



ESPECIAL

Táticas para fortalecer os Recursos Humanos



om as suas origens remon-
tando à Revolução Indus-
trial no século 19, os setores
de Recursos Humanos nas-
ceram nas fábricas, respon-
dendo à necessidade de me-
dição entre o empregador
e o funcionário. O tempo
passou e, ao adentrarmos

na era da informação, o RH agora assume uma posição de
gestão de um dos mais preciosos bens da empresa – o capital
humano. Ao gerenciar admissões, rescisões de contrato e se
responsabilizar por um ambiente de trabalho satisfatório e
produtivo, o profissional torna-se parte da administração de
uma empresa, sendo um dos responsáveis por fazê-la cres-

cer, lucrar e se desenvolver. Esta gestão de pessoas ancorada em governança é o que pauta o RH Estratégico, uma nova maneira de tocar este setor,
que objetiva, mais do que tudo, construir uma equipe fundamentada na alta produção, qualidade de ponta e competitividade, fortalecendo assim
o negócio como um todo. Confira a reportagem especial sobre Recursos Humanos nas páginas 8 e 9.



©iStock.com/Antikvar

AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

10

Saiba o que mudará na
legislação trabalhista a
partir da aprovação de novas
regras para a terceirização

ABIGRAF-RS

PÁGINA

12

Reserve já os seus ingressos
para a cerimônia de entrega
dos troféus do 13º Prêmio
Gaúcho de Excelência Gráfica



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

breve recuo da inflação, resultado de algumas medidas econômicas, vem mantendo um quadro de retração mais modesta na indústria gráfica. De acordo com o Boletim de Atividade Industrial, divulgado pelo Departamento de Estudos Econômicos (Decon) da Abigraf Nacional, o benefício do relaxamento monetário sobre a atividade deve ser sentido ao longo de 2017, uma vez que a política monetária tem efeito defasado. Na abertura por setores, segundo a entidade, as atividades de impressão foram as mais penalizadas, com queda de 7,6% na produção física em 2016. Já a fabricação de embalagens de papel registrou queda mais discreta no ano passado, de 2,3% – fruto da natural resiliência do setor; além disso, a produção de embalagens não sofre a mesma concorrência dos impressos com o mundo digital.

As discussões sobre as reformas previdenciária e trabalhista perderam força em meio ao agravamento da crise política, que poderá dar novos rumos à democracia brasileira. Diante da fragilidade da gestão pública, é importante que as empresas sigam trabalhando. Dessa

forma, o país não parará de gerar renda e poderá voltar a aquecer o mercado de trabalho. As dificuldades que enfrentamos são grandes, mas não podemos esmorecer. Não há males que as vendas bem-feitas não curem, por isso, sigamos juntos!

Com o intuito de estar mais próximo das empresas filiadas/associadas, retomamos em maio o Bate-Papo com o Presidente. As primeiras edições de 2017 foram realizadas em Porto Alegre (10/05), Santa Rosa (30/05), Santo Ângelo e Ijuí (31/05), possibilitando momentos de integração, conversa informal e troca de experiências. É uma pena que muitos empreendedores não valorizem o esforço desta diretoria de propor ações que garantam uma gestão descentralizada e com diálogo, além da vontade de aprimorar sempre as atividades, adequando-as às necessidades dos empresários gráficos.

Nosso foco tem sido na qualificação dos gestores, o que neste ano tem se materializado em palestras, *workshops*, cursos e caravanas para a participação em feiras e seminários, entre outros. Inclusive, a grande procura por capacitações junto ao Centro de Formação Profissional (CFP) de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, em Porto Alegre, fez com que atingíssemos em pou-

cos meses a cota de reembolso com a escola em 2017. Além disso, está confirmada a realização de mais uma caravana de empresários gaúchos, com 50% de desconto no pacote para a Serigrafia Sign FutureTextil, em 13 de julho. O evento ocorre em São Paulo, de 12 a 15 do mesmo mês.

Não podemos deixar de registrar a dedicação da comissão de negociação do Sindigraf-RS, que fechou com a federação e sindicatos de trabalhadores da nossa base territorial o acordo coletivo 2017-2018. Por meio do diálogo entre as partes foi garantida a defesa dos interesses do setor. Essas articulações, assim como os produtos e serviços oferecidos, fazem parte do retorno que a entidade propõe em contrapartida às contribuições.

Chegamos também à fase final das inscrições do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, que é sem dúvida uma grande oportunidade para que as gráficas mostrem suas melhores produções e sejam reconhecidas por toda tecnologia e qualidade empenhadas. Não deixem de participar, pois a festa dessa edição será reforçada pela comemoração dos 50 anos da Abigraf-RS. Se nos mantivermos firmes, a indústria gráfica gaúcha voltará a crescer, o que nos deixará ainda 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) 3323-0803

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



Presidente: Angelo Garbarski
1º Vice-Presidente: Roque Noschang
2º Vice-Presidente: Anderson Nunes dos Santos
3º Vice-Presidente: José Mazzarollo
1º Diretor Administrativo: Roberto Antônio Jaeger
2º Diretor Administrativo: Albert Feser
1º Diretor Financeiro: Lourival Lopes dos Reis
2º Diretor Financeiro: José Roberto Lobraico da Silva
Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche
– MTb 9474
Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Cláudia Boff, Laís Albuquerque e Nathália Cardoso

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Pré-impressão – CtP e Impressão:

Gráfica ANS

Tiragem: 2.000 exemplares

É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE MATÉRIAS, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Entidades revisam planejamento

Por iniciativa do presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Angelo Garbarski, foi feita a revisão do planejamento estratégico das entidades. Com base na nova sistemática da Confederação Nacional da Indústria (CNI), foram definidas as ações para os próximos dois anos, já preparando a sucessão para o triênio seguinte (2020-2023). Segundo Garbarski, nesta gestão houve 70% de renovação, sendo 50% de novos diretores. “O objetivo foi integrá-los para que participem do planejamento das futuras ações, concentradas em três eixos: ação setorial, defesa de interesses e produtos e serviços”, explica.

No total, a formação contou com 32 participantes. Segundo a analista técnica da Unidade de Relacionamento com a Indústria (Unirei) da Fiergs, Carla Kaufmann, a iniciativa faz parte do projeto da CNI que apoia as lideranças dos sindicatos na implantação/revisão do planejamento estratégico. “Busquei estimular o sindicato a refletir sobre seus desafios e até mesmo reavaliar sua forma de se relacionar com os associados”, garante.



Sindigraf-RS

O consultor do Programa de Desenvolvimento Associativo (PDA) da CNI, Alberto Pereira Gaspar, apontou que a ideia foi revisar e atualizar o planejamento das entidades. “Utilizando o método Balanced Scorecard (BSC), discutimos a identidade da organização – missão, visão, valores – e reformulamos o mapa estratégico”, afirma. Segundo Gaspar, é muito importante fazer essa revisão. “O mundo muda de maneira intensa. É fundamental que o sindicato se reúna para atualizar seus objetivos e acompanhar as mudanças”, orienta. No evento ainda ocorreu um *workshop* para as cônjuges. Ministrado pela hipnóloga Mileine Vargas, o curso abordou temas como medos, desafios e equilíbrio, entre outros.

Firmado convênio com a Uniodonto



Divulgação/Uniodonto

As empresas filiadas/associadas ao Sindigraf-RS contam com mais um benefício. Foi firmado convênio com a Uniodonto, empresa que possui mais de 20 mil cooperados em âmbito nacional e disponibiliza uma odontologia de excelência a 3 milhões de beneficiários. Por meio da parceria com o Sindigraf-RS, as gráficas terão descontos especiais e isenção da taxa

de inscrição. O plano disponível é o Odonto Máster, que garante 20% de desconto sobre a tabela da Uniodonto. Para adquirir é necessário ter no mínimo 10 beneficiários, incluindo funcionários e seus dependentes.

Segundo o gerente comercial da Uniodonto, Ronaldo Liota, o convênio garantirá às filiadas/associadas acesso à odontologia de excelência com valores acessíveis. Ele afirma ainda que as expectativas da cooperativa em relação à parceria se resume a duas iniciativas: “A primeira é atingir o maior número possível de pessoas. E a outra, não menos importante, é encontrar a satisfação no sorriso de nossos clientes”.

