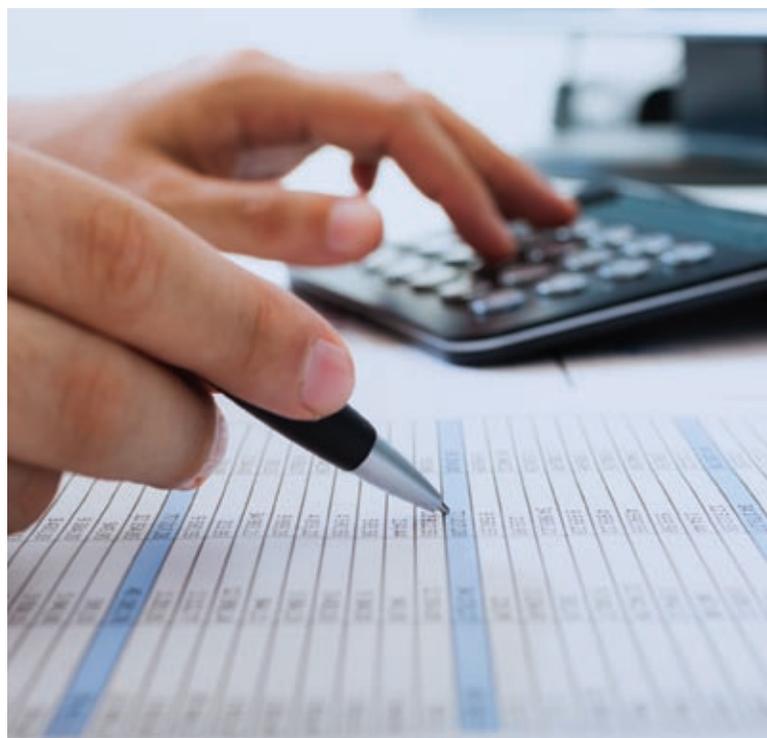




ESPECIAL

Valorização via preço justo



©iStock.com/Minerva Studio

Em um momento de crise, seja por questões internas de uma empresa ou externas, como reflexo da economia de um país, a ideia de baixar os preços para chamar a atenção da clientela parece ser uma saída. Entretanto, isso pode se tornar um verdadeiro desastre para os negócios, pois um preço mal calculado tem chances de causar grandes prejuízos. Na hora de precificar, o empresário precisa levar em conta vários fatores. Além do custo de fabricação, os custos variáveis e fixos do negócio devem ser contabilizados. Isso aumenta a rentabilidade e dá uma boa margem de lucro.

Não se apegar apenas ao preço nesse momento é o ideal. Em vez de vender produtos baratos, apresente soluções aos clientes. Isso faz com que o consumidor agregue valor ao serviço ou produto oferecido. Na reportagem especial desta edição, especialistas explicam como precificar bem, sem causar depreciação nem prejudicar os resultados da empresa. Confira nas páginas 8 e 9.

TENDÊNCIA PÁGINA

7

A paixão pelo material de escritório está atraindo clientes, que desejam itens de papelaria cada vez mais diferenciados

AO EMPRESÁRIO PÁGINA

10

A importância dos cuidados com a saúde e como o estresse do cotidiano pode ser nocivo à mente do gestor



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

Brasil está em transformação, em meio à discussão de importantes temas que devem propor mudanças na educação, legislação trabalhista, previdência social e muitos outros assuntos que terão repercussão em nossas vidas. A crise econômica e política segue gerando instabilidade no país, refletindo-se diretamente nos nossos negócios. Segundo o Índice de Atividade Econômica do Banco Central (IBC-Br), houve um recuo de 4,34% em 2016 em relação a 2015. Já o monitor da Fundação Getúlio Vargas (FGV) estima que o Produto Interno Bruto (PIB) tenha tido um recuo de 3,6% no ano passado.

Por outro lado, a confiança dos empresários da indústria atingiu o melhor nível desde setembro do ano passado. De acordo com a Confederação Nacional da Indústria, o Indicador de Confiança do Empresário Industrial (Icei) aumentou três pontos entre janeiro e fevereiro, atingindo 53,1 pontos. Ou seja, ao que tudo indica, o pior já ficou para trás, já que ultrapassamos a faixa dos 50 pontos que requer mais otimismo por parte de todos.

Estamos retomando a todo vapor a programação do Sindigraf-RS para o ano. Nos dias

17 e 18 de março, teremos a nossa primeira atividade do ano: a caravana para a ExpoPrint Digital 2017. Possibilitando a atualização das gráficas filiadas/associadas ao sindicato, disponibilizamos um subsídio que reduziu pela metade os custos com passagem, estadia e deslocamentos em São Paulo. Neste ano, oferecemos também uma ajuda de custo para as gráficas do interior que contam com gastos adicionais para participar do evento. Tudo isso para que os colegas possam aproveitar a oportunidade de atualização, convivência e troca de experiências com outros empreendedores do setor. Mas nossas programações em 2017 serão abertas oficialmente em 29 de março, com palestra do consultor Eduardo Tevah, a partir das 19h30, na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre. Esperamos contar com a participação de todos os empresários gráficos gaúchos, para que juntos possamos construir um ano de muitas realizações.

Teremos diversas outras ações, como a continuidade de parcerias com o Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertasoe com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), da Federação das Indústrias do Rio Gran-

de do Sul (Fiergs), com programações voltadas à capacitação dos empresários.

Além disso, voltarei ao interior do Estado para conversar com os colegas sobre o mercado e a gestão de nossas empresas, assim como para saber das necessidades de cada região nos próximos anos. A sugestão dos empresários é sempre bem-vinda para que possamos alinhar o planejamento da entidade aos interesses do setor. Essas e outras iniciativas, assim como os nossos produtos e serviços, são algumas das contrapartidas da entidade às contribuições realizadas. O ano reserva ainda muito mais! Acompanhe nossas mídias sociais, as notícias em nosso site e o conteúdo deste informativo – e programe-se!

O 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica terá algumas novidades nessa edição, que serão apresentadas em breve no regulamento do concurso. Não perca tempo e já separe as suas melhores peças para garantir sua inscrição no prêmio regional. Será uma grande festa, que serve também como vitrine para a conquista de outros mercados. Prepare-se desde já, garantindo mais chances de levar para casa muitos troféus. Vamos em frente, pois juntos somos mais fortes!

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: 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



Sindigraf-RS promove capacitação e integração em 2017

Os empresários gráficos devem se preparar, pois o Sindigraf-RS planejou para este ano uma agenda cheia de atividades. No dia 29 de março, às 19h30, acontece a Palestra Magna com o empresário e escritor Eduardo Tevah, que possui vivência prática como gestor e consultor de grandes empresas nacionais e internacionais. Intitulada *2017 – O Ano da Excelência*, a palestra tem como intuito provocar uma mudança imediata nas atitudes das pessoas. O evento será realizado na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais e o investimento é de 1kg de alimento não perecível. Para participar é só enviar para o e-mail eventos@sindigraf-rs.com.br a ficha de

inscrição preenchida. As vagas são limitadas e as inscrições vão até 21 de março.

A partir da pesquisa de satisfação das filiadas/associadas, o Sindicato organizou uma série de ações, conforme o plano de ação para 2017, pensando em levar conhecimento e inovação para o segmento gráfico. Para ficar mais próximo dos empresários, o presidente Angelo Garbarski visitará as cidades do interior e realizará um bate-papo informal. O Sindicato permanece aberto às sugestões das filiadas/associadas para ideias de temas que possam ser contemplados nesses e em outros eventos. Conheça as demais atividades já confirmadas para este ano:

Programações

- ▶ **Caravanas** – A primeira caravana do ano será para a Expoprint Digital, que ocorre de 15 a 18 de março em São Paulo e oportuniza aos empresários conhecer as novidades do mercado gráfico. Eventos como a feira Serigrafia Sign Future Textil 2017 e o Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica também contarão com caravanas organizadas pelo Sindicato.
- ▶ **Palestras** – Ocorrerão diversas palestras ao longo do ano, de forma descentralizada. O Sindigraf-RS conta com a participação de suas filiadas/associadas para sugerir temas de seu interesse. Está prevista ainda mais uma palestra magna com um palestrante de renome.
- ▶ **Encontros empresariais** – Estarão de volta os Encontros Empresariais – Bate-Papo Sindical.
- ▶ **Confraternizações** – Para fomentar a integração entre os empresários, o Sindicato promoverá no segundo semestre edições descentralizadas da Confraternização da Família Sindigraf-RS. Os locais onde os eventos acontecem serão anunciados em breve.
- ▶ **Concurso de Desenho Infantil** – Em sua 9ª edição, o Concurso de Desenho Infantil ocorrerá no segundo semestre.

