, Brasil!

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: Roque Noschang

2º Vice-Presidente: Anderson Nunes dos Santos

3º Vice-Presidente: José Mazzarollo

1º Diretor Administrativo: Roberto Antônio Jaeger

2º Diretor Administrativo: Albert Feser

1º Diretor Financeiro: Lourival Lopes dos Reis

2º Diretor Financeiro: José Roberto Lobraico da Silva

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche

– MTb 9474

Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Cláudia Boff, Laís Albuquerque 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.

Integração e conhecimento para 2017

©Stock.com/Dragon Images

O Sindigraf-RS preparou para 2017 um planejamento focado na integração entre as gráficas filiadas/associadas e na disseminação de conhecimento para impulsionar o desenvolvimento das empresas. O plano de ação da entidade é dividido em duas frentes. A primeira delas terá o foco em “representar, defender os interesses e promover a integração das gráficas filiadas/associadas”. Já na segunda o lema é “disponibilizar informações, produtos e serviços que estimulem o desenvolvimento sustentável e a competitividade das gráficas filiadas/associadas”.

Neste ano, o sindicato promoverá duas palestras magnas, uma delas já confirmada com o empresário Eduardo Tevah. Outras palestras estão previstas. Os Encontros Empresariais – Bate-Papo Sindical também estarão de volta, passando por todas as regiões que o Sindigraf-RS atende. No primeiro semestre, será realizada ainda a Negociação Coletiva de Trabalho.

Sucesso em 2016, as caravanas continuam. Serão montadas ainda excursões para os eventos ExpoPrint Digital, Serigrafia Sign Future Textil e 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica. As parcerias com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul



(Fiergs), Serviço Social da Indústria do RS (Sesi-RS) e Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso continuam firmes, proporcionando cursos para qualificar ainda mais o empresariado gráfico gaúcho. Também permanecem as consultorias jurídicas nas áreas tributária, trabalhista e cível, além das de gestão empresarial. Mais convênios devem ser firmados.

Para fomentar a integração entre as gráficas filiadas/associadas, as Confraternizações da Família Sindigraf-RS continuarão com três novas edições. Também será realizado o 9º Concurso de Desenho Infantil. Além disso, a entidade dará continuidade ao projeto *Promoção do Impresso Gráfico Gaúcho*, que busca a valorização das empresas gráficas do Estado. Programe-se desde já e participe!

eSocial tem novo cronograma

De acordo com as informações divulgadas em dezembro pelo governo federal, o eSocial ganhou novas datas para ser implantado. Essa nova agenda faz parte do Pacote de Desburocratização, lançado pelo governo de Michel Temer. A plataforma terá um ambiente de testes para as empresas a partir de julho de 2017 e se tornará obrigatória para grandes companhias a partir de janeiro de 2018. Somente em julho do próximo ano o programa será obrigatório para todas as empresas do país.

Decretado em 2014, o eSocial é um projeto do governo federal que pretende unificar o envio de informações pelo empregador em relação aos seus empregados e tornar este processo mais ágil. Ele pretende simplificar o pagamento de obrigações trabalhistas, previdenciárias e tributárias decorrentes da relação de trabalho, reduzindo o tempo excessivo gasto pelas empresas para preenchimento de declarações, formulários e livros, diminuindo a redundância na prestação de informações ao fisco.

Contribuição sindical vai até 31 de janeiro

Os empresários gráficos devem ficar atentos, pois o prazo máximo para pagamento da contribuição sindical é até 31 de janeiro. A tabela para cálculo da contribuição sindical já foi liberada e pode ser conferida em www.portaldaindustria.com.br. O valor base consi-

derado é de R\$ 205,65. Prevista na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a contribuição sindical é exigida anualmente a todos os integrantes das categorias econômicas ou profissionais. Esses valores auxiliam os sindicatos a preservar sua autonomia para defender e representar as catego-

rias. É por meio dela que o Sindigraf-RS mantém seus produtos, serviços, convênios e parcerias. Os valores arrecadados pela entidade são revertidos em ações que beneficiam o empresariado gráfico, como palestras, cursos e eventos, entre outras ações promovidas regularmente.

31 Janeiro

Contribuição Sindical

7 Fevereiro

Dia do trabalhador gráfico

16 Fevereiro

Premiação do 23º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris

Local: Fort Lauderdale, Flórida (EUA)

Promoção: Conlatingraf, Abigraf Nacional e PAF

15 a 18 Março

ExpoPrint Digital 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: APS Feiras

27 Abril

Dia Mundial do Design Gráfico

2 Maio

Início das inscrições para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

22 a 24 Maio

Photoshop Conference

Local: Teatro Shopping Iguatemi, Campinas (SP)

Promoção: Photopro

12 a 15 Julho

Feira Serigrafia Sing Future Textil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Informa Exhibitions

23 a 26 julho

Escolar Office Brasil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Franca Feiras

28 Julho

Cerimônia de entrega de troféus do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e 50 anos da Abigraf-RS

Local: Fiergs, Porto Alegre (RS)

Promoção: Abigraf-RS

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 Dezembro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

9 Dezembro

Comemoração dos 75 anos do Sindigraf-RS e posse das diretorias da Abigraf-RS e do sindicato (Associação Leopoldina Juvenil, Porto Alegre)

10 Dezembro

Reunião plenária das diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS
(Hotel Continental, Porto Alegre)

13 Dezembro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

14 Dezembro

Assembleia geral ordinária do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS e elaboração do plano de ação e orçamento para 2017
(Sede, Porto Alegre)

15 Dezembro

Formatura do Centro de Formação Profissional Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso
(Faculdade Senai de Tecnologia, Porto Alegre)

19 Dezembro

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

AGENDA DO PRESIDENTE

1º Março

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

17 Março

Reunião da diretoria executiva da Abigraf Nacional
(Abigraf Nacional, São Paulo)

29 Março

Reunião plenária, Assembleia Geral Extraordinária, Negociação Coletiva e palestra com Eduardo Tevah
(Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, Porto Alegre)

Divulgação/CFP Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso



Gráficos se formam no CFP Senai de Artes Gráficas de Porto Alegre

No dia 15 de dezembro, aconteceu a formatura dos alunos de 2016 dos cursos gráficos do Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, de Porto Alegre. Advindos de três cursos da instituição – *Impressão offset*, *Impressão flexográfica* e *Programador visual gráfico* –, foram 70 formandos a levantar os canudos durante solenidade realizada no auditório da Faculdade Senai de Tecnologia, na zona Norte da capital. Parabéns aos novos gráficos!

Faculdade Senai de Tecnologia agora é conveniada ao Sindigraf-RS



Confirmando a sua postura de manter a indústria gráfica em altos níveis de qualificação e, por isso, em franco desenvolvimento, o Sindigraf-RS, em dezembro, assinou termo de cooperação juntamente à Faculdade Senai de Tecnologia, em Porto Alegre, para oferecer descontos em cursos disponibilizados às empresas filiadas/associadas à entidade. O sindicato gráfico é o primeiro da indústria a firmar um termo desta natureza. Os descontos variam de 30% a 50% nos cursos de graduação para ingresso ou reingresso na instituição. A vantagem não é cumulativa e vale para o primeiro semestre da graduação, a fim de facilitar o ingresso dos empresários gráficos no ensino superior. Há uma tabela progressiva de descontos para os demais semestres. Nas formações de pós-graduação, o desconto no curso é de 15%. Para mais informações basta ligar para (51) 3904-2600.

