



ESPECIAL

Alta tecnologia a seu alcance

A

inteligência artificial (IA) está entre nós há muito tempo e seu uso já causa impactos na economia. Os robôs atuam na indústria, no comércio, nos aparelhos eletrônicos e até mesmo nas residências. Otimizando processos, atendendo a demandas e executando tarefas complicadas, essa tecnologia está ganhando espaço e acabando

com o receio que muitos tinham em relação a seu uso.

Mas esse medo é compreensível: vemos em filmes futurísticos as máquinas dominando o mundo e especialistas questionando se os robôs irão tomar os postos de trabalho das pessoas em tempos não muito distantes. Antes de tudo, é importante analisar calmamente o que é realidade e o que se trata de ficção. Se bem orientada e construída, a IA se torna uma grande aliada dos humanos, diminuindo falhas e agilizando tarefas. De nossa parte, entramos com a percepção única e a imaginação para inovar. Entenda o que é essa ferramenta e como ela pode ser usada pela indústria gráfica nas páginas 8 e 9.



©iStock.com/Hwandui

EVENTOS PÁGINA

6

Trajetória da indústria gráfica é resgatada em livro alusivo aos 75 anos do Sindigraf-RS e aos 50 anos da Abigraf-RS

AO EMPRESÁRIO PÁGINA

10

Guia produção sustentável da indústria gráfica orienta como ter uma atuação responsável em processos industriais



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

São muitos os acontecimentos ao longo dos 75 anos do Sindigraf-RS, celebrados em julho de 2016, e dos 50 anos da Abigraf-RS, comemorados recentemente. Vivenciamos as conquistas, as dificuldades, os desafios e as oportunidades geradas no Rio Grande do Sul, e até mesmo nacionalmente, em um período marcado por grandes mudanças. Nosso próprio setor passou por transformações gigantescas ao longo dos anos, muitas das quais segue atravessando. Toda essa experiência adquirida mostrou que, se não trouxermos a tecnologia para as nossas empresas, os avanços podem nos superar. Devemos capacitar as nossas equipes, ou não atenderemos às expectativas dos clientes. Além disso, se não implantamos uma gestão eficiente, a perenidade dos negócios pode ser um risco.

Não existe meio-termo em um mercado tão profissional e concorrido. As empresas gaúchas têm se empenhado em crescer com essas bases sólidas. A indústria gráfica do Estado se diferencia no país, com condições técnicas avançadas e qualidade nos seus impressos. Chegamos até aqui graças ao esforço de muitas pessoas, desde o mais visionário empreendedor até o dedicado trabalhador da linha de produção. Todos deixaram a sua marca.

Ao lançar *Nossa história*, buscamos registrar essa trajetória e fazer justiça a tantos personagens que prestaram sua contribuição. O desafio não foi pequeno, mas acredito que colhemos um belo resultado. Transformar a memória do sindicato e da associação em uma publicação deste porte foi uma forma de preservar a biografia do empresariado gaúcho que, por tantos anos, atinge a excelência. O reconhecimento chega até a ultrapassar as fronteiras do nosso país. Tem sido uma honra presidir as entidades em aniversários tão marcantes.

Acompanho a jornada do setor como empreendedor e como participante das diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS há quase três décadas. A obra alusiva propõe um resgate dos principais momentos do setor, na qual percorremos um longo caminho. É como uma viagem pelo tempo, reencontramos velhos amigos, na qual alguns, infelizmente, já não estão mais conosco. Revemos momentos de crise, que pareciam insuperáveis. Enfim, o mundo foi mudando – e tivemos que nos moldar a ele.

Em tempos tão conturbados como os que atravessamos hoje no Brasil, é inspirador ver como grandes líderes agiram em momentos semelhantes. Retomarmos a “nossa história” é uma forma de inspiração e fortalecimento

para o que o futuro nos prepara. Agradeço a todos que colaboraram para que mais esse projeto se concretizasse. Em primeiro lugar, às empresas filiadas e associadas pela confiança no nosso trabalho. Aos membros da diretoria, especialmente ao diretor Silvio José dos Santos, que fez a supervisão gráfica da publicação, e a todos os colaboradores das entidades – e faço questão de destacar o nosso superintendente, Luiz Carlos Gautério Pinheiro, que se envolveu profundamente na produção do livro.