Gilberto Petry é eleito presidente da Fiergs

A Federação e o Centro das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs e Ciergs, respectivamente) terão o industrial Gilberto Porcello Petry no comando das instituições para o triênio 2017/2020. As eleições ocorreram em 23 de maio, com chapa única inscrita em março. Petry é diretor da Weco S.A., de Porto Alegre, e presidente do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico e Eletrônico do Estado do Rio Gran-

de do Sul (Sinmetal). Na próxima gestão, a indústria gráfica gaúcha continua sendo representada pelos empresários Angelo Garbarski, presidente do Sindigraf-RS, que ocupa uma vaga na diretoria da Fiergs, assim como Adair Angelo Niquetti, presidente do Singraf. Já Marco Aurélio Vieira Paradedda, conselheiro do sindicato e da associação, integra a nova diretoria do Ciergs. A posse das novas diretorias será em 18 de julho.

Até 8 de Junho

Inscrições para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Promoção: Abigraf-RS

5 a 9 Junho

21º Festival Mundial de Publicidade de Gramado

Local: Serra Park – Centro de Feiras e Eventos, Gramado (RS)

Promoção: Alap

10 Junho

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

Local: San 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, São Leopoldo (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

24 Junho

Dia Nacional da Indústria Gráfica

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

13 Julho

Caravana rumo à Feira Serigrafia Sign FutureTextil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Sindigraf-RS

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

1º a 31 Agosto

Envio de trabalhos para o 9º Concurso de Desenho Infantil

Promoção: Sindigraf-RS

5 Agosto

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

Local: Santa Cruz do Sul (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

29 Agosto

Aniversário de 76 anos do Sindigraf-RS

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

O DIA A DIA DO PRESIDENTE

2 Maio

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

3 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

Reunião com o superintendente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)

Bate-Papo com o Presidente (Sede, Porto Alegre)

11 Maio

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

12 Maio

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

16 Maio

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

19 Maio

Reunião com o superintendente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)

20 Maio

Reunião plenária especial do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (Vila Ventura Ecoresort, Viamão)

22 Maio

Reunião com o superintendente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

23 Maio

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

25 Maio

Assinatura do convênio com a Uniodonto (Uniodonto, Porto Alegre)

Seminário da Pequena e Média Indústria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

30 Maio

Bate-Papo com o Presidente (Restaurante do Negrinho, Santa Rosa)

31 Maio

Bate-Papo com o Presidente (Arena Grill, Santo Ângelo)

Bate-Papo com o Presidente (Jardim Europa Hotel, Ijuí)

AGENDA DO PRESIDENTE

6 JunhoReunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)
Evento da Zênite (Sede, Porto Alegre)**13 Junho**

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

14 Junho

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

20 Junho

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

21 Junho

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

Assembleia geral ordinária da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS (Hotel Continental, Porto Alegre)

28 Junho

3º Intercâmbio de Lideranças Setoriais da Indústria Gráfica (Edifício Armando Monteiro Neto, Brasília)

Concurso internacional premia impressos destaque



Reprodução

A fim de reconhecer produtos impressos de alta qualidade de todo o mundo, o Premier Print Awards escolhe, anualmente, desde 1950, peças para receber os Prêmios de Reconhecimento, Certificado de Mérito e a mais alta honraria, o Troféu Benny. O concurso é realizado pelo Printing Industries of America, associação da indústria gráfica dos Estados Unidos, e teve o encerramento do período de inscrições em 26 de maio. Durante junho, os inscritos – o que inclui todos os vencedores do 23º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris, entre eles a Brazicolor, de Caxias do Sul – passarão pelo julgamento da competição.

São 26 categorias, abrindo espaço também para estudantes de nível médio e superior que desejem competir com criações impressas escolares. Outra inclusão inovadora é a categoria *E disseram que não poderia ser feito*, que avalia produtos que foram além das expectativas. A premiação acontece em 10 de setembro, em Chicago, nos Estados Unidos.

O que é o Prêmio Benny?

De acordo com a Printing Industries of America, o Prêmio Benny é destinado à mais marcante peça de cada categoria. Devido à necessidade de perfeição, algumas categorias podem ficar sem 'Bennies', assim como mais de um produto pode ser contemplado. Os vencedores levam uma estátua de bronze do presidente americano Benjamin Franklin, além do reconhecimento da instituição.

Sesi-RS oferece capacitação EAD

Com a premissa de capacitar a força industriária gaúcha, o Sesi-RS oferece o curso *Inglês Módulo I – Beginner I*, desenvolvido pelo Conselho Britânico (British Council) especialmente para aplicação da instituição gaúcha. O curso é a distância e visa a desenvolver competências para ler e escrever conteúdos técnicos específicos das indústrias gaúchas, além de ensinar expressões gerais e a formação de frases simples e comuns na língua inglesa.

O módulo inicial objetiva fornecer um primeiro contato com o idioma, com foco no vocabulário e também nos diálogos de situações diárias na indústria. São ao todo 16 lições de texto e som, com orientações em inglês e português, com mediação de um instrutor durante as 52 horas de curso. A capacitação é gratuita e destinada a pessoas com mais de 14 anos. As inscrições podem ser feitas pelo site www.sesiead.com.br.

Produção de celulose em alta no país

De acordo com levantamento da Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ) Brasil, a produção de celulose – matéria-prima do papel – cresceu 3% no primeiro trimestre de 2017, em comparação ao mesmo período de 2016. Apenas nesse período, foram produzidos ao todo 4,69 milhões de toneladas de celulose. Apesar dos bons números, a produção de papel chegou a 2,5 milhões de toneladas, o que representa queda de 2,2% no mesmo período. Entre janeiro e março, as vendas de papel no Brasil fecharam em 1,3 milhão de toneladas, apresentando recuo de 3%.

Contudo, a exportação da celulose cresceu, alcançando 3,3 milhões de toneladas, um crescimento de 5,5% em relação ao mesmo período de 2016, quando foram exportados mais de 3,1 milhões de toneladas. A China continua como o principal destino da celulose brasileira, com 44% de participação.

Cotas de reembolso no CFP Senai estão preenchidas

Mais uma vez, a parceria entre o Sindigraf-RS e o Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, de Porto Alegre, foi um sucesso. A procura por qualificações foi tão intensa que a cota anual de reembolso de cursos em 2017 já está encerrada. Aqueles que não conseguiram garantir o benefício terão uma nova oportunidade no ano que vem. O preenchimento em tempo recorde das cotas demonstra como os representantes do setor estão interessados em qualificar e desenvolver cada vez mais o segmento. Por meio do auxílio oferecido pelo sindicato, as gráficas associadas recebem até 90% do valor aplicado no curso e as filiadas podem ganhar reembolso de até 75% do investimento, mediante conclusão do mesmo. Os valores variam conforme a distância da empresa em relação à capital gaúcha.

No entanto, os cursos do Senai continuam e é possível investir em algum deles de forma independente. Ao longo do ano, a escola oferece formações voltadas à qualificação da indústria gráfica. Para os próximos meses, estão previstas turmas de *Gerenciamento de cor* (de 3 de junho a 1º de julho) e *Tecnologia de impressão flexográfica banda estreita* (de 17 de junho a 15 de julho). A carga horária de cada curso é de 48h/aula. Para inscrições e mais informações, entre em contato pelo telefone (51) 3904-2610 ou pelo e-mail secretaria.grafica@senairs.org.br.

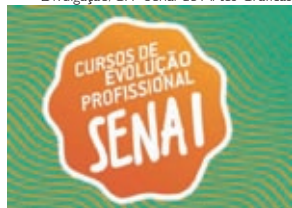
IEL-RS tem cursos rápidos

O Instituto Euvaldo Lodi (IEL-RS) promove o Programa de Gestão e Liderança, que disponibiliza cursos de curta duração na modalidade a distância (EAD). As formações têm duração de 20 horas e se aplicam a diversos perfis, como aqueles que já possuem uma noção de gestão empresarial, quem deseja se aperfeiçoar e até mesmo para líderes de empresas. Entre as formações oferecidas estão: *Treinamento de gestão de equipes*, *Desenvolva suas habilidades e eficiências pessoais*, *Desenvolva habilidades de liderança: visão e criação de valor*, *Como conduzir uma avaliação da sua equipe* e *Aprimore suas habilidades de negociação*, entre outras. O investimento é de R\$ 250 para cada curso. As empresas têm a opção de customizar as formações, de acordo com suas demandas. Mais informações podem ser obtidas pelo e-mail iel@iel.org.br ou telefone (51) 3347-8960.