15 a 18 Março

ExpoPrint Digital 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: APS Feiras

29 Março

Palestra Magna, com Eduardo Tevah

Local: Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, Av. Francisco Silveira Bitencourt, 1928, bairro Sarandi, Porto Alegre (RS)

Horário: 19h30 / **Promoção:** Sindigraf-RS

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 Sign 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 dos 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.

Informação e inovação na Expoprint Digital 2017

Nos dias 15 a 18 de março ocorre no Expo Center Norte, na cidade de São Paulo, a ExpoPrint Digital 2017. Reconhecida como uma das maiores feiras do segmento, é uma oportunidade para adquirir conhecimento por meio de palestras e de ficar por dentro das novidades tecnológicas da indústria gráfica. O Sindigraf-RS promove uma caravana para levar os empresários gráficos até o evento, e todas as vagas já estão fechadas.

A feira dá a possibilidade de ver de perto toda a inovação dentro do mercado de impressão digital. Haverá estandes de vários segmentos, como comunicação visual, sinalização, estampa digital, sublimação, decoração de interiores,

produção de impressos personalizados e muito mais. Até o momento são mais de 70 expositores confirmados: grandes nomes como HP, Xerox, Zênite, Konica Minolta e Dupont, entre outros.

Ao mesmo tempo e no mesmo local, ocorre ainda a feira da Federação Global de Associações para a Indústria da Comunicação Visual (Fespa Brasil), que disponibiliza diversos congressos educacionais e outras iniciativas. Este ano, a Fespa Brasil abrigará nos dias 15 e 16 de março o Congresso Internacional de Comunicação Visual e Impressão Digital; o dia 17 será dedicado à estampa digital, com a Fespa Digital Textile Conference; no dia 18 ocorre o Su-

blimation Day, que abordará a impressão por sublimação. Além disso, a feira contará com o espaço interativo Fespa Showroom e será o local onde ocorre o Campeonato Brasileiro de Envolvimento Automotivo (Cambea).

Érica Dal Bello/Divulgação APS Feiras & Eventos



O DIA A DIA DO PRESIDENTE

6 Fevereiro

Expediente nas entidades
(Sede, Porto Alegre)

7 Fevereiro

Expediente nas entidades e reunião da diretoria da Fiergs
(Sede/Fiergs, Porto Alegre)

13 Fevereiro

Expediente nas entidades
(Sede, Porto Alegre)

14 Fevereiro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

16 Fevereiro

Expediente nas entidades
(Sede, Porto Alegre)

21 Fevereiro

Reunião do Contrab
(Fiergs, Porto Alegre)

AGENDA DO PRESIDENTE

7 Março

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

8 Março

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

14 Março

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

17 Março

Reunião da diretoria Executiva da Abigraf Nacional e
Visita à ExpoPrint Digital
(São Paulo)

21 Março

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

29 Março

Reunião plenária das entidades, assembleia geral do Sindigraf-RS e palestra com Eduardo Tevah
(Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, Porto Alegre)

Sesi-RS disponibiliza imunização contra a gripe

Com o intuito de prevenir o contágio pelo vírus Influenza, o Serviço Social da Indústria no Rio Grande do Sul (Sesi-RS) realiza mais uma edição da Campanha de Vacinação contra a Gripe. A iniciativa, promovida anualmente, ocorre nas dependências das indústrias. O objetivo da ação é reduzir os afastamentos de trabalhadores por causa da doença, que traz relevante impacto econômico e social para o trabalho e a empresa, a família e a sociedade. Previsto para ser publicado em março, o edital de lançamento da campanha traz todos os critérios necessários para a adesão das gráficas gaúchas, além do período de realização *in company*.

A campanha busca atender desde o processo educativo sobre a gripe até a aplicação das vacinas nas dependências das empresas. Para mais informações, acesse o site www.sesirs.org.br ou entre em contato com a Central de Relacionamento pelo telefone 0800 518 555 ou pelo e-mail campanhавacinao@sesirs.org.br.



©iStock.com/Little Bee 80

Entenda a doença

De acordo com o Ministério da Saúde, a gripe é uma doença viral, com ocorrências de febre, calafrios, tremores, dores de cabeça e garganta, tosse seca e coriza. A enfermidade geralmente dura uma semana, com os sintomas sistêmicos persistindo por alguns dias. A vacinação é a forma mais eficaz, segundo o órgão, para a redução do impacto do vírus *influenza*.

Evento do IEL tem desconto especial

Proporcionando a qualificação de suas empresas filiadas/associadas, o Sindigraf-RS firmou uma nova parceria com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). O benefício garante desconto para inscrições no evento *Diálogos para o futuro 2017*, que ocorrerá em 22 de março, das 8h20 às 12h, no Centro de Convenções Fiergs, em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8787).

Às 9 horas, haverá a palestra *A cultura do coaching na construção de times de alto desempenho*, com o coach Alexandre Prates. Especialista em desenvolvimento humano e organizacional, ele abordará a postura das pessoas e empresas em momentos de turbulência, dando dicas para ultrapassar as barreiras da inércia e do pessimismo. Em seguida, a campeã mundial de vôlei e medalhista olímpica Virna Dias falará sobre *Feedback e sua importância na construção de times de alta performance*. Durante a explanação, a ex-atleta mostrará sua experiência na convivência com grandes lideranças do esporte.

Para participar, empresários gráficos de filiadas/associadas ao sindicato precisam preencher o formulário de inscrição disponível em www.ielrs.org.br. Após informar sua razão social, deve-se inserir entre parênteses a palavra "Sindigraf" para garantir o desconto especial de 30%. Com essa vantagem, o valor do investimento passa de R\$ 110 para R\$ 77 por pessoa. Garanta já a sua inscrição e participe!

Atenção ao cronograma do IRPF e do IRPJ 2017

Já está disponível para *download* o Programa Gerador da Declaração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física (IRPF) 2017. O contribuinte, que teve rendimento tributável em 2016 maior do que R\$ 28 mil ou não tributáveis acima de R\$ 40 mil, terá até 28 de abril para preencher e enviar os dados necessários para o site da Receita Federal (www.idg.receita.fazenda.gov.br). Neste ano, a tabela do IRPF foi reajustada em 5%. É necessário escolher o tipo de declaração, dividida entre simplificada e completa. Tendo em mãos os documentos exigidos, como comprovante de rendimentos, devem-se apontar todas as fontes de rendimento, desde salários, aposentadorias e aluguéis até outros investimentos, além da compra de bens.

Já o Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) 2017 se destina às empresas individuais e com inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Ele é determinado pela base do lucro real, sendo arbitrado ou presumido por períodos trimestrais. O primeiro deles se encerrará em 31 de março. Os demais atendem ao seguinte cronograma: 30 de junho, 20 de setembro e 31 de dezembro de cada ano do calendário de vigência. O IRPJ 2017 será feito conforme a opção do próprio contribuinte, mas também pode ser apurado anualmente. Basta acessar o site www.receita.fazenda.gov.br e escolher a opção preenchimento da declaração de inatividade. O governo deve ser informado de todos os ganhos e gastos da sua empresa.

