



### ESPECIAL

## Foco em impulsionar as vendas

Entre as muitas atribuições dos empresários gráficos, vender o seu produto é uma das mais importantes. Sem um setor comercial forte e bem estruturado, fica difícil para as empresas gráficas se manterem, principalmente se levarmos em conta o período econômico pelo qual o Brasil está passando. Investir em ações de marketing e prospecção costuma ser sempre a primeira ideia a

passar pela cabeça dos empreendedores. São boas medidas e que podem trazer resultados favoráveis, mas às vezes elas não são o bastante, ainda mais em um cenário econômico onde o poder de compra vem baixando cada vez mais. Por isso, investir nas pessoas pode ser uma ideia ainda mais promissora. Focar na fidelização dos clientes que a empresa já conquistou faz com que eles, além de não irem para a concorrência, possam indicar os serviços para

amigos, conhecidos e parceiros. Isso faz o negócio possuir uma carteira de consumidores mais consistente. Outra dica interessante é também investir na formação e capacitação dos colaboradores que lidam com vendas. Ter um bom atendimento é a chave para fazer com que o cliente compre, volte a fechar negócio e ainda deixe o nome da empresa com uma boa reputação. Não há uma fórmula única e completamente certa para alcançar bons resultados em vendas. Entretanto, há ótimos caminhos a seguir, que muitas vezes o empresário nunca parou para avaliar. Nas páginas 8 e 9 desta edição, confira mais algumas dicas dos consultores para escolher a estratégia mais adequada para o negócio e alcançar as metas desejadas.



©iStock.com/Aydinmutlu

ABIGRAF-RS

PÁGINA

# 12

Inscrições para o  
13º Prêmio Gaúcho de  
Excelência Gráfica têm valores  
promocionais até 17 de maio

PERFIL EMPREENDEDOR

PÁGINA

# 14

Conheça a trajetória  
familiar da gráfica Bhordo,  
comandada por Evandro  
Hendler Brambilla



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

**P**assamos por um primeiro trimestre conturbado em 2017, em meio a novos escândalos políticos, mudanças na legislação e a continuidade da crise econômica no país, que mantém desacelerado o mercado, inclusive no Rio Grande do Sul. Mas seguimos unidos, buscando novas alternativas para a retomada do crescimento na indústria gráfica gaúcha.

A exemplo disso, o Sindigraf-RS foca mais uma vez as suas programações na qualificação dos empresários gráficos. Foi com muita satisfação que abrimos as atividades do ano com a palestra *2017 – o ano da excelência*, com o empresário e consultor Eduardo Tevah. O evento aconteceu em 23 de março, na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre. Tivemos o maior público dos últimos anos em palestras do sindicato, o que nos deixa muito orgulhosos, inclusive por termos aceito a sugestão de um grande número de filiadas/associadas que pediram atrações renomadas como esta.

Em seus 75 anos de fundação, o Sindigraf-RS se tornou uma das entidades mais tradicionais do Estado. Mesmo não sendo potente financeiramente, o sindicato é um dos mais respeitados da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). Para chegarmos até aqui foi preciso ter muito fôlego. Com o intuito de resgatar a trajetória da entidade, contratamos uma empresa especializada em contar histórias de empresas. A pesquisa já está em andamento e es-

peramos que dentro de três meses a publicação esteja concluída, reunindo os 75 anos de história da indústria gráfica do Estado.

Entre os benefícios disponibilizados, já fizemos a nossa primeira caravana de 2017, que levou 24 empresários para São Paulo, nos dias 17 e 18 de março, durante a Expoprint Digital. O pacote incluiu passagem aérea, hospedagem e *transfers* a R\$ 400. Por meio do subsídio que oferecemos, nossas filiadas/associadas marcaram presença na feira e pagaram somente a metade do valor. Esse é o retorno que o sindicato procura dar para quem contribui regularmente conosco.

Além disso, o plano de ação da entidade prevê a realização de uma série de *workshops*, denominados *Como anda a sua empresa? O que é importante pensar?*, com a consultora Cíntia Dupont. Ela é uma ministrante conhecida, muito respeitada, que estará ajudando os empresários de Porto Alegre, da região metropolitana e do interior do Estado a melhorarem a sua gestão. A atividade vem ao encontro de uma de nossas propostas, que é interiorizar as atividades do sindicato. Ainda teremos outras palestras ao longo do ano, com profissionais renomados. Eles falam a nossa língua, como se estivéssemos conversando dentro de nossas casas.

Teremos também algumas reuniões descentralizadas, denominadas Bate-Papo com o presidente. Serão em diversas regiões do Estado, onde pretendemos sentar frente a frente com os

gestores de nossas filiadas/associadas para que possam dizer o que gostam ou não, assim como dar sugestões. Tudo isso com a certeza de que estamos procurando fazer o melhor e dar retorno de nossas ações aos colegas.

Nos dias 14 e 15 de julho, será realizada a segunda caravana do ano: para a Serigrafia Sign, em São Paulo. A comitiva também será subsidiada pela entidade. Já em 21 de outubro, acontecerá a terceira edição do Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica no Paraná, que contará com uma nova edição da caravana de empresários gráficos gaúchos. Como podemos ver, a nossa agenda está lotada de atividades. Infelizmente, muitos preferem não sair da empresa, mas é uma questão de escolha para que se possa querer aprender e usufruir de todas essas vantagens.

Participem também do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, que já está com inscrições abertas. O período promocional, iniciado em 2 de maio, vai até o dia 16 do mesmo mês. Separe os seus melhores produtos e não deixe para a última hora, pois o valor da inscrição será mais caro no segundo período, que se estende até 8 de junho. O regulamento dessa edição tem novidades e está disponível em [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br). Aproveite essa grande oportunidade e surpreenda no concurso regional, que já provou abrir várias portas e ser uma grande vitrine para a divulgação de impressos dentro e fora do país.

## 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](http://www.sindigraf-rs.com.br) / [sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br](mailto: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](http://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.



Jorge Scherer/Sindigraf-RS

## Palestra com Eduardo Tevah abre programações do Sindigraf-RS em 2017

Com recorde de público, o Sindigraf-RS abriu, em 29 de março, as suas programações do ano, e teve como atração a palestra magna de Eduardo Tevah. O evento ocorreu na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre, e contou com 130 participantes, entre proprietários, gestores e funcionários da indústria gráfica gaúcha, provenientes de 38 empresas do Estado. A ação também foi marcada pela solidariedade, arrecadando 117 quilos de alimentos não perecíveis, que foram encaminhados pela entidade ao Banco de Alimentos.

Após um delicioso café receptivo, empresários e colaboradores receberam as boas-vindas do presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski. “Esse é o maior público dos últimos anos em uma capacitação do sindicato. Ficamos felizes e vaidosos em ter aceitado um grande número de sugestões das filiadas/associadas à entidade que pediram Eduardo Tevah como palestrante”, comemorou o dirigente. Em seguida, foram apresentadas algumas atividades do plano de ação do ano, como *workshops*, encontros empresariais e caravanas, entre outros. “Tivemos a caravana para a Expoprint Digital, em 17 e 18 de março, em que o sindicato subsidiou 50% dos R\$ 800 por participante, incluindo hospedagem, passagem aérea e a ida na feira. Essas atividades são retorno da contribuição que a entidade arrecada.”

Convidando os presentes a repensarem atitudes, processos e até mesmo a forma de ver a vida e o mundo dos negócios, o consultor e empresário Eduardo Tevah ministrou a palestra magna 2017 – *O ano da excelência*. “Ser melhor é o grande desafio da vida”, apontou. Com base em ensinamentos do livro *Os 7 hábitos das pessoas altamente eficazes*, de Stephen Covey, ele cita que os brasileiros têm um grande círculo de preocupação, mas um pequeno círculo de influência: “Para de te incomodar com tudo aquilo que não podes mudar. Mergulha no teu

trabalho e faz dele um show. Transforma a tua gráfica em uma área de excelência”.

Por meio de cinco desafios, Tevah mostrou aos profissionais como alcançar a excelência: sendo comprometidos, proporcionando uma experiência de compra encantadora, buscando criatividade e inovação, tendo uma atitude mental positiva e trabalhando com foco em resultados. O caminho da mudança, segundo ele, não é fácil. “Uma empresa vive de processo estruturado e pessoas motivadas. Esse é o momento de escolher o difícil para voltar a ter uma vida fácil”, sugere. Um bom atendimento, segundo ele, requer simpatia, orientação e educação. “Não foque no dinheiro, mas em servir com amor.” O consultor reforça que neste momento de dificuldades do país, o grande desafio é transformar a empresa em um centro de excelência. “Ao contrário do que muitos pensam, você não é impotente diante dessa situação e pode mudar e muito da porta para dentro a realidade da sua empresa.”

