



### ESPECIAL

## Apostando no e-commerce



Uma loja com custos menores, aberta 24 horas por dia e disponível para consumidores do mundo todo hoje é possível graças à internet. O comércio eletrônico vem ganhando espaço no mercado e se tornou uma opção a mais para conquistar clientes e alavancar vendas. É claro que há suas vantagens e desvantagens e, por isso, antes de lançar uma loja virtual, é necessário que haja muita análise e se tome cuidado. Itens como logística, estoque, atendimento e marketing funcionam de maneira diferente quando se fala de *e-commerce*. Conhecer a fundo essas particularidades auxiliará a empresa a obter sucesso online.

Além disso, abrir um comércio eletrônico não significa fechar o ponto físico. Com boa administração e organização, as duas modalidades podem se tornar ótimas aliadas. Para as gráficas, ter um site de compras é uma opção bastante viável, pois proporciona mais agilidade, praticidade e ainda auxilia na personalização dos pedidos. Muitas empresas já criaram suas lojas virtuais e estão colhendo bons frutos, como mostra a reportagem especial desta edição, disponível nas páginas 8 e 9.

CAPACITAÇÃO

PÁGINA

11

Palestra de Anacleto Ortigara abordará as novas competências para o sucesso na indústria gráfica

PERFIL EMPREENDEDOR

PÁGINA

14

Conheça a trajetória de Ricardo Borges, que comanda a P&J Borges Indústria de Etiquetas, em Porto Alegre



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

Os novos acontecimentos do cenário político envolvendo o governo federal estão gerando incertezas no mercado, o que dificulta a evolução das reformas no Congresso Nacional, assim como a retomada da estabilidade econômica. A difícil situação do país, inclusive no Rio Grande do Sul, traz desconfiança ao empresariado gaúcho. Em junho, o Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI-RS), divulgado pela Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), caiu 2,9 pontos em relação a maio, chegando a 52,7. Segundo a entidade, essa foi a terceira queda seguida e a mais intensa (-5,7 pontos acumulados) do indicador, que chega ao seu menor valor em cinco meses. No entanto, verifica-se um certo otimismo no Índice de Expectativas, que chegou a 54,8 pontos – o menor patamar do ano. Ao mesmo tempo, o quesito associado à economia brasileira caiu 7,2 pontos, passando de 54,6, em maio, para 47,4 no mês seguinte – o que representa um sentimento negativo. Em relação ao futuro das empresas, houve também recuo de 61,5 para 58,8 pontos no mesmo período.

Em busca de progresso para a indústria gráfica gaúcha, seguimos trabalhando em prol dos empresários, seja por meio de produ-

tos e de serviços ou de articulações com lideranças para a defesa dos interesses do setor. Nesta direção, realizamos mais uma edição do Bate-Papo com o Presidente na região Noroeste/Missões, em 30 e 31 de maio. Os encontros foram muito positivos, embora novamente o quórum não tenha sido o esperado. Inclusive, algumas demandas apontadas pelos participantes já foram atendidas, como a solicitação de ajustes no *software* da Zênite Sistemas.

Seguirei percorrendo o Estado, para que possamos trocar ideias sobre o mercado, conversar sobre as vivências em nossas empresas, além de pegar sugestões de melhoria e novas ações para o Sindigraf-RS. Nosso próximo destino é a região Produção/Planalto. Dessa vez, esperamos ter uma maior adesão dos colegas para que, juntos, possamos fazer a diferença. É somente unindo forças, e não agindo como concorrentes, que conseguiremos reencontrar o caminho para o crescimento.

Marcaremos presença, em 13 de julho, na 27ª Serigrafia Sign FutureTextil, por meio de mais uma caravana de empresários, disponibilizada pelo sindicato. Novamente, as filiadas/associadas poderão aproveitar as programações da feira, com 50% de subsídio no pacote aéreo para o evento, em São Paulo. Em 21 de outubro, teremos o 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica, em Curitiba. Progra-

mem-se desde já para que possamos estar em peso nas atividades, em mais uma caravana do Sindigraf-RS.

Chegamos à etapa final do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, que neste ano tem a participação de 27 empresas, com quase 300 produtos inscritos. Uma das grandes novidades desta edição é a transferência do julgamento para São Paulo, sob a tutela da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), como já vinha ocorrendo em outros concursos regionais. Em 28 de julho, teremos a cerimônia de entrega dos troféus, assim como a comemoração dos 50 anos da Abigraf-RS no Salão de Convenções da Fiergs, em Porto Alegre.

Também está previsto o lançamento do livro alusivo aos 75 anos do Sindigraf-RS e ao cinquentenário da Abigraf-RS, em 17 de agosto, na Fiergs. Na oportunidade, teremos a palestra do renomado consultor Anacleto Ortigara, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SC).

Além disso, preparem-se para participar da Confraternização da Família Sindigraf-RS 2017. Opções não faltam para quem quer aprender, se capacitar ou mesmo se atualizar na área gráfica. É preciso inovar sempre, surpreendendo antigos e novos clientes, além de manter o bom atendimento e a qualidade rumo à excelência do negócio!

## EXPEDIENTE

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005 – Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0803

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

Presidente: Angelo Garbarski

1º Vice-Presidente: Roque Noschang

2º Vice-Presidente: Anderson Nunes dos Santos

3º Vice-Presidente: José Mazzarollo

1º Diretor Administrativo: Roberto Antônio Jaeger

2º Diretor Administrativo: Albert Feser

1º Diretor Financeiro: Lourival Lopes dos Reis

2º Diretor Financeiro: José Roberto Lobraico da Silva

Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e execução:



Edição: Fernanda Reche (MTb 9474)  
Edição de apoio: Marianna Senderowicz  
e Renata Giacobone

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



## Gestão familiar em pauta



Sindigraf-RS

Com a proposta de promover o debate sobre a estruturação profissional e a otimização de resultados nas empresas gráficas familiares, a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) trouxe para o Estado a palestra *Profissionalização da gestão familiar na indústria gráfica*. O treinamento foi ministrado pelo consultor Flávio Botana em 27 de maio, na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre. O evento contou com a presença de 12 empresários e diretores de gráficas gaúchas e propôs uma reflexão sobre como executar um processo de sucessão sem comprometer o funcionamento do negócio.

A palestra agradou aos presentes, pois atingiu a nota 8,4 na avaliação geral. O diretor-administrativo da Gráfica Traço, de Venâncio Aires, Marcel Coutinho, considera

que o treinamento foi interessante e surpreendente. “A harmonia familiar cria uma ideia de que tudo sempre irá bem dentro da empresa, mas na realidade não é bem assim. A atividade me fez pensar sobre herança e as gerações futuras, por exemplo, questões que nunca levei para o lado do negócio”, explica. O empresário elogiou Botana por estimular a interação e a troca de experiências entre os participantes: “A palestra não se resumiu apenas a escutar o palestrante. Ele perguntava sobre a experiência de negócio de cada um, o que servia de exemplo para os demais”.

Já o diretor-executivo da Gráfica Triângulo, Roger Noschang, da cidade de Terra de Areia, destaca a abordagem sobre a manutenção dos índices do negócio. “Botana falou que o juízo da empresa são os resultados. As gráficas não costumam fazer um levantamento de seus números e índices, apenas tocam o empreendimento sem se atentar a essas questões”, observa. Ele conta que sua gráfica está focando mais nos resultados, pois estão trabalhando com uma consultoria especializada. Além disso, o diretor ressalta a importância da qualificação. “Temos que começar desde cedo a nos profissionalizar. Se um familiar não for capacitado, não adianta colocá-lo na empresa só pelo seu sobrenome”, opina.

## Vem aí a 9ª edição do Concurso de Desenho Infantil

Os pequenos já podem começar a se preparar, pois o Concurso de Desenho Infantil do Sindigraf-RS está de volta. A 9ª edição promete ser um sucesso, assim como as anteriores, que contaram com diversos inscritos nas seis categorias. Os interessados têm de 1º a 31 de agosto para enviar seus desenhos. Este ano o tema é *Brincando na praça*, uma alusão ao dia a dia das crianças e também um incentivo para que elas soltem a imaginação e estimulem a criatividade. A iniciativa promove uma competição saudável e auxilia a compreensão dos pequenos sobre as situações competitivas comuns da vida adulta. Todos os inscritos receberão um certificado de participação e um kit de material escolar. Os melhores trabalhos de cada categoria serão premiados nas edições da Confraternização da Família Sindigraf-RS 2017.