Inscrições para cursos do Senai de Artes Gráficas

Cinco cursos do Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso estão com inscrições abertas. Por meio da parceira consolidada entre a escola e o Sindigraf-RS, empresas filiadas e adimplentes têm reembolso de até 90% nas qualificações, de acordo com a distância da empresa em relação à capital gaúcha. O ressarcimento pode ser solicitado mediante apresentação de certificado de conclusão de curso ao sindicato pelo telefone (51) 3323-0303 ou no e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br. No primeiro semestre, estão previstas

turmas de *Impressão Digital – módulo 2*, com início em 1º/04, *Gerenciamento de cor* (a partir de 6/05), *Impressão offset em máquinas quatro cores*, *Tecnologia de impressão flexográfica banda estreita* e *Corel Draw* (ambos em 11/05). As aulas

Número de empregados	Participantes por curso
0 a 10	até 3
11 a 30	até 6
Acima de 30	até 10

ocorrerão aos sábados, em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8450), das 8h às 17h. Os cursos têm duração de 48h/aula (*Gerenciamento de cor*) e 40h/aula (demais qualificações). Mais informações e inscrições pelos telefones (51) 3904-2610 e 0800 518 555 ou no e-mail secretaria.grafica@senairs.org.br. Participe!

Classe	Reembolso por distância em km da gráfica até Porto Alegre		
	0 a 100	101 a 300	Acima de 300
Associadas	50%	70%	90%
Filiadas	35%	55%	75%

Luc Pinheiro é administrador de empresas, com pós-graduação em consultoria pela USP, especializando-se em gestão estratégica de organizações. Ao pautar suas ações no associativismo e cooperativismo, Luc fundou a Clarius, uma empresa focada em educação corporativa e consultoria. Nesta entrevista, Luc fala sobre a importância de consultorias e como estabelecer metas



Arquivo pessoal

De que maneira o trabalho de consultoria pode pautar uma jornada de sucesso para as empresas?

LUC PINHEIRO A consultoria é fundamental para ajudar as empresas a se desenvolverem. O principal diferencial de uma consultoria é trabalhar com o olhar de fora, o que pode operar verdadeiros milagres para a empresa. Além disso, muitos acreditam que consultorias só são necessárias quando há problemas, mas elas podem beneficiar até no fortalecimento de uma empresa que já é referência no mercado.

Como estimular metas mais assertivas para a retomada do crescimento das gráficas?

LUC PINHEIRO Metas têm o grande objetivo de colocar equipes em movimento. Portanto, não podem ser pequenas a ponto de as pessoas nem se empolgarem com elas e também não podem achar que será impossível de alcançar. Procure encontrar um equilíbrio que faça as metas serem impulsionadores da equipe, e não o contrário.

Quais as competências que um gestor mais produtivo deve ter?

LUC PINHEIRO Para ser produtivo, o gestor precisa se dedicar àquilo que está diretamente conectado com o resultados. As pessoas acreditam que ser produtivo é fazer 50 coisas ao mesmo tempo. O ideal é que, antes de começar o dia, o gestor faça uma lista do que deve ser realizado ao longo do expediente. Os três primeiros itens corresponderão ao que dá lucro à empresa, e é por aí que se deve começar. Os três próximos devem ser aqueles que economizam custos, e entrarão em seguida no cronograma.

Como o associativismo pode transformar o meio empresarial?

LUC PINHEIRO O associativismo propõe que as empresas juntas são mais fortes do que individualmente. Ao se reunir, o setor pode assumir clientes maiores, vendendo mais e melhor. Também pode ajudar as gráficas a economizar, em custeio de equipamentos e convênios no geral. No associativismo, não é 'primeiro eu ganho e depois ajudo', mas sim 'eu invisto para depois ganhar bastante'.

Qual a importância de os executivos ocuparem também espaços como líderes voluntários?

LUC PINHEIRO Fundamental. Carecemos de lideranças no associativismo, e se é para defender os interesses dos empresários, o movimento deveria ser liderado por esses diretores. Se envolver em associações e sindicatos significa empreender um valor maior que a mensalidade, se engajando nas diretorias.

Fiscalização da NR-12 tem regras alteradas

A fiscalização da Norma Regulamentadora nº 12 (NR-12) agora está com novas regras. As alterações foram publicadas em janeiro no Diário Oficial da União, pelo Ministério do Trabalho. A NR-12 regulamenta a segurança das máquinas e equipamentos nas empresas. A inspeção para verificar se as máquinas estão dentro da norma permanecerá acontecendo normalmente. O que muda é que agora, antes de emitir autos de infração e multas, será dado um prazo de até 12 meses

para os empresários se adequarem. A alteração pretende trazer mais flexibilidade para as empresas que realmente pretendem regularizar a situação de suas máquinas.

Caso o empresário não consiga fazer as adequações necessárias dentro do tempo estabelecido pela fiscalização do Ministério do Trabalho, agora ele terá a possibilidade de pedir a prorrogação do prazo. Para isso é preciso apresentar uma justificativa técnica ou econômica devidamente comprovada. Entretanto, o

que não sofre alteração são os casos em que as máquinas oferecem risco grave e iminente de acidentes. Essas serão imediatamente interditadas. As mudanças na norma ficarão em vigor por 36 meses e seus efeitos serão estudados para ver se causaram melhorias, tanto na segurança dos trabalhadores quanto na adequação das empresas. A íntegra da atualização da NR-12 pode ser visualizada no site oficial do Ministério do Trabalho, no endereço <http://trabalho.gov.br/>.

Abigraf Nacional representa o RS no Theobaldo De Nigris

O Brasil obteve bons resultados no Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo De Nigris. Dos 286 inscritos, 18 ganharam o troféu gráfica ouro, 15 o prata e 17 receberam um certificado de qualidade, totalizando 50 destaques para o país. Para o presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregato, foi um bom número: “O nível foi bem elevado e o critério dos avaliadores foi bem rigoroso. Isso naturalmente valoriza o prêmio e faz do evento um grande sucesso”.

A gráfica Brazicolor, de Caxias do Sul, foi a única ganhadora do Rio Grande do Sul. A empresa venceu a categoria *Rótulos adesivos com processos especiais*, com o produto



Divulgação/Abigraf Nacional

Marco Luigi Chapecoense 10 anos, desenvolvido para o cliente Vinícola Marco Luigi Ltda. Os representantes da gráfica não puderam comparecer à entrega dos troféus. Por isso coube a Ceregato receber o prêmio.

Como o evento ocorreu em um local distante, a Abigraf recebeu os troféus por todos aque-

les que não puderam comparecer. O presidente aponta que ganhar o prêmio é um diferencial dentro da indústria gráfica. “Receber este troféu destaca a empresa no Brasil e na América Latina. Demonstra uma qualidade excepcional para poder exportar, conquistar novos clientes e fidelizar os antigos”, avalia. Apesar de ter recebido menos prêmios que nas edições anteriores, Ceregato observa que o RS é uma referência no país. “Percebe-se claramente o empenho e o comprometimento dos dirigentes da Abigraf-RS de elevar sempre as gráficas representadas. Com bons empresários, equipamentos atualizados e mão de obra qualificada, o Estado gera produtos de alta qualidade”, destaca o presidente.

Indústria gráfica gaúcha em números

O Departamento de Estudos Econômicos (Decon), da Abigraf Nacional, elaborou um mapeamento do perfil da indústria gráfica gaúcha no contexto nacional. Segundo dados do Relatório Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE/Rais), o Rio Grande do Sul reúne 1.695 empresas gráficas, sendo 8,5% das 19.999 registradas no país. Além disso,

o Estado possui 13.961 dos 199.379 funcionários gráficos de todo o território nacional.

A Abigraf Nacional apurou que 82% das empresas gaúchas têm até 19 colaboradores. Destacam-se as gráficas que não possuem funcionários, com 9,9%. O Estado é o quinto maior empregador da indústria gráfica nacional, com 7%. Grande parte dos profissionais gaúchos

possui ensino médio completo (51%), mas apenas 7% dos trabalhadores possuem ensino superior completo. A cidade que mais emprega é Porto Alegre, com 2.086 colaboradores, com média de 8,2 pessoas por estabelecimento. Já o município de Serafina Corrêa conta com gráficas maiores e possui 66,6 funcionários por empresa. A maior parte dos estabelecimentos gráficos (22%) está localizada na capital.