Participando pela primeira vez de um evento do sindicato, a sócia-diretora da Gráfica Brochier, localizada no município de mesmo nome, Marilene Castro de Deus, elogiou a iniciativa. “Estava muito bom, pois o Tevah é um baita motivador. O Sindigraf-RS deve investir mais em palestras como essa. A situação do mercado não está fácil, precisamos ter positividade”, afirma ela, que assistiu à palestra com os dois filhos.

Para Adriano Brambilla, que é um dos proprietários da Gráfica Bhordo, de Porto Alegre, a palestra foi muito boa. “É importante termos pensamento positivo. Tevah mostrou na prática o que cada um pode fazer para melhorar”, elogia. O supervisor de expedição da Solution Code, Demétrio Weissheimer, foi um dos dez funcionários da empresa de Canoas que representaram a direção: “Foi um evento excelente. O palestrante trouxe várias situações que podem ser usadas no nosso dia a dia”. A galeria de fotos do evento pode ser conferida no Facebook da entidade.

# AGENDA

## DO EMPRESÁRIO GRÁFICO

**10 Maio**

**Bate-Papo com o Presidente**

**Local:** sede do Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**22 a 24 Maio**

**Photoshop Conference**

**Local:** Teatro Shopping Iguatemi, Campinas (SP)

**Promoção:** Photopro

**27 Maio**

**Profissionalização da gestão familiar na indústria gráfica**

**Local:** sede do Sindigraf-RS, Porto Alegre (RS)

**Promoção:** ABTG

**30 Maio**

**Bate-Papo com o Presidente**

**Local:** Santa Rosa (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**31 Maio**

**Bate-Papos com o Presidente**

**Locais:** Santo Ângelo e Ijuí (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**10 Junho**

**Workshop Como anda a sua Empresa? O que é importante pensar? – Cinara Dupont**

**Local:** São Silvestre Hotel, Passo Fundo (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**21 Junho**

**Workshop Como anda a sua Empresa? O que é importante pensar? – Cinara Dupont**

**Local:** Centro das Indústrias de São Leopoldo (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**Até 8 de Junho**

**Inscrições para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica**

**Promoção:** Abigraf-RS

**24 Junho**

**Dia Nacional da Indústria Gráfica**

**28 Junho**

**Bate-Papo com o Presidente**

**Locais:** Santa Maria (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**8 Julho**

**Workshop Como anda a sua Empresa? O que é importante pensar? – Cinara Dupont**

**Local:** Itaimbé Palace Hotel, Santa Maria (RS)

**Promoção:** Sindigraf-RS

**12 a 15 Julho**

**Feira Serigrafia Sign Future Textil 2017**

**Local:** Expo Center Norte, São Paulo (SP)

**Promoção:** Informa Exhibitions

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



O DIA A DIA DO PRESIDENTE

- 4 Abril
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 5 Abril
- Expediente no Sindigraf-RS e na  
Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)
- Reunião das diretorias executivas do  
Sindigraf-RS e da Abigraf-RS  
(Sede, Porto Alegre)
- 10 abril
- Expediente no Sindigraf-RS e na  
Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)
- 11 de abril
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 13 abril
- Expediente no Sindigraf-RS e na  
Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)
- Reunião com a Federação dos  
Trabalhadores – Negociação coletiva  
(Sede, Porto Alegre)
- 25 de abril
- Expediente no Sindigraf-RS e na  
Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)
- 28 de abril
- 53ª Assembleia geral ordinária da  
Abigraf Nacional (Abigraf-GO, Goiânia)

AGENDA DO PRESIDENTE

- 2 Maio
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 3 de maio
- Reunião das diretorias executivas do  
Sindigraf-RS e da Abigraf-RS  
(Sede, Porto Alegre)
- 9 Maio
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 10 Maio
- Bate-Papo com o Presidente  
(Sede, Porto Alegre)
- 16 Maio
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 23 Maio
- Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)
- 30 Maio
- Bate-Papo com o Presidente (Santa Rosa)
- 31 Maio
- Bate-Papos com o Presidente  
(Santo Ângelo e Ijuí)

Formações impulsionam o conhecimento

Para fomentar o conhecimento e o desenvolvimento na indústria gráfica, a agenda do Sindigraf-RS está repleta de cursos e formações. O *workshop Como anda a sua Empresa? O que é importante pensar?*, ministrado pela consultora Cinara Dupont, tem duração de quatro horas e é totalmente gratuito, bastando fazer uma inscrição prévia no site do sindicato ([www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)). O evento já foi realizado em Porto Alegre, em 25 de abril, e em Santo Ângelo, em 6 de maio, e agora estão previstos outros quatro encontros em Passo Fundo, São Leopoldo, Santa Maria e Santa Cruz do Sul (veja ao lado). O objetivo da formação é proporcionar aos empresários um momento para pensar sobre a sua empresa e o caminho que ela está seguindo. O programa inclui análise do cliente, do mercado e das competências, curva de valor, avaliação de oportunidades e ameaças, definição de estratégia e sucessão e suas dificuldades, entre outros.

Além disso, o primeiro Bate-Papo com o Presidente de 2017 ocorre às 19 horas, de 10 de maio, na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre. Depois disso, o presidente Angelo Garbarski percorrerá diversas regiões do Estado, que abrangem mais de 700 gráficas filiais/associadas ao Sindigraf-RS. Os próximos encontros empresariais serão em Santa Rosa (30/05, às 19h), Santo Ângelo (31/05, às 11h), Ijuí (31/05, às 19h) e Santa Maria (28/06, às 19h). O foco da atividade será a troca de experiências, para que os empresários gráficos discutam as tendências do mercado e identifiquem como a entidade pode ajudá-los. Prepare-se e garanta a sua vaga!



©Stock.com/Braun5

Programe-se

Fique atento aos próximos eventos:

Bate-Papos com o Presidente

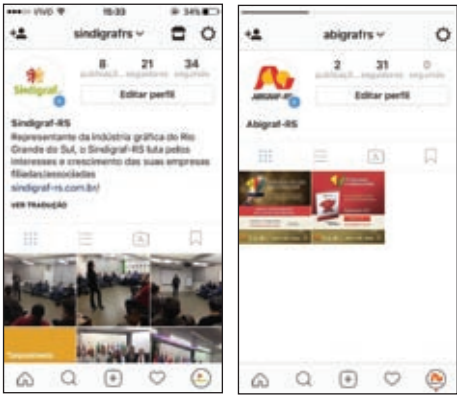
- Noroeste/Missões
- Produção/Planalto
- Vale do Sinos
- Centro-Oeste
- Vale do Taquari/Rio Pardo
- Região Metropolitana

Workshops

- 10/06 – Passo Fundo
- 21//06 – São Leopoldo
- 8/07 – Santa Maria
- 5/08 – Santa Cruz do Sul

Sindigraf-RS e a Abigraf-RS no Instagram

Para se manterem atualizados em relação às tendências e estarem mais próximos das filiais/associadas, desde abril o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS estão presentes também na rede social Instagram. Com cerca de 35 milhões de usuários ativos apenas no Brasil, a plataforma vem ganhando destaque na internet, consagrando-se como um local para fazer negócios. Além disso, estar presente nesse tipo de mídia é fundamental para qualquer organização. Através das redes sociais é possível manter um contato maior com o seu público e divulgar de forma mais rápida a sua marca. Por lá, os empresários podem conferir fotos e vídeos dos eventos, além de notícias e curiosidades sobre a indústria gráfica. Você pode acompanhar as publicações seguindo os perfis @sindigraf rs e @abigraf rs.