Rede de Bancos de Alimentos bate recorde de doações

Para fomentar ainda mais a solidariedade no fim do ano, a Rede de Bancos de Alimentos do Rio Grande do Sul, parte integrante da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, realizou, de 28 de novembro a 6 de janeiro, o Desafio do Bem. A premissa da campanha era bater o número de doações de 2015: na época, a campanha fechou em 63 toneladas de alimentos. Com a parceria da RBS TV e da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, foram disponibilizados pontos para a coleta de doações em Porto Alegre e várias cidades da região metropolitana e interior do Estado. Além disso, diversos eventos receberam espaços para a arrecadação de alimentos, como a doação unificada em praças ao redor do Estado, no dia 17 de dezembro, e o toboágua gigante na rua Mostardeiro, em 27 de novembro. Na primeira ação o recorde foi batido: até então, haviam sido contabilizadas 65 toneladas de alimentos a serem distribuídas em instituições ao redor do Estado – e a campanha encerrou apenas duas semanas depois, em 6 de janeiro, superando ainda mais as expectativas dos organizadores.



Desconto em cursos via convênio com a Alfamídia

Devido à importância que a formação tem no segmento de impressos, o Sindigraf-RS reconhece a necessidade por parte dos gestores de empresas filiadas/associadas de estarem atualizados nesses conhecimentos. Por isso, uma das empresas convênias ao Sindigraf-RS é a Alfamídia, escola de cursos presenciais e online nas áreas de *Design Gráfico*, *Programação*, *Web Design*, *Administração de Redes*, *Marketing Digital* e *Gestão*, entre outros. De acordo com a assessora de negócios da Alfamídia, Jordana Souza, a empresa trabalha com profissionais que possuem uma qualificação diferenciada em suas áreas de especialização, oferecendo treinamentos únicos no mercado: “Em uma época em que os investimentos em capacitação são cada vez mais restritos, há uma real necessidade de buscar na qualificação a mudança para as empresas”.

Segundo Jordana, a Alfamídia possui soluções que otimizam investimentos e se adequam ao orçamento de empresas de todos os portes. O convênio firmado entre a empresa e o Sindigraf-RS dá direito a 12% de desconto na inscrição, e os alunos podem contratar os cursos tanto pela empresa quanto pela pessoa física. “Como diferenciais, oferecemos treinamentos online, em formato empresarial, e caso sejam grupos grandes da mesma empresa, podemos realizar no próprio espaço. Também oferecemos cursos gratuitos para futuros alunos se ambientarem com a nossa metodologia e conhecerem o serviço”, completa. Para contatar Jordana e receber mais informações, basta enviar um e-mail para info@alfamidia.com.br ou ligar para (51) 3073-2100.



Atenção ao Mês Vermelho

Chamado de Mês Vermelho pela indústria, março inspira ainda mais cuidados devido à proximidade da data-base da categoria (1º de abril). Em rescisões que caem no mês de março, há multa adicional. Quem for demitido sem justa causa com data de saída ao longo do mês de março tem o direito de receber um valor equivalente a um salário mensal como indenização. O empresário, portanto, deve ficar atento ao aviso prévio de cada funcionário, já que, de acordo com a lei, além dos 30 dias de aviso-prévio previstos na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), há o direito de adicional de mais três dias por ano de trabalhos prestados na mesma empresa, até o máximo de 60 dias. Ou seja, o Mês Vermelho, para alguns, pode começar em janeiro.

ENTREVISTA

ANGELO GARBARSKI / Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS

Com o início da carreira na indústria gráfica à frente da Impresul, em Porto Alegre, Angelo Garbarski atuou como presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS pela primeira vez em 2013. Em 2016, ele foi reeleito para comandar as entidades, e faz aqui um balanço das ações, além de revelar suas intenções para o próximo triênio.



Qual foi o principal destaque da sua primeira gestão à frente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (2013-2016)?

ANGELO GARBARSKI A mudança na estrutura organizacional. O fortalecimento do Sindigraf-RS, não desprezando a Abigraf-RS, está estritamente ligado à confiança dos associados. Destaco principalmente a interiorização das ações de acordo com as necessidades regionais das empresas. Com a nossa presença no interior, a convivência mais direta com o presidente deu aos empresários a oportunidade de expressarem pessoalmente suas observações e reivindicações.

O que os empresários gráficos podem esperar das entidades nos próximos três anos (2017-2019)?

GARBARSKI O mesmo empenho da diretoria e colaboradores que já demonstramos anteriormente. E também esperamos que eles participem mais assiduamente das ações, para que juntos possamos crescer e solidificar o setor gráfico gaúcho. O associativismo é importante para qualquer entidade de classe, mas ele é fortalecido com a participação. Não apenas financeiramente, mas também com o envolvimento e convivência com os colegas. Assim, haverá integração do empresariado gráfico.

Na palestra *Como falir ou quebrar uma empresa gráfica*, o senhor mostra que o caminho de um empresário conta com altos e baixos. O que diferencia um empreendedor gráfico de sucesso?

GARBARSKI A forma como ele administra a sua empresa. Aquele que fica mais tempo dentro da empresa, preocupado com o processo produtivo, não consegue cuidar da gestão como um todo. É preciso ser um empreendedor, pois aquele que obtém sucesso não só o busca, mas também proporciona aos seus assessores mais direitos o conhecimento, desenvolvendo a empresa como um todo.

Qual o caminho para a retomada do crescimento do setor?

GARBARSKI A união dos empresários, a compreensão de que o mundo mudou e o setor gráfico também está transformado. A globalização, a evolução tecnológica, o mercado e a economia estão em constante mutação – principalmente na maneira de se comunicar – e a era do eu já passou. Agora, temos o nós, com muita parceria. Quem não acompanhar a evolução vai ficar para trás.

O senhor gosta muito de frases impactantes. Qual mensagem deixa para os empresários gráficos começaram bem o ano?

GARBARSKI Creio que todo empresário deve colocar o seguinte em sua cabeça: não há mal que as vendas bem-feitas e lucrativas não curem.



Evento social celebra 75 anos do Sindigraf-RS

Comemoração de aniversário da entidade é marcada por homenagens e posse das novas diretorias do sindicato e da Abigraf-RS, em clube da capital gaúcha

Empresários gráficos, lideranças e convidados se reuniram na noite de 9 de dezembro, na Associação Leopoldina Juvenil, em Porto Alegre, para celebrar os 75 anos do Sindigraf-RS. O evento social contou com a presença de 210 pessoas, que comemoraram a trajetória de lutas e conquistas da entidade, fundada em 29 de agosto de 1941. A cerimônia teve ainda a posse das novas diretorias e conselhos fiscais do sindicato e da Abigraf-RS para a gestão 2017-2019.