Encontro de executivos sindicais na Fiergs

O coordenador administrativo-financeiro Romualdo José Cabreira e a analista comercial Fabíola Paines Camilotto representaram o Sindigraf-RS no Encontro de executivos sindicais da Fiergs. O evento aconteceu em 30 de maio, na sede da federação, em Porto Alegre.

Divulgação/CFP Senai de Artes Gráficas



ENTREVISTA

JOÃO KEPLER / Empresário e palestrante

Especialista em comércio eletrônico, marketing digital, empreendedorismo e vendas, João Kepler atua como escritor, palestrante, empresário e investidor anjo. O empreendedor participa em mais de 40 startups, é sócio da Bossa Nova Investimentos e fundador da DealMatch.



Arquivo pessoal

No e-commerce, como deve ser a relação com os clientes?

JOÃO KEPLER Vender pela internet não é simplesmente montar um e-commerce e enviar produtos. Mais do que um canal de vendas, a internet é um canal de relacionamento. Mesmo que você não veja seu cliente, é preciso se relacionar online. Eles precisam de atenção, esclarecimento e orientação. Um dos maiores erros dos empreendedores é automatizar todos os processos e não se preocupar com o *feedback* dos seus consumidores.

Como um negócio pode dar certo na internet?

KEPLER Ter uma loja que fica aberta 24 horas por dia e que pode atingir qualquer consumidor pode ser um grande *boom* para o seu negócio. Ao desenhar um site de e-commerce, considere algumas coisas. Facilite o acesso e não crie barreiras que desestimulem a conclusão da compra. Disponibilize *chats*, e-mail e telefone nas páginas para tirar dúvidas. O prazo de entrega e as promessas de frete grátis e descontos devem ser reais. Se prometeu, cumpra.

Como vender mais em tempos de crise?

KEPLER O e-mail não é a única forma de abordar os clientes. Use o telefone e conecte-se via redes sociais. Pense em formas de surpreendê-los de maneira personalizada. Estude quem você deseja abordar. As ações inteligentes são consecutivas e complementares durante um curto período de tempo, por isso não desista após uma, duas ou cinco tentativas. Os vendedores que desenvolvem essas habilidades, usam corretamente as ferramentas e os aplicativos e não se escondem atrás dos e-mails têm muito mais sucesso.

Como inovar ao vender?

KEPLER Para ser inovadora, a empresa precisa propor aos seus clientes soluções práticas e viáveis, até mesmo inusitadas. Um produto inovador por si só tende a ser mais atrativo no mercado do que um produto comum. O que precisa ser trabalhado é a forma com que essa ideia é vendida no mercado e de que maneira ela chega aos seus consumidores.

Como conquistar e fidelizar os clientes?

KEPLER Surpreender um cliente é a chave para ele comentar sobre sua marca nas conversas com amigos e colegas de trabalho. Isso gera uma divulgação espontânea e direta, eficaz para atrair e manter novos. Recompensa e pertencimento: essas palavras são fundamentais. Uma estimula a decisão mais racional; a outra, a decisão mais emocional. Usadas em conjunto, tornam a estratégia de fidelização mais eficaz.

Workshops debatem inovação, planejamento e sucessão

Com o propósito de parar para refletir, conversar e rever o posicionamento da indústria gráfica no mercado, os primeiros *workshops* *Como anda a sua gráfica? O que é preciso pensar?*, com a consultora Cinara Dupont, foram momentos de grande aprendizado entre os participantes. A primeira edição do evento aconteceu na noite de 25 de abril, na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre, e reuniu 21 empresários de 18 gráficas da capital e região metropolitana. O encontro seguinte foi em Santo Ângelo, na manhã de 6 de maio, e contou com a presença de 12 empresários de 10 gráficas da região Noroeste/Missões.

Instigando os participantes a refletirem sobre a organização do negócio, a ministrante falou sobre a importância de ter estrutura e oferecer tecnologia, bom atendimento, qualidade e outros diferenciais que ajudam a conquistar clientes e fidelizá-los. “Pense, trace objetivos, tome atitudes. Corrija os rumos, reveja caminhos ou redefina rota da viagem. Isso tudo é planejamento”, ensina Cinara. Além disso, a consultora também propõe que sejam feitas melhorias por meio da análise de competências, incluindo pontos como atendimento, diferencial, pessoal capacitado, política de vendas, tecnologia e produtos mais vendidos. “É preciso planejar e ser proativo, vendo a ótica do mercado”, expõe.

Outra grande questão do *workshop* foi a sucessão do gestor – um ponto muito sensível entre os empresários gráficos. “Muita gente tem arrepios ao pensar em sucessão, pois acha que remete diretamente a morte ou abandono da empresa, o que nem sempre é verdade”, revela. Ela comentou ainda que é de fundamental importância que haja organização e



Fotos: Sindigraf-RS

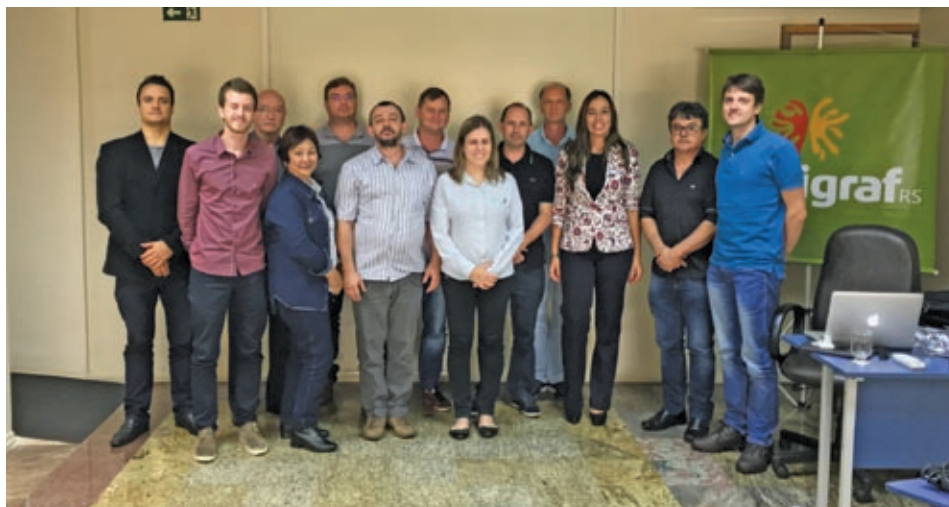
planejamento da parte do empreendedor para treinar alguém a fim de deixar no seu lugar em alguma situação necessária. “Muito mais do que sair da empresa, o gestor se esquece que ele pode necessitar se ausentar por alguma urgência ou ainda querer tirar férias, nascendo então a necessidade de ter alguém para suprir as demandas da gráfica”, afirma.

Para o proprietário da Impacto Signs, de Porto Alegre, Alexandre Petry, o *workshop* foi importante para analisar atitudes, além de aprender coisas novas: “Colocar em prática é mais difícil, mas torna-se muito válido pela oportunidade de rever os colegas e trocar informações”. Já o jovem empreendedor Rafael Stacke, da RDF Stacke, de Canoas, teve a chance de participar pela primeira vez de um evento do Sindigraf-RS e aprovou. “O *workshop* foi muito produtivo, mostrando novas formas de prospectar clientes e como aproveitar melhor o que

temos no DNA da empresa.” Celso Kemmerich, sócio da gráfica Algo a Mais, de Porto Alegre, está retornando às atividades do Sindigraf-RS. “Foi uma ótima oportunidade para refrescar alguns conhecimentos. Nosso foco é o cliente, buscando conquistar novos, além de fidelizar os que já temos. Com essa crise nos obrigamos a colocar estes conceitos em prática.” O sócio-diretor da Cartonagem Hega, também da capital gaúcha, Albert Feser, foi o ganhador do livro *Coaching – Desenvolvendo pessoas e acelerando resultados*, sorteado no fim da formação.