As exportações gaúchas são predominantemente de embalagens. Em 2015, esse segmento aumentou sua exportação de 63% para 69%, em relação ao ano anterior. Em segundo lugar está o ramo dos cadernos, com crescimento de 17% no mesmo período. As embalagens também são as campeãs de importação, ocupando a primeira colocação com 57% do total na comparação dos dois anos. O segmento das etiquetas, que já representou 28% das importações em 2014, passou para apenas 10% no ano seguinte.



©iStock.com/Yuri Arcuri

A febre pelo papel

Que tal encarar os itens de papelaria como algo relacionado a adultos? O mercado de material de escritório, principalmente produtos especiais e sofisticados, tem atraído cada vez mais consumidores, que agora desejam itens diferenciados, que vão desde canetas até agendas

Você já parou para pensar em como a tendência de interesse por itens de papelaria tem aumentado entre os adultos nos últimos anos? *Hit* principalmente entre os adultos (que cultivam o gosto pelo papel desde a infância e adolescência), que ao trabalharem em seus próprios escritórios, seja home office, seja em uma empresa, prezam pela organização e beleza dos seus materiais.

Segundo estudos da empresa alemã Messe Frankfurt, que organiza a feira Paperworld, que aconteceu em Frankfurt, em janeiro de 2017, uma das maiores do ramo de papelarias, os próximos anos no setor de materiais de escritório devem seguir a tendência de equilíbrio entre itens digitais e não digitais, e itens tradicionais, como canetas esferográficas, marcadores de texto, blocos autoadesivos e materiais para organização de ambientes devem se manter como queridinhos do público nos próximos anos. Além disso, a pesquisa aponta que outra grande tendência para o futuro da papelaria reside em escritórios adaptados aos processos de trabalho e às necessidades de comunicação próprias.

Esta ideia vai ao encontro das tendências que temos em evidência hoje, com o gosto do consumidor voltado a itens de organização no ambiente de trabalho. Esta linha parte desde blocos de anotação diferenciados, chegando até agendas mais detalhadas, com separações para anotações especiais. Os blocos autoadesivos, conhecidos principalmente em sua forma quadrada em cor amarela, agora assumem as mais diversas cores, tamanhos e formatos, incluindo versões com pauta, para quem sofre para escrever em linha reta. Os caderninhos brochura com as bordas arredondadas, mundialmente famosos sob a marca Moleskine, também caíram no gosto do público, que adotou o seu tamanho diminuto para anotar lembretes, contatos e listas de afazeres, entre outros.

Indo além do papel, opções de personalização de canetas esferográficas, hidrográficas próprias para escrita em papéis de baixa gra-



©iStock.com/Mapostille

matura, marca-textos e lápis podem ser ótimas opções para oferecer como amostra do seu trabalho ao cliente. Estes produtos são sempre úteis para quem recebe, e estão sempre posicionados de maneira visível na empresa.

A experiência

A Lupagraf, de Santa Cruz do Sul, conhece de perto a produção de materiais de escritório – em 2016, a empresa levou pela terceira vez o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica na categoria Papelaria, e em 2015 recebeu o troféu pela categoria Cadernos. Segundo o diretor da empresa, Guilherme

Lupatini Neto, a produção de itens de papelaria sempre esteve no portfólio da empresa. “Damos muita importância a estes itens, pois os nossos clientes confiam no nosso trabalho e sabemos que material de escritório é algo que sempre vende bem”, revela. Devido ao trabalho da Lupagraf no segmento, a empresa está sempre buscando desenvolver novas opções de produtos para satisfazer os clientes, partindo desde lápis personalizados até cadernetas de anotação únicas. “Estamos sempre em busca de novos tipos de acabamento, corte, opções de papel, de maneira que o nosso trabalho não seja apenas eficiente, mas também diferenciado”, completa.

Você já ouviu falar em *planner*?

Mais popularmente conhecido fora do Brasil, o *Planner* (em tradução livre, planejador diário) é um planejador em papel muito similar a uma agenda, mas que está aberto a customizações do usuário. O público-alvo é constituído pelos apaixonados por papelaria em geral, que adoram itens como canetas coloridas, marca-textos, blocos adesivos coloridos, e que, na contramão da tecnologia, preferem colocar tudo no papel – desde a quantidade de água tomada por dia até os gastos com alimentação. Além disso, os *planners* têm por principal característica serem esteticamente agradáveis, apostando assim em um *design* de ponta para conquistar o consumidor. Os planejadores podem ser diários, semanais ou até mesmo mensais, e também podem assumir um objetivo, como *planners* para adotar uma dieta, se preparar para uma viagem ou manter em dia os cuidados com uma gestação.

Especial

Com a baixa nas demandas de trabalho, a primeira reação do empresário é reduzir os valores, na intenção de vender mais. Entretanto, essa medida pode trazer sérios prejuízos para a empresa e causar a depreciação dos produtos e serviços oferecidos

Precificar sem desvalorizar

Na hora de estabelecer os preços de produtos e serviços, o empresário precisa ter bastante percepção de todo o negócio. É importante ter em mente que apesar das análises da economia no país, o foco principal ao precificar deve ser sempre em lucrar e evitar o prejuízo. Para estabelecer um valor justo, devem ser levados em consideração todos os custos, a margem de lucratividade e os percentuais de comissão, caso houver. Com a atual instabilidade econômica, é comum que o empresário esteja com as margens de lucro mais baixas. Por isso é possível diminuir os valores e negociar, mas é necessário haver bastante análise e cautela nesse momento.

Para começar a precificar, o primeiro item que o empresário gráfico deve analisar são os custos. Eles podem ser divididos em custos variáveis, fixos e ocultos. O consultor da ABTG e administrador José Pires explica a diferença entre o variável e o fixo: “Custo fixo é aquele que você tem para manter a empresa e que vem todo mês. Exemplo: folha de pagamento, aluguel, luz, água, internet e telefone. Já os custos variáveis são os que acontecem conforme as vendas. Exemplo: papel, tinta, toner, inkjet, entre outros”. Abrindo ou não a empresa, o fixo sempre existirá. Por ser permanente, o administrador indica que o custo fixo é o que se deve tentar diminuir sempre, avaliando e adequando de acordo com o momento que a empresa está passando.

Já os custos ocultos são aqueles que a empresa paga sem contabilizar e muitas vezes nem se dá conta de que existem. Um custo oculto bastante comum é quando o imóvel pertence a um dos sócios e a empresa não contabiliza o aluguel. Horas extras de colaboradores e compra de produtos químicos usados na manutenção das máquinas também são exemplos de custos que costumam não ser calculados. O consultor da ABTG e técnico em Artes Gráficas Eduardo Azevedo conta que um dos principais problemas desse custo é que na hora de precificar o produto o empresário não o leva em consideração. “Quando isso ocorre, o primeiro impacto é na margem de lucro, resultando até em prejuízo”, aponta. Segundo Pires, a formação de preço na indústria gráfica deve ser a partir do custo total, que é a soma do custo fixo mais o variável. “Essa soma ajuda a identificar o ponto de equilíbrio para conseguir ter lucro”, afirma.

É bastante comum que, na hora de estabelecer um preço, o empresário considere apenas os custos que envolvem os componentes associados à fabricação do produto ou à execução do serviço. Esse gasto deve ser, sim, levado em conta, mas é um erro esquecer dos demais. Compra de matéria-prima, impostos, custos (seja qual for o seu tipo) e gastos extras em geral devem ser incluídos. Somente dessa maneira o preço será justo tanto para o cliente quanto para o seu negócio.

Mantenha distância do prejuízo

Com as gráficas enfrentando baixa demanda por causa da situação econômica do país, saber controlar os custos é essencial. “Para lidar com os gastos a gráfica precisa de um planejamento estratégico forte, com boa atuação da área financeira e de marketing, avaliando os serviços e



os lucros”, enfatiza Pires. Basicamente, o ideal nesse momento é que o empresário fuja do prejuízo e da depreciação. Não adianta acompanhar o preço da concorrência se ele não cobre nem o custo do produto ou serviço.