O concurso é voltado para descendentes dos sócios e proprietários das empresas gráficas filiais/associadas ao Sindigraf-RS que possuam de 3 a 10 anos até o final de agosto. Confira o regulamento na página 13. O formulário para envio dos trabalhos está encartado nesta edição do informativo, disponível em [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br).

### 23 a 26 julho

#### Escolar Office Brasil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Franca Feiras

### 28 Julho

#### Cerimônia de entrega dos troféus do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

Local: Fiegs, Porto Alegre (RS)

Promoção: Abigraf-RS

#### Comemoração dos 50 anos da Abigraf-RS

Local: Fiegs, 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

### 17 Agosto

#### Palestra As novas competências para o sucesso – como lidar com os desafios pessoais e profissionais – Anacleto Ortigara

Local: Fiegs, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

#### Lançamento do livro histórico das entidades

Local: Fiegs, Porto Alegre (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

### 29 Agosto

#### Aniversário de 76 anos do Sindigraf-RS

### 7 Outubro

#### Confraternização da Família Sindigraf-RS

Local: AAB, Santa Cruz do Sul (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

### 21 Outubro

#### 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica

Local: Fiep, Curitiba (PR)

Promoção: Abigraf-PR, Abigraf-SC e Abigraf-RS

### 28 Outubro

#### Confraternização da Família Sindigraf-RS

Local: Sociedade Cisne, Santa Rosa (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

### 27 Novembro

#### Confraternização da Família Sindigraf-RS

Local: Vila Ventura, Viçosa (RS)

Promoção: Sindigraf-RS

Observação: em 28 de julho, não haverá expediente na sede do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS.

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

**1º Junho**

Reunião com o superintendente das entidades  
(Sede, Porto Alegre)

**6 Junho**

Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)  
Evento da Zênite (Sede, Porto Alegre)

**13 Junho**

Reunião do Contrab (Fiergs, Porto Alegre)  
Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)

**14 Junho**

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS  
(Sede, Porto Alegre)  
Reuniões das diretorias executivas do  
Sindigraf-RS e da Abigraf-RS  
(Sede, Porto Alegre)

**20 Junho**

Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)

**21 Junho**

Reunião plenária  
(Hotel Continental, Porto Alegre)  
Assembleia Geral Ordinária da Abigraf-RS  
(Hotel Continental, Porto Alegre)  
Assembleia Geral Ordinária do Sindigraf-RS  
(Hotel Continental, Porto Alegre)

**28 Junho**

3º Intercâmbio de Lideranças Setoriais da  
Indústria Gráfica  
(Central Nacional das Indústrias, Brasília)

## Intercâmbio reúne lideranças da indústria gráfica de todo o Brasil



Com o intuito de debater questões referentes à liderança dos setores industriais em todo o país, o presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, e o superintendente do sindicato, Luiz Carlos Gautério Pinheiro, estiveram presentes no 3º Intercâmbio de Lideranças Setoriais da Indústria Gráfica, que aconteceu em Brasília no dia 28 de junho. A principal proposta do encontro foi estimular a reflexão sobre o papel dos sindicatos e promover o compartilhamento de informações de interesse do setor e de experiências de gestão, visando ao fortalecimento do segmento, da rede sindical e do sistema de representação da indústria.

As programações do evento incluíram a oficina *Como tornar seu sindicato imprescindível para a indústria?*, além do debate *Desenvolvimento Associativo: cenário e oportunidades* e da mesa-redonda *Fortalecendo a Atuação Conjunta entre Sindicatos, Federações e CNI*. O intercâmbio foi encerrado com uma discussão sobre o futuro do setor e a importância dele para a economia do país.

## Seminário debate crescimento das pequenas e das médias indústrias

A missão de um sindicato, muito além de oferecer atividades anuais e obrigatórias por lei, é impulsionar o setor das suas empresas de base, a fim de movimentar e fomentar a economia como um todo. Sob o mote *Como voltar a crescer em 2017*, foi realizado, em 25 de maio – o Dia da Indústria –, o Seminário da Pequena e Média Indústria, no Centro de Eventos da Fiergs, promovido pelo Conselho da Pequena e Média Indústria (Copemi). A atividade contou com o patrocínio do Sindigraf-RS, que forneceu sacolas personalizadas para os participantes reunirem materiais impressos distribuídos no evento. Entre os debates estavam temáticas como comunicação, marketing, estratégia, competitividade, exportação e gestão.

## Caravana para o seminário em Curitiba

Está se aproximando o 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica, que acontecerá em 21 de outubro, no Centro de Eventos da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), em Curitiba. O Seminário, que foi um sucesso de adesão em 2016, tem por objetivo reunir empreendedores, gestores, palestrantes e fornecedores de insumos gráficos para buscar oportunidades de negócios, conhecer as tendências do setor e aprimorar a gestão dos seus empreendimentos. Além disso, o seminário busca estimular a economia, o empreendedorismo e o aperfeiçoamento das empresas e profissionais. Como no ano passado, o Sindigraf-RS disponibilizará uma caravana para os interessados em participar do evento, com uma vaga cortesia para sócio ou proprietário de empresa filiada/associada adimplente ao sindicato. A comitiva contará com 25 vagas, incluindo transporte, hospedagem e *transfers*.



## AGENDA DO PRESIDENTE

**4 Julho**

Reunião da diretoria da Fiergs  
(Fiergs, Porto Alegre)

**5 Julho**

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

**14 Julho**

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

**18 Julho**

Posse das diretorias da Fiergs e do Ciergs  
(Fiergs, Porto Alegre)

**28 Julho**

Entrega dos troféus do 13º Prêmio Gaúcho de  
Excelência Gráfica (Fiergs, Porto Alegre)  
Comemoração dos 50 anos da Abigraf-RS  
(Fiergs, Porto Alegre)



## Zênite esclarece dúvidas de empresários gaúchos

A fim de esclarecer questões acerca de seus sistemas operacionais, profissionais da Zênite vieram a Porto Alegre para se reunir com gestores de filiais/associadas ao Sindigraf-RS, que possuem o sistema, na noite de 6 de junho. A demanda veio dos empresários, nos Bate-Papos com o Presidente de Porto Alegre e da região Noroeste/Missões, que levantaram questões a respeito dos *softwares*. Reuniram-se 18 pessoas de 12 empresas na sede do sindicato, na capital gaúcha, para conversar com o diretor da empresa, Walter Guimarães, e com o gerente de operações, Helder Andrade.

Na ocasião, Guimarães realizou uma demonstração do novo sistema GE, apresentando os custos de migração e treinamento para as empresas, e ainda elucidou dúvidas a respeito das atualizações constantes. De acordo com Andrade, os consumidores gaúchos são de grande importância para a Zênite, uma vez que foram os primeiros a integrar a sua carteira de clientes, há 20 anos: “Por ficarmos longe do Rio Grande do Sul, temos mais contato por telefone com nossos consumidores. Então, consideramos esta uma oportunidade de revermos amigos de longa data”. Ele ainda revela que o Estado é uma segunda casa para a empresa, devido ao fato de o Sindigraf-RS ter aberto as portas do mercado local.

## Sindicato disponibiliza convênio com Uniodonto

Uma das grandes novidades do primeiro semestre de 2017 foi a parceria com a cooperativa odontológica Uniodonto Porto Alegre, que agora é conveniada ao Sindigraf-RS. Assinado em final de maio, o convênio oferece benefícios que incluem descontos especiais e isenção da taxa de inscrição. O plano disponibilizado é o Odonto Master, e para adquiri-lo é necessário ter no mínimo 10 beneficiários, entre empresários, funcionários e seus dependentes. Segundo o gerente comercial Ronaldo Liota, o desconto mínimo para as empresas filiadas/associadas é de 20%, mas pode chegar até 35%.