A contemplada no sorteio de Santo Ângelo foi Caroline Luft, sócia da Gráfica Adhara, de Santo Ângelo, que revela estar com o livro em cima da mesa da empresa, apenas esperando uma brecha para colocar as ideias em ação. De acordo com a empresária, a formação foi ótima, principalmente devido à abordagem de Cinara: “Foi muito bacana a maneira como ela colocou a importância do atendimento, pois, no cotidiano, acabamos prestando menos atenção nesta parte, o que pode colocar em risco a nossa carteira de clientes”.

Trazer a teoria para a prática também foi a intenção de Franciel Roehrs, sócio-diretor da SR Indústria Gráfica, de Horizontina, ao comparecer ao *workshop*. “Já pisei na gráfica na segunda-feira e comecei a utilizar as dicas da Cinara em relação ao atendimento dos clientes”, comenta. Entre os destaques da capacitação, segundo ele, está a própria postura da palestrante em trabalhar com o envolvimento do grupo e trocar ideias com a realidade dos empresários.



Grupo de Santo Ângelo focou em dividir experiências para fomentar o aprendizado

Um bate-papo para refletir sobre os negócios

Uma conversa informal para compreender como anda o setor gráfico gaúcho e de que maneira o segmento pode crescer ainda mais. Assim podemos resumir a série de encontros Bate-Papo com o Presidente, que já percorreu quatro cidades do Estado e ainda ocorrerá em outros municípios. A atividade é uma maneira de aproximar o Sindigraf-RS das gráficas e também de auxiliar os empresários para refletirem e discutirem sobre os rumos da indústria gráfica. Na primeira edição, 13 empresários gráficos de Porto Alegre e Região Metropolitana conversaram com representantes da diretoria e da equipe do Sindigraf-RS. O evento ocorreu em 10 de maio, na sede da entidade, na capital gaúcha. Na conversa foram debatidos diversos assuntos de interesse do setor, que foram surgindo a partir de sugestões dos próprios participantes.

O encontro se iniciou com as boas-vindas do presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, que destacou algumas das ações de seus mandatos. “Uma das primeiras atitudes da diretoria na gestão 2013-2016 foi fazer uma verificação geral do quadro social. Também criamos uma pesquisa de satisfação para saber o que as filiadas/associadas esperavam e queriam para que as coisas não viessem de cima para baixo”, apontou. Por meio dessas ações o sindicato recadastrou contatos e criou eventos como o Bate-Papo. “Percorri diversas regiões, mas a participação ficou aquém da expectativa. Desta vez, decidimos seguir com as pro-

gramações, independentemente do quórum.” Segundo o presidente, das 752 filiadas da Região Metropolitana, 10 se inscreveram, o que corresponde a apenas 1,5% do total.

Empresários discutem necessidades

As discussões durante o evento foram bastante interessantes. No encontro foi ressaltada a importância de realizar ações cooperativas para buscar descontos em negociações, como a contratação de um banco de imagens conjunto para serviços gráficos. Em relação às capacitações, alguns temas de maior interesse foram levantados: *e-commerce* e técnicas práticas para vendas. Os participantes sugeriram a realização de pesquisas telefônicas sobre o mercado e um levantamento para identificar as gráficas de pasta. Os empresários apontaram também a necessidade de buscar novas opções para atender a demandas em pequenas tiragens, devido à concorrência de outros estados.

O baixo quórum não afetou em nada a qualidade da conversa. Para o proprietário da Gráfica e Editora Solidus, de Porto Alegre, Gilberto Bammann, foi um ótimo encontro. “Peço aos demais colegas que participem, pois vale muito a pena”, elogiou. Segundo o sócio-diretor da P&J Borges Indústria de Etiquetas, também da capital, Ricardo Luciano Borges, a reunião foi de grande valia: “Lamento que compareceram poucos presentes. Fiz questão de vir para poder trocar experiências e aprender com os demais”.

Sindigraf-RS



No final do encontro, os participantes se comprometeram a levar pelo menos mais um empresário na próxima edição. “A reunião foi produtiva, mas precisamos fazer com que mais pessoas participem. Cada um trará mais um colega de setor com atuação em Porto Alegre ou arredores para que na próxima vez a turma aumente”, conta Ricardo Kalfelz, um dos sócios da Gráfica Data Certa, de Porto Alegre.

Bate-papo segue pelo Estado

Além do evento em Porto Alegre, o mês de maio contou com outras edições: na cidade de Santa Rosa, em 30 de maio, no Restaurante do Negrinho. Em 31 de maio, Garbarski esteve em Santo Ângelo na parte da manhã, no Arena Grill, e à noite em Ijuí, no Jardim Europa Hotel. Na programação há ainda mais um encontro, em Santa Maria, com data a ser definida. Mais informações e inscrições estão disponíveis em www.sindigraf-rs.com.br/agenda/. Acompanhe a agenda do Sindigraf-RS e participe das ações da entidade!

Empresários rumo à Serigrafia Sign FutureTextil 2017

Em mais uma ação com o intuito de possibilitar o acesso ao conhecimento, além da integração dos empresários gráficos, o Sindigraf-RS realizará a caravana rumo à Serigrafia Sign FutureTextil 2017. Considerado uma dos mais renomados eventos do setor, a feira acontece de 12 a 15 de julho na Expo Center Norte, em São Paulo. Os participantes da caravana irão para o evento pela manhã do dia 13, com retorno no mesmo dia.

As filiadas/associadas contam com subsídio do sindicato para acompanhar as tendências e inovações do setor. Ao adquirir o pacote, o empresário desembolsa a metade do valor total por pessoa.

O investimento por participante para a caravana é de R\$ 350. No valor estão inclusos



passagens, taxas aéreas, seguro de viagem e translados em São Paulo entre o aeroporto e o evento. Estão disponíveis apenas nove vagas, que serão preenchidas por ordem de inscrição. Elas são exclusivas para proprietário ou sócio cujo nome conste no contrato social cadastra-

do no Sindigraf-RS e para as empresas filiadas/associadas que estão com as contribuições em dia com o sindicato.

Realizada pela Informa Exhibitions, há 27 anos a Serigrafia Sign FutureTextil é reconhecida no mercado como um grande palco dos lançamentos e novidades em tecnologia e soluções para os mercados de impressão e comunicação visual. Além disso, a feira é uma grande oportunidade para a realização de negócios, visibilidade e *networking* entre as empresas. Em 2017 o evento ocorrerá em dois pavilhões, em mais de 30 mil m² de área total e com estimativa de 600 marcas exppositoras e 30 mil visitantes.

Especial

Com mais de um século de atuação na indústria, os Recursos Humanos têm a missão de mediar os interesses da empresa e do capital humano, de maneira que a vivência corporativa seja vantajosa para ambos os lados. Saiba como se munir da Gestão de Pessoas para fazer a sua empresa crescer

O capital humano como força motriz



A área de Recursos Humanos surgiu no início do século 20, seguindo reivindicações das fábricas – tanto que, inicialmente, o nome era Recursos Industriais. Essa criação se deu em uma época de intensa industrialização, sob o impacto de uma nova ordem mundial em função da segunda fase da Revolução Industrial. Então, a relação empregador/empregado foi se tornando cada vez mais desafiadora, com novas responsabilidades que não existiam anteriormente. Os Recursos Industriais se responsabilizavam pela mediação entre esses atores econômicos, por meio da articulação de expectativas e percepções, além de intervir entre o capital e o trabalho, que devem se unir como duas faces de uma mesma moeda.

A Gestão de Pessoas chegou aos moldes de hoje na década de 1970, quando a Administração criou uma área específica para lidar com o elemento humano nas empresas. Foi nessa época também que os sindicatos se fortaleceram, criando a necessidade de uma relação mais próxima e compreensiva entre empregador e colaborador. Com a globalização, os anos 1980 e 1990 transformaram as relações corporativas, baseando-se principalmente na era da informação. Assim, teve início a Gestão de Talentos e também de Capital Humano, designando ao Recursos Humanos o processo de gerir pessoas nas organizações modernas.