Meu muito obrigado também ao apoio da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), comandada pelo presidente Gilberto Porcello Petry, à qual somos filiados desde o início das atividades. Não seria possível finalizarmos essa iniciativa sem a parceria da Zênite Sistemas, da Suzano Papel e Celulose, da Votorantim Private Bank, da Distribuidora de Papéis Braille, da CMPC Celulose Riograndense, da Gráfica ANS e da Empresa Gaúcha de Rodovias (EGR). Meu reconhecimento à Critério, que fez a coordenação editorial de nossa obra de memórias.

Há muito ainda para trilharmos, em meio às adversidades e aos diversos desafios que, somente juntos, poderemos vencer, como bem fizeram nossos antecessores. Vida longa e ainda mais sucesso à indústria gráfica gaúcha!

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



Sindigraf-RS organiza nova caravana

O Sindigraf-RS levará 25 gráficos gaúchos ao Paraná, para participar do 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica. Com o tema *A impressão no mundo conectado – A odisséia começa agora*, as atividades ocorrem em 21 de outubro, na Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), em Curitiba. A programação é focada em gestão e suas ferramentas.

Os palestrantes abordarão assuntos como criatividade, inovação, *neuromarketing*, vendas e comunicação. Os empresários poderão ainda conhecer novidades e soluções nos estandes do *Salão de negócios*. A comitiva, organizada pelo



Sindigraf-RS, sairá de Porto Alegre no dia 20, com retorno previsto para a noite seguinte. O sindicato disponibiliza uma vaga gratuita na caravana para proprietário ou sócio registrado no contrato social, de empresa filiada adimplente. Os demais investem R\$ 715 por inscrito. O pacote contempla passagens aéreas, traslados e hospedagem em apartamento duplo com café da manhã. Caso o participante opte por um cômodo individual, há um acréscimo de mais R\$ 200. A inscrição do seminário deve ser realizada e paga previamente em www.sigep.org.br. Garanta a sua vaga para a caravana em www.sindigraf-rs.com.br/agenda.

Participe das confraternizações

Com o objetivo de integrar os empresários gráficos e se aproximar das filiadas/associadas do interior, o sindicato realiza a Confraternização da Família Sindigraf-RS 2017. Serão três novas edições, proporcionando aos participantes momentos de lazer, bate-papo e troca de experiências. O primeiro evento ocorrerá em 7 de outubro, na AABB de Santa Cruz do Sul. Já em 28 de outubro, a cidade de Santa Rosa recebe na Sociedade Cisne os empresários grá-

ficos. Em novembro, o encontro será no dia 25, no Vila Ventura, em Viamão. Inscreva-se em www.sindigraf-rs.com.br/agenda.

As confraternizações são abertas também aos cônjuges, filhos e pais dos empresários adimplentes à entidade, independentemente da região do Estado. A programação contará com atividades recreativas, roda de chimarrão e almoço. Nas edições serão conhecidos os ganhadores do 9º Concurso de Desenho Infantil.

BNDES lança capital de giro

Para facilitar o acesso ao crédito de micro, pequenas e médias empresas, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) lançou em agosto o programa *BNDES Giro*. Até 2018, serão disponibilizados cerca de R\$ 20 bilhões em novos financiamentos. Além disso, a novidade promete agilizar as análises de pedidos, pois as requisições serão feitas via internet e as plataformas de tecnologia de agentes financeiros serão integradas ao BNDES. As atuais linhas de financiamento podem demorar até 60 dias para ser analisadas,

enquanto no *BNDES Giro* a expectativa é a liberação em até um dia.

As empresas podem solicitar até R\$ 70 milhões por ano ou 20% da receita operacional bruta. Elas terão até 5 anos para se regularizar, com carência de 3 a 24 meses nas operações indiretas automáticas. A nova linha de crédito terá uma taxa na média de 1,5% ao ano. A solicitação pode ser feita no *Canal do Desenvolvedor das Micro Pequenas e Médias Empresas (MPME)* em www.bndes.gov.br/financiamento ou diretamente em uma instituição financeira credenciada.