Ele aponta que a parceria entre o sindicato e a Uniodonto é benéfica para a cooperativa e também para todas as empresas filiadas/associadas. “Buscamos sempre estar presentes para a população local, e contar tanto com o novo convênio quanto com a comunicação do sindicato é muito especial para nós”, revela. Liota ainda destaca que, ao se aliar com o sindicato, a própria entidade faz uma recomendação da Uniodonto. Para saber mais sobre o convênio ou contratar os serviços da cooperativa, basta ligar para (51) 3302-4091 e falar com a promotora de vendas Thais Albano, ou então encaminhar um e-mail para [thais.albano@uniodontopoa.com.br](mailto:thais.albano@uniodontopoa.com.br).

# ENTREVISTA

CHRISTIAN BARBOSA / Especialista em gestão do tempo

Especialista em administração de tempo e consultor em produtividade, Christian Barbosa é bacharel em Ciências da Computação. O empresário também ministra treinamentos e palestras. Na entrevista, ele fala sobre alta performance e dá dicas de combate à procrastinação aos empresários gráficos.



Arquivo pessoal

**Você afirma que os empresários não precisam de mais tempo, e sim aprender a aproveitar o que já têm. Como fazer isso de maneira coesa e produtiva?**

CHRISTIAN BARBOSA É necessário exercitar a habilidade de delegar. Conheça as competências de cada membro da equipe e distribua as tarefas entre os funcionários que apresentam o perfil ideal para desempenhá-las. Além disso, é preciso estabelecer prioridades com base nos resultados, garantindo, assim, o seu bom funcionamento.

**De que maneira aproveitar melhor o tempo pode se traduzir em mais lucro e resultados para a empresa?**

BARBOSA A expressão “tempo é dinheiro” é muito sábia. Quando você organiza e define prioridades, para de se desgastar com o que não é importante e nem traz resultados. Assim, sobra mais tempo para trabalhar, e se a sua empresa produz mais, consequentemente os lucros aumentam.

**Empreendedores costumam misturar vida pessoal e profissional. Como encontrar esse equilíbrio, fazendo uma boa gestão do tempo?**

BARBOSA Capacite sua empresa a viver sem você e também crie sistemas que permitam à equipe se guiar para trazer resultados. É necessário pensar nas principais atividades do seu grupo e transformá-las em procedimentos claros, permitindo que qualquer pessoa os faça. Estabelecer um horário de trabalho também é importante, respeitando assim o período de descanso.

**Como blindar a mente para ter uma vida mais produtiva?**

BARBOSA Os nossos pensamentos modelam nossos resultados e podem até nos impedir de ter uma vida mais próspera e produtiva. Algumas ações podem ajudar. Se você passa os dias reclamando que não tem tempo, de fato a sua rotina vai parecer mais “bagunçada” e corrida. Coloque em uma agenda as suas atividades e visualize quanto você tem de compromissos e tempo livre, para, só então, saber se você pode acrescentar novas tarefas à sua rotina.

**Deixar trabalho para depois completa o sentido de priorizar?**

BARBOSA É importante ficar atento para não confundir definição de prioridades com procrastinação. O segundo termo consiste em protelar tarefas importantes e que não te oferecem prazer imediato para ficar fazendo nada ou gastando tempo de forma improdutivo. Estabelecer prioridades é diferente: é entender quais atividades realmente são importantes e executá-las em ordem de urgência.

## Um momento para refletir sobre sua empresa



A série de *workshops* *Como anda a sua empresa? O que é importante pensar?*, ministrada pela consultora Cinara Dupont, continua percorrendo o Estado. Em 21 de junho, a cidade de São Leopoldo sediou mais uma edição, promovida pelo Sindigraf-RS. O Centro das Indústrias de São Leopoldo recebeu sete participantes de seis gráficas. Com um clima descontraído, Cinara conduziu o treinamento em forma de bate-papo, estimulando os participantes a darem sua opinião. Entre os assuntos debatidos estavam a diferença entre vender um valor ou um produto, a formação das equipes e os desafios do ramo gráfico.

A nota geral do *workshop* foi 9,1, o que demonstra que a atividade agradou aos participantes. Juliana Benchimol, sócia-diretora da Benchimol Soluções Gráficas, de São Leopoldo, conta que o treinamento esclareceu dúvidas e trouxe reflexões. “O contato com outras empresas ajuda a analisar como está o mercado gráfico. A partir do evento, vi que estamos trabalhando certo em

alguns pontos, mas em outros temos que realinhar”, comenta. Segundo ela, participar desse tipo de encontro é muito bom para os empresários: “O *workshop* abriu a nossa visão empresarial. Muitas vezes conhecer os problemas dos outros ajuda a enxergar o negócio de forma diferente”.

### Workshop é oportunidade de crescimento

Segundo o sócio-diretor da Estação Gráfica, Carlos Alberto da Silveira, também de São Leopoldo, o treinamento ajudou os empresários a refletirem sobre questões diárias que caem no esquecimento, mas que são ideais para o bom andamento do negócio. Ele conta que, a partir do *workshop*, está repensando sua equipe de vendas. “Estamos atravessando um período difícil no país, no qual as empresas estão com dificuldade em vender. Precisamos analisar por que temos um percentual pequeno de clientes novos e por que a

carteira diminuiu”, observa. O empresário lamenta o baixo quórum no evento: “É de extrema importância que o Sindigraf-RS promova esse tipo de atividade, mas a participação é essencial para valorizar a dedicação e o esforço do sindicato”.

O administrador Matheus Martins, da Paqueta Indústria Gráfica, de Campo Bom, relata que a atividade auxilia a repensar o plano estratégico. “Temos que ser maleáveis. Se não questionamos, não mudamos, e a mudança, às vezes, é muito necessária”, opina. Martins ressalta ainda a troca de experiências entre os colegas, que promove mais união: “Não temos que nos ver como concorrentes, e sim como parceiros.” Ele também lamenta a baixa adesão, pois o evento é uma oportunidade de crescimento. “As filiadas/associadas precisam sair da zona de conforto. Aos poucos, os empresários vão perceber a importância das capacitações. As empresas diferenciadas são as que participam, pois elas evoluem e se perpetuam no mercado”, garante.

A próxima edição do evento ocorrerá em Santa Maria em 8 de julho. Já Santa Cruz do Sul receberá o *workshop* em 5 de agosto. A atividade é exclusiva para proprietários e sócios das empresas filiadas/associadas ao sindicato. Interessados em participar da capacitação no interior do Estado já podem garantir a sua vaga. Confira as programações da entidade em [www.sindigraf-rs.com.br/agenda/](http://www.sindigraf-rs.com.br/agenda/).

## Sindigraf-RS marca presença na Serigrafia Sign FutureTextil 2017

Por meio da caravana promovida pelo Sindigraf-RS, dez industriais gráficos gaúchos participam, em 13 de julho, da Serigrafia Sign FutureTextil 2017. Considerada uma das mais renomadas feiras do setor, ela ocorre de 12 a 15 de julho na Expo Center Norte, em São Paulo. Com o subsídio oferecido pelo sindicato, o investimento foi de R\$ 350 por pessoa, com um pacote em que estavam inclusos passagens e taxas aéreas, seguro de viagem e traslados em São Paulo entre o aeroporto e o evento.

Em 27 anos de história, a Serigrafia Sign FutureTextil é reconhecida por apresentar lançamentos e novidades em tecnologia e soluções para os mercados de impressão e comunicação visual. Devido a sua abrangência, a feira também é uma oportunidade para a realização de negócios, visibilidade e *networking*. A edição de 2017 ocorrerá em dois pavilhões, com mais

de 30 mil m<sup>2</sup> de área total, tendo a estimativa de 600 marcas expositoras e 30 mil visitantes.

Além dos estandes, a programação do evento conta com palestras, oficinas e fóruns.

### Atrações da feira

Confira os principais destaques da programação:

**Fórum Serigrafia Sign FutureTextil** – Inovação, bons palestrantes e cases de sucesso para aprimorar o conhecimento sobre o setor.

**Fórum do Acrílico Sign – Indac** – O tema principal será *Trazer dicas práticas para alavancar os projetos de comunicação visual*.