De acordo com o especialista em psicologia do trabalho, Milton Marinho, a Gestão de Pessoas assume papel estratégico fundamental em organizações corporativas, uma vez que atua em dois grandes campos. O primeiro é relativo à criação de políticas gerais de RH, como a contratação e manutenção de colaboradores, o desenvolvimento de profissionais e talentos, gestão de cargos e salários, benefícios e demais mediações. O outro é referente ao estudo de comportamentos organizacionais como a satisfação e motivação no trabalho, e controles de absenteísmo e rotatividade, agregando valor subjetivo às pessoas e valor financeiro ao negócio.

Mas como trazer essa realidade para a sua gráfica? Marinho aponta que, em geral, as empresas buscam consultores internos com experiência em gestão de pessoas e processos, uma aposta em um time de analistas e conhecedores das diversas práticas de RH. “Estrategicamente, a área encontra-se vinculada à alta administração das empresas”, comenta o psicólogo. Por esta razão, atende a toda a organização, buscando garantir ferramentas e práticas que causem efeito na qualidade da seleção de novos colaboradores e aprofundamento das potencialidades dos funcionários da empresa, além da gestão de processos que estejam diretamente ligados à satisfação e motivação da equipe. Para as pequenas e médias empresas, a dica é selecionar alguém que abranja tanto as questões de gestão de pessoas quanto os controles operacionais do capital humano, como controle documental, pagadoria e acompanhamento dos trabalhadores na empresa.

Neste cenário, destaca-se a criação de uma nova modalidade de RH, a Gestão de Pessoas Estratégica, a fim de garantir maior governança. Com ela, se deixa para trás a ideia de uma área puramente administrativa e relegada a processos burocráticos – admissão, desligamento e benefícios, entre outros. “Em sua essência, o RH é agente de integração e transformação



organizacional, com a ideia de que nascemos para fazer a diferença positiva na vida das pessoas”, revela Marinho. Assim, entende-se que o ponto decisivo para potencializar resultados deve seguir um alinhamento dos diversos subsistemas de RH (seleção, treinamento, desenvolvimento e gestão de desempenho), atendendo às necessidades de cada área da empresa. “A gestão por competências valoriza esta integração, pois trabalha as competências virtuosas, como também os *gaps* de performance dos colaboradores, além de prover teorias, técnicas e práticas para nutrir o desenvolvimento organizacional pleno”, declara Marinho.

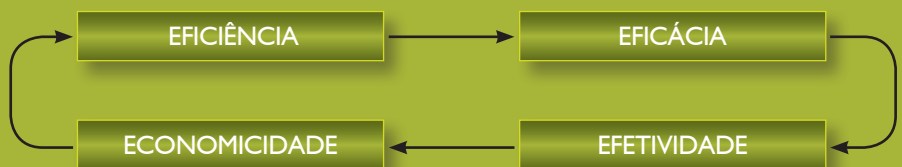
Agora, de acordo com a especialista em RH, Joana Mattos, a competitividade aumentou e a exigência dos clientes também, deixando as equipes sempre mobilizadas para descobrir onde mais podem inovar para acompanhar tantas transformações. Essas expectativas, segundo ela, já chegaram ao departamento de Recursos Humanos: “O *start* para novas iniciativas é dado nas companhias pela contratação dos melhores talentos ou até mesmo pela criação de um modelo que estimule os colaboradores a buscarem por estratégias inovadoras, ou pelo desenvolvimento de campanhas internas que incentivem o autodesenvolvimento, entre outras”.

Estratégia para vencer

Sintetizando, o RH Estratégico é a gestão de pessoas que não apenas resolve problemas, mas que também participa ativamente para fazer o negócio crescer. Joana aponta que a aproximação da gestão aos colaboradores é fundamental para se ter sucesso na empresa: “A va-

Os quatro Es

Um RH estratégico apoia-se em indicadores de gestão para mensurar, gerir e potencializar resultados às pessoas e às organizações de trabalho. Ao conceder aumento de performance, define-se o *headcount* (quantitativo de colaboradores) e seus equilíbrios com o orçamento da empresa. A partir de então, tem-se um panorama produtividade, controlando perda de mão de obra (absenteísmo e rotatividade), e lapidam-se talentos organizacionais e trilhas de carreira. Este processo deve seguir sem desprezar os ritos de qualidade de vida no trabalho, garantindo satisfação e ganha-ganha às partes (empresas e seu capital humano).



Fonte consultada: Milton Marinho, especialista em psicologia do trabalho

lorização e o desenvolvimento de colaboradores são primordiais para o andamento dos negócios e a redução do *turnover* nas empresas, uma vez que o investimento no capital humano precisa ir além do momento da contratação de um novo empregado ou da realização de pesquisas de satisfação”. Segundo ela, a tendência é de que o RH seja responsável por identificar os talentos em ascensão, colocá-los na empresa e adequá-los aos melhores posicionamentos nas companhias.

Outra responsabilidade da área é manter o bom andamento do ambiente de trabalho diariamente, em um espaço que possibilite a troca entre colaboradores, estimulando a motivação e a busca por novos conhecimentos. “Mais importante que manter uma pessoa em um cargo é entender suas capacidades, com avaliações constantes para descobrir se ela se encaixa na posição em que está, qual seu nível de satisfação e até o interesse em trabalhar em filiais no exterior, por exemplo”, completa a profissional.

Para estabelecer um RH Estratégico, dinâmico, presente e assertivo, a especialista indica

que as transformações devem se iniciar ‘dentro de casa’. A consultora aponta que o ideal é começar por uma revisão de processos, buscando uma compreensão profunda do papel de cada time para a otimização das rotinas e colaboração com os negócios. “E só assim podemos garantir que o trabalho dessa área suporte se sustente como um dos principais pilares do sucesso de uma companhia – a real gestão do capital humano”, completa.

Em um mundo de tecnologias, processos e práticas organizacionais cada vez mais sistêmicos, o capital humano de uma empresa deve ser prioridade em uma corporação, principalmente por ser um agente diferencial do negócio. “Quadros bem dimensionados, colaboradores motivados, felizes e conhecedores de seus papéis/potencialidades de carreira haverão de trabalhar continuada e ascendentemente em favor da empresa”, revela Marinho. Quando o RH participa ativamente da construção diária da empresa, o setor traz resultados e performances que favorecem lucros monetários e simbólicos a pessoas e organizações.



©iStock.com/Bernarda SV

Mudanças com a terceirização

Com as novas regras, as empresas têm agora a possibilidade de terceirizar tanto as atividades-meio como as atividades-fim dos processos

A partir da aprovação do Projeto de Lei (PL) 4.302/1998 pelo Congresso Nacional e sancionado pelo presidente Michel Temer em 31 de março, a terceirização pode ser aplicada a todas as atividades de empresas no Brasil. Basicamente, ela é uma forma de organização estrutural que permite uma empresa transferir à outra seus processos e atividades, o que pode proporcionar uma redução da estrutura operacional, a diminuição dos custos e a desburocratização da administração, por exemplo.

O advogado trabalhista Benôni Rossi explica que a legislação brasileira não tinha antes disso uma lei a respeito da terceirização. Segundo ele, as novas regras surgiram para regulamentá-la. “Existiam decisões judiciais, inclusive do Tribunal Superior do Trabalho (TST), que negavam essa prática quando se tratava das atividades-fim”, explana. Isso significa que anteriormente as empresas não poderiam terceirizar algumas funções, cujas atividades precisavam ter mão de obra própria. “O entendimento antigo da lei só deixava terceirizar

as atividades-meio, ou seja, as que são desvinculadas do produto final da indústria. Agora, ela poderá ocorrer inclusive em atividades-fim, relacionadas à produção da empresa”, explica.