Benchmarking em Roraima

O presidente do Sindigraf-RS cruzou o país para propagar as conquistas do sindicato. Angelo Garbarski participou, em 8 de agosto, do *Bate-Papo de Defesa de Interesses* na Federação das Indústrias de Roraima (Fier), em Boa Vista. Na ocasião, o empresário foi convidado pela Confederação Nacional das Indústrias (CNI) a compartilhar o case *Redução do Imposto sobre Serviços*

de Qualquer Natureza (ISSQN), disponível no *Catálogo Online de Boas Práticas da CNI*.

Autoridades locais conheceram na prática o trabalho desenvolvido pela diretoria do Sindigraf-RS. A iniciativa seguiu os preceitos de *benchmarking*, a fim de dividir os conhecimentos da entidade e fortalecer a indústria gráfica do país.

Até 15 Setembro

Inscrições para o 27º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini
Promoção: *Abigraf Nacional*

Até 6 Outubro

Inscrições para o 24º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo De Nigris
Promoção: *Conlatingraf*

7 Outubro

Confraternização da Família Sindigraf-RS
Local: *AABB, Santa Cruz do Sul (RS)*
Promoção: *Sindigraf-RS*

20 Outubro

Caravana rumo ao 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica
Local: *Fiep, Curitiba (PR)*
Promoção: *Sindigraf-RS*

28 Outubro

Confraternização da Família Sindigraf-RS
Local: *Sociedade Cisne, Santa Rosa (RS)*
Promoção: *Sindigraf-RS*

1º a 19 Novembro

63ª Feira do Livro de Porto Alegre
Local: *Porto Alegre (RS)*
Promoção: *Câmara Rio-Grandense do Livro*

25 Novembro

Confraternização da Família Sindigraf-RS
Local: *Vila Ventura, Viamão (RS)*
Promoção: *Sindigraf-RS*

28 novembro

Cerimônia de Entrega do 27º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini
Local: *Espaço das Américas, São Paulo (SP)*
Promoção: *Abigraf Nacional*

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



Clerlânio de Holanda (E), vice-presidente do Sinduscon-RR, Veronildo Holanda, diretor e 1º secretário do Sinduscon-RR, Rivaldo Neves, presidente da Fier e do Sinduscon-RR, Angelo Garbarski, presidente do Sindigraf-RS, e Amir Kauss, consultor empresarial

O DIA A DIA DO PRESIDENTE

1º Agosto

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

2 Agosto

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS e reunião das diretorias executivas das entidades
(Sede, Porto Alegre)

4 Agosto

Reunião das Abigraf-RS da região Sul
(Abigraf-PR, Curitiba)

8 Agosto

Apresentação do projeto *Defesas e interesses*
(Fier, Boa Vista)

10 Agosto

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

14 Agosto

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

15 Agosto

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

16 Agosto

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

17 Agosto

Lançamento do livro *Nossa história*
(Fiergs, Porto Alegre)

Palestra *As novas competências para o sucesso*
(Fiergs, Porto Alegre)

22 Agosto

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

Reuniões do Copemi e da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

31 Agosto

Palestra sobre a Reforma Trabalhista
(sede, Porto Alegre)

AGENDA DO PRESIDENTE

5 Setembro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

12 Setembro

Reuniões da diretoria da Fiergs e do Copemi e Workshop Uconex
(Fiergs, Porto Alegre)

13 Setembro

Reunião de planejamento estratégico do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS
(Sede, Porto Alegre)

19 Setembro

Reunião da diretoria da Fiergs
(Fiergs, Porto Alegre)

27 Setembro

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

28 Setembro

1º Prêmio Catarinense de Excelência Gráfica
(Fiesc, Florianópolis)

Entidades realizam doações no McDia Feliz

Seguindo o compromisso de realizar transformação social por meio do desenvolvimento da indústria gráfica, o Sindigraf-RS e a Abigraf-RS contribuíram mais uma vez com entidades beneficentes de Porto Alegre e da Região Metropolitana. Para ajudar na causa do combate ao câncer, o Sindigraf-RS comprou 100 tíquetes para o McDia Feliz, ocorrido em 26 de agosto, do Instituto do Câncer Infantil. Os lanches, vendidos anualmente em ação social do McDonald's, foram doados à Fundação O Pão dos Pobres, da capital. Já a Abigraf-RS adquiriu 100 bilhetes da Santa Casa e repassou metade deles ao Educandário São Luiz, também em Porto Alegre, e outros 50 para a Casa Aberta, de São Leopoldo.