## Qualificações do IEL com inscrições abertas

Sempre trabalhando para a capacitação dos gestores industriais do Rio Grande do Sul, o Instituto Euvaldo Lodi (IEL), da Fiergs, oferece duas formações ao longo dos próximos meses. Em maio, começa o *Workshop Toolbox*, que se estenderá até agosto durante cinco encontros nos dias 9 de maio, 5 e 22 de junho, 18 de julho e 15 de agosto. Com o objetivo de apoiar as empresas na geração de soluções inovadoras aos desafios, o *workshop* apresentará a experimentação de novas metodologias e ferramentas de inovação em gestão. Ao capacitar os participantes em um conjunto de ferramentas, cria-se a resolução de problemas a partir de diversos pontos de vista, com base em características como empatia e colaboração com o consumidor, cliente ou usuário. A qualificação será ministrada pelo especialista em Gestão de Projetos e Inovação, Thomas Antunes, pela mestra em administração com foco em inovação, tecnologia e sustentabilidade Greice Gava e pelo especialista em arquitetura de inovação Daniel Pires. O investimento da formação fica em R\$ 3.800 para quatro participantes.

Em junho, ocorre o Programa de Educação Executiva IEL: *Liderança inovadora na execução da estratégia*, durante os dias 1, 2 e 3, e pauta um dos maiores paradoxos empresariais: o risco à performance em empresas orientadas exclusivamente para performance. Ministrado pelo mestre em estratégia pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT) Mário Sérgio Kojima, o curso discutirá a real necessidade da vantagem competitiva no ambiente atual, afirmando que, para atingir a excelência sustentável, as empresas precisam equilibrar o foco entre a performance e a saúde da organização. Você pode se inscrever nos cursos pelo site [www.ielrs.org.br](http://www.ielrs.org.br)

## Treinamento debate sucessão familiar

Acontecerá, em 27 de maio, na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre, o treinamento *Profissionalização da gestão familiar na indústria gráfica*, formação da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG). A capacitação é voltada a empresários, diretores ou gestores que atuam nas empresas gráficas filiadas/associadas ao sindicato, e terá como ministrante o consultor em gestão na indústria gráfica Flávio Botana. Com a carga horária de 8 horas, o curso vai das 8h30 até as 17h30, e debaterá opções de estruturação profissional de empresas gráficas familiares, a fim de otimizar seus resultados. Além disso, terão apresentadas maneiras de como executar um processo de sucessão sem comprometimento dos resultados da empresa.

As inscrições já estão disponíveis pelo site da entidade ([www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)), mediante envio de ficha de inscrição preenchida. As empresas associadas têm direito a uma inscrição cortesia, e as demais, assim como as filiadas, investem R\$ 50 por pessoa. Mas não perca tempo – as inscrições, que são limitadas, encerram em 23 de maio!

# ENTREVISTA

MÁRCIO MIRANDA / Palestrante e consultor de Vendas

Negociador profissional, Márcio Miranda escreveu seis livros e apresentou mais de 300 vídeos sobre a arte da negociação. É formado em engenharia, com pós e doutorado em Marketing. Ele discute vendas e negociação, pautando o que um bom vendedor precisa ser para trazer mais lucro à empresa



Arquivo Pessoal

### Como alavancar as vendas em tempos de crise?

MÁRCIO MIRANDA A estratégia de vendas deve estar fundamentada em três pilares. O primeiro refere-se a um bom atendimento ao cliente, seguido por saber diferenciar o seu produto ou serviço e o último em possuir uma equipe comercial de talento. Hoje, produtos e serviços acabam muito similares, e a principal diferenciação será no atendimento. Em tempos de acesso quase irrestrito à internet, o cliente irá primeiramente buscar online soluções para o seu problema – nasce então a necessidade de um bom site com coerência, porte e visibilidade, a fim de passar credibilidade em relação à empresa. Atualmente, aliar-se ao uso de tecnologia não é mais opcional.

### De que maneira as negociações podem guinar as vendas?

MIRANDA Parte-se do pressuposto de que o cliente se interessou e quer o produto, então o próximo passo é discutir quanto ele vale. Na maioria das vezes, o vendedor mal preparado sai dando descontos ou fazendo concessões facilmente. O bom vendedor é um bom negociador, pois será quem define lucro ou prejuízo da empresa. Ele precisa convencer o cliente de que está levando, juntamente ao produto, uma vantagem em relação aos outros concorrentes. Nenhum desconto cobre a sensação de sair beneficiado de uma negociação.

### Em uma negociação, quais as formas de chegar a um acordo?

MIRANDA Entre com o preço mais alto aceitável, uma vez que o cliente visará ao mais baixo. A partir daí, faça os ajustes necessários. Só há lucros ao jogar o preço para cima – é aí que se dá a negociação.

### Como desenvolver equipes focando em lucratividade?

MIRANDA O gestor precisa conscientizar a equipe de que a missão não é vender, mas sim lucrar. Se o vendedor não acredita no potencial de onde trabalha, nunca venderá nem água no deserto. Além disso, bom desempenho não se reflete apenas com tapinha nas costas, mas com reconhecimento no contracheque. Bônus trimestrais e premiações – nem que sejam cupons para jantar com a família – são opções para demonstrar o quanto a empresa conta e aprecia o trabalho dele.

### Qual a importância de provar o valor do produto durante a venda?

MIRANDA Se não existisse valor, não haveria produtos icônicos. É a partir de um conceito que se vende o que o cliente crê que seja importante para si. Parte do vendedor inteligente e antenado mostrar a melhor solução, não apenas o cliente quer, mas detectar a sua necessidade. Assim, o profissional torna-se um parceiro.

## Chapa única de eleições da Fiergs tem Gilberto Petry como presidente

As eleições que definirão a diretoria e o conselho fiscal para os próximos quatro anos da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs) estão previstas para 23 de maio. Com chapa única inscrita ainda em março, a entidade pode ter como presidente o atual vice, Gilberto Petry – cargo que ele ocupa desde 2005. O industrial Heitor Müller esteve à

frente da entidade nos últimos dois mandatos. Em julho, inicia-se a gestão 2017/2020.

Petry é advindo do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico e Eletrônico do RS (Sinmetal). Ele começou a atuar na diretoria da Fiergs em 1990. O presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, continua incluso no quadro como diretor.



Jorge Scherer/Sindigraf-RS

## Guia da Abigraf Nacional orienta empresários gráficos sobre a NR-12

A Abigraf Nacional, em conjunto com a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), lançou em abril o *Guia Orientativo da Indústria Gráfica: NR-12 – Identificação de riscos e medidas de segurança para máquinas e equipamentos*. Aplicável para a elaboração de análise de risco, o material foi desenvolvido para orientar as indústrias sobre possíveis riscos das máquinas e equipamentos, novos ou usados, voltados aos processos de fabricação de impressos, incluindo os de pré-impressão, impressão e pós-impressão.

A fim de tornar a leitura e compreensão mais intuitiva e ágil, o guia dividiu as máquinas e equipamentos segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), e também categorizou as características de cada processo de impressão. Desta maneira, foram respeitados os seus conjuntos e subconjuntos, além de seguir a similaridade de funcionalidade, o que originou a nomenclatura de seções por “famílias de máquinas e equipamentos gráficos”. Assim, contemplam-se as fases de utilização e manutenção, assegurando e protegendo as

zonas de perigo, sem diminuir a capacidade produtiva de cada modelo.

A partir do material, o empresário poderá se guiar para instaurar as mudanças necessárias em relação à Norma Regulamentadora número 12 (NR-12). Assim, vale avaliar as informações no documento para implementação das adequações pela empresa, respeitando também as variáveis do ambiente que receberá as alterações. O guia está disponível para *download* no site da Abigraf Nacional ([www.abigraf.org.br/](http://www.abigraf.org.br/)).

## Sondagem da Indústria Gráfica nacional apresenta resultados otimistas

No final de abril, a Abigraf Nacional divulgou a 12ª Sondagem da Indústria Gráfica Brasileira, um estudo trimestral sobre o desempenho econômico, empresarial e industrial do setor. O levantamento apontou que o Índice de Confiança do Empresário apresenta um otimismo tímido, atingindo 51,6 pontos, um avanço em relação ao último trimestre do ano passado. De acordo com a pesquisa, esta melhoria



significa uma maior confiança no futuro econômico do país, devido à baixa na inflação e redução da taxa de juros do Banco Central.

A produtividade, tema importante para a maioria das empresas, pois pode mapear problemas do processo produtivo, também é abordada na Sondagem. Entre os principais itens que afetam negativamente a produção industrial estão fatores estruturais que fogem ao escopo das empresas,

como a qualidade da mão de obra e a complexidade tributária. Além destes itens, outras questões como a conjuntura atual, que engloba a insatisfação com a situação político-econômica do país, e a concorrência desleal foram citados pelos entrevistados.