Em seu discurso, o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, lembrou dos diversos momentos em que esteve longe de casa e de seu negócio em prol das entidades: “Nesses três anos e meio, abdiqueei de muitos momentos de convivência com minha família, deixei muitas vezes a gestão da minha empresa para pensar no coletivo, tudo em prol do desenvolvimento da indústria gráfica”. Agradecendo pela compreensão, o dirigente entregou flores à sua

esposa, Regina Garbarski. Também foram lembrados com gratidão os ex-presidentes Marco Aurélio Vieira Paradedda, Murilo Lima Trindade, Carlos Evandro Alves da Silva e Paulo Roberto Borgatti Coutinho, que integram o conselho consultivo, e a equipe de colaboradores das entidades.

Ao longo de 2013 e 2016, ele destaca que as capacitações dos empresários estiveram em



Presidente das entidades homenageou sua esposa, Regina Garbarski

primeiro lugar, assim como o projeto de interiorização, que fez com que o Sindigraf-RS estivesse mais perto das filiadas/associadas. “Mesmo com a crise econômica, colocamos em prática as programações. Devolvemos o investimento feito por meio de diversos produtos e serviços, em contrapartida às contribuições”, ressalta. Para o próximo triênio, o empresário cita a reformulação de 50% dos diretores do sindicato e 1/3 dos da Abigraf-RS, além do maior número de mulheres. “Pela primeira vez teremos um primeiro vice-presidente com gráfica no interior do Estado, o Roque Noschang. Com mais gente participando, poderemos ampliar a descentralização das atividades.”

Dentro dos festejos de aniversário, também foi lançado um selo comemorativo pelas sete décadas e meia de atuação do Sindigraf-RS. Em seguida, os presentes assistiram à exibição do vídeo institucional da entidade (*veja no quadro da página ao lado*). Além disso, todos foram convidados a cantar parabéns e a

brindarem por vida longa ao sindicato. Depois, foi servido um delicioso jantar, seguido de baile. Na saída, foi distribuído um *kit*, contendo o relatório da gestão 2013-2016, bloco e caneta.

Dirigentes e lideranças

Para o presidente do Conselho Diretivo da Abigraf Nacional, Julião Flaves Gaúna, que prestigiou a ocasião, o trabalho realizado nas entidades gaúchas mostra a importância do associativismo para o crescimento do setor. “Temos trabalhado para mostrar à sociedade a importância da indústria gráfica. Na vida não se faz nada sozinho. As coisas só andam pela conjunção de esforços, por meio de pessoas que querem o bem comum. É importante que sejamos unidos para atravessar essa tempestade, pois lá na frente seremos vitoriosos.”

Já o presidente da Fiergs, Heitor Muller, acredita que a indústria gráfica é muito importante para todos. “Há uma capilaridade e representação forte dessa atividade em várias partes do Estado. A reeleição de Garbarski, pela forma como ele trata o setor e a união que conseguiu, demonstra a sua qualidade e capacidade. A participação dele na Fiergs também é um dos modelos a serem seguidos”, afirma.

Francisco Lázaro, presidente do Sindicato dos Trabalhadores Gráficos de Porto Alegre, diz que a permanência de Garbarski à frente do Sindigraf-RS representa a continuidade de uma relação que, apesar das divergências entre o patronal e os trabalhadores, é muito boa. “Queremos que ela se mantenha no mesmo patamar. Desejamos que toda a direção tenha êxito nos trabalhos que serão realizados nos próximos três anos.”

O diretor-superintendente do Sesi-RS, Juliano André Colombo, citou a atuação já

Vídeo institucional mostra a atuação do Sindigraf-RS

Produzido pela Brun Vídeo, o filme institucional do Sindigraf-RS mostra as principais ações realizadas em prol dos interesses do setor, assim como as atividades que promovem o desenvolvimento das empresas gráficas. Com três minutos de duração, o vídeo também destaca que a indústria gráfica está presente no dia a dia das pessoas, através da impressão de produtos em diferentes substratos. Com o *slogan* *Quem é daqui compra aqui!*, reforça-se a importância de valorizar os impressos feitos no Estado, assim como as empresas gráficas filiadas/associadas ao sindicato.



conhecida de Garbarski junto ao segmento e na Federação, que fez com que fosse aclamado por unanimidade para reassumir a entidade. “Principalmente nos dias de hoje, encontrar lideranças que estejam dispostas a abrir mão da sua vida pessoal e se doar a um segmento representativo em mais de 480 municípios demonstra o tamanho de sua responsabilidade, presente no dia a dia de todos e muito importante para a sociedade.”

Para Márcio Basotti, gerente de Operações do CFP Senai de Artes Gráficas Henrique

D’Ávila Bertaso e da Faculdade de Tecnologia do Senai-RS, Garbarski é um forte entusiasta do setor, reconhecido por todos os colegas. “Ele consegue fazer a união de todas as gráficas, o que possibilita uma entidade forte. Para o Senai, torna-se um grande exemplo de determinação para que encaminhe a área gráfica para esse mesmo sentido. Contar com uma pessoa que também é presidente do conselho consultivo da escola é muito bom, pois ele é um forte apoiador, sempre pronto a ajudar.”



Empossada a nova diretoria da Abigraf-RS



Momento dos parabéns pelos 75 anos do sindicato

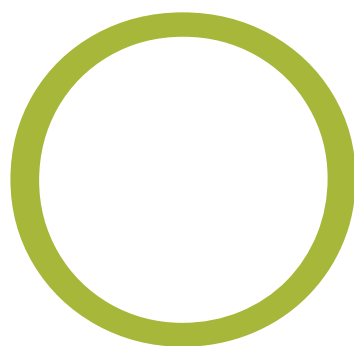


Dirigentes do Sindigraf-RS para a gestão 2017-2019

Especial

O ano que passou foi bastante difícil para diversos setores econômicos do Brasil. Além disso, a instabilidade política e econômica gerou muitas dúvidas para os empresários. Para a indústria gráfica não foi diferente, pois ela fechou com queda de 5,1% na sua produção. Em 2017, o setor espera se manter estável para conseguir se recuperar

Confiança para crescer em 2017



ano de 2016 foi marcado pela instabilidade política e econômica no país. A população sentiu dificuldades na área da indústria, do comércio, da geração de empregos e na cesta básica, entre outros. Para os empresários não foi muito diferente. Muitas empresas reduziram custos, desligaram colaboradores e, em alguns casos mais extremos, fecharam suas portas. No Rio Grande do Sul, a situação se agravou por conta da crise do Estado – causada por fatores diferentes, mas que também sofreu influência da economia nacional.

Por essas questões, a expectativa para que 2017 seja um ano melhor para a economia é grande.

Como já é tradição, anualmente a equipe da Unidade de Estudos Econômicos da Fiegs elabora o Balanço Econômico e também faz projeções para a economia nacional e do Rio Grande do Sul. Os dados foram divulgados em coletiva de imprensa realizada em 6 de dezembro, no Salão Principal da Fiegs, em Porto Alegre. O Balanço Econômico 2016 e Perspectivas 2017 contou com a presença de diversos jornalistas, tanto do RS quanto de outros estados. A coletiva se iniciou com a fala do presidente da Fiegs, Heitor José Müller. Ele afirmou que 2016 foi um ano bastante difícil para a indústria gaúcha, e a perspectiva para 2017 é de “diminuir os problemas que passamos em 2016”. Realista, o empresário disse que a indústria terá que usar aparelhos, mas irá continuar respirando.