**Arena Técnica** – Local focado em novas tecnologias, lançamentos e soluções.

**Future Têxtil** – Circuito de impressão digital têxtil que apresentará as principais etapas do processo em tecidos.

**Decor Express** – Mostrará as diversas possibilidades que a comunicação visual oferece para a decoração.

**Serigrafia em Ação** – Oficina criativa com demonstrações práticas de todo processo serigráfico.

**Arena do Conhecimento by Sid** – Novidades em produtos, ferramentas e técnicas de aplicação ligadas ao envelopamento.



# Presidente conversa com empresários no Noroeste do Estado

Enfrentando chuvas torrenciais, Angelo Garbarski se encontrou com colegas da região Noroeste/Missões para conversar sobre o panorama do setor no Bate-Papo com o Presidente

Seguindo a premissa de dar um giro pelo Estado a fim de encontrar e ouvir os gestores das empresas filiadas/associadas ao sindicato, o presidente do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, percorreu a região Noroeste/Missões no final de maio. A primeira cidade a receber a comitiva da entidade, que incluiu o superintendente Luiz Carlos Gautério Pinheiro, foi Santa Rosa. O encontro aconteceu na noite de 30 de maio, no Restaurante do Negrinho, e contou com 13 participantes de 8 empresas. No dia seguinte, foi a vez de Santo Ângelo receber o Bate-Papo com o Presidente durante a manhã, no Arena Grill, com a presença de 4 pessoas de 3 gráficas. Ainda à noite, o presidente visitou a cidade de Ijuí, no Jardim Europa Hotel, e conversou com 6 dirigentes de 4 empresas. De acordo com Garbarski, a presença dos empresários gráficos foi mais tímida devido à chuva torrencial na região durante os dias de bate-papo, mas isso não impediu os presentes de trazerem as suas opiniões e sugestões para construir uma indústria gráfica mais fortalecida. Outro dado ressaltado por ele é que a região conta com 101 empresas e 14 compareceram ao evento.

Apesar do baixo quórum, Garbarski confirmou que seguirá percorrendo o Estado e ouvindo os colegas: “Está sendo válido para conhecer os empresários das empresas filiadas/associadas ao sindicato, que na sua maioria são compostas por pequenos e médios negócios”. O presidente destaca que é a partir dos encontros que a diretoria seguirá planejando suas ações para 2018. Um dos pontos observados é a falta de lideranças no setor, refletindo-se na dificuldade de integração dos empresários gráficos. Entre os temas debatidos nas três edições, há a questão da precificação: “Muitos citaram não saber a fórmula para calcular os preços, chegando a um valor em função do mercado. Alguns preferem não informatizar o sistema, pois o preço dos produtos atingiria patamares muito altos, incompatíveis com a realidade atual, e assim acabariam não vendendo seus impressos”.



Fotos: Sindigraf-RS

Encontro de Santa Rosa pautou precificação de produtos



Empresários de Ijuí buscam mais união no setor gráfico local

O diretor da Coli Gráfica e Editora, de Santa Rosa, Wilson Mallez, estava presente no evento da sua cidade natal. Ele ressaltou a atitude do presidente e também do superintendente em visitar o interior do Estado, ouvir os empresários da região e entender os seus desafios. “Como membro da diretoria da Abigraf-RS, satisfaz muito ter um presidente que se importa com as nossas questões e está disposto a escutar as nossas reivindicações”, conta. Ele ainda revela que a reunião foi produtiva, trazendo debates que, mesmo fora da alçada do Sindigraf-RS, também são de crescimento para os empresários, como assuntos tributários e de matéria-prima. “Uma das maiores lições da noite foi que mesmo em crise não precisamos vender tudo a preço de banana. Precisamos entender o valor do nosso trabalho e cobrar um valor justo, aí sim sairemos dessa situação difícil”, afirma o empresário.

Para o diretor da Emgrapan, de Panambi, Marcelo Rahmeier, presente na edição de Ijuí, um dos maiores desafios da região é ter uma classe unida e coesa, que se mostre representativa para debater as preocupações do setor. “Infelizmente, éramos um grupo muito pequeno no dia do bate-papo, mas a atitude do presidente de vir até o interior para nos ouvir é muito louvável, por isso devemos nos engajar mais”, comenta. Ele ainda aponta que o evento foi uma ótima oportunidade de encontrar os colegas e aprender cada vez mais com discussões e as experiências dos outros.

De acordo com Sedenis Carlos Lupatini, diretor da Gráfica Venâncio Aires, de Santo Ângelo, o encontro da cidade representou uma oportunidade de discutir questões sobre os panoramas nacional e estadual atuais. “Foi uma ótima experiência para debater aspectos não apenas do nosso ramo, e mesmo estando em poucos participantes, é sempre bom encontrar os colegas”, completa o empresário.

## Especial

Cada vez mais expressivo no Brasil, o comércio eletrônico vem revolucionando o cenário varejista e conquistando empresas e clientes.

A praticidade e a rapidez do *e-commerce* chamam a atenção tanto de empresários quanto de consumidores.

Porém, antes de investir é importante analisar o novo nicho

# Vendendo por meio de um clique



Alguns anos atrás, a loja ideal para os empresários ficaria 24 horas aberta, não necessitaria de atendentes reais e poderia atingir qualquer cliente do mundo. O que parecia um sonho distante hoje pode ser realidade: o comércio eletrônico disponibiliza isso e muito mais, tudo por meio da internet. Porém, não se engane: à primeira vista, parece algo bastante simples, mas antes de lançar uma loja virtual é preciso muito estudo e preparo.

O diretor de *e-commerce* da TOTVS, Maurício Trezub, explica que o comércio eletrônico é o processo de compra e venda de produtos e serviços realizado por dispositivos eletrônicos, como computadores, *smartphones* e *tablets*, entre outros. No Brasil, essa modalidade vem atingindo números expressivos. “Em 2016, o *e-commerce* brasileiro faturou cerca de R\$ 44,4 bilhões, com 106,3 milhões de compradores. Além disso, esse mercado vem crescendo em uma média de 20% ao ano desde 2011”, informa Trezub.

O estudo *High Tech Retail*, realizado pela consultoria Croma Marketing Solutions, aponta que mais de 50% dos entrevistados consideram que as tecnologias serão úteis no momento de compra, com destaque para aplicativos (58%), novos meios de pagamento (57%) e autoatendimento (56%). Realizada em 2016, a pesquisa indica que a intenção de adquirir produtos em meios digitais para os próximos três anos tende a aumentar 48%, o que demonstra que as inovações tecnológicas estão ganhando relevância e quem for mais rápido na adequação alcançará melhores resultados. O estudo orienta também que, se o empresário tem dúvidas entre investir em um ponto de venda físico ou digital, a melhor saída é escolher os dois, pois a experiência presencial não substituirá a virtual.

### Espaços físicos e eletrônicos como aliados

A grande diferença entre o comércio virtual e o convencional é a necessidade de local físico, limitando-se à região na qual está instalado. Mas isso não significa que o *e-commerce* irá acabar com as lojas tradicionais. Se bem organizado, na verdade ele pode ser mais uma maneira de alavancar as vendas. “A loja virtual serve de divulgação da empresa e da marca. Quando um cliente faz uma compra online e resolve trocar o produto na loja física, a probabilidade de ele adquirir mais alguns itens é altíssima. Além disso, os consumidores que vão no comércio físico muitas vezes já pesquisaram os produtos no ambiente virtual e dão menos trabalho para o vendedor”, garante Trezub.

O diretor de *e-commerce* da TOTVS aponta que há algumas vantagens e desvantagens que devem ser consideradas. “O cliente já sai do comércio convencional com o item desejado. Na loja virtual, ele tem que esperar chegar, mas tem a comodidade de comprar onde ele estiver. Além disso, na internet não temos custos com aluguel de espaço físico e contratação de vendedores e não nos limitamos a uma região geográfica específica”, pondera. Trezub indica ainda que os gastos com campanhas de marketing são mais aproveitados pelas plataformas online. “Existem





ferramentas que atingem os clientes certos para a empresa. Para o comércio convencional, geralmente se desperdiça muito dinheiro com as mídias tradicionais”, pontua.