Contudo, a perspectiva para 2017 ainda prevê bons resultados. Para 50% dos empresários gráficos, a expectativa para este ano é de aumento na produção, enquanto no quarto trimestre de 2015 essa parcela era de apenas 31% do total.

## Eleições da Abigraf Nacional ocorrem em Goiânia

Está definida a nova diretoria que comandará a Abigraf Nacional até 2020. A eleição ocorreu em 28 de abril, durante a assembleia geral das Abigraf regionais, que aconteceu na sede da Abigraf-GO, em

Goiânia. A nova gestão será presidida por Levi Cerigato e conta com o presidente e o vice da Abigraf-RS, Angelo Garbarski e Roque Noshang, respectivamente, como membros da diretoria executiva da entidade. Já o diretor

financeiro da associação gráfica gaúcha, Lourival Lopes dos Reis, integra a diretoria plenária da Abigraf Nacional. O objetivo do grupo é liderar, integrar e representar a indústria gráfica.



# Mergulhe na pintura hidrográfica

Já conhecida no ramo automotivo, a WTP vem ganhando espaço em outros nichos de mercado. As diversas possibilidades e a facilidade de trabalhar com a técnica chamam a atenção e conquistam cada vez mais empresas e clientes

Você já imaginou utilizar água para imprimir em objetos? Com a pintura hidrográfica ou Water Transfer Printing (WTP) isso é possível. Usando um tanque com água e mais alguns materiais, qualquer objeto que possa ser imerso se transforma em algo mais colorido ou ganha uma estampa especial. Segundo o especialista em pintura hidrográfica e proprietário da Space Arts, André Hernandes, a técnica surgiu em meados da Segunda Guerra Mundial. Com a necessidade do exército alemão de aumentar seu contingente de soldados fardados, eles contrataram na China profissionais que já utilizavam a técnica para fazer capacetes camuflados. Ela foi evoluindo e sendo melhorada com o tempo. “Os próprios chineses foram responsáveis pela evolução da WTP, ao conseguir aplicar as tintas em películas que começaram a ser produzidas em série”, aponta.

Para fazer a pintura, são necessários um recipiente com água em tamanho ideal para o objeto que será impresso, uma película personalizada com o desenho escolhido, um spray ativador e um verniz para finalizar. A imagem deve ser colocada delicadamente na água, deixando-a uniforme. Depois é aplicado o ativador, que derreterá a película desenhada no líquido. Segundo Hernandes, é isso que faz a mágica acontecer: “O objeto leva cerca de 10 a 15 minutos para secar e logo quando você retirar, verá que estará decorado”. Por fim, é importante envernizar para dar brilho e aumentar a durabilidade. “Parece simples, porém, antes da decoração do objeto é necessário um tratamento, além de todo cuidado que se deve tomar durante o processo”, aconselha o profissional.

## Técnica é novidade no país

No Brasil, a WTP vem se popularizando através da internet. Hernandes conta que por lá é publicada uma infinidade de vídeos que de-

monstram todos os objetos possíveis de se mergulhar e pintar. Foi assim que ele e seu irmão, Anderson, gostaram da ideia e resolveram apostar na novidade. Os proprietários da Space Arts, empresa que atua no ramo automotivo, então foram até a Alemanha aprender mais sobre a técnica. Na volta ao Brasil, adaptaram um tanque com condições técnicas similares aos germânicos e começaram o trabalho. Eles também criaram um dos primeiros cursos online brasileiros de pintura hidrográfica e são responsáveis por uma das maiores comunidades virtuais sobre o tema no país.

## Várias possibilidades

Inicialmente, a técnica era utilizada para a personalização de peças automotivas. Hoje, ela já pode ser vista em capinhas de celulares, bolsas, sapatos, óculos, instrumentos musicais e muito mais. Segundo André, o mercado deste tipo de pintura é bastante amplo e o retorno ao investimento inicial compensa bastante. O maior investimento, conforme ele, é o tanque, que precisa obedecer a algumas especificações para executar a técnica. Outro item importante é o compressor, que faz boa parte do trabalho de preparação das peças antes do mergulho. “Partindo de um investimento de R\$ 1.700 até R\$ 3.000 em maquinário já é possível iniciar um negócio de pintura hidrográfica”, afirma. Investimentos em materiais, como película, sprays e verniz são variáveis e não estão incluídos.

André alerta que, por ser algo novo, quem apostar na WTP pode encontrar algumas dificuldades no caminho: “A técnica ainda precisa ser descoberta por muitos daqueles que podem se tornar clientes. Eles têm que ver



Divulgação/Space Arts

quais as possibilidades que a pintura hidrográfica proporciona para se convencer de que é um serviço que necessitam”, pondera.

Entretanto, a grande sacada da WTP é que basicamente em todo objeto que possa ser mergulhado em água é possível utilizá-la. Isso abre uma gama enorme de possibilidades para o empresário que resolve apostar na novidade. Os irmãos levaram a técnica para a Space Arts com o foco na utilização do ramo automotivo, pintando retrovisores, capacetes e rodas, por exemplo. Mas hoje eles veem que as possibilidades são infinitas. “Com a evolução da pintura hidrográfica, é possível apon- tar segmentos com alta procura deste serviço: controle de videogame, móveis diferenciados, calçados e utensílios domésticos, entre outros”, sugere André. Além disso, ele salienta que um dos grandes diferenciais da pintura hidrográfica é a possibilidade de fazer produção em escala e o curto espaço de tempo para se entregar um serviço de alta qualidade.

## Especial

Em tempos de recessão econômica, prospectar novos clientes parece ser a tarefa mais importante e mais árdua para uma empresa. Entretanto, investir em itens como qualificação e fidelização também fará sua empresa vender mais sem desvalorizar os produtos e ainda mantendo bons números

# Em busca de bons resultados em vendas

**U**m empreendedor precisa compreender todos os setores de sua empresa para saber gerenciá-la. Por isso, entender sobre vendas não é um diferencial, mas sim uma necessidade. Na indústria gráfica, a maioria dos empresários acabam acumulando funções. Alguns, além da gestão, atendem o cliente, prospectam serviços, cuidam dos processos de impressão, operam máquinas, fazem o acabamento e se for necessário ainda saem para entregar o serviço. O que por um lado pode significar uma sobrecarga é também uma maneira de ganhar uma expertise completa sobre como a empresa funciona, auxiliando no conhecimento estratégico do negócio. Aqueles que compreendem a cadeia completa do trabalho sabem que a indústria gráfica exige alta habilidade de negociação, inteligência de compra e, principalmente, saber como vender. O palestrante e consultor Cláudio Luvizzotti, considera que se esta parte da empresa for ineficaz compromete toda a saúde do negócio. “O setor de vendas é o coração da empresa e não pode parar nunca”, enfatiza. Para melhorar este processo, o primeiro passo é observar como anda a área comercial. Luvizzotti aponta que é importante analisar a competência e a habilidade do gerente responsável. “Com o atual cenário econômico, são inadmissíveis falhas e ineficácia por falta de planejamento de vendas, inadequada prospecção, erros de comunicação de valor e uma série de outros originados pela falta de conhecimento na área”, explica. O consultor aponta que investir em qualificação dos colaboradores é uma boa saída: “É preciso profissionalizar o time, pois sem conhecimento não há luz de esperança para o sucesso na entrada de receita de vendas”.

A consultora Cinara Dupont, da CD Treinamentos, afirma que um dos caminhos para alcançar bons resultados em vendas é conhecer ao máximo sobre a sua empresa, o mercado em que ela está inserida e seus concorrentes. “Quanto maior esse conhecimento, mais sabedoria o empresário terá na hora da tomada de decisões.” No momento em que as vendas baixam, cair no desespero e baixar preço ou fazer qualquer negócio para conseguir tirar um pedido pode ser um erro fatal. “Cliente interessado apenas em preço não é fiel. Será preciso focar em atitudes concretas para aumentar as vendas, mas com qualidade. Conhecer o meu cliente, atender bem e cobrar o valor que os meus produtos e serviços valem contribui para a construção de uma empresa sólida e de uma carteira fiel”, explica.