Em sua fala, Müller elogiou a eficiência da iniciativa privada gaúcha e criticou o Estado, evidenciando problemas como a burocracia nas leis estatais. “Nossos governantes precisam aprender a tratar bem o cliente, assim como as empresas já fazem”, comparou. Para o presidente da Fiegs, o RS não está quebrado, mas sim em dificuldades financeiras em função dos exageros cometidos pela administração pública ano após ano. Ele aponta duas maneiras de tirar o Estado da crise. “Nós podemos aumentar o Produto Interno Bruto (PIB) através do nosso trabalho e da nossa produção, tendo que trabalhar 15 horas por dia para produzir e arrecadar mais impostos e continuar sustentando esse Estado, ou então adaptamos o seu tamanho dentro de um gabarito que caiba para ser sustentado pela sociedade que nós temos”, avaliou.

2016 foi um ano de desafios

Durante a coletiva, o economista-chefe da Fiegs, André Nunes de Nunes, foi quem apresentou os números do Balanço Econômico 2016 e as perspectivas para 2017. Ele apontou a atual crise do Brasil como a maior da história do país, evidenciando que o PIB encolheu 7,1% nos últimos dois anos e o número de desempregados chegou a 12 milhões. Os dados apresentados também apontam que a economia brasileira registrou contração de 3,5% em 2016. Itens como o colapso da confiança e as incertezas políticas foram as principais razões para os problemas da economia. No Estado, não foi diferente: hoje são 500 mil desempregados e a queda esperada do PIB em 2016 é de 3,2%. Com esse número, a indústria gaúcha contabiliza a terceira queda consecutiva no ano. A Federação demonstra que a recessão econômica vem sendo difícil para a indústria como um todo. Já são mais de



©Stock.com/Brian A. Jackson

15 anos de estagnação e, desde meados de 2013, as quedas estão sendo sistemáticas. A Fiergs levanta que mesmo as empresas bem geridas estão sofrendo com a crise, principalmente por conta de sua longa duração. Os principais problemas apontados pelos empresários das indústrias em 2016 foram a falta de demanda, com 58%, e a alta carga tributária, com 43,9%.

As perspectivas para 2017 são singelas. A Fiergs acredita que no ano que vem a economia brasileira começará a se reabilitar lentamente, e que deve se estabilizar já nos dois primeiros meses. O cenário base para 2017 considera que o crescimento nacional deverá ser de 0,5%. Já o RS não apresenta perspectivas de crescimento expressivo e depende bastante do cenário econômico nacional para sua economia avançar. O economista-chefe vê 2017 como um ano que terá cara de resignação. “O crescimento será baixo e pouco será sentido, mas ele com certeza existirá”, definiu Nunes. A recuperação da confiança é apontada como fundamental para que a indústria volte a investir, mas a Federação acredita que ela só irá retornar se o novo governo federal cumprir as expectativas geradas após o *impeachment*.

Confiança e estabilidade em 2017

Em relação à indústria gráfica, os dados do Departamento de Estudos Econômicos da Abigraf Nacional (Decon Abigraf) mostram que a produção física em 2016 caiu 5,1% na comparação com o terceiro trimestre de 2015, acelerando a queda em relação ao recuo de 3,8% do segundo trimestre. Abrindo a análise para os principais setores, o ramo da impressão foi o que mais caiu, indo para -7,9%. A queda brusca ocorreu provavelmente porque esse segmento foi beneficiado no segundo trimestre pelas encomendas de material

No Sul, mais confiança no setor gráfico

Segundo os dados apurados pelo Decon Abigraf, os empresários gráficos da região Sul do Brasil estão mais confiantes. No índice de confiança realizado pelo Departamento, a região marcou 52,6 pontos.

de campanha para as eleições municipais e, passado este evento, a produção recuou. Os segmentos de embalagens e de fabricação de produtos de papel permaneceram com números positivos, com 0,6% e 0,8%, respectivamente.

Entretanto, mesmo com a queda na produção, o quadro geral da indústria gráfica parece caminhar na linha da estabilidade. Sobre a geração de empregos na indústria gráfica, o Decon Abigraf apurou os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho e Emprego (Caged/MTE) e revelou que a indústria gráfica brasileira gerou 12.266 novas vagas e encerrou 13.022 no terceiro trimestre. Esses números apontam que as contratações e demissões fecharam em queda de 13% e 24%, respectivamente, em relação ao mesmo período de 2015. Já se comparados ao trimestre imediatamente anterior, as admissões aumentaram 8% e houve queda de 11% no volume de demissões.

Uma boa perspectiva é que o índice de confiança do empresário da indústria gráfica brasileira atingiu a marca de 52,6 pontos, em uma escala de 0 a 100, no terceiro trimestre de 2016. Isso significa um aumento de 8,6 pontos em relação ao trimestre anterior e ficando, pela primeira vez no ano, acima da linha de neutralidade de 50 pontos. Outra questão promissora foi que, pelo terceiro trimestre consecutivo, a balança comercial da indústria gráfica mundial se manteve superavitária. Entretanto, o valor foi menor, chegando aos US\$ 2,9 milhões. Os dados foram apurados pelo Decon Abigraf por meio do Minis-

tério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Segundo o departamento, o peso é pequeno na produção total, mas a queda ajuda a compor um terceiro trimestre mais difícil para a indústria gráfica mundial e também a brasileira.

Outro dado relevante revelado pelo Decon Abigraf é que o índice de custos da indústria gráfica apresentou uma desaceleração no quinto bimestre de 2016. O aumento foi de 7,8% na variação anual, ante 9,7% na leitura anterior. No acumulado dos últimos 12 meses está em 9,7%. Já em relação ao aumento da produção gráfica em função da realização das eleições municipais, os empresários não sentiram um impacto relevante. Segundo pesquisa do Decon Abigraf, quando perguntados sobre a demanda, o aumento foi sentido com maior intensidade por 12% dos entrevistados. Enquanto isso, 41% dos empresários consideraram que houve pouco aumento e 40% não sentiram crescimento algum no período eleitoral.

Mesmo com as manifestações de um quadro mais construtivo, o Decon Abigraf afirma que, por enquanto, não há sinais efetivos de recuperação da indústria gráfica e que ela deve demorar. Segundo o Boletim Econômico do Departamento, “o mercado de trabalho segue muito frágil e o mercado de crédito muito apertado, o que agrava a difícil situação financeira das empresas”. A expectativa é de que a partir do ciclo de corte da taxa de juros, realizado pelo Banco Central, as perspectivas para o próximo ano serão melhores. Mas recomenda calma, pois demora um tempo para a medida impactar a economia.



Traduzindo a personalidade da empresa

Muitas gráficas não dão o devido valor, mas uma identidade visual bem elaborada pode convidar ainda mais clientes a conhecê-la, além de demonstrar o apreço à qualidade e à harmonia visual

No mundo dos negócios, toda empresa precisa de um rosto que reflita a sua própria personalidade – se quer passar uma impressão de seriedade, inovação, tradição, ou todas juntas. Para trazer esta imagem para a sua empresa é necessário confiar em uma identidade visual completa, moderna, arrojada e, acima de tudo, harmônica, para marcar a mente do seu consumidor. Para uma gráfica, essa necessidade é ainda mais ressaltada, uma vez que, neste segmento, é imprescindível passar a imagem de organização visual para os clientes. De acordo com o professor de *design* e publicidade da ESPM-Sul, Rogério Abreu, a identidade visual pode ser considerada a alma e o grande cartão de visitas de uma empresa. “Ao bater o olho em como a empresa se apresenta, tanto o cliente como os fornecedores terão uma ideia do que esperar para o futuro”, destaca Abreu.