Um outro problema que o consultor Eduardo Azevedo aponta é quando a empresa, na tentativa de bater a concorrência, baixa os preços e fica tão lotada de pedidos que não possui a capacidade de cumprir as datas de entrega. “A meta de vendas deve ser de acordo com a capacidade produtiva da empresa. Se não for assim ele pode ter que arcar com custos de horas extras, por exemplo, o que talvez não compense”, analisa Azevedo.

Abaixar ou aumentar o valor deve ser uma análise do empresário em relação à sua empresa e ao mercado como um todo. “A movimentação de mercado é quem dita o que muda nos preços. Por isso, o empresário precisa entendê-lo”, orienta Pires. A coisa mais importante apontada pelo administrador é precificar de maneira correta e dentro da lógica do mercado. Outro ponto importante é deixar o preço em segundo plano na hora da negociação. “Não venda tanto preço. Venda a solução. Sei que é impossível não falar de valores, mas primeiro apresente as soluções para que o cliente agregue valor ao serviço”, aconselha.

Entenda a precificação

O controle da precificação deve ser sempre constante em uma empresa. Para isso, José Pires indica o uso do Custeio RKW, sistema tradicional usado por empresas gráficas e de outros setores. A sigla vem do alemão *Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit* e o método se baseia

no processo de fixar o preço do produto em cima dos custos fixos e variáveis, somando também as despesas da empresa. É um sistema que deve ser alimentado a todo momento ou pelo menos uma vez no mês. Entretanto, muitas empresas ficam meses e até anos sem atualizar os dados, o que pode prejudicar os negócios. Com base nesse modelo, há um *software* disponibilizado às filiais/associadas por um preço especial, conforme convênio do Sindigraf-RS com a Zênite Sistemas, desenvolvedora do produto.

Quando se fala na diferença entre precificar um produto e um serviço, é interessante atentar a alguns detalhes. No ramo gráfico a demanda é considerada como um serviço quando é logotipada e distribuída, mas sem ser vendida. A produção de *folders*, cartazes e cartões de visitas, entre outros, são exemplos de serviços. Nesse caso, o encargo pago é o Imposto sobre Serviços (ISS). Já quando o item agrega valor, ele é considerado como um produto. Exemplo: agenda não promocional. Nesse caso é cobrado então o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Por causa dessas cobranças, existe uma diferença grande de valores entre o produto e o serviço, que deve ser levada em consideração quando se estipulam preços. Além disso, não há outras grandes diferenças na precificação. Segundo Eduardo Azevedo, o que muda é a estratégia comercial: “Ela estabelece a competitividade da empresa em relação à forma como ela vende os produtos”.

Para Azevedo, o segredo também está em conhecer todas as despesas que a empresa possui. “Todas as planilhas devem ser consideradas na hora do orçamento. Quando o empresário tem o custo correto, a aplicação do preço certo

vira consequência”, declara. O conhecimento dos gastos auxilia ainda na hora de tomar decisões comerciais, como o aumento e a baixa de preço. O valor deve sempre procurar proporcionar lucro, mas sem desestimular a compra. Ao mesmo tempo precisa ser atrativo, mas sem ser baixo demais, para não depreciar o produto ou serviço em relação aos consumidores, desvalorizando o mercado como um todo.

Inovação pode servir como aliada

Ter uma estrutura técnica que saiba procurar alternativas de produção é uma grande sacada. É possível produzir o mesmo produto ou realizar um mesmo serviço de forma diferente, mas de forma mais barata. Ter profissionais capazes de inovar e buscar alternativas também é uma maneira de aumentar a rentabilidade do negócio. “Diversificar matérias-primas e reduzir o custo ajuda a ser mais competitivo. É interessante buscar novos processos e investir em profissionais que possam agregar e inovar nesse sentido”, orienta Azevedo.

Segundo José Pires, é indicado também ter uma estratégia de marketing muito clara, pois isso trará foco, fará a empresa trabalhar de maneira mais sistêmica e levará os custos do negócio para a realidade. O administrador salienta que não adianta ir atrás da concorrência sem ter uma real noção do que ocorre na indústria gráfica. Para isso, ele diz que os sindicatos podem ter um papel importante nesse momento: “Eles conseguem indicar para onde o empresário deve olhar e podem ajudar com dados de mercado e consultorias, por exemplo”.



Saudabilidade da mente

“Mens sana in corpore sano.” A famosa frase latina já previa: uma mente saudável rege um corpo saudável também. Em tempos estressantes, cuidar da saúde é imprescindível – principalmente as questões psicológicas, tão estigmatizadas

Chegar na empresa às 8h (às vezes um pouco antes, às vezes depois). Tomar um café preto e comer um pão francês na chegada. Atender clientes, revisar inventário. Almoço às 14h, por uns 15 minutos, quando dá tempo. Por que as contas do financeiro não batem? A rescisão do ex-funcionário já está pronta para assinar? O fornecedor de tintas já chegou, preciso abrir uma brecha. Será que saio a tempo de assistir ao jornal?

O dia a dia dos empresários está cada vez mais corrido, principalmente em um segmento como a indústria gráfica, que tem por característica ser formada por pequenas e médias empresas, centralizadas em um único gestor – que por sua vez assume a chefia de todos os setores do empreendimento. Ao centralizar as operações de uma gráfica, o empresário acaba deixando de lado outros aspectos importantes da sua vida, apenas por não conseguir conciliar diversas preocupações ao mesmo tempo. E uma delas, imprescindível para manter uma boa qualidade de vida, é a saúde. E, parando para pensar, o quanto de atenção você dá à sua saúde?

De acordo com estudo realizado pelo jornal Folha de S.Paulo, juntamente à clínica Med-Rio Check Up, apenas entre 2014 e 2015, houve um aumento de 37,5% de casos de depressão

entre empresários, executivos e funcionários de alta gerência. Ainda, os casos de insônia tiveram alta de 19%, a ansiedade cresceu em 60% e o estresse em 27,7%.

O grande vilão

Quase inevitável na vida e nos negócios, o estresse é uma sensação que acompanha o ser humano desde os primórdios da nossa existência. Poder sentir o estresse foi o que garantiu a sobrevivência aos nossos ancestrais primatas em situações de extremo perigo, como encontros com animais letais ou desastres naturais catastróficos. Nestes momentos, a defesa só tinha duas opções – lutar ou fugir. Ao decidir qual a melhor opção para cada problema, era necessário lidar com as reações fisiológicas de cada uma, que necessitavam de diversos ajustes no corpo, desde batimentos cardíacos mais acelerados para correr até a adaptação das pupilas para enxergar melhor. Foi esse tipo de comportamento, entre outros, que possibilitou à raça humana sobreviver, evoluir e assegurar o nosso lugar na natureza.

Atualmente, não vivemos mais na selva com perigos constantes, mas ainda nos deparamos com desafios que causam estresse. Contudo, ninguém sai correndo ou brigando fisicamente, e então,

toda a preparação fisiológica para lutar ou fugir fica sem função, acumulada no corpo. De acordo com o psiquiatra do Grupo Hospitalar Conceição, de Porto Alegre, Pablo Medeiros, a atenção e o monitoramento com nossa vida psicológica são de extrema importância: “Somos aquilo que pensamos, aquilo de que gostamos, aquilo que sentimos e aquilo que interpretamos. Portanto, qualquer agravo que repercute emocionalmente atinge a totalidade daquilo que somos”.