### Goste do seu cliente

Quem vende pode ter diversos cursos e treinamentos, mas se não gostar do que faz, não será tão bom quanto aquele que adora a sua profissão. Para Cinara, é importante ter uma formação em vendas para melhorar os resultados, mas o fundamental mesmo é saber atender bem. “O vendedor tem que gostar de ‘gente’. É preciso exercer a empatia, se colocar no lugar do outro. Será que eu seria cliente de mim mesmo? O consumidor saiu satisfeito e voltaria a comprar comigo?”, questiona.





Ter uma política de vendas definida e não fazer o preço de acordo com cada cliente, além de ser uma postura ética, ajuda na prospecção e também na fidelização. A consultora indica ainda que é importante conhecer qual o perfil do consumidor da empresa, coletando dados como qual tipo de cliente mais compra da sua empresa e quais os produtos mais procurados. “A melhoria nesta área virá de um trabalho contínuo e focado em quem eu quero atingir”, garante. Além disso, ela aponta que é preciso fazer prospecção no mercado sempre, e não apenas quando as vendas baixam. “Utilize a expertise de um especialista em vendas ou daquele colaborador que está focado nesta área. Não fique apenas mandando e-mails e respondendo a propostas. Vá além, pois vender é mais do que isso”, observa Cinara.

## Consumidores fiéis

Em relação à atual situação econômica do país, conhecer sua clientela e saber explorar os contatos da própria carteira pode render melhores resultados do que tentar prospectar novos clientes. Luvizzotti lembra que todo processo de prospecção tem um alto custo, e é aí que geralmente muitas empresas perdem sua competitividade. “Na busca do provável ou improvável cliente, a empresa acaba deixando quem já é cliente vulnerável à concorrência.” Para o consultor, uma alternativa viável é canalizar a atenção nos consumidores já conquistados: “Pegue a sua planilha de vendas, estude a sua curva ABC, concentre-se nestes 80% e tenha a certeza de prospectar em um terreno mais seguro e de rápido retorno”.

Além disso, aumentar e manter a fidelidade dos clientes é uma ótima estratégia para ter bons resultados. Entretanto, esse é um dos

principais desafios dos empreendedores atualmente. A internet trouxe informação rápida e de fácil acesso e, por isso, nunca faltará um novo concorrente, uma nova tecnologia para disputar o interesse do consumidor. “Há poucos anos o concorrente era local, atualmente ele é global. Não existe mais a limitação geográfica e o cliente sempre buscará a melhor vantagem”, explica Luvizzotti. Com isso a empresa gráfica acaba precisando se reinventar, deixando de ser apenas uma fornecedora de materiais e serviços de impressão para se tornar uma provedora de soluções. “A gráfica tem que ser uma parceira na construção do sucesso de seus clientes, estando a par das estratégias e atuando como uma intermediária das oportunidades”, define.

## Não perca o foco

Quando uma empresa sabe para quem ela vende, isso possibilita definir com clareza os objetivos dentro do mercado. Segundo Cinara, mesmo que o negócio atue em diversos segmentos, há sempre um comprador potencial que se destaca. Ele deve ser visto como uma referência para a empresa. “Saber quem são os clientes principais auxilia no planejamento de ações de marketing mais eficientes, além de definir melhor suas estratégias de compra. Com isso, você economiza e ainda fala diretamente para o seu mercado-alvo com eficiência”, explica. O empresário deve usar a tecnologia a seu favor: utilizando *softwares* eficientes é possível criar planilhas de negócios que fornecem um estudo detalhado de quem são esses compradores e qual o seu hábito de compra.

Além disso, manter o foco no negócio é essencial. Ações de marketing e prospecção de clientes devem ser direcionadas a consumidores potenciais. “Uma empresa não deve dar tiros a esmo,

procurando atingir a qualquer um. Os clientes potenciais são sempre uma aposta com mais chances de gerar resultados”, evidencia Cinara. Além de gerar economia, manter esse foco auxilia a transmitir uma imagem de que a empresa é sólida e consistente dentro do mercado.

## Invista nas pessoas

Garantindo a fidelidade da clientela antiga, há mais um ponto positivo que a empresa precisa levar em consideração. O consumidor satisfeito indica o serviço para outros clientes potenciais, o que gera mais vendas e melhores resultados. Segundo Luvizzotti, a palavra-chave que o empreendedor deve ter em mente na hora de conquistar esses clientes é o “encantamento”. “As pessoas só indicam um profissional, uma empresa ou um serviço se aquela compra lhes favoreceu uma experiência encantadora. Temos que propiciar experiências de confiança, credibilidade e momentos que favoreçam a demonstração de alegria em ter aquela pessoa como cliente”, explica.

Para o consultor, um dos maiores segredos do mundo das vendas é investir nas pessoas. Além de trazer indicações, conhecer e encantar os consumidores, faz com que eles voltem a fazer negócio com a sua empresa. Além disso, apostar no seu time de colaboradores dando a eles confiança e oportunidade de se qualificar só trará bons frutos para a empresa. “Qualifique ao nível de excelência toda a sua empresa. As vendas sobem, e caem. Agora as pessoas são a chave, você as levanta e elas não caem mais. Instrua sua equipe, ensine, treine, cobre, não permita que os dias passem sem um novo conhecimento, sem um novo plano, uma nova meta e um novo desafio”, instrui.



# Para não deixar a peteca cair

*Para muitos, um empreendimento é um sonho. Como fazer quando tudo parece se encaminhar para um beco sem saída?*

*Veja mais sobre como dar uma guinada na sua empresa*

Ao abrir uma empresa, o seu criador tem em mente um futuro de sucesso – um planejamento e uma esperança que aos poucos será nutrida com muito trabalho e empenho. Contudo, há momentos difíceis e de dúvidas, em que o sonho parece esvaecer, e o empresário se vê sem saída. Então, é preciso respirar fundo, contabilizar os danos e começar a se preparar para segurar as pontas e evitar ao máximo o fechamento da empresa.

Segundo o diretor-executivo do Instituto Brasileiro de Coaching (IBC), Marcus Marques, para que este sonho do negócio próprio se torne realidade, são necessários vários esforços diários e um comprometimento constante. “Esta força não deve ser apenas do gestor, mas também deve partir de todas as pessoas envolvidas nos processos da empresa”, completa o consultor. Então, conforme o consultor relata, elementos como esforço, comprometimento, dedicação, uma comunicação assertiva e um trabalho em equipe bem feito, entre outros, são fatores fundamentais para o bom andamento de uma empresa. “Quando esses aspectos começam a

falhar, as chances de que ela comece a enfrentar certos problemas no futuro aumentam consideravelmente, o que torna a sua recuperação um pouco mais complicada, podendo levá-la ao fechamento”, revela.

As derrocadas da empresa podem começar de uma má decisão do gestor, que talvez represente um investimento alto com pouco retorno ou até mesmo de má administração do capital humano da empresa. Marques afirma que entre as principais decisões equivocadas tomadas pelos empreendedores estão a falta de planejamento de estratégias do negócio e de preparação para gerir a empresa e o negócio começar sem capital de giro. “Também aponto como um erro crucial a falta de conhecimento do mercado em que se atua, além da falta de atenção à necessidade de uma equipe muito bem capacitada e treinada”, reitera.

O consultor destaca que esta junção de fatores pode ser uma verdadeira bomba-relógio para qualquer negócio, uma vez que, ao tomar estas decisões, o empresário aumenta significativamente os riscos de a sua empresa fracassar. “Sem preparação, dinheiro e estratégia, o

negócio demonstra não ter um líder preparado para enfrentar e superar os desafios, além de faltar condições financeiras para se manter”, garante. Para superar estas dificuldades, o mais indicado pelo especialista em empreendedorismo é foco no resultado que deseja alcançar, mantendo no caminho aonde pode chegar e o que precisa fazer efetivamente para subir ao próximo nível e salvar sua empresa.

Mas como perceber que o seu negócio está se encaminhando para o fechamento? Marques aponta que um dos principais sinais é a falta de retorno financeiro: “Logicamente, todo negócio tem um prazo para obter o retorno esperado. Entretanto, o perigo mora em, se mesmo de acordo com o planejamento financeiro mensal, a empresa não consegue atingir um patamar saudável e operar no verde”. Segundo ele, este é um forte indicativo de que algo não vai bem e precisa ser revisto ou mesmo ajustado na gestão e na organização.