## A experiência no ambiente virtual

É cada vez mais recorrente vermos as empresas do ramo gráfico apostando no *e-commerce*, e os clientes logo embarcam na novidade. A Gráfica Calábria, de Porto Alegre, possui uma loja virtual desde 2012. A supervisora comercial, Graciela Betti, conta que um dos primeiros desafios foi aprender a lidar com o cliente do tipo consumidor final, pois antes o negócio era voltado a atender apenas outras empresas. “Tivemos que trabalhar com mais agilidade de atendimento e produção. Somos desafiados a cumprir esses prazos com qualidade, conciliando com a produção normal da gráfica”, aponta.

Desde o início, a loja virtual da Calábria é um negócio – que inclusive possui funcionários exclusivos –, e a loja física, outro. A separação dos dois traz mais organização e rapidez para a empresa. Para Graciela, uma das vantagens do *e-commerce* é a possibilidade de chegar a um público que antes não se alcançava. Entre as desvantagens, ela sinaliza a ausência de um contato direto, o que torna um pouco impessoal o relacionamento com os clientes. Entretanto, isso não tira a importância da presença virtual. “A internet é uma vitrine mundial que funciona 24 horas por dia. Essa presença será indispensável no futuro. Acredito que a empresa que não se mostrar na rede literalmente não será vista daqui para a frente”, opina.

Com uma implementação bastante simples, a gráfica ANS, também da capital, ini-

ciou sua loja virtual em fevereiro de 2007. O diretor Anderson Santos comenta que o comércio eletrônico criou uma cultura de inovação dentro da empresa. “O que era para ser uma opção para complementar as horas vagas dos equipamentos, hoje possui a mesma importância do que a venda tradicional”, revela. Na ANS, o *e-commerce* é um canal de captação de clientes e vendas. Diferentemente da Calábria, as atividades online e presencial acabam sendo parecidas, pois os produtos e os consumidores são os mesmos. Segundo o diretor, uma das vantagens do comércio eletrônico são os prazos: “Eles são definidos no momento da compra. Isso torna mais simples de administrar e se programar de acordo com cada demanda”.

## Abrindo o seu *e-commerce*

Para entrar no mundo das vendas online é essencial conhecer bem o terreno. O diretor Trezub sinaliza que para começar é preciso fazer um plano de negócio. “Entenda sobre seu segmento de atuação, a logística, os métodos de pagamento, o frete, o marketing digital e, sem dúvidas, pesquise sobre a plataforma de comércio eletrônico a ser utilizada”, recomenda. Essas questões costumam funcionar de maneira muito diferente de como são no comércio presencial e, por isso, devem ser analisadas previamente.

A plataforma é o local onde será possível acessar a loja. Existem diversas opções para montar um *e-commerce*, desde gratuitas até pagas. As mais simples podem ser feitas pelos próprios empresários, pois costumam ser bem fáceis de elaborar, mas oferecem poucas opções. Quando a loja necessita de algo mais incrementado, pode encomendar com empre-

sas especializadas na montagem e manutenção desses espaços. Além disso, Trezub explica que dependendo do segmento e do tamanho do negócio, o próprio site institucional pode se tornar a loja virtual.

A Gráfica Calábria trabalhou com uma empresa que fornece sites de compra pré-formatados e foi adequando as ferramentas que eles ofereciam conforme suas necessidades. A supervisora comercial orienta que é importante saber desde o início o que será oferecido no *e-commerce*. “Os produtos gráficos são muito variáveis e personalizáveis, por isso definir o que será vendido e até onde poderão receber essa personalização é essencial”, explica. A profissional salienta que há diferenças entre os consumidores virtuais e os presenciais. “Os clientes do site são mais imediatistas e exigentes com relação aos prazos. Querem rapidez, atendimento remoto mesmo e preços baixos. O perfil de cliente presencial demanda mais atenção, um conhecimento quase pessoal e até mesmo um carinho”, analisa.

O diretor da ANS orienta que antes de fechar negócio com qualquer empresa que ofereça soluções em *e-commerce* é interessante conversar com os clientes que já utilizam a plataforma. “É bastante comum os colegas do ramo me comentarem que tal empresa começou a desenvolver um site, mas não concluiu”, alerta Santos. Sobre logística, o empresário recomenda uma análise prévia de quais métodos são mais em conta e também os mais eficazes nas entregas. “O motoboy é rápido em um percurso pequeno, mas leva material com dimensões restritas. Os Correios têm uma ótima cobertura, mas há limitações de peso, e as constantes greves atrapalham. É preciso ponderar bastante sobre essas questões”, exemplifica.



©Stock.com/Pinky Pills

# Modelando o futuro

Diante da incerteza do amanhã, planejar é necessário. Seguir modelos de gestão a fim de atingir os sonhos da empresa é uma opção para impulsionar o negócio

Com a finalidade de organizar as suas atividades, incluindo tarefas, e também seus recursos – equipamentos, pessoas e aspectos financeiros –, os modelos de gestão propõem que sejam estabelecidos procedimentos, normas e regras para lidar diariamente com o negócio. Ao estipular esses padrões, a administração da empresa reflete sua cultura organizacional, seus valores, sua visão e sua missão.

De acordo com o consultor de Gestão Empresarial Renato Henriques, o primeiro aspecto a ser refletido é a essência da organização. Ela deve ser ponto de partida para otimizar tempo e reduzir custos, além de aumentar a produtividade. “Ao adotar um modelo de gestão eficaz, o empresário está investindo também na assertividade dos seus resultados”, revela. O especialista aponta que o sucesso da estratégia só se dará quando existir um funcionamento integrado de toda a equipe, trabalhando em convergência de interesses, com foco nas prioridades da organização.

O mais importante, ao abordar esse assunto, é delimitar que o modelo de negócios será o responsável por levar a gráfica da sua missão até a sua visão. “Essas estratégias serão os vetores determinantes para a definição das metas e dos objetivos que levarão ao futuro almejado”,

comenta Henriques. Portanto, vale lembrar que a missão não é uma frase qualquer – ela será o norte e a força motriz para chegar à visão, que representa o sonho da empresa.

Mas como aderir a esse modelo? Henriques destaca que a escolha de um planejamento de gestão não é uma receita de bolo – cada empresário deve realizar uma opção que se adapte à realidade e à experiência do negócio, aplicando o

que dá certo e deixando de lado o que não funciona. Mas, acima de tudo, é imprescindível que o modelo de gestão adotado seja flexível e aberto a contribuições, que muitas vezes surgem por parte da equipe no dia a dia da gráfica.

De acordo com o consultor, um dos passos para o estabelecimento desse modelo é a definição dos grandes objetivos estratégicos da empresa. “Após essa formulação, é imprescindível haver o estímulo e a perseverança da equipe em alcançar essas metas, além de disseminação da mentalidade para a equipe, a fim de buscar soluções que melhorem o desempenho de toda a organização”, conta o profissional. O próximo passo é montar um mapeamento de processos estratégicos da gráfica, definindo carteira de clientes e indicadores de excelência. Então, cada setor deve delimitar as suas responsabilidades, conforme as competências de seu capital humano, lideranças e colaboradores. “Também é responsabilidade da empresa oferecer ambiente e clima propícios ao desenvolvimento de novas ideias de sugestões, com objetivo de basear a gestão em inovação”, completa.

A ética também precisa ser parte da formulação de gestão da empresa, afirma Henriques, com critérios firmes para tratar os impactos sociais e ambientais de seus produtos, processos e instalações – fato muito importante na indústria gráfica. Além disso, ater-se à congruência comportamental de toda equipe e formas de comunicação da gráfica também é fundamental para um bom relacionamento interno e externo.