Responsabilidades das empresas não mudarão

Com a nova lei, a responsabilidade do contratante em relação aos seus funcionários permanece. Caberá à empresa contratante garantir segurança, higiene e a salubridade dos trabalhadores terceirizados. O advogado explica que a gráfica continuará responsável de forma subsidiária nas obrigações trabalhistas. “Se uma empresa contrata uma prestadora de serviços que não paga as obrigações trabalhistas, ela pode responder na Justiça pelo passivo deixado pela terceirizada”, observa Rossi. Por isso, é muito importante que o empresário tenha um cuidado redobrado na hora de escolher a empresa prestadora de serviços. “Feche contrato apenas se a empresa for idônea e possua empregados contratados. Isso evitará problemas posteriores com a Justiça”, aconselha.

Com a aprovação da lei, outra questão bastante debatida por quem se manifesta contra a mudança é a “pejotização” dos funcionários. O termo é aplicado a quem não quer pagar os tributos relacionados às leis trabalhistas e estimula o empregado a se tornar uma pessoa jurídica. Dessa forma, a contratante pagaria pelos seus serviços como se ele fosse uma empresa. “Isso continua sendo ilegal, já que todo aquele que trabalha subordinado de forma permanente deve continuar sendo registrado como empregado”, explica Rossi para aqueles que pensam que a terceirização seria um estímulo a essa prática.

O tema da terceirização sofrerá mudanças se a Reforma Trabalhista for aprovada. No projeto, colaboradores afastados não poderão prestar serviços à empresa da qual se afastaram pelo período de 18 meses. A medida assegura que a terceirização não seja utilizada como simples ferramenta de redução de custos da folha.

Terceirizando em sua gráfica

A possibilidade de terceirizar as atividades-fim torna possível contratar uma empresa especializada em qualquer fase produtiva de uma gráfica. Com isso, pode-se ampliar a oferta de serviços ou melhorar algum, devido à falta de maquinário próprio, por exemplo. Para Rossi, isso representa para as indústrias uma oportunidade de especializar sua mão de obra e segmentar a produção. “Podem nascer mais parcerias, e acredito que o processo produtivo vai acabar se fragmentando”, opina.

Entretanto, a novidade também exige cuidados. O especialista indica para os empresários realizarem a revisão dos contratos de terceirização. “A lei prevê capital social mínimo para as empresas, conforme o número de colaboradores. Diante disso, é importante revisar essa contratação”, aponta. Além disso, ele alerta que ao terceirizar alguns procedimentos a empresa perde a íntegra dos processos dentro da sua unidade, correndo o risco da perda da qualidade.

Outro ponto a avaliar, segundo ele, são as relações jurídicas que se tornam mais vulneráveis, pois pode haver empresas no mercado que não cumpram com suas obrigações. Rossi aponta como vantagens a maior liberdade de contratação, a agilidade na execução dos serviços especializados e a possível abertura de novas vagas de emprego.

TRAZER BENEFÍCIOS
À SUA GRÁFICA
FAZ PARTE DO
NOSSO PAPEL



*O Sindigraf-RS está a serviço do desenvolvimento do setor gráfico gaúcho.
Por isso, promove ações de estímulo e defesa de empresas filiadas/associadas:*

- ✓ Atualizações sobre novidades do setor
- ✓ Divulgação de vagas de emprego
- ✓ Capacitações de empresários e colaboradores
- ✓ Classificados de bens e serviços
- ✓ Convênios
- ✓ Eventos sociais
- ✓ Publicações
- ✓ Documentos do exercício da atividade gráfica
- ✓ Indicadores setoriais
- ✓ Orientações jurídicas e de gestão
- ✓ Defesa dos interesses coletivos das empresas
- ✓ Valorização das gráficas

*Fique por dentro de tudo o que o
Sindigraf-RS pode fazer pela sua empresa:*

www.sindigraf-rs.com.br



Sindigraf_{RS}

Sindicato da Indústria Gráfica
no Rio Grande do Sul



*Imprimindo ações
que geram resultados*

A um passo do julgamento

O período de inscrições do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica se encerra em 8 de junho! A primeira fase de inscrições dos impressos, que aconteceu de 2 a 16 de maio e teve valores promocionais, contou com grande adesão dos empresários gráficos gaúchos – foram ao todo 181 peças de 16 empresas nesta primeira etapa.

No segundo período, as associadas adimplentes à Abigraf-RS desembolsam R\$ 90 por produto, as filiadas em dia com o Sindigraf-RS, Singraf ou Singrapel pagam R\$ 120 por impresso e as demais gráficas investem R\$ 200 por inscrição disponível em www.premiogauchoo.org.br. Após, todas as inscritas passam para a etapa de julgamento que determinará os finalistas e o vencedor de cada categoria.

Em 2017, seguindo a tendência de concursos nacionais, as peças serão avaliadas por jurados selecionados pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG). O julgamento acontece em 3 de julho, na ABTG, em São Paulo – assim, duas das três amostras enviadas

na inscrição serão encaminhadas para a capital paulista. Uma delas vai para o julgamento da premiação regional, e a outra, em caso de finalista, será usada na inscrição automática do 27º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini.

Já a terceira amostra fica em posse da Abigraf-RS e será destinada à exposição dos produtos concorrentes na cerimônia de entrega dos troféus do concurso, em 28 de julho, na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs). A fim de fomentar a melhoria da qualidade dos impressos gaúchos, a ABTG disponibilizará para as gráficas individualmente, via internet, as notas dos produtos que não foram finalistas e as médias obtidas pelos produtos finalistas de cada categoria.

Agora comece a se preparar para a cerimônia de premiação, pois ela será ainda mais especial para a Abigraf-RS, que completa 50 anos na mesma data. Por isso, já se programe: a compra de ingressos para a noite de gala vai de 3 a 20 de julho, com descontos especiais para filiadas/associadas. Saiba mais em www.abigraf-rs.com.br.



Ansioso pela grande noite da indústria gráfica gaúcha? Então, compartilhe nas redes sociais a torcida da gráfica para as suas peças concorrentes utilizando a hashtag *#SouPrêmioGaúcho*, e não deixe de nos seguir nas redes sociais:

Instagram – @abigrafrs

Facebook – @AbigrafRSgraficas

Twitter – @ABIGRAFRS

Uma noite para ficar na história do cenário gráfico gaúcho!

O evento que reúne os maiores destaques gráficos do ano espera por você para presenciar o espetáculo de tecnologia e qualidade do setor.

Divulgação dos vencedores do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e comemoração do Cinquentenário da Abigraf-RS. Dia 28 de julho, às 19h, na FIERGS, em Porto Alegre.

RESERVE ESTA DATA. NÃO FIQUE DE FORA DESTA NOITE INESQUECÍVEL.

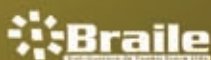
Realização



Parceiros



Patrocínio Master



Patrocínio Premium



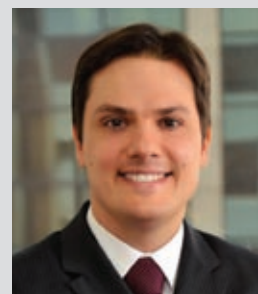
Responsabilidade dos administradores por dívidas tributárias

A responsabilidade pelas dívidas tributárias é, em regra, sempre de quem realiza o fato gerador. Nesse contexto, se é a pessoa jurídica que efetua o fato tributável, então, obviamente, a ela deve ser imposto o pagamento do tributo. Apenas em casos excepcionais, previstos expressamente em lei, é que a mencionada responsabilidade se transfere à terceira pessoa. Dentre as principais formas de responsabilização de terceiros, dentro do direito brasileiro, destaca-se a que atinge os administradores, sócios ou não.

O Código Tributário Nacional (CTN) determina que diretores, gerentes ou representantes de pessoas jurídicas de direito privado são pessoalmente responsáveis pelos créditos correspondentes a obrigações tributárias resultantes de atos praticados com excesso de poderes ou infração de lei, contrato social ou estatuto. A regra geral, portanto, é de que não pode haver a responsabilização por qualquer obrigação tributária inadimplida pela empresa, mas tão somente por aquelas havidas a partir de atos pratica-

dos com dolo, que tenham, em alguma medida, extrapolado o âmbito de atuação da função de gerência. Além disso, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) consolidou a jurisprudência no sentido de que a dissolução irregular, que se constitui no fechamento da empresa sem a correspondente baixa nos órgãos de registro (Jucergs) e controle (Fazendas Públicas), também é causa de responsabilização do sócio. Nesta hipótese, sendo o motivo da responsabilidade tributária a dissolução irregular da empresa, é irrelevante para efeito de responsabilização tributária do administrador o fato de ele não integrar a sociedade quando do fato gerador do crédito tributário.