Segundo ele, uma identidade bem elaborada, atualizada e atrativa demonstra profissionalismo e eficiência, que é algo que todas as empresas buscam remeter ao mercado: “Uma boa identidade visual traduz de forma lógica e rápida

de tudo o que a empresa representa e produz”. Segundo o *designer*, a eficiência desta imagem é diretamente ligada à sua operacionalidade, ou seja, o observador deve bater o olho e já identificar quais são os propósitos da empresa, o que ela faz e qual a sua postura no mercado.

Em termos gráficos, Abreu conta que uma identidade visual, para estar bem formatada, deve estar baseada em quatro principais pilares: cor, tipografia, símbolo e logotipo. “Para escolher cada um desses aspectos, é interessante trabalhar com estudos de percepção, psicologia das cores e a importância da representação de diferentes formas, entre outros.” Segundo o profissional, cada diferente composição interfere no produto final, que tem como missão principal se ajustar ao gosto do público, convidando-o para conhecer o negócio.

Quando vale mudar

Como a identidade visual reflete o rosto da empresa, conforme o tempo passa ou de acordo com acontecimentos recentes, talvez seja aconselhável mudar a maneira como ela é apresentada.

Nunca é tarde demais para realizar uma reformulação da arte, escolher símbolos diferentes ou mudar as cores – estar estagnado com uma imagem que não representa a empresa ou que esteja defasada pode ser bem mais nocivo. Abreu aconselha que o processo de transição de identidade visual deve seguir o mesmo caminho de quando se cria uma arte do zero: prestando atenção no que o público está interessado em consumir.

Caso a empresa queira atingir um novo público-alvo, por exemplo, ao incluir novos produtos no seu portfólio, deve-se pensar estrategicamente em uma campanha que seja ao mesmo tempo apazível ao consumidor e que também esteja em consonância com a própria imagem da empresa. No caso de uma reestruturação, o *designer* ressalta, como em casos de efemérides ou resposta a algum movimento fora da empresa, o ideal é realizar algumas alterações na arte inicial para refletir o objetivo: “Quando, por exemplo, a gráfica fizer aniversário, vale criar uma arte especial, utilizando a idade completa, permanecendo com cores escolhidas para a identidade oficial, tornando assim mais fácil a assimilação do público”.

Em outros casos, como em datas especiais – Natal, Ano Novo ou Páscoa – ou até mesmo ao aderir a grandes campanhas, a empresa pode atrair também a simpatia do público, mostrando a solidariedade a uma causa. “Podemos observar esta postura recentemente, com o acidente da Chapecoense, e muitas empresas optaram em aderir a avatares com o símbolo de luto nas suas mídias sociais, ou mesmo durante o Outubro Rosa, com o apoio de várias gráficas em prol da saúde das mulheres”, completa. Ele ressalta que essa associação ao grande público, quando verdadeira, agrega valor social ao negócio, mostrando que o empresário não está interessado apenas no mercado, mas também nas pessoas.

Não pode faltar

Os principais itens para uma identidade visual completa:

- ▶ Logotipo (símbolo e nome da empresa)
- ▶ Cartões de visita
- ▶ Material de mídias sociais
- ▶ Arte para o site
- ▶ Assinatura para e-mails

Fragrâncias como diferencial

Além da visão e da audição, outro sentido importante na hora da escolha de compra e que vem sendo mais explorado pelas empresas é o olfato. O segmento é bastante promissor para as gráficas, que podem colocar no papel diversos tipos de aromas e encantar os clientes

Mesmo que não pareça, o olfato é um dos nossos sentidos mais importantes. É por meio dele, por exemplo, que sabemos se a comida está estragada ou apetitosa. Os cheiros também estão ligados à nossa memória, pois com eles podemos lembrar de bons ou maus momentos. Tendo isso em mente, a indústria gráfica resolveu usar os aromas como aliados. Hoje no mercado diversas gráficas estão apostando em produtos aromatizados, que dão um requinte a mais às peças.

Para aguçar o olfato dos consumidores, a técnica costuma ser simples. Através da aplicação de um verniz com microcápsulas do aroma escolhido, o cheiro é fixado no papel. É possível fazer essa impressão em *offset*, flexografia, serigrafia e UV. A quantidade de cheiros aplicáveis é grande: é possível colocar aroma de flores, frutas e alimentos em geral, mas há também a possibilidade de usar aromas exóticos como o cheiro de carro novo. Os mais procurados costumam ser as fragrâncias de comida, como chocolate e café. Essa inovação já vem sendo experimentada por grandes marcas do setor alimentício, principalmente em ações promocionais. Os aromas são facilmente aplicados em revistas, *folders*, catálogos e qualquer outro produto impresso em rotativa.

Nas impressões aromáticas, a fragrância é liberada quando a área que contém as microcápsulas é friccionada. Sair do campo da visão e da audição e explorar também o olfato dos consumidores é uma prática relativamente nova, mas que já possui nome: é o marketing olfativo. Com ele, é possível promover algum produto ou serviço marcando a memória do consumidor com um aroma. Além de usar papéis, embalagens e produtos aromatizados, algumas empresas também usam fragrâncias dentro dos estabelecimentos, para tornar o lugar mais agradável e, assim, aumentar o tempo de permanência do cliente no local. O principal benefício da utilização do marketing olfativo é que sua eficiência é praticamente

instantânea: o consumidor irá ligar o produto às lembranças agradáveis produzidas pelo cheiro.

Gráficas apostam nos aromas

Algumas empresas no Estado estão testando essa técnica. É o caso da gráfica Jacuí, de Cachoeira do Sul. Em uma ação promocional, a empresa criou uma embalagem com cheiro de chocolate que está sendo entregue como um brinde aos clientes. Com o slogan *Prove essa delícia*, o presente é composto de um guardador de bloquinhos de papel e uma embalagem estilizada, que parece um chocolate de verdade. A arte foi desenvolvida pela designer Dionise Tavares, da própria Jacuí. Para a criação, a empresa usou a máquina de verniz localizado serigráfica, que já era usada para aplicação de verniz comum. Segundo o diretor comercial, Ricardo Vieira da Cunha, o produto foi uma inovação em 2016 para a empresa. “Estamos trabalhando como essa ação promocional há cerca de 3 meses. Entregamos para clientes especiais, que consideramos ter um vínculo conosco, para agradecer a parceria”, explica.

A fabricação de produtos com aroma significa um novo nicho para a gráfica divulgar seu trabalho. “É uma abertura de mercado, pois a Jacuí passa agora a oferecer essa técnica e começa a aparecer retorno”, afirma Cunha. O cliente tem à disposição mais de mil tipos de aroma, que podem ser colocados em diversos formatos, desde que o substrato seja o papel. O cliente informa à gráfica o cheiro escolhido e ela adquire com o fornecedor. Por ser um produto mais nobre, ele acaba custando cerca de 20% a 30% a mais que o impresso comum. Entretanto, o investimento vale a pena, pois o cliente terá algo diferenciado. A ideia da gráfica Jacuí é criar um aroma diferenciado por ano. “Os clientes adoraram. Poucos conheciam a existência dessa possibilidade no ramo gráfico”, comenta o diretor.