De acordo com o diretor sócio-educativo do Pão dos Pobres, João Rocha, é uma grande alegria para a instituição receber esta doação do sindicato: "Além de fazer a alegria das nossas crianças com um lanche diferenciado, o Sindigraf-RS contribui para o Instituto do Câncer Infantil, apoiando duas entidades com um ato de generosidade". Segundo a coordenadora pedagógica do Educandário São Luiz, Rosângela Viana, o dia para os pequenos contemplados foi muito especial, com brincadeiras e uma refeição única: "Agradecemos a iniciativa, pois trabalhamos com crianças carentes e esta oportunidade foi muito bacana". Para a coordenadora da Casa Aberta, Cleide Fink, a iniciativa foi singular por se propor a trazer alegria aos pequenos: "Foi muito gratificante para a nossa instituição receber esta doação e estamos sempre com as portas abertas para receber parceiros como a Abigraf-RS."

Fotos: Sindigraf-RS



Fundação O Pão dos Pobres, na capital



Educandário São Luiz, em Porto Alegre



Casa Aberta, em São Leopoldo

Portal EAD do Sesi-RS oferece mais de 20 cursos

Com a proposta de capacitar a indústria gaúcha, o Sesi-RS tem um portal de estudos a distância, de maneira que os interessados podem se qualificar conforme a sua agenda permitir. A diversidade de cursos também atrai – são 25 formações em diferentes áreas, como informática, educação, finanças, sustentabilidade, ética, cooperativismo, empreendedorismo, lideranças e idiomas. As qualificações são gratuitas e podem ser acessadas pelo link www.sesiead.com.br. Mais informações pelo telefone 0800 518 555.

Produtos e serviços do Sesi – Educação para o mundo do trabalho

São cursos de curta duração, oferecidos pela indústria diretamente ao trabalhador, promovendo tanto a aprendizagem quanto a aplicação prática do conhecimento:

Formação pessoal e profissional

Significado do trabalho – Visão sistêmica e motivação / Etiqueta profissional / Ética e conduta no trabalho / Capacidade de empreender e inovar / Disciplina, organização e planejamento / Aprendendo a conviver e respeitar as diferenças / Comprometimento e foco em resultados / Comunicação interpessoal no ambiente de trabalho / Feedback: uma oportunidade de crescimento e aprendizagem

Inovação

Mudança / Criatividade / Inovação

Sustentabilidade ambiental

Problemática Ambiental / Resíduos sólidos, emissões atmosféricas e efluentes líquidos / Sistema de gestão ambiental e ISO 14001 / Legislação e meio ambiente / Desenvolvimento sustentável / Boas práticas e prevenção da poluição na indústria

Garanta a sua vaga no Theobaldo De Nigris

Estão abertas as inscrições para o 24º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo De Nigris, uma realização da Confederação Latino-Americana da Indústria Gráfica (Conlatingraf) junto com a Printing Association of Florida, que objetiva prestigiar a qualidade do produto gráfico latino-americano. São ao todo 29 categorias avaliadas em julgamento que começa em 6 de novembro, em Fort Lauderdale, na Flórida (EUA). A entrega dos troféus acontece em 22 de fevereiro de 2018, no Convention Center, na mesma cidade.

Os brasileiros poderão se inscrever no prêmio por meio de mediação da Abigraf Nacional. A produção dos trabalhos vai de 1º de agosto de 2016 a 31 de julho de 2017, e todos os impressos devem estar na sede da Abigraf Nacional até 6 de outubro. O valor fica em R\$ 455 por impresso para empresas associadas à Abigraf Nacional, enquanto para as demais, R\$ 592 por peça. As inscrições são online, basta preencher a ficha pelo site www.theobaldodenigris.com.br, e enviar os impressos para a Abigraf Nacional (R. do Paraíso, nº 529 – Paraíso – São Paulo – SP – CEP 04103-000 – Brasil).