## Ajuda visual

Muitas vezes, inovar não é problema de criatividade, mas sim de colocar as ideias no papel. Para auxiliar na organização da mente ao implementar um novo negócio, ou mesmo reformular a sua empresa, o *Canvas Business Model* foi criado. Mais conhecido como Canvas, a ferramenta de planejamento estratégico ajuda a desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes, por meio de um mapa visual formado por nove blocos:

**Proposta de valor** – Indica se o que você oferece tem relevância.

**Segmento de clientes** – Mostra quem terá interesse em comprar os seus produtos.

**Os canais** – Traz como adquirir o seu serviço ou produto.

**Relacionamento com clientes** – É a melhor forma de atendê-los.

**Atividade-chave** – Quais as práticas essenciais para entregar a proposta de valor.

**Recursos principais** – O que é necessário para as atividades-chave.

**Parcerias principais** – Terceirizações e recursos principais de fora da empresa.

**Fontes de receita** – Como obter rendimento pelas propostas de valor.

**Estrutura de custos** – Gastos do funcionamento da estrutura.



# Anacleto Ortigara fará palestra em agosto

**R**espondendo a uma demanda dos participantes do 2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica, realizado em outubro em Santa Catarina, o Sindigraf-RS trará o diretor-técnico do Sebrae-SC e consultor empresarial Anacleto Ortigara para debater sobre sucesso nos negócios. O evento acontece em 17 de agosto, no Salão de Convenções da Fiergs, em Porto Alegre. Após o evento será lançado o livro alusivo aos 75 anos do Sindigraf-RS e aos 50 anos da Abigraf-RS (*saiba mais na página 14*).

Sob o mote *Novas competências para o sucesso*, a palestra de Ortigara apontará caminhos possíveis para a empresa obter bons resultados, além de abordar fatores condicionantes de sucesso ou fracasso a partir de tomadas de decisão dos gestores. “As escolhas, conforme trabalho na formação, são determinantes para uma gráfica vencer, e a maneira como estruturamos essas decisões deve ser estudada, assim como o que resolvemos de maneira consciente ou inconsciente”, comenta o consultor. Ele também avalia, na sua formação, o dia a dia

dos empresários gráficos, como eles realizam trocas e de que maneira estas barganhas fazem parte da busca pelo sucesso. O grande diferencial de suas qualificações, segundo revela Ortigara, é o fato de ele contar com vivências tanto em ambientes acadêmicos como na esfera administrativa: “Sou professor universitário há muitos anos, além de possuir extensa experiência como empresário. Portanto, o meu objetivo é sintonizar conteúdos do mundo acadêmico para o âmbito corporativo”.

Outra grande temática pautada na palestra é a crise, não de maneira estática e ameaçadora, mas sim como uma maneira de rever procedimentos dentro da gráfica e também de buscar novas alternativas desafiadoras. Ortigara conta que a iniciativa será uma ótima oportunidade para discutir antigos conceitos e aprender novas tendências. “É um privilégio atuar em um grupo atualizado e motivado como o do Rio Grande do Sul, e também um prazer saber que o Sindigraf-RS está em sincronia com a necessidade de buscar uma nova realidade para o seu setor”, completa o profissional.



©iStock.com/Mejajala

Fernanda Saenger, diretora da gráfica Caeté, de Campo Bom, assistiu à palestra de Ortigara durante o 2º Seminário Sul-Brasileiro e o referencia como um excelente ministrante. “Mais do que uma formação motivacional, foi uma qualificação que mexeu conosco, que nos tirou do conforto e nos instaurou uma inquietude”, revela. Ela ainda conta que, por abordar algumas situações de cunho pessoal, o consultor a fez buscar desafios e mudanças de vida: “Foi um fechamento com chave de ouro para um evento maravilhoso”. Para a gestora, trazer Ortigara é um grande feito para quem não pôde ir a Florianópolis ano passado: “Tentarei mandar outros colegas da nossa gráfica para que tenham a excelente experiência que tive assistindo à palestra no seminário”.

## VOCÊ TEM UM ENCONTRO COM O FUTURO

**Palestra** *As novas competências para o sucesso: como lidar com os desafios pessoais e profissionais*

**Prof. Anacleto Ortigara** *Diretor Técnico do SEBRAE/SC*

**Evento gratuito**

**17** de agosto  
19 horas

**Salão de Convenções da Fiergs**  
Av. Assis Brasil, 8787, Sarandi, Porto Alegre

**Confirme sua presença:**  
[www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)

*Evento para proprietários e colaboradores das empresas filiadas/associadas ao Sindigraf-RS*

Realização  
**Sindigraf RS**  
Sindicato da Indústria Gráfica  
no Rio Grande do Sul

**75**  
ANOS  
Imprimindo ações  
que geram resultados



# Inscritos no 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica são julgados

A 13ª edição do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica está chegando à reta final. Este ano, a premiação contabiliza 294 produtos inscritos de 27 empresas gráficas gaúchas. Ao todo são 11 segmentos, subdivididos em 38 categorias. A Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) conferiu quais trabalhos estavam dentro das regras e poderiam ser considerados como concorrentes. O julgamento ocorreu em 3 de julho e somente os produtos que obedeceram ao regulamento foram avaliados.

Em 2017, a análise dos impressos foi realizada pela ABTG em sua sede em São Paulo, seguindo a tendência nacional de todas as Abigraf-RS do país. Segundo a gerente de operações da ABTG, Aparecida Stucchi, os procedimentos não sofreram alterações. “A maioria dos jurados é de São Paulo, mas o julgamento ocorre exatamente como é feito *in loco*, com

jurados técnicos e *designers* avaliando por grupos de produtos”, explica. Os inscritos foram julgados em quesitos como impressão, pré-impressão, acabamento, funcionalidade e *design* gráfico. Os vencedores ganharão um troféu no dia da premiação, e as demais empresas finalistas receberão posteriormente um certificado.

Os finalistas de cada categoria, assim como os ganhadores, serão revelados em 28 de julho, a partir das 19h, no Salão de

Convenções da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre (Av. Assis Brasil, 8787). O mestre de cerimônias será o jornalista Luis Afonso Rech, mantendo a boa parceria das edições passadas. Após a cerimônia será realizado, no mesmo local, o evento comemorativo aos 50 anos da Abigraf-RS. Os ingressos poderão ser adquiridos até 21 de julho, mediante disponibilidade em [www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br).

## Garanta sua participação

A compra de ingressos para o 13º Prêmio Gaúcho vai até 21 de julho, com descontos especiais para filiadas/associadas. Confira:

- ▶ Entre no site da Abigraf-RS ([www.abigraf-rs.com.br](http://www.abigraf-rs.com.br)) e reserve o seu lugar na cerimônia.
- ▶ Após a efetivação da inscrição, será gerado um boleto bancário para efetuar o pagamento e garantir o seu lugar na noite especial.
- ▶ Associadas pagam R\$ 50, filiadas, R\$ 80, e o público em geral investe R\$ 120 por pessoa.

## CHEGOU A HORA DE CONHECER OS VENCEDORES

do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

A noite de 28 de julho de 2017 vai ficar para a história  
do cenário gráfico do RS e você não pode perder!

Garanta seu ingresso: [www.abigraf-rs.com.br/agenda](http://www.abigraf-rs.com.br/agenda)



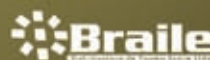
Realização



Parceiros



Patrocínio Master



Patrocínio Premium



Self-adhesive Papers and Films



## Tema: BRINCANDO NA PRAÇA

### REGULAMENTO - 2017

**OBJETIVO:** Incentivar a prática de atividades artísticas em crianças através da produção de desenhos coloridos ou preto e branco e uso de quaisquer técnicas e materiais, conforme critérios previstos neste regulamento.

**PARTICIPANTES:** Estão habilitados a participar deste concurso os descendentes dos sócios e proprietários das empresas gráficas filiadas e/ou associadas ao Sindigraf-RS, que tenham entre 3 e 10 anos, na data da inscrição.