A Lupagraf, de Santa Cruz do Sul, também apostou na novidade. O setor de marketing criou em 2016 um *kit* promocional, contendo



Divulgação/Gráfica Jacuí

Aroma de chocolate foi a escolha da Jacuí



Divulgação/Lupagraf

Lupagraf apostou no aroma do café

do calendário, caderno e bloco de rascunhos, todos aromatizados. Na arte dos produtos, grãos e uma xícara de café, além de decorar, exalavam o aroma da bebida. Foram feitos cerca de 600 *kits* completos e distribuídos aos clientes. Segundo um dos diretores da gráfica, Guilherme Lupatini, a empresa está sempre em busca de novidades. “Há uns 6 anos, fizemos um portfólio com produtos com aroma. Este ano, ao lembrar dessa experiência, pensamos em criar um produto próprio nesse estilo”, explica.

A iniciativa rendeu bons frutos. Depois da ação, a Lupagraf fez vários orçamentos, fechou alguns deles e chegou a realizar esse tipo de impressão em alguns trabalhos. “O retorno foi bastante positivo e ajudou na nossa divulgação. Sempre que pudermos vamos investir nessa técnica, porque vale a pena”, revela Lupatini. O *kit* promocional com aroma de café também rendeu para a gráfica uma boa colocação no Prêmio Gaúcho e no Fernando Pini em 2016. Segundo ele, a inovação permanecerá como foco da Lupagraf: “Em 2017 continuaremos investindo em materiais diferenciados, para agregar valor aos produtos”.

Prêmio Gaúcho em fase de realização

Com o começo de um novo ano, a preparação para o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica – uma das maiores realizações da Abigraf-RS – já está a todo vapor. Mais uma vez trabalhando juntamente à Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), a 13ª edição do concurso promete ser novamente um arauto para as gráficas exporem a sua seleção de melhores impressos realizados durante o período de 10 de junho de 2016 até 8 de junho de 2017.

O regulamento está em processo de formulação e deve ser divulgado até o final de fevereiro. A partir dele, os empresários gráficos gaúchos poderão conferir como será o funcionamento do concurso este ano, além de verificar quais as cláusulas e categorias em que os seus produtos se encaixam para a avaliação. Por isso, é imprescindível, desde cedo, guardar com cuidado diversas peças de cada possível produto concorrente para que estejam em boa apresentação durante o período de avaliações. Todo cuidado é pouco, uma



Fabio Pinheiro Sredigat-RS

vez que todo dano e defeito nas peças – como sujeira, amassados e borrões – podem gerar desconto de pontos pelos jurados.

A comercialização do Plano de Patrocínio do Prêmio Gaúcho, que começou no início de outubro e se estende até março, está à disposição dos interessados. Ao apoiar o concurso, além de receberem mais visibilidade para as suas marcas, os fornecedores também assumem um papel importante de incentivadores da qualidade do setor gráfico do Rio Grande do Sul. Os interessados podem escolher a cota Premium, com investimento de R\$ 6 mil, ou ainda a Master, de R\$ 10 mil. Entre os benefícios de promover a premiação estão a inser-

ção de logomarca nos meios de divulgação e nos locais do julgamento do concurso, na exposição das peças concorrentes e na cerimônia da entrega de troféus.

Cronograma

Este ano, a inscrição dos impressos acontecerá de maio a junho e será dividida em duas partes: o primeiro período vai de 2 a 16 de maio e contará com descontos especiais. A segunda fase se estende de 17 de maio a 8 de junho. O julgamento dos produtos inscritos, como já é de praxe, será coordenado pela ABTG e se desenrolará de 27 a 29 de junho.

A partir de então, a indústria gráfica gaúcha começa a se preparar para a grande festa do setor: de 3 a 20 de julho inicia-se a venda de ingressos para a cerimônia de premiação, que está marcada para o dia 28 de julho, na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). Organize-se e não perca a oportunidade de participar deste grande evento!



Patrocine e fortaleça sua marca no mercado gráfico gaúcho!

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

REALIZAÇÃO



PARCEIROS



Aprendiz com garantia provisória

Os estabelecimentos com 7 empregados ou mais devem contratar aprendizes na forma das disposições do art. 429 da CLT. A quota de aprendizes é de 5 a 15% dos trabalhadores existentes em cada estabelecimento, cujas funções demandem formação profissional.

O contrato de aprendizagem, conforme disposições do art. 428 da CLT, é um contrato de trabalho por prazo determinado com finalidade específica, em que o empregador se compromete a assegurar ao maior de 14 e menor de 24 anos formação técnico-profissional compatível com o seu desenvolvimento físico, moral e psicológico. O aprendiz deve estar inscrito em programa de aprendizagem.

Tal obrigação legal é de conhecimento dos empregadores. Todas as empresas são sabedoras da necessidade de contratação de aprendizes e até mesmo da dificuldade em ter aprendizes disponíveis nas instituições de formação. Há necessidade, no entanto, de

observar que para os aprendizes são assegurados direitos de empregados que mantêm contratos a prazo determinado, dentre eles o de garantia provisória de emprego. Segundo a jurisprudência do TST, conforme a atual redação do item III da Súmula nº 244, a gestante faz jus à estabilidade provisória mesmo se o início da gravidez ocorreu no período de vigência de contrato por prazo certo.

Em sendo o contrato de aprendizagem um contrato de emprego a prazo determinado, está essa trabalhadora protegida pela legislação que assegura garantia provisória de emprego à gestante. Tal fato foi analisado pela 8ª Turma do Tribunal Superior do Trabalho nos autos do processo nº TST-RR-523-16.2015.5.02.0063, que reconheceu a referida estabilidade à empregada aprendiz que acabou tendo seu contrato extinto quando estava grávida.

Cabe aqui mais um desafio aos gestores de Recursos Humanos. Terão os empregado-



Daniel Rodrigues/Divulgação RMYC

BENÔNI ROSSI
Advogado trabalhista

res contratantes de aprendizes que ter maior atenção quando da efetivação da extinção das relações de trabalho com aprendizes.

Vale lembrar que outras garantias provisórias, como a decorrente de acidente de trabalho, prevista no art. 118 da Lei nº 8.213/91, também está sendo considerada pelo TST como assegurada aos contratos a prazo determinado (Súmula nº 378 do TST, III). Trata-se de uma contradição, mas essa é a posição do Tribunal Superior do Trabalho.

Contratos de locação (parte final)

A qualificação positiva do contrato de locação no Registro de Imóveis, ou seja, a certificação pelo registrador de que o citado título encontra-se apto para o registro ou a averbação em comento, deve atender a alguns requisitos. Esta preocupação é de extrema pertinência, já que nos referimos a benefícios ao locatário e eventuais exigências quanto à qualificação do locador poderiam impedir a constituição das garantias.