Divulgação/Abigraf Nacional

Fernando Pini em encerramento de inscrições

O dia 15 de setembro é a data final para garantir a sua vaga no 27º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica. Nesta segunda fase, que se iniciou em 7 de setembro, o investimento fica R\$ 500 para associados e R\$ 655 para os demais. A ficha de inscrição está disponível no site da ABTG (www.abtg.org.br).

No início de outubro, os impressos passam pela primeira fase do julgamento, e em novembro acontece a segunda parte. A entrega de troféus ocorrerá em 28 de novembro, Espaço das Américas, em São Paulo, e cada produto finalista recebe dois ingressos para a noite de gala, que começarão a ser vendidos em novembro, pelo site www.fernandopini.org.br.

Escolar Office Brasil apresenta tendências

A edição de 2017 da Escolar Office Brasil aconteceu de 23 a 27 de julho, em São Paulo, e contou com mais de 13 mil visitantes. Entre os destaques da feira estão cartões e convites com técnica 3D, dando uma sensação lúdica e de encantamento. Outra novidade são as peças de papelaria diferenciadas para o público masculino, que valorizam o *design*, a inovação e a alta qualidade, incluindo itens como cadernetas com capa de couro. Para o mercado infantil, a tendência é de *displays* diferenciados para cenários temáticos e personalizados, enquanto para a faixa infanto-juvenil o destaque fica para peças que visem ao empoderamento feminino e ao universo *geek*.



Divulgação/Abigraf-PR

Na gestão 2016-2019, Jair Leite é o presidente da Abigraf-PR. Ele também atua como vice-presidente da região Sul na Abigraf Nacional. É ainda diretor da Ajir Gráfica e Editora Ltda. e da Graciosa Gráfica. Abaixo, Leite fala sobre as expectativas para o 3º Seminário Sul-Brasileiro, que acontece em outubro em Curitiba.

Como o senhor avalia a situação atual da indústria gráfica no Sul do país?

JAIR LEITE Assim como toda a economia nacional, o setor gráfico está em um momento de instabilidade, refletindo na produção. Apesar disso, algumas gráficas estão bem por investirem em diferenciais de atendimento, em novos produtos e em nichos pouco explorados. A região Sul é que mais investiu em tecnologia e a expectativa é de que aos poucos a indústria gráfica local se estabeleça.

O que os industriais gráficos gaúchos podem esperar da próxima edição do Seminário-Sul Brasileiro?

LEITE Depois do seminário em Santa Catarina no ano passado, ficamos com uma missão difícil de fazer algo no mesmo nível ou até melhor. Os participantes podem esperar um evento qualificado, com capacitações que vão ajudar na reflexão dos empresários. Optamos por apresentar palestras mais conceituais do que técnicas, e o tema central é a *A impressão no mundo conectado – A odisséia começa agora*, com palestras nas áreas de *neuromarketing*, criatividade e inovação, entre outras. Teremos um evento imprescindível para a reciclagem de conhecimentos de todos os participantes.

De que maneira a busca por conhecimento e inovações pode ajudar a superar a crise?

LEITE Com conhecimento, o empresário melhora a forma de gerir o seu negócio para acompanhar as necessidades do mercado, o que, consequentemente, ajuda a empresa a superar a crise. E nada melhor do que os eventos que as entidades fazem com seus associados em cada regional e os mais abrangentes, como o 3º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica.

Quais são os seus planos na vice-presidência da Região Sul da Abigraf Nacional?

LEITE A região Sul segue unida pelo bem da nossa classe. Sempre trabalhamos para o resultado positivo da Abigraf Nacional, somos colaboradores do setor. Pretendemos continuar assim, sendo positivos na busca do progresso da nossa atividade.

De que forma as Abigrafas da Região Sul buscam fortalecer a luta por reivindicações do setor?

LEITE Nossas reivindicações sempre foram ouvidas, isso porque se mostraram transparentes e factíveis. Estamos vivenciando tempos difíceis no setor, mas sempre atentos ao que pode ser pedra em nosso caminho. A região Sul tem se reunido para pautar os problemas comuns. Temos o nosso seminário itinerante, além de sempre estarmos conectados para as nossas demandas.