## O ponto da virada

Ao perceber que a situação está ficando crítica, é importante que o gestor comece a se mobilizar para virar o jogo. Para tal, Marques aconselha que a gráfica tenha uma cultura organizacional não apenas voltada para resultados, mas também para as pessoas. “É importante que se pregue que seus colaboradores são realmente parte essencial da empresa.” Assim se mostra que eles são fundamentais ao crescimento e sucesso do negócio e que sua colaboração é direta para a manutenção e prosperidade do empreendimento. “Este é um discurso que deve estar muito bem alinhado, ser sentido por todos e estar presente nos seus líderes”, ensina.

Ele ainda comenta que fornecedores devem ser verdadeiros parceiros do seu negócio, pois se a sua empresa fechar, eles também acabam perdendo um cliente. Esta também é a hora de contar com os seus consumidores, uma vez que clientes satisfeitos são um dos maiores patrimônios de uma empresa. Por isso, no momento de crise no negócio, é com eles que você deve contar para superar a fase difícil. Mas é necessário resiliência por parte do gestor. “Os desafios no mundo dos negócios são muitos. É preciso não sucumbir frente às dificuldades e deixar sua empresa fracassar”, completa.



# Sindigraf-RS fecha negociação coletiva 2017

Após a realização de reuniões com a Federação dos Trabalhadores nas Indústrias Gráficas do Estado do Rio Grande do Sul e sindicatos de Porto Alegre, São Leopoldo, Ijuí, Cachoeirinha, Erechim, Caxias do Sul e Santa Maria, o Sindigraf-RS encerrou a negociação coletiva 2017. O acordo prevê a concessão de 4,57% de reajuste a partir de 1º de abril, conforme o Índice Nacional de Preços do Consumidor (INPC) do período revisado (abril de 2016 a março de 2017). Segundo a comissão de negociação do Sindigraf-RS, comandada pelo presidente Angelo Garbarski, os colaboradores demonstraram entender a situação das empresas, que passam por dificuldades devido às adversidades econômicas do país, além da crise financeira que o Estado enfrenta.

As demais determinações de cláusulas econômicas e sociais foram mantidas, inclusive a Participação nos Resultados de 25% do salário-base do trabalhador. O valor correspondente não poderá ser inferior a R\$ 375,76 ou supe-



rior a R\$ 563,54. A Convenção Coletiva de Trabalho (CCT 2017/2018), com vigência de 1º de abril de 2017 a 31 de março de 2018, está em fase de registro junto ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), devendo ser oportunamente enviada às empresas.

Após a homologação do CCT 2017/2018, por meio da assinatura das partes e registro no MTE, será encaminhada às gráficas gaúchas a contribuição assistencial. O tributo tem como base o número de empregados registrados nas empresas em abril deste ano, conforme consta no cadastro do Sindigraf-RS. Seu valor-base por empregado é de R\$ 171, correspondendo a 13% da média arit-

mética dos salários normativos do 1º ao 5º grupos da CCT de 2015. Empreendedores sem empregados deverão repassar R\$ 171.

O pagamento da contribuição será feito em duas parcelas. Cada uma delas corresponde a 50% do valor total, com vencimentos em 15 de junho e 15 de setembro. O retorno dos investimentos na entidade é feito em forma de produtos e serviços, por meio de qualificações, convênios, caravanas e concursos, entre outras ações que garantem a defesa dos interesses do setor.

Salários normativos com percentuais diferenciados		
Grupos	Valor mensal (R\$)	Pagamento por hora (R\$)
A	2.079	9,45
B	1.988,80	9,04
1º	1.892	8,60
2º	1.650	7,50
3º	1.430	6,50
4º	1.326,60	6,03
5º	1.293,60	5,88
Não catalogados	1.282,60	5,83

O evento que está lotando salas vai passar pela sua região!

WORKSHOP

COMO ANDA SUA EMPRESA?

COM CINARA DUPONT

Um encontro para analisar e refletir sobre a organização, desenvolver habilidade crítica e o uso de ferramentas simples e eficazes

EM BREVE MAIS INFORMAÇÕES

51 3323.0303  
eventos@sindigraf-rs.com.br  
www.sindigraf-rs.com.br



PROGRAME-SE:

10 JUNHO REGIÃO PRODUÇÃO/PLANALTO  
PASSO FUNDO

27 JUNHO REGIÃO VALE DO SINOS/HORTÊNSIAS  
SÃO LEOPOLDO

08 JULHO REGIÃO CENTRO/OESTE  
SANTA MARIA

05 AGOSTO REGIÃO VALE DO TAQUARI/RIO PARDO  
SANTA CRUZ DO SUL



# Inscriva-se no 13º Prêmio Gaúcho

**A**s inscrições para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica podem ser realizadas em [www.premiogaucha.org.br](http://www.premiogaucha.org.br) até 8 de junho. No período promocional, iniciado em 2 de maio, as gráficas contam com descontos para inscrever seus produtos até o dia 16 do mesmo mês. Por isso, quanto mais cedo garantirem suas vagas no concurso, mais vantagens terão os empresários.

Na primeira etapa, as gráficas associadas adimplentes à Abigraf-RS têm direito à inscrição gratuita de um impresso, e os demais saem por R\$ 70. Já as filiadas adimplentes ao Sindigraf-RS, Singraf ou Singrapel pagam R\$ 90 e outras empresas investem R\$ 150. Só serão efetivadas inscrições com três amostras de cada produto, acompanhados de ficha de inscrição e comprovante de pagamento. Uma delas será para o julgamento do Prêmio Gaúcho, outra para a inscrição no 27º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, no caso dos finalistas, e a última para exposição das concorrentes na cerimônia de entrega dos

troféus do prêmio regional. Os empresários devem separar seus três melhores exemplares e embalá-los individualmente.

As empresas interessadas em participar do concurso devem também estar atentas ao regulamento da 13ª edição, que possui novidades. Neste ano, o julgamento ocorrerá na sede da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), em São Paulo. A mudança segue a tendência nacional de todas as Abigraf's do país, que em premiações regionais costumam enviar seus impressos para a avaliação da ABTG. Além

disso, o Prêmio Gaúcho conta com uma nova categoria. O segmento *Impressão em Substratos Sintéticos (PVC ou PP)* surge para contemplar quem imprime neste tipo de substrato, cujas possibilidades vão muito além do papel.

As finalistas da premiação regional terão inscrição automática e gratuita no 27º Fernando Pini. As demais participantes ganham 20% de desconto na inscrição no concurso brasileiro, mas ela precisa ser feita pela própria empresa. Os vencedores do Prêmio Gaúcho serão conhecidos na Fiegs, em Porto Alegre, no dia 28 de julho.

## Aproveite o período promocional

Confira o passo a passo para participar do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica:

- ▶ A primeira fase ocorre de 2 a 16 de maio, com inscrições em [www.premiogaucha.org.br](http://www.premiogaucha.org.br)
- ▶ São necessárias três amostras de cada produto para efetivar a inscrição, sem exceções
- ▶ Cada trabalho necessita de uma ficha de inscrição totalmente preenchida. Dados como identificação do produto, características técnicas e informações sobre os equipamentos e insumos utilizados no trabalho devem constar no formulário
- ▶ As amostras, as fichas e os comprovantes de pagamento dos produtos inscritos deverão ser entregues no período promocional diretamente na Abigraf-RS até as 18h de 16 de maio



## PARA ALCANÇAR A EXCELÊNCIA, É PRECISO IMPRESSIONAR

Inscriva seus produtos e impressione

**Não perca esta oportunidade: o último período de inscrições acontece de 17 de maio a 08 de junho**

[www.premiogaucha.org.br](http://www.premiogaucha.org.br)



Informações:  
513323.0303  
[comercial@abigraf-rs.com.br](mailto:comercial@abigraf-rs.com.br)

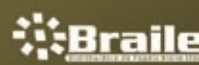
Realização



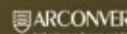
Parceiros



Patrocínio Master



Patrocínio Premium



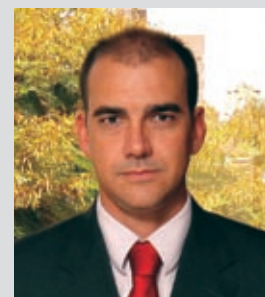
## Oportunidade e não retrocesso

Diversas manifestações de sindicatos profissionais dão conta de que com a aprovação do projeto de lei (PL) 6787/2016, que trata da (mini) Reforma Trabalhista, serão ceifados diversos direitos trabalhistas.