Frise-se, ainda, que a Lei Complementar nº 123, que instituiu o Simples Nacional, prevê que, nos casos de baixa de pequenas e microempresas, os sócios e administradores do período de ocorrência dos respectivos fatos geradores ou em períodos posteriores são solidariamente responsáveis pelos tributos decorrentes da simples falta de recolhimento ou da prática, comprovada e



Divulgação

EDUARDO PLASTINA
Advogado tributarista

apurada em processo administrativo ou judicial, de outras irregularidades, praticadas pelas microempresas, pelas empresas de pequeno porte ou por seus sócios ou administradores.

Não é qualquer inadimplência de tributos que dá origem à responsabilização do sócio, porém sempre que for comprovado pelo Fisco que o tributo se originou de atos praticados com dolo ou que houve dissolução irregular, o administrador, sócio ou não, poderá ser responsabilizado. Do mesmo modo, nas hipóteses em que empresas submetidas ao Simples Nacional forem baixadas com dívidas, os sócios poderão ser demandados pelo ente tributante.

Sempre em busca do sucesso e inovação, Impresul adquire a C1100.

bizhub PRESS
C1100

impresul

comprando briga com o impossível.

Av. Protásio Alves, 6441
Porto Alegre - RS
CEP: 91310-003

Fone: (51) 3334.1010

WWW.IMPRESUL.COM.BR

KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS DO BRASIL LTDA.

Rua Santana, 646

CEP: 90040-371 - Porto Alegre - RS

Fone: (51) 3230-7200

Giving Shape to Ideas

Av. Santa Catarina, 122

CEP: 88075-500 - Florianópolis - SC

Fone: (48) 3244-7200

WWW.KONICAMINOLTA.COM.BR

KONICA MINOLTA

Emoção por encantar e surpreender clientes

A paixão pela arte não apenas move a empresária Angela Rosa de Souza, mas também a ajudou a descobrir uma forma única de fazer a diferença na vida das pessoas. Ela trabalhava com pintura, na década de 1990, quando resolveu ter um local próprio para aplicar a sua técnica. Então, transformou uma espécie de garagem na rua Eudoro Berlink, em Porto Alegre, em um espaço de atividades múltiplas. O Atelier 935 Espaço Arte foi aberto ao público em 1992, em sociedade com uma amiga, e logo passou a oferecer aulas de artesanato e outras formas artísticas. “Foi uma professora de Minas Gerais, que nos apresentou a cartonagem, em 1995. Dentro desta gama de ensinamentos, nos encantamos pelas caixinhas”, conta Angela, que transformou o antigo atelier na atual Cartonaria.

Com a ajuda da filha Luciana Rosa de Souza, após a saída da então sócia, em 2001, ela resolveu focar o negócio na produção de peças diferenciadas. “Aperfeiçoamos as técnicas básicas ministradas na época, evoluindo dos bloquinhos fornecidos para lojas de 1,99 para embalagens corporativas com espaços individualizados”, descreve a empreendedora. Após a reestruturação, a oficina artesanal de embalagens passou a desenvolver projetos personalizados, tornando-se a Cartonaria. “Mudamos o nome depois que uma aluna de pintura sugeriu que usássemos o termo *Cartonare*, traduzido do italiano para o português como Cartonaria”, descreve Angela.

Os primeiros clientes da nova fase da empresa foram agências de publicidade. A empreendedora trabalha essencialmente com a apresentação de empresas, produtos e pessoas. Na Cartonaria, localizada na rua Carlos Trein Filho, 555, bairro Bela Vista, na capital gaúcha, são criadas

desde caixas, maletas, portfólios, livros falsos para decoração, capas de cardápios, material de escritório, projetos exclusivos e personalizados, entre outros. O seu público-alvo são empresas, arquitetos, decoradores, construtoras, restaurantes, bares e cafés, agências de publicidade, eventos, fotógrafos e público em geral.

A partir de uma chapa de cartão rígido, são produzidos os mais diversos produtos e podem ser personalizados com muitas técnicas de impressão, como serigrafia, *offset*, impressão digital, baixo relevo, *hotstamping*, verniz localizado, adesivo de recorte digital e impressão em grandes formatos.

Criatividade e qualidade

Nos 25 anos de atuação no mercado, foram conquistados clientes de diversas partes do país, para atendimento tanto online como na loja física, que conta com um amplo *show-room* com várias peças de monstruário para definição de projetos com o cliente e artigos em pronta-entrega para venda em pequenas quantidades ou peças avulsas. “É preciso ter muita criatividade na solução das necessidades dos clientes, pois quem nos procura chega com uma ideia e temos que materializá-la de forma que saiam satisfeitos, tanto em qualidade como preço”, explica Angela.

A empresária possui uma equipe enxuta. “É um trabalho de quem ama o que faz. Passamos essa satisfação quando conversamos com o cliente. Quando criamos algo, sonhamos junto e o resultado acaba sendo único. Colocamos a emoção no que fazemos, sendo que cada peça tem a sua história”, expõe.



Sócias: Luciana e Angela Rosa de Souza (D)

Para Angela, ser uma empreendedora de sucesso é não ter medo de ousar ou ser agressiva no mercado. “Mantenho um certo romantismo, pois sou sempre aquela que consegue resolver com o cliente quando algo não deu certo. Tenho um perfil resolutivo e otimista. Gosto de testar soluções em protótipos físicos ao invés de usar os modelos tridimensionais de computador.”

O ingresso da Cartonaria no Sindigraf-RS, segundo ela, foi difícil e demorado, mas de grande valia. “Por isso, valorizamos muito as atividades e a integração com os colegas, que se tornam uma grande família pela parceria, oportunidade de aprendizado e troca de experiências.”

Angela prefere viver um dia após o outro, focada tanto na empresa como em projetos pessoais. “A Luciana, que é minha sócia, toma conta das áreas comercial, administrativa e de projetos, além de atuar como arte-finalista. Aos poucos, ela está assumindo o comando do negócio; mas não pretendo parar de trabalhar, pois a Cartonaria é a minha vida. Sigo no atendimento, fazendo orçamentos e na organização da produção da empresa, tendo mais liberdade para viajar”, conta. Um dos seus *hobbies* é a fotografia, que ela põe em prática em viagens e também utiliza no trabalho da empresa.

VOCÊ SABIA



Nas redes sociais do Sindigraf-RS, acompanhe também às quintas-feiras a *hashtag* #Inspiração.

Uma vez por semana postamos uma curiosidade, novidade ou inovação!

Mosteiro italiano foi precursor na arte xilográfica

Apesar da impressão em tipos móveis ter sido inventada na Alemanha, os monges italianos da abadia beneditina de Subiaco já sabiam manusear a técnica. Embora eles não conhecessem a impressão tipográfica, faziam belas gravações em madeira. A arte xilográfica praticada no mosteiro era voltada para a ornamentação dos livros. As matrizes xilográficas usadas por eles chamam a atenção: uma delas, do século 12, composta apenas por textos, alcançava a medida de 65 x 55 mm. Além disso, os primeiros livros impressos na Itália foram feitos em Subiaco. Itinerantes, os tipógrafos alemães Konrad Sweynheim e Arnold Pannartz se dirigiram para lá e difundiram a técnica. O primeiro exemplar impresso foi a obra *De Oratore*, de Cícero. Hoje, os livros estão expostos no museu do livro e da tipografia local. Os materiais também podem ser encontrados na biblioteca de monastério de Subiaco.