Sindigraf-RS e Abigraf-RS eternizam trajetória da indústria gráfica gaúcha

Lançamento do livro *Nossa história* ocorreu na noite de 17 de agosto, no Salão de Convenções da Fiergs, em Porto Alegre, e foi marcado por homenagens e agradecimentos



Dudu Leal/Sindigraf-RS

Gráficas Henrique D'Ávila Bertaso, reconhece a atuação de longa data do sindicato e da associação gráfica. “São fortes apoiadores, dando-nos acesso à indústria gráfica do Estado para que tenhamos noção de como a tecnologia está andando e das necessidades das empresas do setor.”

Adair Angelo Niquetti, presidente do Sindigraf, pretende seguir o exemplo desta gestão. “O livro é um resgate dos 200 anos em que a indústria gráfica está no Brasil. Queremos fazer uma publicação nos 35 anos da nossa entidade. É importante contar a origem dos trabalhos gráficos e deixar para a eternidade.” Já o presidente do Singrapel, Roberto Llanos de Avila, cita que a obra é um marco da evolução do segmento em nível nacional. “A publicação retrata a caminhada de quem quer ficar à frente de concorrentes fora do Estado, resgatando a trajetória da indústria gráfica familiar. O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS fazem parte disso, representando a importância das gráficas em cada associado. É uma história de altos e baixos e de grandes conquistas.”

Em seguida, os presentes acompanharam a palestra do consultor e *coach* Anacleto Ortigara (*saiba mais na página ao lado*). A programação também contou com a exposição dos produtos vencedores do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e um coquetel de confraternização.

Os principais momentos da indústria gráfica gaúcha podem ser conferidos na obra *Nossa história*, lançada em 17 de agosto pelo Sindigraf-RS e pela Abigraf-RS no Salão de Convenções da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), na capital gaúcha. A publicação, alusiva aos 50 anos da associação (lembrados em 28 de julho deste ano) e aos 75 anos do sindicato (comemorados em 29 de agosto de 2016), foi desenvolvida pela empresa porto-alegrense Critério, com supervisão do diretor da Abigraf-RS, Silvio José dos Santos. “Transformar a nossa história em livro foi uma forma de resgatar e eternizar uma trajetória de tantas conquistas”, afirma o presidente das entidades, Angelo Garbarski.

A cerimônia contou com a presença de cerca de 200 empresários, lideranças, autoridades e convidados. Entre eles, estava o presidente do Sistema Fiergs, Gilberto Petry, que elogiou a iniciativa dos dirigentes do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, lembrando que poucas instituições chegam a essas marcas em pleno funcionamento. “A obra mostra diversos acontecimentos, vivenciados por precursores do ramo gráfico, sendo que muitos ainda continuam em atividade. É uma perseverança muito importante para o Estado do Rio Grande do Sul”, ressaltou.

Representando o governador Ivo Sartori, o secretário estadual de Comunicação, Cleber Benvegnú, citou que a indústria gráfica do RS é um exemplo de resistência e competência: “Ela foi capaz de passar por inúmeras fases, vários

ciclos econômicos e se manter em pé. O setor soube se renovar e evoluiu tecnologicamente, acompanhando os novos tempos. Mostrou ainda a sua capacidade de associativismo. Queremos homenagear e também aprender”.

Reconhecimento

Para o superintendente do Sesi-RS, Juliano Colombo, 50 e 75 anos são idades marcantes. “Os fatos mostram que as entidades são sólidas e entregam algo relevante para a sociedade e seus associados. O segmento gráfico sempre foi um grande parceiro, no qual oferecemos produtos e serviços tanto para empresários como para os colaboradores das indústrias”, reforça.

Márcio Basotti, gerente de operações do Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes

Muitas realizações

O livro *Nossa história* resgata as primeiras articulações para a criação do então Sindicato dos Industriais em Artes Gráficas do Rio Grande do Sul, no início da década de 40. Nas mais de 150 páginas, há informações sobre a mudança de nome para Sindigraf-RS e sua organização ao longo de mais de 75 anos de fundação. Lutas e conquistas, ações em prol das filiadas/associadas e galeria dos presidentes são alguns assuntos. Além disso, a publicação conta o nascimento da Abigraf-RS, em 1967, produtos e serviços oferecidos aos empresários do setor, assim como os 13 anos do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. “Foi desafiador, pois as entidades ainda não tinham um registro de sua história. Fizemos entrevistas, houve um trabalho de pesquisa, como um quebra-cabeça, com fotos de arquivo e de época, documentos e recortes de jornais, envolvendo toda essa base de consulta”, afirma o sócio-diretor da Critério, Rafael Codonho.