É importante observar que o PL não cria hierarquia entre as normas. Apenas dá força de lei às previsões das convenções e dos acordos coletivos. Ora, nosso direito do trabalho tem como um de seus princípios fundamentais a aplicação, quando da coexistência de normas, da mais benéfica ao trabalhador. Assim, mesmo se aprovado o texto da Reforma Trabalhista, não terão as negociações coletivas como simplesmente suprimir direitos previstos em lei. Mesmo que tenha previsão expressa no texto da reforma que o exame da norma coletiva pela Justiça do Trabalho deva se dar mediante intervenção mínima na

autonomia da vontade coletiva, não resta dúvida de que em eventual coexistência de normas, os juízes simplesmente aplicarão a mais benéfica ao trabalhador.

Há, então, evidente exagero quando se alardeia que os trabalhadores ficarão desprotegidos se vier a ser aprovada a reforma. A Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e a legislação complementar continuarão a existir para proteger os empregados, considerados hipossuficientes nas relações de trabalho. Os direitos mínimos não serão extintos pelas convenções coletivas e pelos acordos coletivos de trabalho. Se aprovado o texto do PL, em relação aos temas propostos no art. 611-A, como jornada de trabalho, fracionamento de férias, trabalho remoto, dentre outros, terão os interessados a oportunidade de modernizarem as relações trabalhistas, criando previsões em normas coletivas com força de lei de forma ágil e de



Daniel Rodrigues/Divulgação RMYC

**BENÔNI ROSSI**  
Advogado trabalhista

acordo com a característica de cada categoria. Esse deverá ser o cerne das negociações.

É uma pena que tal ferramenta de modernização e de prestígio das negociações coletivas esteja sendo encarada como meio de supressão de direitos. Deveria, ao contrário, ser vista como uma conquista dos interessados na evolução das relações trabalhistas. Trata-se de uma oportunidade e não de um retrocesso.

## GESTÃO

### Todo empresário gráfico “acha que”

O mundo dos negócios foi feito para quem tem garra e perseverança. Quem pensa negativo, não se arrisca, age proativamente e dura muito em meio ao exigente mercado. Os concorrentes são agressivos e atentos, não perdoando qualquer deslize dos adversários. Ter essas características ajuda a garantir a fatia de mercado, mas é só isso que forma um empresário?

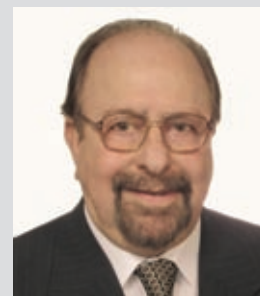
Os aspectos psicológicos influenciam no mundo empresarial, mas os conhecimentos técnicos são muito importantes para não cair no “achismo gerencial”. O termo refere-se às decisões que o empresário acha que deve tomar, aos planos que deve traçar, tudo o que acha que deve fazer. Enquanto estiver nesta fase, conduzir a empresa dependerá mais da sorte que da competência.

Parte do nosso modelo mental cultural é saber de tudo, discutir todos os temas, ter opiniões superformadas da economia ao fute-

bol. Tudo estaria bem se este nosso “achismo” ficasse limitado às conversas de botequim, comentários em redes sociais ou rodas de discussão, mas a verdade é que isto também acontece em nossas empresas e decisões profissionais.

Quantas vezes já se viram tomadas de decisão de investimento, conceituação de produtos ou serviços e rotinas de gestão baseadas puramente na opinião pessoal de alguém? O chamado “feeling” pode até funcionar algumas vezes, mas certamente gerará prejuízo em uma situação de mercado cada vez mais competitiva e profissionalizada. Para não se acomodar ou decidir temas relevantes de forma pouco sustentável, é preciso estar cercado de dado e fatos. É importante ir à raiz da questão, revendo modelos mentais e deixando as suposições de lado.

A boa notícia é que nunca antes houve tanta disponibilidade e acesso à informação. Basta saber onde procurar, ler atentamente, analisar



Divulgação/Printconsult

**THOMAZ CASPARY**  
Consultor e diretor da Printconsult

e interpretar como podem afetar seu negócio. Entender para onde o comportamento se move e que implicações este movimento tem é fundamental para estar sempre à frente da concorrência, antecipando necessidades e desejos.

Se o empresário não tiver o devido tempo para leitura e pesquisa, esta informação pode chegar através de uma associação, como a Abigraf, ABTG e Senai nas áreas tecnológicas, ou o Sindigraf-RS e uma assessoria especializada.

# Foco na excelência e vontade de empreender

A indústria gráfica esteve presente desde cedo na vida de Evandro Hendler Brambilla, de 33 anos. Como seus pais foram donos da Tipografia Sarandi/Abaeté Artes Gráficas, especializada em notas fiscais e formulários diversos, ele cresceu brincando no meio das máquinas da família. Quando mais velho, chegou a ajudar nos setores de intercalação, impressão e acabamento da empresa. Em 2000, a gráfica foi encerrada e toda a clientela da empresa foi passada para a Bhordo Artes Gráficas, criada em 1997 e administrada por seu irmão, Adriano Hendler Brambilla, 43 anos.

Nessa época, Evandro se afastou da indústria gráfica. Em 2001, iniciou a faculdade de Engenharia Mecânica, fez mestrado em Engenharia e Tecnologia de Materiais e pós-graduação em Engenharia Ferroviária. Ele atuou como engenheiro durante alguns anos, mas em 2008, a convite do irmão, deixou a engenharia de lado e se tornou sócio da Bhordo. “Ele precisava de uma pessoa jovem e com muita vontade de empreender e trabalhar, então por isso me inseri na sociedade”, recorda Evandro. Juntos, os irmãos empregaram novas ideias de gestão, vendas e processos na gráfica. “Gradualmente, evoluímos a empresa, culminando em 2010 na construção e inauguração da sede própria”, explica.

Seguindo o lema “a excelência no atendimento e na qualidade nos serviços”, a gráfica Bhordo atua em Porto Alegre há 20 anos. A

empresa é focada principalmente no segmento promocional, atendendo desde clientes terceirizados, passando pelo e-commerce e agências, até o cliente final. A empresa oferece impressão offset, impressão digital, impressão em grandes formatos (banners e adesivos) e acabamentos em geral. Como possui frota de veículos própria, a Bhordo realiza entregas diárias em Porto Alegre e arredores. Além disso, o site da empresa (www.bhordo.com.br) possui uma ferramenta de compra online, onde se pode solicitar trabalhos, consultar preços e enviar arquivos diretamente para impressão.

Atualmente, Evandro, além de sócio-proprietário, é diretor administrativo e atua principalmente na área administrativa e de planejamento da gráfica. Já Adriano, também sócio-proprietário da Bhordo, exerce a função de diretor comercial. Para o futuro da empresa, os planos dos irmãos estão voltados para o investimento em automação de processos e qualificação de seus colaboradores. “Isso resultará em uma melhor experiência de compra e atendimento para nossos clientes”, observa. A meta é se tornar uma referência: “Temos como visão nos destacar no segmento gráfico pela modernidade e por possuir uma estrutura enxuta e produtiva”.

Para Evandro, ser empreendedor é saber identificar as oportunidades e administrar as pessoas: “As empresas que estão apresentando



Arquivo pessoal

elevados índices de crescimento são baseadas em uma equipe altamente criativa e comprometida”. Ele aponta que há algumas dificuldades a serem superadas no caminho dos empreendedores. “O maior desafio ao empreender é se adaptar a evolução de mercado para o meio digital. Além disso, temos que lidar com a complexa legislação tributária que o governo nos impõe, que além de imprecisa está em constante mudança”, analisa. O empresário ressalta ainda os problemas em relação à burocracia e também a insegurança nas cidades.

Na gestão 2017-2019 da Abigraf-RS, Evandro atua como diretor executivo. No mandato anterior, ele foi diretor plenário do Sindigraf-RS. Seu objetivo é de colaborar com os interesses da categoria gráfica. Além disso, ele destaca que as entidades se tornam uma espécie de escola, pois geram bastante aprendizado para os envolvidos na gestão. “Este ambiente de troca sempre é muito produtivo. Podemos receber e compartilhar conhecimento entre os colegas”, pondera.

## Atenção ao lado tributário

Devido à variação constante de datas, muitos empresários sentem dificuldade em manter seus compromissos tributários em dia. Segundo o consultor tributarista do Sindigraf-RS, o advogado Eduardo Plastina, uma vez que na composição dos preços dos impressos gráficos os impostos incidentes devem ser considerados, a gráfica precisa manter em dia a sua receita. “Dessa maneira, o empresário foge dos riscos relacionados ao pagamento de tributos sobre operações eventualmente inadimplidas”, completa.