Por outro lado, a norma mencionada é uma manifestação do princípio da cindibilidade do título. Sempre que o documento contiver requisitos suficientes para formalizar o ato, o registrador deve fazê-lo. O princípio da especialidade do registro público também possui grande relevância para o ingresso do contrato de locação na serventia de registro imobiliário. Pela sua substância, o título deve contar a plena

e perfeita identificação do imóvel, sob pena de ser devolvido para o apresentante.

Embora não esteja no rol de atos praticados pelo oficial de registro de imóveis elencados no artigo 167, incisos I e II, da Lei de Registros Públicos (LRP), há um outro que deve ser formalizado na serventia registral imobiliária. Trata-se da caução em bens imóveis, que deve ser averbada à margem da matrícula do imóvel oferecido pelo locatário ao locador. Além de ser uma garantia de grande importância, não é absoluta a regra do artigo 220 da LRP, que considera, para fins de escrituração, credor e devedor, respectivamente, o locatário e o locador. Neste caso, ela é diretamente em benefício do proprietário do imóvel.

A garantia em estudo está regularizada no artigo 38, parágrafo 1º, da lei federal 8.245/1991. É possível concluir que, em razão da natureza



Arquivo pessoal

PAULO SCHARLAU
Advogado cível

obrigacional do contrato de locação, as partes contratantes frequentemente têm a falsa noção de que o instrumento contratual é suficiente para confirmar as garantias que envolvem a locação.

No entanto, quando o contrato é um bem imóvel, a validade das garantias depende das normas e princípios de registro público e da apresentação do título no Registro de Imóveis.

Paixão pela gráfica atravessa gerações

As artes gráficas sempre estiveram presentes na vida do empreendedor Emerson Fernando Flores Garcia. Seu avô paterno, Bernardino Garcia, foi professor de Artes Gráficas na Escola Parobé. Seu pai, João Elpídio Garcia, fundou a gráfica Vênus, de Porto Alegre. Desde pequeno, Emerson ia para a gráfica com seu pai, e foi assim que ele começou a adorar o segmento. Seguindo os passos de seus antepassados, ele, hoje, aos 52 anos, é sócio-proprietário da gráfica, que há quase cinco décadas atua na zona Sul da capital.

Porém, antes de iniciar sua trajetória na Vênus, Emerson passou por ramos bem diferentes. Seu primeiro emprego foi de *office-boy*. Depois, chegou a trabalhar em um restaurante e em uma olaria. Em 1985, ele entrou para a Brigada Militar do Estado, atuando no Batalhão de Polícia de Choque (BPCHOQ). Apenas em 1988, a convite de seu pai, que ele deixou a Brigada e começou a trabalhar na gráfica. “Passei por todas as etapas da empresa. Fui talonador, cortador, tipógrafo, impressor e linotipista. Só depois de passar por tudo isso que meu pai me permitiu gerenciar”, recorda. Em 1995, Emerson assumiu a direção da Vênus. Em meio a tudo isso, iniciou seus estudos no curso superior de Contabilidade, mas em função da vida corrida ainda não concluiu a formação.

Em sua gestão, o sócio-proprietário aponta que manter o foco na inovação é impor-

tante. “Muitos empresários ainda pensam que se o avô trabalhava de um jeito e o pai também, ele deve fazer igual porque com eles sempre deu certo. Mas isso é errado. Temos que ousar, apostar e sempre estar atento às oportunidades”, declara. Quando pensamos em empreendedorismo, logo associamos à juventude. Entretanto, Emerson afirma que ser empreendedor não tem idade. Para ele, empreender é, principalmente, atender às necessidades dos clientes: “Eles nos dizem todos os dias qual o caminho que devemos seguir. Basta apenas ter a mente sempre aberta para ouvir”. Para que a visão de negócio dos empresários não seja atrapalhada por tradições e conceitos antigos, ele recomenda: “O empresário que deseja ser empreendedor tem que sair da sua zona de conforto”.

Fundada em 17 de outubro de 1967, a gráfica Vênus completa 50 anos em 2017. A empresa trabalha principalmente com impressão digital e *offset*, e possui diversos produtos disponíveis, como adesivos, *banners*, *folders* e cartões diversos, entre outros. A gráfica hoje está em processo de expansão. Desde 2000, a empresa está investindo em maquinários na área de comunicação visual e digital. A aposta da empresa também é trabalhar forte na internet, um mecanismo que vem crescendo e ajudando empresas a ganharem seu espaço no mercado.



Arquivo pessoal

Além disso, a gráfica aumentou sua gama de clientes, atendendo tanto empresas quanto consumidores finais. “Abrimos um balcão de atendimento proporcionando um ganho financeiro e muita visibilidade. Temos um *mix* de produtos para diversos segmentos da sociedade, desde a indústria até a dona de casa”, explica Emerson. A decisão de apostar também no consumidor final foi uma mudança de visão do empreendedor que surgiu por meio da observação do mercado. “Existem milhares de empresas, mas em contrapartida temos milhões de consumidores. Mesmo nos tempos de hoje, com os problemas na economia e vários negócios fechando, há pessoas em condições de gastar dinheiro”, avalia Emerson.

AGENDA FISCAL – Janeiro de 2017

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 12/2016	4/1	Imp. de Renda na Fonte	Mês 01/2017	20/1
Salário	Folha de pagamento 01/2017	6/1	PGDAS-D	Mês 01/2017	20/1
Empreg. Doméstico	DAE mês 01/2017	6/1	PAES	Parcela INSS lei 10.684/2003	20/1
FGTS	Folha de pagamento 01/2017	6/1	PAEX MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	20/1
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 01/2017	6/1	DCTF-Mensal	Mês 11/2016	20/1
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/1	ICMS – Substituição Tributária	Mês 11/2016	20/1
ISSQN	Prestação de Serviços 01/2017	10/1	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 01/2017	23/1
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 01/2017 – Arquivo Eletrônico	12/1	IOF	2º decênio 01/2017	25/1
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 01/2017	12/1	Cofins	Faturamento 01/2017	25/1
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 01/2017	12/1	PIS	Faturamento 01/2017	25/1
IOF	1º decênio 01/2017	13/1	DeSTDA	Declaração Subst. Trib/Difer. alíq.	30/1
EFD – PIS /Cofins /INSS	Mês 11/2016	13/1	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 01/2017	31/1
Previdência Social	Contribuinte Individual	16/1	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 01/2017	31/1
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 01/2017	16/1	Contribuição Social S/Lucro	4º Trimestre	31/1
SIMEI	Faturamento 01/2017	20/1	Imposto de Renda S/Lucro	4º Trimestre	31/1
Simples Nacional	Faturamento 01/2017	20/1	Parcelamento Lei 12.996	Parcela 01/2017	31/1
Previdência Social	Folha de pagamento 01/2017	20/1	Refis/Paes/Lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	31/1
ICMS – Diferença de Alíquota S N	Mês 11/2016	20/1	Contr. Sindical	Contribuição Patronal	31/1
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Mês 01/2017	20/1			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Delicadeza na impressão

Com uma forte aplicação na área da decoração e arquitetura, a impressão em vidros está, aos poucos, conquistando o mercado brasileiro. De acordo com o industrial gráfico Silvio dos Santos, a impressão desse insumo é mais comumente realizada por meio da impressão digital, mas também pode acontecer via serigrafia, apesar de ser mais incomum para gráficas de pequeno e médio portes. “Isso acontece principalmente porque o custo da impressão serigráfica em vidro acaba sendo maior, devido à necessidade de chapas e fotolitos. Como a impressão digital é gerada diretamente de um arquivo no computador, o processo acontece diretamente”, completa. Santos revela que o tipo de processo mais indicado para o vidro é a impressão digital ultravioleta, que utiliza uma tinta especial: “Devido às particularidades do vidro, como a sensibilidade do material, o ideal é usar esta impressão, na qual a tinta é curada com *led* ultravioleta, e assim que atinge a superfície ela seca, não escorre e não borra”. No caso da impressão

em vidro por serigrafia, os processos utilizados são a vinílica ou mesmo a secagem ultravioleta, em processo semelhante à digital.