**CATEGORIAS:** as crianças participantes serão divididas em seis categorias.

- |            |                 |
|------------|-----------------|
| 1ª) 3 anos | 4ª) 6 anos      |
| 2ª) 4 anos | 5ª) 7 a 8 anos  |
| 3ª) 5 anos | 6ª) 9 a 10 anos |

#### COMO PARTICIPAR:

1. Cada criança poderá concorrer com apenas 1 trabalho.
2. Somente participarão do concurso os formulários em que, além do desenho, estejam devidamente preenchidos com todos os dados cadastrais e estejam na sede do Sindigraf-RS até o dia 31 de agosto de 2017.
- 2.1 O formulário também poderá ser obtido através de download no site [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br). Neste caso, imprima o formulário em papel A4 branco e siga todas as demais orientações deste regulamento.
3. Os trabalhos deverão ser enviados para a área comercial do Sindigraf-RS, EM ENVELOPE LACRADO, identificados da seguinte forma:

**9º CONCURSO DE DESENHO INFANTIL SINDIGRAF-RS - 2017**  
**Av. Pernambuco, 2623 - 5º andar - 90240-005 - Porto Alegre/RS.**

4. Os desenhos concorrentes devem ter relação com o tema proposto, apresentando situações do cotidiano da criança participante em que ela tem consciência de sua participação e consequente responsabilidade, quer seja no convívio familiar, na escola ou na sociedade de forma geral.
5. O desenho deverá ocupar o espaço específico deste formulário, não podendo ultrapassá-lo, tampouco utilizar formulário complementar.
6. Os desenhos deverão ser produzidos à mão livre, sem uso de réguas e acessórios semelhantes.
7. Não poderão ser inseridos textos ou palavras sobre o desenho. No campo específico do formulário (DESCRIÇÃO DO DESENHO) deverá ser descrito (pela própria criança ou responsável) o que o desenho está transmitindo.

8. A participação no Concurso é gratuita, sendo as despesas de retorno do formulário (postagem, motoboy, etc.) de responsabilidade de cada participante.

#### JULGAMENTO:

1. A comissão julgadora será formada por no mínimo 2 profissionais das áreas de psicologia, educação, design e publicidade, avaliando os quesitos ligados a criatividade, técnicas utilizadas e a correlação idade x detalhamento e traço.
2. A decisão da comissão julgadora, contratada especificamente para o julgamento, será irrecorrível.
3. Somente serão julgados os desenhos que estiverem com todos os dados de identificação preenchidos e de acordo com todos os quesitos deste regulamento.
4. O resultado do Concurso será apresentado no informativo do Sindigraf-RS.

#### PREMIAÇÃO:

1. Todos os participantes receberão Certificado de Participação e Kit de material escolar.
2. Os primeiros trabalhos de cada categoria serão premiados.

#### CONSIDERAÇÕES GERAIS:

1. As crianças, seus responsáveis e a empresa gráfica a qual estão vinculadas renunciam a qualquer pagamento a título de direitos autorais, e autorizam a entidade promotora do concurso a publicar, divulgar e reproduzir os desenhos inscritos neste concurso, bem como as imagens das crianças participantes que possam ser utilizadas na divulgação deste concurso e/ou de edições futuras, em outros materiais e eventos do Sindigraf-RS.
2. Caberá aos responsáveis retirar os trabalhos de seus dependentes após o concurso, no período de 1 a 15 de dezembro de 2017, na sede do Sindigraf-RS. Após este período a entidade poderá se desfazer dos desenhos.
3. Caso a organização detecte qualquer irregularidade na inscrição, esta poderá ser desclassificada.
4. Casos omissos neste regulamento serão decididos pela Diretoria do Sindigraf-RS.
5. A simples inscrição neste Concurso, através do envio do formulário preenchido, configura automática concordância com o presente Regulamento.



## Orgulho por fazer parte da área gráfica

A história da gráfica P&J Borges, de Porto Alegre, remonta ao final da década de 1970, quando Paulo Sérgio P. Borges foi convidado a gerir uma filial em Porto Alegre de uma gráfica de Caxias do Sul, que tinha planos de expandir seus processos. “Por quase uma década, meu pai se dedicou de corpo e alma a essa empresa, atuando no segmento de etiquetas adesivas”, revela o atual diretor da P&J Borges, Ricardo Borges. Ao ver a possibilidade de operar também em outros setores e assim ampliar o campo de atuação, Paulo apostou na confiança da sua carteira de clientes e implementou, em 1988, juntamente ao seu irmão João Batista, a P&J Borges Comércio e Representações. “Num curto espaço de tempo, por acreditar no mercado que crescia e nutrir uma boa dose de fé no potencial, em meados de julho de 1989, nascia a P&J Borges Indústria de Etiquetas, quando eu entro na história”, completa.

Ricardo revela que, na época, tinha 17 anos, com o Ensino Médio recém-concluído e prestes a fazer o vestibular, mas com muita vontade de trabalhar e ser remunerado, além de tocar projetos próprios: “Lembro que, quando tinha 9 anos, já trabalhava por uns trocados. Com 12 anos, tinha um emprego de meio expediente e, com 14 anos, consegui meu primeiro emprego de carteira assinada como técnico em etiquetadoras manuais, pela empresa que por 10 anos empregara o meu pai”. Ele ainda conta que,

por ter crescido em meio a parques gráficos, conhece muito de diversas máquinas até hoje, tendo inclusive uma coleção delas – desde a primeira no Brasil até as mais atuais. E foi a paixão por mecânica que tornou Ricardo um legítimo empreendedor gráfico. Depois de passar por diversos bicos e diferentes profissões, desde mecânico de motos até cantor de barzinho, ele foi chamado pelo pai para uma conversa séria. “Ele me perguntou o que pretendia do futuro, se eu queria uma boa vida e uma família. Então, resolveu me dar uma oportunidade. Meu pai propôs uma sociedade, na qual passaríamos a fabricar etiquetas e rótulos e ele comercializaria”, comenta.

Em princípio, Paulo cuidaria do comercial e o filho, que tinha destreza com máquinas, motores e tudo o mais que desse para montar e desmontar, seria o encarregado da indústria. “Sem pestanejar, disse sim. Mas como tudo tem um preço, a minha aceitação também teve uma troca – a moto que com tanto esforço eu tinha adquirido dos tempos antigos”, revela Ricardo, nostálgico. Contudo, não demorou para que o jovem apaixonado por mecânica tomasse gosto pela prática gráfica, que aprendeu e desenvolveu: “Ao lado da minha irmã, Roselaine, éramos ‘o time dos sonhos’, e em poucos anos eu me tornei o gestor do negócio todo, conduzindo, além da indústria, também a área comercial”.



Arquivo pessoal

Atualmente, o empreendedor toca a P&J Borges ao lado da esposa, Ana Flávia, uma vez que a irmã alçou voo solo e o patriarca passou o negócio para o filho. Ele aponta que é a renovação constante o que o encanta no ramo de impressos, juntamente às inúmeras possibilidades de se prover em soluções gráficas: “Sempre gostei de apostar em inovação, reorganizando o *layout* de nossa sede, adquirindo equipamentos, profissionalizando colaboradores e por aí adiante”. Além disso, ele revela que, apesar de desafiador, ser dono do negócio significa depender do próprio desempenho e da equipe – se houver empenho o suficiente, nunca se fica sem trabalho. “Sou movido por resultados, faço tudo para que aconteça de uma maneira eficaz e honesta”, completa.

Entre os grandes desafios já enfrentados pela P&J Borges, o empreendedor relembra planos econômicos e grandes recessões: “Há alguns anos, quisermos banir o uso das etiquetas e quase ruímos. Mas retomamos o nosso trabalho com fé, organizamos a volta, revendo preços e prazos, criando e agregando novos produtos, entre outras ações, como campanhas de venda e promoções”.

## LIVRO HISTÓRICO

## Trajectoria do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS inspira obra

As conquistas da indústria gráfica ao longo dos 50 anos da Abigraf-RS, que serão celebrados em agosto próximo, e dos 75 anos do Sindigraf-RS, concluídos em julho de 2016, inspiraram a produção de um livro próprio. Após dez meses de trabalho intenso, dirigentes, lideranças e parceiros poderão conhecer a obra comemorativa das entidades, que será lançada em 17 de agosto, às 19h, no Salão de Convenções da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiersgs), em Porto Alegre.

De acordo com o presidente da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, é um momento muito especial para as entidades, pois

representa a celebração de uma caminhada vitoriosa, trilhada por gestores de nome no Estado, e também reflete a longa missão de defender os interesses do setor gráfico gaúcho. “Espero que estejamos todos juntos para lembrarmos o passado e vislumbrarmos o futuro. Só unidos podemos vencer, e é esta a premissa que nos guia por mais de meio século”, reitera Garbarski.