Medeiros ainda aponta que períodos de desconforto psicológico podem progredir para uma doença e, neste caso, requerem atenção médica. “E, baseando-se no modo de vida contemporâneo, dados de estatística mostram que as doenças mais frequentes são os transtornos do humor, dentre os quais a depressão é a mais conhecida.” Além disso, o médico ressalta os cuidados com os transtornos de ansiedade, que englobam, por exemplo, a ansiedade generalizada, a síndrome do pânico e a fobia social. A respeito do estigma acerca desse tipo de problema, o psiquiatra observa: “Infelizmente é bastante comum que problemas emocionais sejam, equivocadamente, interpretados como fraqueza, falta de caráter ou até mesmo preguiça”. Segundo ele, a melhora desse panorama envolve informação e educação – o julgamento sem conhecimento apenas promulga os preconceitos.

Além das questões de cunho psicológico, o estresse pode acarretar problemas de saúde, e isso ocorre de diferentes maneiras: “Atualmente, entende-se que qualquer fator com o potencial de afetar o bem-estar psicológico do indivíduo, por tempo prolongado e aliado à vulnerabilidade individual, pode resultar em agravos à saúde”. Entre as doenças possivelmente causadas pelo estresse estão as cardíacas, respiratórias, emocionais e autoimunes. “Vai depender da suscetibilidade de cada pessoa, bem como da existência ou não de doenças prévias do empresário”, completa.

Como tratamento, a indicação de Medeiros é consultar um especialista: “Depende de cada caso. De maneira geral pode ser necessária a psicoterapia, uso de remédios ou uma combinação de ambos”. E para prevenir? O médico aponta que as recomendações não podem ser mais simples e fáceis de executar no dia a dia: “Dieta saudável, atividade física rotineira, uma boa noite de sono. Atividades de lazer igualmente são necessárias neste contexto, afinal todos precisamos recarregar as baterias”.

Cartão de visitas para todo o Estado

Muito se fala sobre os benefícios de se estar vinculado a um sindicato de base, referenciando fatores atrativos às empresas ao se filiar às entidades. E além de oferecer diversos serviços às empresas filiadas/associadas, o Sindigraf-RS tem uma missão ainda mais profunda, que se reflete em todas as ações da instituição: a valorização do produto gráfico gaúcho. Ao congregarem em união as gráficas do Rio Grande do Sul, há uma visibilidade maior do setor em relação ao seu possível cliente, fazendo assim o segmento crescer como um todo. Além disso, a entidade também promove a campanha *Quem é daqui compra daqui*, que ressalta a importância de o gaúcho adquirir impressos das empresas gráficas regionais.

Para fomentar ainda mais essa prática, o Sindigraf-RS disponibiliza, em seu site (www.sindigraf-rs.com.br), uma aba chamada *Gráficas*, que serve para pesquisar as empresas



de acordo com as suas regiões de localização ou então conforme os itens produzidos. Desta maneira, o visitante do site pode colocar o tipo de produto desejado na caixa de pesquisa, por exemplo, “Embalagens”, e a cidade ao lado, e então aparecerá uma listagem de gráficas habilitadas a realizar o serviço na região.

Esse processo é realizado automaticamente, uma vez que o site realiza as buscas por meio das informações contidas no sistema

administrativo do sindicato. Por isso, é imprescindível manter o cadastro da gráfica atualizado junto ao Sindigraf-RS, principalmente no que se refere à identificação dos produtos que a empresa produz. A valorização do impresso gráfico é de suma importância para a entidade, uma vez que, ao promover essa vitrine ao consumidor – cada vez mais conectado na internet –, é parte de uma contrapartida das contribuições pagas pelas empresas anualmente.

Lembrando ainda que entre os produtos e serviços oferecidos para as empresas filiadas/associadas ao sindicato estão convênios de diversas naturezas – desde instituições de ensino até planos de saúde –, ciclos de capacitações constantes, indicadores setoriais, consultorias jurídicas e de gestão e caravanas a eventos do segmento gráfico. Tudo sempre alimentando a missão maior do Sindigraf-RS, de fortalecer o setor gráfico para o mercado gaúcho.

**SUA EMPRESA
ESTÁ PRONTA?**

29 Março
19h30min

Local: Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais
Porto Alegre - RS

Investimento: 1 kg de alimento não perecível

**PALESTRA
2017 - O Ano da Excelência
EDUARDO TEVAH**



Informações
51 3323.0303

Inscrições
www.sindigraf-rs.com.br

Realização



Prêmio Gaúcho: vitrine de oportunidades

Para uma gráfica é sempre importante ter produtos com qualidade, pois eles são como um cartão de visitas. Investir em seu portfólio é essencial para conquistar novos clientes, manter os antigos e conquistar reconhecimento dentro do segmento. Por isso, participar de uma das maiores realizações da Abigraf-RS, o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, é uma oportunidade de colocar seus produtos em uma espécie de vitrine, que vai expor o seu trabalho para todo o Rio Grande do Sul. Realizada em conjunto com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), a premiação também é a porta de entrada para outros concursos, pois todas as gráficas finalistas estarão automaticamente inscritas no Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini.

Para quem quer ganhar um troféu no concurso, o ideal é iniciar cedo sua estratégia. Conseguir uma boa colocação no prêmio auxilia na divulgação do trabalho da empresa, faz com que o consumidor agregue valor ao serviço ou produto oferecido e dá um diferencial no port-

fólio na hora da conquista de novos clientes. Os empresários gráficos já podem ir separando suas melhores peças para inscrevê-las no concurso. Serão necessárias três amostras, mas é aconselhado guardar mais, pois se houver alguma falha de impressão ou de acabamento, o participante poderá ser prejudicado.

Peças devem ser bem conservadas

A seleção das amostras deve ser minuciosa, pois um pequeno detalhe já pode fazer a diferença na hora do julgamento. Qualquer dano ou defeito nas peças, não importando se é sujeira, amassados ou borrões, pode acabar gerando desconto de pontos pela comissão julgadora. O indicado é separar as peças escolhidas e guardá-las em um local seco e arejado. Dependendo do produto é importante também evitar a exposição à luz, para não danificar.

Os impressos poderão ser inscritos a partir do segundo trimestre, durante dois períodos: de 2 a 16 de maio, o que garante descontos espe-

ciais, e de 17 de maio a 8 de junho. A cerimônia de entrega ocorre em 28 de julho, na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), e na mesma data serão comemorados também os 50 anos da Abigraf-RS.

Em 2016, o troféu dos ganhadores foi repaginado. A cuia foi substituída pelo mapa estilizado do Rio Grande do Sul nas três cores da bandeira gaúcha. O regulamento deste ano está sendo preparado e será lançado em breve, trazendo mais novidades. É importante acompanhar, pois é por meio dele que os empresários gráficos gaúchos saberão sobre o funcionamento geral do concurso, como entender quem pode participar, quais peças serão aceitas, em quais categorias os produtos se encaixam para a avaliação, entre outros. Publicitários, designers, empresários e consultores formam o grupo de 22 membros.

Até o mês de março ainda estão abertas as cotas de patrocínio do Prêmio, uma oportunidade para as empresas fornecedoras incentivarem a qualidade do setor gráfico do RS. Interessados devem entrar em contato com a entidade!



Suba neste palco e mostre seu talento!

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

PATROCÍNIO

MASTER



PREMIUM



Reforma trabalhista é insuficiente

As negociações coletivas muitas vezes não avançam, pois a autonomia dos sindicatos para transacionarem sofre severa restrição pela legislação trabalhista. Tal tema mereceria maior atenção do legislador. Neste ano estará na pauta do Congresso Nacional a reforma trabalhista (PL 6787/2016). O texto apresenta alteração de maior relevância nas disposições do art. 611-A, cujo projeto pretende acrescentar à Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). No dispositivo consta que a Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) tem força de lei quando dispuser, entre outras coisas, sobre pacto quanto ao cumprimento da jornada de trabalho, limitada a 220 horas mensais; intervalo intrajornada, respeitado o limite mínimo de 30 minutos, e banco de horas, garantida a conversão da hora que exceder a jornada normal de trabalho com acréscimo de, no mínimo, 50%.

Apesar de estar previsto no texto do PL que a Justiça do Trabalho deverá intervir minimamente na autonomia da vontade coletiva, também há

previsão de que é vedada a alteração por CCT de norma de segurança e de medicina do trabalho.