©iStock.com/Romascio

Tradição e inovação em convites

Um clássico das celebrações em geral, o convite é um produto bastante popular e que costuma ter bastante saída. Ainda assim, os avanços tecnológicos fazem com que as gráficas tenham que inovar para manter boas vendas. A Gráfica Branesa, de Rolante, incluiu o sistema de impressão *offset* e depois digital para diversificar seus serviços e manter-se no mercado. A empresa confecciona diversos estilos do produto, desde a linha popular até a *gold*. “Trabalhamos principalmente com festas de 15 anos, casamentos, formaturas e aniversários”, explica a *designer* Franciele Smaniotto. A dedicação começa já no *design*, buscando seguir a solicitação do cliente e também as tendências. “A montagem é feita à mão com muito carinho por nossa equipe, o que torna o convite algo único”, define o diretor e proprietário Dailor De Negri.

Para casamentos, convites sofisticados e rústicos em dourado costumam ser a principal escolha. Já nas festas de 15 anos, formaturas e aniversários, as impressões digitais ganham destaque. “O que conta mais é a inovação, como pa-

péis distintos ou materiais translúcidos, como chapas de acrílico e impressão *plotter*”, afirma Franciele. Por conta do período econômico, De Negri avalia que o mercado também foi afetado.

“A saída não é a mesma de um ano atrás. Entretanto, o aperfeiçoamento no acabamento e os materiais novos que se encaixam no desejo do cliente são os diferenciais para atraí-los e fidelizá-los”, garante o diretor.

A gráfica e editora Pozzatti, de Santa Maria, trabalha com convites há mais de 30 anos. Se antes a empresa possuía um tradicional mostruário, hoje o consumidor pode criar o seu modelo próprio. “Ainda temos modelos prontos para impressão, mas normalmente o cliente traz a sua ideia e adaptamos para ele”, explica o sócio-proprietário, Ademar Pozzatti. Além disso, podem-se escolher cores diferenciadas e incluir fotos. Segundo ele, há vários tipos de papel disponíveis para a confecção: “Trabalhamos com *couché*, linho, aspen, reciclado e vegetal, entre outros. O cliente esco-



©Stock.com/Sisoje

lhe como quer e nós fazemos”. Para mais qualidade, o empresário indica a impressão *offset*, principalmente quando há fotografias. “Na impressão *offset* usamos cores especiais, como o dourado”, acrescenta.

A Pozzatti recebe mais pedidos para festas de 15 anos e casamentos. “Possuímos uma boa gama de papéis, máquinas e mão de obra qualificada, o que garante bons produtos”, afirma o empresário. Com o passar dos anos, segundo ele, notam-se algumas diferenças em relação às expectativas dos clientes. “As pessoas tinham um prazer muito grande em fazer os convites, hoje eles não investem tanto nisso.” Pozzatti aponta que o movimento caiu bastante nesse setor, principalmente pelos altos valores da confecção e porque muitas pessoas deixaram de usar o papel para enviar convites eletrônicos: “A procura pela impressão digital é maior porque é mais barata, gerando mais pedidos para as gráficas expressas e que contam com esse maquinário”.

Produtividade e versatilidade, agora tem nome,

Xerox® Versant® 80 Press

serafinense
imprimindo suas ideias

RCA²⁵
Gráfica Offset e Digital
A diferença está nos detalhes



DCMAX
Soluções para Documentos
www.dcmx.com.br

**SOLUÇÕES XEROX
ASSISTÊNCIA TÉCNICA
SUPRIMENTOS E PEÇAS**

www.dcmx.com.br
dcmx@dcmx.com.br
Av. Polônia, 710 | São Geraldo
CEP 90230-110 | Porto Alegre | RS
Fone 51 3343-4200

xerox
Revenda
Assistência Técnica Autorizada



Gráfica Celer comemora 20 anos

Em maio, a Gráfica Celer, da cidade de Dois Irmãos, completou 20 anos de atuação. A empresa, que começou pequena, com máquinas simples e apenas três funcionários, hoje conta com 18 colaboradores e oferece uma gama diversificada de serviços para seus clientes. Segundo o sócio-proprietário Dario Giehl, o carro-chefe da gráfica é a impressão offset. Entretanto, hoje também atuam fortemente na serigrafia. “Há 2 anos fechamos uma parceria com uma empresa de produção de rótulos e outros tipos de impressos normais

em serigrafia”, explica. A partir dessa união, a empresa conta hoje com a atuação do gerente de produção Márcio Harenhardt e da sócia-proprietária Ronise Morais.

Segundo Giehl, manter o pé no chão foi um dos segredos da prosperidade da Celer. “Muitas empresas pequenas não conseguem dar continuidade. Completar 20 anos no mercado gráfico não é uma tarefa fácil e nós conseguimos. Queremos crescer, mas com a atual situação econômica temos que ter mais prudência”, avalia. O empresário revela que vem tendo

bons resultados em suas vendas, fruto da boa administração. “Implantamos o RKW, da Zênite Sistemas. Com ele controlamos os desperdícios, aproveitamos melhor o estoque e reduzimos custos. Isso influenciou todos os setores da empresa, inclusive as vendas”, comemora. Para o futuro, a meta é ter a qualidade como diferencial: “A Gráfica Celer é uma marca com personalidade forte, que reúne a dedicação de um grupo focado em atender bem, com qualidade e rapidez, valorizando a marca e fortalecendo a comunicação dos seus clientes”.

Nova marca e site da Gráfica Rex Embalagens

Após quase quatro décadas no mercado, em 2017 a Gráfica Rex, de Nova Candelária, decidiu que era a hora de se renovar, objetivando a atualização da empresa. De acordo com o coordenador de tecnologia e inovação da empresa, Marcos Bazzo, a transformação veio para atender a uma nova visão da própria gráfica: “Estamos com 37 anos, e decidimos que era a hora de nos reposicionarmos, a fim de refletir novas estratégias de abordagem de mercado”. As mudanças chegaram com uma nova marca e identidade visual, tudo trabalhando com o novo nome da empresa: Gráfica Rex Embalagens. “Há algum tempo este



segmento já era o carro-chefe da nossa gráfica, então resolvemos incorporá-lo ao nosso nome e levar conosco esta identidade”, comenta.

Para veicular as novidades, a Rex lançou um novo site, repaginado, com o propósito principal

de reformular o relacionamento com o cliente. Entre as novidades, Bazzo aponta o visual mais moderno e arrojado, com *design* propício a uma navegação mais intuitiva para o visitante. “Também disponibilizamos informações mais completas sobre a empresa, cobrindo os nossos serviços e atividades e ressaltando também os nossos diferenciais”, completa. Outro atrativo do site (www.rexembalagens.com.br) é o portal RexOnline, pelo qual o cliente consegue acompanhar em tempo real os históricos dos seus itens, produções, estoques, itens consignados e *status* de produção, entre outros processos.

DICA DE LEITURA

A busca pela agilidade na impressão

No livro *Como diminuir o setup na impressão*, Eudes Scarpeta propõe maneiras de reduzir o *setup* durante o processo de impressão nas gráficas, isto é, o tempo decorrido para a troca da realização de um serviço em execução até a inicialização do próximo pedido. Hoje, as altas tiragens, seja em relação a um produto ou a um serviço, são mais raras. O comum mesmo são as pequenas tiragens, que muitas vezes chegam em cima da hora para as empresas gráficas. Por isso, o autor reafirma a famosa frase de que “tempo é dinheiro”. Aumentar a agilidade nos processos vem sendo uma demanda cada vez mais importante entre as gráficas. Com os clientes ainda mais exigentes, a concorrência

aumenta e no fim, quem ganha será a empresa mais ágil e qualificada. Afinal, se uma gráfica não consegue atender a demanda do cliente, outra certamente atenderá. Nesse jogo ganha quem consegue fazer todo o processo em tempo recorde e sem falhas. Com dicas simples e objetivas, Scarpeta apresenta sugestões importantes para trazer mais rapidez aos processos e otimizar o trabalho. Os capítulos da obra abordam itens como o melhor aproveitamento do tempo, a busca pela diminuição do período de produção, explicação do princípio da troca rápida, as causas dos longos tempos de *setup*, motivação e envolvimento dos colaboradores e demais assuntos pertinentes.



Divulgação/Scortecci Editora

Ficha de leitura

Título: *Como diminuir o setup na impressão*

Autor: Eudes Scarpeta

Número de páginas: 88

Editora: Scortecci Editora

Investimento: R\$ 40