A respeito do livro, o presidente orgulha-se do trabalho editorial, mostrando um esforço conjunto em colher a biografia das entidades e traduzi-la nas páginas: “É a nossa história eternizada em papel, que é a base do nosso

trabalho. Desejamos que todos apreciem o resultado final”.

O livro é uma compilação de mais de 150 páginas que contam a história, conquistas e bastidores das entidades. Recheada de depoimentos e fotos, a obra foi organizada pela empresa Critério, de Porto Alegre, resgatando as ações e atividades promovidas por dirigentes e suas equipes, sempre acreditando no potencial transformador que a indústria gráfica representa no Estado. Por meio de uma linha de tempo, parte-se da criação do Sindigraf-RS, em 1941, em meio à atuação das diretorias e à constituição da Abigraf-RS, em 1967, até meados de 2017.



# Cartão de visita dos produtos

Ao entrar em uma loja ou supermercado em busca de algum produto, é impossível ser indiferente ao que os identifica – os rótulos. A indústria gráfica tem a missão de “empacotar” o mundo para o cliente final, e isto se torna ainda mais evidente pelo rótulo e pela etiqueta, que caracterizam e apresentam os itens. “Este tipo de produção gráfica dificilmente irá se extinguir, uma vez que é fundamental para a venda de um produto, caracterizando-se quase como um cartão de visitas”, revela a diretora da River Print, Andrea Paradedá.

A gráfica porto-alegrense tem a sua produção voltada inteiramente para a produção de rótulos, com uma carteira de clientes que compreende as áreas de cosméticos, alimentos e bebidas, entre outras. “Pelo que percebemos dos nossos clientes, o consumidor final recebe grande parte do impulso de venda por parte do rótulo”, completa. Entre os desafios desse segmento, Andrea cita trazer para o papel as expectativas do cliente, e também

lidar com as suas frustrações quando o pedido não se realiza.

Com 15 anos de experiência na produção de rótulos, a Gráfica Celer, de Dois Irmãos, conta atualmente com 25% do faturamento total neste segmento. “Implementamos os processos por demanda dos clientes, e trabalhamos atualmente com *offset* para etiquetas brancas e coloridas e serigrafias para produtos que requerem maior valor agregado, como rótulos para garrafas de cerveja, entre outros”, comenta o diretor, Dario Giehl.

De acordo com o diretor de Produção da Celer, Márcio Harenhardt, os cuidados com a elaboração de rótulos envolvem diversas variáveis, que devem ser discutidas desde o início. Ele conta que uma das primeiras questões a serem revisadas é o tipo de adesivo que será colocado no papel, pois deve se adequar tanto com a embalagem do produto como com a peça. “Certos tipos de adesivo não respondem bem à baixas temperaturas, então não devem ir para alimentos congelados. Outras colas não podem ser escolhidas para produtos que devem



Divulgação/River Print

ser reutilizados, como garrafas retornáveis. É um processo muito complexo, no geral”, comenta Harenhardt.



**GRAFFOLUZ®**  
Editora e Indústria Gráfica

“ Desde 1991 atuando no mercado de Promocionais, Embalagens e Livros. Nosso parque gráfico completo, com máquinas de diversos formatos e acabamentos, está preparado para atendê-lo. Dispomos de laboratório de pré-impressão, com equipamentos de última geração, como a C1060L e o lançamento da Konica Minolta, a nova C1100. ”



**bizhub PRESS C1100**

Rua Sidney Guerra, 306 - Erechim/RS  
Ligue 54 3522.1436  
[graffoluz@graffoluz.com.br](mailto:graffoluz@graffoluz.com.br)  
[www.graffoluz.com.br](http://www.graffoluz.com.br)



KONICA MINOLTA

Giving Shape to Ideas

KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS DO BRASIL LTDA.

Porto Alegre - RS | Tel.: 55 51 3230-7200 Rua Santana, 646 - CEP: 90040-371  
Florianópolis - SC | Tel.: 55 48 3244-7200 Av. Santa Catarina, 122 - CEP: 88075-500

[konicaminolta.com.br](http://konicaminolta.com.br)

## Ideograf é fornecedor destaque da Unimed-RS

A Ideograf, de Porto Alegre, recebeu em abril da Unimed o prêmio *Fornecedor Destaque*. A iniciativa faz parte das atividades do *Encontro dos Fornecedores da Unimed-RS*. Já são sete edições em que a Unimed-RS busca estreitar o relacionamento da empresa com seus fornecedores e dá reconhecimento para os parceiros. A cooperativa avalia anualmente itens como agilidade, atendimento, cumprimento de prazos, preços, especificações técnicas e normas administrativas, entre outros.



Divulgação/Ideograf

Esta é a segunda vez consecutiva que a Ideograf recebe o troféu. Em 2016, o reconhecimento também foi para eles, o que demons-

tra o bom relacionamento da gráfica com a Unimed-RS. “Temos uma relação transparente e verdadeira, por meio da qual não vendemos apenas preço e sim comprometimento, buscando não ser apenas um fornecedor gráfico junto aos nossos clientes, mas um parceiro em desenvolvimento de projetos”, explica o diretor comercial, Fabiano Zang. Segundo ele, a importância de receber o troféu está na sensação de dever cumprido: “Vejo que estamos no caminho certo e que todo trabalho vale a pena”.

## Pesquisa aponta Gráfica Jacuí como a mais lembrada da região



Onelde Teixeira/Divulgação Jornal do Povo

Novamente, a Gráfica Jacuí foi a mais lembrada de sua categoria na cidade de Cachoeira do Sul no do Top of Mind 2017. Com 80,24%

das menções, a empresa mostrou-se a principal gráfica da região e também o empreendimento com maior índice de lembrança. Esse foi o resultado da pesquisa elaborada pelo curso de Administração da Universidade Luterana do Brasil (Ulbra) do campus de Cachoeira do Sul em parceria com o Jornal do Povo. O levantamento aponta as empresas e as lideranças mais lembradas pelos cachoeirenses. Os vencedores das 84 categorias foram premiados em uma cerimônia ocorrida em 10 de junho.

Ganhar o prêmio já virou tradição para a Gráfica Jacuí, pois a empresa saiu vencedora em todas as edições já realizadas do *Top of Mind*. Para o diretor comercial, Ricardo Vieira da Cunha, ser a gráfica mais lembrada demonstra o reconhecimento de sua marca pelos clientes e pela comunidade. “São 46 anos de atividade com constantes investimentos em pessoas e tecnologia. Ganhar o prêmio é saber que somos lembrados por essas atitudes”, comemora.



DICA DE LEITURA

## A jornada em busca da riqueza

No livro *O que os ricos sabem e não contam*, Brian Sher pretende apontar os caminhos possíveis na jornada em busca da riqueza e também os princípios básicos que podem levá-lo a adquirir, manter e aumentar o seu dinheiro. Ele sugere que a maneira de pensar é um dos maiores diferenciais entre pessoas com mais ou menos poder aquisitivo. A mentalidade de cada um influenciaria nas escolhas, e, além disso, o escritor evidencia que é necessário querer e buscar a riqueza. Ficar somente idealizando ser rico não é o suficiente.

Outro fator importante que Sher indica é a aposta no empreendedorismo. Segundo o autor, muitas pessoas acreditam que trabalhar incansavelmente é a solução para enriquecer. Entretanto, muitas vezes o empregado aca-

ba apenas enriquecendo o seu próprio patrão. É importante, então, começar um negócio e empenhar-se nele para transformá-lo em seu rendimento principal.

O livro aponta algumas iniciativas que podem auxiliar no sucesso do empreendimento, como a importância do marketing, da delegação de tarefas e da valorização dos funcionários, entre outros. Na obra, o autor explica que ser feliz não é sinônimo de ser rico, e ainda aborda as diversas interpretações que a palavra pode aceitar. Muitas vezes ela vai além do dinheiro e se trata de relacionamentos duradouros e realização pessoal, por exemplo. O livro pode ser considerado como um bom estímulo para quem está em busca da independência financeira, pois oferece boas dicas e reflexões.



Divulgação/Fundamento

### Ficha de leitura

**Título:** *O que os ricos sabem e não contam*

**Autor:** Brian Sher

**Número de páginas:** 184

**Editora:** Fundamento

**Investimento:** R\$ 34