Há diversas normas coletivas que estabelecem a possibilidade de jornadas de compensação semanal, mesmo em local insalubre. A CF/88 (art. 7º, XIII) estabelece a duração do trabalho normal não superior a 8 horas diárias e 44 semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho. Também garante a CF/88 (art. 7º, XXVI) o reconhecimento das convenções e acordos coletivos de trabalho. Mesmo assim, a Justiça do Trabalho (JT) invalida os regimes de compensação em locais insalubres por entender que há necessidade de prévia autorização do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), por ser tema relacionado à saúde e segurança do trabalhador (art. 60 da CLT e Súmula 85, VI, do TST). Aprovado o texto do PL 6787/2016 como está, é provável que seja mantida a atual interpretação da JT de invalidade desses regimes.



Daniel Rodrigues/Divulgação RMY/C

BENÔNI ROSSI
Advogado trabalhista

Para que as previsões das negociações coletivas venham a ser prestigiadas, o texto do PL deverá ser mais claro. Se não, perderão as empresas, que adotam posições conservadoras nas transações coletivas, e perderão os trabalhadores, que ao negociar poderiam buscar vantagens bem superiores às existentes. O texto do PL 6787/2016, como está, será insuficiente para encorajar empresários a concederem benefícios por modulação da jornada, ao menos em relação aos empregados que trabalham em ambientes insalubres.

Está difícil prosperar? O segredo: você!

Iniciamos este ano com muitas dúvidas. O que e como fazer para tornar 2017 um bom ano para nossas empresas? Como reflexo da retração do faturamento, perto de 60% das micro e pequenas gráficas terão dificuldade de se realinhar, visto que simplesmente “dormiram no ponto”. Alertamos para rever custos e fazer seu plano de vendas para o ano. Na hora do “vamos ver”, onde está esta ação? Simplesmente, não está!

Seja por não ter parametrizado a planilha de custos, conseguido vender nada durante o ano ou falta total de gestão comercial, plano de negócios ou orientação à equipe de vendas, o dono da gráfica não fez sua “lição de casa”. Agora é correr atrás do prejuízo, fazer um empréstimo ou perder os melhores clientes e até funcionários.

Quantas pessoas você conhece que afirmavam jamais alcançar algo e, de repente, conseguiram

tudo? Acho que nunca conhecemos ninguém assim. Quantos se queixam de que o mundo trabalha contra seu sucesso têm feito algo para alcançá-lo? Nenhum, além dos que fazem algo do contra e já se sentem perdedores.

Parece tão óbvio que deixamos estes fatos passarem despercebidos. Raramente olhamos para dentro de nós e pulamos as atitudes necessárias para obter o que desejamos. O que nos falta é acreditar, desejar, ter iniciativa, planejamento, estratégia e paciência para, assim, conseguirmos.

Não se vence um jogo sem um preparo, um treino e uma boa estratégia. Não se realiza uma viagem até seu destino, em segurança, sem revisar o veículo, verificar qual o melhor caminho, a estrada mais conservada e o tempo previsto para chegar ao destino. Também não se ganha na loteria apenas querendo ganhar, é preciso jogar.



Divulgação/PrintConsult

THOMAZ CASPARY
Consultor e diretor da Printconsult

Independentemente das dificuldades, existirão fatores determinantes para a concretização ou não do esperado. Um dos mais importantes é o fazer algo, ter iniciativa, atitude. O segredo da prosperidade e do sucesso não depende do mundo, e sim de nós. Dependerá de sua determinação e do tamanho de seus passos para chegar até ele. Este é o grande segredo. A todos, muito sucesso!

Otimismo para fazer o mercado gráfico crescer

Fundada em 31 de dezembro de 1951 em Lajeado, a Gráfica Cometa completa 66 anos de atividade em 2017. Com produção focada para a área de embalagens, a empresa conta com impressão *offset*, flexográfica e digital. Seus clientes são majoritariamente do ramo industrial. Natural de Lajeado e com 52 anos, Martim Hahn é diretor da Cometa há dois anos, mas atua na empresa há 15.

Uma fatalidade colocou a profissão de empreendedor gráfico em sua vida. No ano de 1988, seu pai, Guenter Hahn, que era um dos sócios na Gráfica Cometa, faleceu em um acidente na BR-386. Na época, Martim estava se formando em Medicina Veterinária, mas acabou assumindo a quota de sócio de seu pai. “O meu ingresso no ramo gráfico foi obra do destino”, define Martim. A empresa atuava como indústria gráfica e também como loja de material de escritório e escolar. O empresário trabalhou na área industrial da empresa até o final de 1992, quando por razões de economia tributária optou-se por separar os segmentos em empresas distintas. Martim passou então a se dedicar apenas à Cometa Livraria e Papelaria com sua mãe, Wally Hahn, e ficou mais afastado da parte operacional: “Continuei sendo sócio da indústria e acompanhei seu desenvolvimento, participando das reuniões de diretoria e contribuindo nas decisões estratégicas”.

Somente em 2014, a convite de seu tio Walter Hahn, Martim retornou ao dia a dia da Gráfica Cometa. Foi quando ele conheceu o processo

produtivo da empresa e atuou especialmente na redução de custos e na gestão de pessoas. Em novembro de 2015, Martim e Walter adquiriram as quotas dos demais sócios da empresa e deram um passo rumo ao futuro da Cometa. “A partir deste momento iniciamos um novo ciclo, realizando uma série de investimentos em equipamentos e treinamento dos nossos colaboradores, o que já nos trouxe excelentes resultados em 2016”, comemora Martim. Desde o ano passado a gráfica conta com um novo sócio, Rodrigo Purper, que atua como diretor de Operações e veio para trazer um olhar mais profundo sobre o mercado gráfico. Segundo Martim, gerir uma gráfica não é tarefa fácil, mas ele a exerce com alegria: “O ramo gráfico é muito dinâmico, tecnológico e exige atualização constante. É um desafio, mas sonhamos alto e continuaremos investindo para garantir a excelência dos nossos impressos e a satisfação dos clientes”.

Também formado em Administração de Empresas, sua atuação na gráfica é mais relacionada às áreas administrativa, de compras e de recursos humanos. Entretanto, ele faz questão de acompanhar os colaboradores no processo produtivo. Martim aponta que o empreendedorismo no Brasil é bastante arriscado. “Enfrentamos uma enorme carga tributária, taxa de juros elevadíssima e leis trabalhistas totalmente ultrapassadas. Sem falar na insegurança, que considero o principal problema na atualidade”, analisa. Apesar dos problemas, o empresário segue otimista e quer



Divulgação/Gráfica Cometa

contribuir para fazer do Brasil um país melhor. “Enfrentamos desafios diários, mas estamos progredindo como empresa, sempre contando com a dedicação dos nossos colaboradores”, salienta. Martim dá valor aos trabalhadores gráficos, pois sabe que eles são boa parte da energia da empresa e do mercado como um todo: “Ter pessoas trabalhando satisfeitas é o nosso maior desafio e também o nosso maior desejo”.

Em 2017, Martim Hahn encarou um novo desafio: ele faz parte da diretoria do Sindigraf-RS, atuando como diretor plenário. Entusiasta do associativismo, o empresário já atuou como diretor no Sindilojas Vale do Taquari e como presidente da CDL-Lajeado. “Apreciei muito ter sido convidado para participar da atual gestão do Sindigraf-RS, onde já tive a oportunidade de conhecer colegas do ramo gráfico”, comenta. Para ele, os sindicatos possibilitam o compartilhamento de ideias e o aprendizado mútuo. “Assim como o nosso presidente Angelo Garbarski, eu acredito que o associativismo faz a indústria gráfica ser mais forte”, reforça Martim.