Uma das maneiras garantir o pagamento dos impostos recorrentes é ter um planejamento mensal a fim de evitar o atraso ou o inadimplemento dos tributos. Entre os ônus apontados pelo advogado estão os encargos moratórios, juros, o círculo vicioso da dívida e a impossibilidade de obtenção de certidão negativa de débito. Confira ao lado uma dica de como organizar o seu calendário de tributos, com a data aproximada para pagamento dos impostos de pagamento mensais.

### PLANEJAMENTO MENSAL

- Dia 7 – Pagar FGTS, Caged – Ministério do Trabalho
- Dia 12 – Pagar ICMS e ISSQN
- Dia 15 – Previdência Social
- Dia 20 – Pagar INSS, IRRF, ICMS Diferencial de Alíquota e Simples Nacional
- Dia 25 – Pagar PIS e Cofins
- Último dia útil do mês – Contribuição Social Sindigraf-RS e IRPJ
- Atenção! Quando as datas caírem em dias não úteis, deve-se verificar se o pagamento precisa ser efetuado no dia útil anterior ou no próximo.



# Prático, cheio de opções e sustentável

O PVC, que já foi abordado anteriormente nessa série de reportagens, não é o único insumo plástico que vem ganhando espaço na indústria gráfica. Segundo Clésier Santiago, instrutor do Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, também podem servir como suporte de impressão na indústria gráfica o Polipropileno (PP), Polietileno (PE), Poliéster (PET), Etileno Vinil Acetato (EVA) e Nylon (poliamida). A impressão em filmes plásticos, conforme ele, pode ser feita em diversos processos, como flexografia, rotogravura, *offset*, serigrafia e impressão digital, desde que observados parâmetros técnicos inerentes de cada segmento de impressão. “Assim como na impressão em PVC, devem-se observar variáveis que durante a impressão são agravadas, como problemas relativos a lisura dos materiais, impermeabilidade, espessura e elasticidade”, comenta.

Santiago aponta que um dos maiores cuidados no processo de impressão neste tipo de material refere-se à uniformidade de cobertura e fixação (ancoragem) da tinta na superfície dos

filmes, devido às características de suas estruturas químicas. “Em geral, os materiais plásticos possuem baixa tensão superficial, que gera uma incompatibilidade entre a tinta aplicada e o substrato”, revela. Ou seja, para haver um equilíbrio na relação tinta/substrato, pode ser necessário um tratamento superficial nos materiais plásticos. “Este tratamento consiste na preparação da superfície para que ela adquira condições de receber uma camada de outro material, a título de cobertura”, completa o instrutor.

As vantagens de oferecer insumos plásticos no seu *portfólio* de impressos são inúmeras. Entre elas, de acordo com o instrutor, estão o baixo custo de produção da matéria-prima, o peso reduzido, a elevada resistência e a diversificação na utilização. “De modo geral, pode-se dizer que entre as propriedades encontradas nos plásticos estão fatores como proteção ao oxigênio, à luz, umidade, calor, praticidade, apelo visual e maquinabilidade”, garante Santiago.

E há também um grande diferencial possível ao se trabalhar com este material: a sustentabili-

dade. “O plástico é um material que pode ser totalmente reciclado. Erroneamente se tem a ideia de que o plástico é um vilão do meio ambiente, uma vez que os seus processos de produção requerem relativamente pouca energia e são pouco poluentes”, conta. Segundo ele, ainda a produção e o uso de plásticos são ambientalmente benéficos, pois o saldo ambiental é positivo, ao contrário do que o senso comum parece acreditar.

## Saiba mais

As aplicações de impressão em materiais plásticos podem ser diversificadas:

**Filmes técnicos** – impressos em uma camada, como o polietileno e polipropileno

**Co-extrusados** – é a união pelo processo de extrusão de vários materiais plásticos

**Laminados** – são materiais plásticos unidos por meio de adesivos

**Metalizados** – materiais plásticos em cuja superfície é aplicada fina camada de alumínio



## 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.

## Cartonagem Hega comemora 80 anos

A Cartonagem Hega, de Porto Alegre, completou, em 2 de abril, 8 décadas de atividades no ramo gráfico. A empresa foi fundada em 1937 por Henrique Guilherme Nienaber, com foco em tipografia. Hoje, a administração dos negócios já está sob a direção da quarta geração da família.

A Hega atualmente conta com 26 colaboradores e seu trabalho é especializado em embalagens personalizadas por encomenda, com ênfase em sacolas promocionais. “Procuramos sempre nos adequar a um nicho que possibilite manter a empresa. Não ficamos

batendo na mesma tecla sempre. Vamos nos adaptando às demandas do mercado”, explica o diretor Albert Feser.

Segundo ele, a empresa se orgulha em completar 80 anos de forma resiliente, sendo ética nos negócios e honrando seus compromissos. “Vamos deixar as comemorações para os 100 anos da Hega”, declara Feser.

Para o futuro, o empresário pensa em preparar a nova geração da família para tocar os negócios. “Através de curso superior e treinamentos, queremos ampliar a visão deles, para que sejam uma geração mais qua-



Divulgação/Cartonagem Hega

lificada e preparada para o futuro. Seria um grande orgulho passar adiante a empresa na família e manter a nossa tradição viva”, torce o empresário.

## Colaboradores são homenageados em ação da Grafiset

Um dos segredos para uma gestão de sucesso é sempre reverenciar o seu capital humano. Seguindo esta premissa, a Grafiset, de Porto Alegre, ao completar 43 anos, em 1º de abril, começou a campanha #EuSouGrafiset. Por meio de postagens no Facebook e no Instagram, em todos os dias úteis do mês de abril, a empresa postou uma foto de algum dos colaboradores da empresa, contan-



Divulgação/Grafiset

do a sua história com e dentro da gráfica. A ação começou em 4 de abril, abrindo com o fundador da empresa, Lourival dos Reis (foto), e se estendeu até o dia 28 do mesmo mês.

De acordo com o diretor da empresa, Regis Mendes, a campanha teve como principal proposta a missão de enaltecer a equipe e também de mostrar aos clientes quem realiza os seus impressos. “É muito bacana observar

os colaboradores se vendo nas postagens, os amigos curtindo e os clientes reconhecendo o trabalho dessas pessoas. Não é à toa que a nossa página deu um up de curtidas em abril”, comenta. Ele revela ainda que as comemorações de aniversário da empresa se iniciaram com um almoço de confraternização no final de março e finalizaram com um presente especial e sustentável: “Queremos diminuir a quantidade de lixo produzida pela empresa, então todos ganharam uma caneca personalizada com o seu nome e com a hashtag #EuSouGrafiset”.



### DICA DE LEITURA

## A diferença dos vencedores

Como você categoriza uma pessoa de sucesso? O que ela precisa ser ou ter para vencer? Regido por essa curiosidade, o consultor empresarial e palestrante Eduardo Tevah publicou o livro *Os diferenciais das pessoas de sucesso*, pela editora Tevah, que levanta alguns questionamentos, abrangendo o porquê de algumas pessoas vencerem e outras não, e também do triunfo parecer por vezes chegar a pessoas que poucos apostariam em seu sucesso. Além disso, a razão pela qual as pessoas que tinham tudo para vencer e acabam terminando sua vida sem encontrar a glória da realização também é questionada, a fim de buscar respostas mais profundas para insucessos.

O livro apresenta uma abordagem prática, com a visão de algumas pessoas mais bem-sucedidas com quem Tevah cruzou em sua vida empresarial, com o objetivo de entender o que as diferenciava de uma grande maioria que não alcançou o êxito em sua jornada. Dividindo a sua obra em 12 capítulos, Tevah ainda debate assuntos diversos que caracterizam o comportamento dos campeões, como gostar de competir, entender as pessoas, força de trabalho, aprendizado contínuo, auto-crítica e ambição, entre outros. Esta é uma obra que gera reflexão ao gestor e que visa a proporcionar ao leitor um momento para “fechar para balanço”.



Divulgação/Editora Tevah

### Ficha de leitura

**Título:** *Os diferenciais das pessoas de sucesso*

**Autor:** Eduardo Tevah

**Número de páginas:** 120

**Editora:** Tevah

**Investimento:** R\$ 35