As particularidades

De acordo com o consultor gráfico, o vidro, por ser um material muito frágil, inspira cuidados especiais para o procedimento da impressão. O mais importante deles é, incrivelmente, a limpeza: “Qualquer sujeirinha ou grão de poeira podem interferir no resultado final, então deve-se ter muito cuidado para o insumo estar próprio e extremamente limpo ao colocar na máquina”. E ele ainda lembra que, para limpar vidro, os bons e velhos água, sabão e álcool são ideais: “O vidro não pode estar engordurado ou então a tinta escorre, por isso é preciso evitar a utilização de limpa-vidros siliconados, pois eles dificultam a impressão”. Ele também ressalta que cuidados próprios da impressão digital, como um bom arquivo inicial, são decisivos para realizar o trabalho com



Divulgação/ Speedigital Serviços Gráficos

qualidade, uma vez que se o original é bom, a impressão também será satisfatória.

A avaliação de Santos sobre o mercado para este tipo de produto aponta para um consumidor exigente, que sabe o que quer e como deseja que o seu produto seja entregue – principalmente para casos onde o vidro servirá para artigos de decoração ou até mesmo vitrines. Ele ainda ressalta que o maior desafio, ao trabalhar com este insumo, são as diferentes necessidades de cada cliente: “Cada aspecto conta com a aplicação do vidro: se vai para banheiro, tem que cuidar se a impressão vai embaçar. Se fica na rua, há a preocupação com a exposição ao sol e à chuva. Cada cuidado é importante e necessita ser levado em consideração”.



ANUNCIE NESTE INFORMATIVO!

Sua marca vista por quem entende de artes gráficas.

O Sindigraf-RS Notícias é uma das mídias mais lidas pelos empresários gráficos gaúchos, com informações pontuais para o planejamento e o crescimento do mercado gráfico regional. Comunique-se através de quem forma opinião e seja visto por todos.

Grafdil cria caixa para linha de pincéis

Por meio da agência Portal Brasil, a Grafdil, de Dois Irmãos, fez parte de um projeto do caderno Donna, do jornal Zero Hora. A publicação lançou em novembro uma linha de pincéis para maquiagem, assinada pelo maquiador Jorginho Goulart. A participação da Grafdil se deu na criação da caixa que guarda os itens que compõem o conjunto. Dentro dela, os consumidores receberam oito pincéis e uma *nécessaire*.

O setor de criação e desenvolvimento da Grafdil foi o responsável pela elaboração da caixa. Segundo a gerente comercial da gráfica, Angélica Bischoff Dutra, o projeto foi desenvolvido a

partir de amostras dos pincéis: “A Portal Brasil, nossa cliente, forneceu o produto que iria dentro e nos instruiu que o objetivo era criar uma caixa que parecesse uma embalagem para presente”. A partir disso, a equipe elaborou uma peça que, além de valorizar o produto, também proporcionou a facilidade no transporte. “Entendemos o desejo do cliente, criamos a caixa e o resultado foi um sucesso”, comemora Angélica. Agora, o *kit* está sendo vendido pelo caderno Donna.

A gerente comercial conta que participar do projeto foi muito gratificante para a gráfica. “A elaboração de uma peça para um cliente desse



Divulgação/Grafdil

porte é muito importante, ainda mais quando pudemos trabalhar para um maquiador conceituado como o Jorginho Goulart em um caderno renomado como o Donna”, avalia. A ação também significou uma valorização para os colaboradores da Grafdil, pois a criação proporcionou um forte engajamento entre todos os setores da gráfica. “Ver um dos nossos produtos exposto no caderno é um orgulho”, ressalta Angélica.

Centhury oferece aos clientes ingressos para jogos de futebol

Visando à aproximação dos clientes por meio de uma das grandes paixões dos gaúchos, o futebol, a Gráfica Centhury, de Porto Alegre, oferece espaços nos maiores estádios da capital para gremistas e colorados assistirem a partidas dos seus times do coração. Segundo a diretora e proprietária da empresa, Eleonora Duarte, os convênios com os times nasceram a partir de sistemas de

Divulgação/Gráfica Centhury



permuta entre as empresas: “Produzimos alguns materiais gráficos para o Grêmio e para o Internacional, e eles nos cederam espaços nos estádios, que oferecemos aos nossos clientes”.

A gráfica criou então a hashtag #TorcidaCenthury,

pela qual posta fotos dos participantes curtindo os jogos da dupla Grenal. Segundo Eleonora, no Beira-Rio estão disponibilizadas 10 cadeiras na seção de sócios, enquanto na Arena do Grêmio a Centhury desfruta de um camarote. “Costumamos oferecer aos clientes, pois sabemos que muitos são apaixonados. Pretendemos continuar com a parceria durante este ano, tendo em vista o resultado positivo que tivemos”, completa.



DICA DE LEITURA

O caminho do bom vendedor

Considerado por muitos o melhor livro de vendas já publicado, o *best-seller* *A Bíblia de Vendas* é a sugestão de leitura da vez, indicado pelo presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbaski. O livro se propõe a eliminar as dúvidas e abrir caminhos para todos aqueles que atuam no ramo comercial, e é uma boa dica para quem quer se aperfeiçoar neste segmento. De maneira prática e bem-humorada, a obra aponta tudo que um vendedor pode fazer para melhorar sua performance: propõe táticas de venda, apresenta problemas comuns do dia a dia do comércio e, principalmente, traz as soluções que um vendedor deve utilizar. Os conceitos e informações apresentados na obra foram baseados nos princípios da educação e treinamento em vendas. Por

meio deles, os leitores obterão os conhecimentos necessários para atingir as metas e resultados.

A Bíblia de Vendas é de autoria do escritor Jeffrey Gitomer, especialista em atendimento ao cliente. Ele tem em seu currículo vários *best-sellers* focados no marketing, que já venderam mais de um milhão de cópias em todo mundo. Para o autor, o bom vendedor precisa construir uma reputação confiável, se manter sempre bem informado e também deve possuir algum diferencial, uma característica que sobressaia aos demais e que o faça conquistar os clientes. Além disso, o livro não foca apenas no sucesso dos grandes vendedores, mas também analisa casos daqueles que fracassaram, levantando as razões que levaram à falha.



Ficha de leitura

Título: *A Bíblia de Vendas*

Autor: Jeffrey Gitomer

Número de páginas: 295

Editora: M.Books

Investimento: R\$ 110