AGENDA FISCAL – Março de 2017

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento*	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento*
IOF	3º decênio 02/2017	3/3	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Mês 02/2017	20/3
Salário	Folha de pagamento 02/2017	6/3	Imp. de Renda na Fonte	Mês 02/2017	20/3
Empreg. Doméstico	DAE mês 02/2017	7/3	PGDAS-D	Mês 02/2017	20/3
FGTS	Folha de pagamento 02/2017	7/3	PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/3
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 02/2017	7/3	PAEX MP 303/2006	Parcela INSS MP.303/2006	20/3
ISSQN Porto Alegre	Declaração Mensal Eletrônica	10/3	ICMS – Substituição Tributária	Mês 12/2016	20/3
ISSQN	Prestação de Serviços 02/2017	10/3	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 02/2017	20/3
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 02/2017 - Arquivo Eletrônico	13/3	DCTF – Mensal	Mês 12/2016	21/3
ICMS – Comércio-Categ. Geral	Vendas 02/2017	13/3	IOF	2º decênio 02/2017	23/3
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 02/2017	13/3	Cofins	Faturamento 02/2017	24/3
EFD – Pis /Cofins /INSS	Mês 01/2017	14/3	PIS	Faturamento 02/2017	24/3
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 02/2017	14/3	DeSTDA	Declaração Subst.Trib/Difer. Aliq.	31/3
IOF	1º decênio 03/2017	15/3	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 02/2017	31/3
Previdência Social – PF	Contribuinte Individual	15/3	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 02/2017	31/3
Simei	Faturamento 02/2017	20/3	Parcelamento Lei 12.996	Parcela 02/2017	31/3
Simplex Nacional - PJ	Faturamento 02/2017	20/3	Refis/Paes/Lei 11.941/12.865	Pgto SRF PGFN	31/3
Previdência Social	Folha de pagamento 02/2017	20/3	Contr. Social	Sindigraf	31/3
ICMS – Diferença de Alíquota S N	Mês 12/2016	20/3			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

*Dados das obrigações estaduais sujeitas a confirmação.

Lonas para atrair clientes

Por meio de processo possibilitado pela impressão digital, o trabalho gráfico com a utilização da lona como substrato tem se tornado cada vez mais popularizado. Com essa tecnologia, é possível produzir variados impressos diferenciados, com aplicações tanto *indoor* quanto *outdoor*, como *banners*, faixas, *outdoors*, placas, sinalização, *frontlight*, *backlight* e painéis luminosos, entre outros. Segundo a instrutora do CFP Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, Karine Collioni, a impressão em lona aumenta a gama de produtos fabricados pela empresa e também amplia os horizontes de possibilidades para os clientes, além de atrair novos consumidores para conhecer o portfólio da gráfica.

A instrutora explica que, apesar de a impressão digital ser a mais utilizada atualmente para esse tipo de insumo, a impressão serigráfica também é possível. “Contudo, a digital é a mais indicada, pois há mais rapidez no processo, menor custo para impressão de baixas tiragens e secagem mais rápida”, completa. Ela



©Stock.com/Neiv166

ainda reforça que, por se dar a partir do envio de dados digitais diretamente do computador para a impressora, deixa de existir a necessidade de gravação de matrizes de impressão, baixando os custos totais.

Entre os maiores cuidados para imprimir em lonas está o próprio arquivo a ser impresso, que deve estar em conformidade com os

parâmetros de impressão gráfica. Entre eles, Karine aponta o formato final correto, as cores CMYK e as fontes incorporadas no arquivo PDF, entre outros aspectos. “Além disso, existem dois principais tipos de tintas para impressão digital em lona, a tinta solvente e à base d'água (látex), e ambas permitem a fixação adequada ao suporte”, revela Karine.



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.

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 Calábria aposta nos cadernos personalizados

A gráfica Calábria, de Porto Alegre, tem uma ótima opção para quem está procurando produtos diferentes para a volta às aulas. A empresa produz cadernos personalizados, em que o cliente escolhe o modelo, a cor e até a estampa. O produto está disponível como caderno de bolso (similar aos da marca Moleskine), cadernos universitário e executivos.

Para fazer o pedido, o cliente tem duas opções: pode enviar a arte pronta para a gráfica ou então escolher um dos *templates*

(modelos pré-prontos) que a Calábria disponibiliza.

O pedido é feito totalmente online, por meio da loja virtual da gráfica Calábria. Segundo a supervisora comercial Graciela Betti, a empresa sempre trabalhou com cadernos personaliza-

dos em quantidade, mas a demanda aumentou quando lançaram a opção em unidade na loja virtual. A aposta nas vendas online trouxe bas-



Divulgação/Gráfica Calábria

tante crescimento para a gráfica. Para Graciela, isso aponta que o perfil do consumidor está mudando. “Hoje o cliente compra mais na internet e quer o diferencial que a personalização permite”, avalia. Segundo ela, a presença mais ampla da

gráfica na internet trouxe mais clientes: “Hoje uma empresa sem atuação na internet perde um grande nicho de mercado”.

Duas décadas de história



Divulgação/River Print

A River Print, de Porto Alegre, completou, em 1º de fevereiro, 20 anos de história. Ao contabilizar duas décadas de uma trajetória de trabalho árduo e gratificante, a diretora da River Print, Andrea Paradedda, celebra a persistência e resiliência da empresa: “Num país com índi-

ce extremamente alto de empresas que não atingem cinco anos de existência, é motivo de orgulho ver a River Print plenamente consolidada ao comemorar 20 anos de existência”. Entre os segredos do sucesso para prosperar, Andrea credita ao foco no segmento único de rótulos e etiquetas adesivas. “Além disso, tentamos manter nossa administração muito enxuta, buscando sempre a melhor produtividade por meio de investimentos feitos em tecnologia gráfica”, completa.

Segundo a diretora, para comemorar as duas décadas de trajetória, houve a divulga-

ção da efeméride entre clientes e fornecedores: “Também realizamos uma confraternização interna com nossos colaboradores, pois esta data é muito especial para todos que trabalham na empresa”. O almoço se deu em 17 de fevereiro e reuniu todos os funcionários da River Print para celebrar o aniversário. Para o futuro, a empresária revela que a perspectiva é de continuar investindo na medida em que o mercado ofereça uma demanda maior: “Especialmente na área de acabamento, buscando oferecer rótulos e etiquetas adesivas cada vez mais sofisticados”.

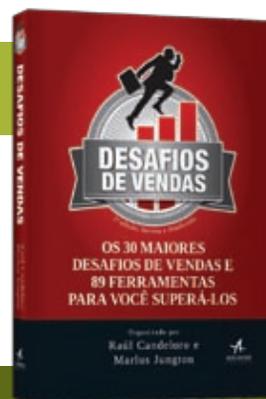
DICA DE LEITURA

Inspiração para vender mais e melhor

Dizem que o ano só começa de verdade depois do Carnaval. Com o término da temporada de verão, que tal dar uma motivação na sua equipe de vendas? A proposta de leitura é uma indicação do presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, com o livro *Desafios de vendas – Os 30 maiores desafios de vendas e 89 ferramentas para você superá-los*, de Marlus Jungton e Raúl Candeloro, editado pela Alta Books.

A obra se apresenta como um guia que orienta e desafia os profissionais de vendas a encararem 30 grandes desafios da área comercial, entre eles formas como aumentar o tíquete médio dos clientes, como fechar vendas

sem dar desconto e como criar um planejamento para efetuar a maior venda da história da empresa. Os organizadores do livro também indicam técnicas e dicas para ter sucesso ao enfrentar cada uma das adversidades vividas pelos setores comerciais das empresas. A partir das lições de *Desafios de vendas*, o empresário será convidado à avaliação da rentabilidade de suas vendas, tornando assim mais eficaz a gestão da carteira de clientes, e levando ainda o entendimento do que significa o valor de uma boa provocação. Ao desafiar o leitor a encarar o mundo empresarial de maneira diferente, o livro consegue criar uma nova ideia do que é vender e qual a melhor maneira de fazê-lo.



Divulgação/Alta Books

Ficha de leitura

Título: *Desafios de vendas – Os 30 maiores desafios de vendas e 89 ferramentas para você superá-los*

Autores: Raúl Candeloro e Marlus Jungton

Número de páginas: 480

Editora: Alta Books

Investimento: R\$ 60