Planejamento e mudança são alguns desafios da indústria gráfica

Palestra *Novas competências para o sucesso*, com o professor e *coach* Anacleto Ortigara em 17 de agosto, na Fiergs, desafiou empresários gaúchos a se reinventarem

Fazer a reinvenção do negócio a partir do indivíduo. Foi com essa instigação que o professor universitário e *coach* executivo Anacleto Ortigara chamou cerca de 200 empreendedores, gestores e convidados a refletirem sobre a sua trajetória pessoal e profissional. A palestra *Novas competências para o sucesso* ocorreu em 17 de agosto na Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs), em Porto Alegre, dentro da programação de lançamento do livro alusivo aos 75 anos do Sindigraf-RS e aos 50 anos da Abigraf-RS (saiba mais na página ao lado).

Para Ortigara, ter propósito e valor é fundamental em tudo aquilo que fazemos. Diante de uma sociedade em que há quase escassez de propósitos, o profissional considera que as pessoas devem criar o hábito de possuir objetivos. “Eles devem ser específicos e executáveis, medidos periodicamente e calibrados de tal forma que sejam atingíveis”, explica. A ferramenta *Smart*, criada por Peter Drucker, segundo o especialista, inclui em seu método a relevância e o tempo, para que determinado objetivo seja alcançado.

Para implementar um projeto ou missão, conforme o ministrante, deve-se ter força de vontade. “É preciso ter autoconsciência e autocontrole para que os poderes do eu vou e do quero fazer vençam o não irei”, ensina. Para evitar que a vida se mantenha no piloto automático, Ortigara sugere programar algumas paradas ao longo do dia. “Quando o despertador tocar eu já sei que é para parar e pensar no que ando fazendo. Perde-se um tempo precioso nas redes sociais. É preciso buscar o diálogo, criando oportunidades”.

Conhecimento

De acordo com o palestrante, uma boa gestão pressupõe a atualização constante de crenças e diretrizes, senão o risco de colapso é muito grande. “Chamo isso de portabilidade do que se carrega na bagagem de competências. Qual é o seu rotei-



Dudu Leal/Sindigraf-RS

ro? A que tipo de acervo você irá recorrer para pôr em prática as suas definições e propostas de vida e para o negócio?”, questiona. Na opinião dele, o setor gráfico é um dos mais desafiados a mudanças. “O digital, assim como as novas tecnologias, tem tirado muitas oportunidades da indústria gráfica. Precisamos reinventar a empresa. Ao olhar o mercado, verei como me relacionar de forma renovada”, propõe. Nesse processo, segundo o consultor, estudar, ler, refletir e agir são ações indispensáveis. “Uma janela para o futuro é o conhecimento, que se mostra um boato até ser incorporado”, reforça.

Para ele, a efetivação de qualquer mudança só é possível a partir da reinvenção de quem comanda a empresa. “Sair do lugar exige renúncia, deixando de lado o estado de conforto. Você pode participar da crise ou viver dentro dela. Não espere a casa cair, renove-se.” Praticar a autogestão, conforme Ortigara, é o ponto de partida para definir projetos, alocar recursos, trabalhar o seu estado emocional e reconhecer e viver valores pessoais. “Ter sucesso é fazer trocas. Mantenha-se motivado para aprender, empreender e inovar.”

Vorlei Zuanazzi, proprietário da gráfica Zuanazzi, de Ijuí, foi um dos participantes que agradeceram a indicação do presidente das entidades, Angelo Garbarski. “Valeu muito a pena. Foi uma palestra espetacular, que vai além do negócio, fazendo repensar a vida na prática”, elogia o empresário. Acostumado a prestigiar os eventos do sindicato na sua região, ele percorreu 430 km para acompanhar a capacitação, junto com a esposa, Lúcia Zuanazzi.

Para o proprietário da gráfica RCA, de Novo Hamburgo, Roger Arnecke, a iniciativa foi muito importante: “Me identifiquei com a forma de buscar e traçar objetivos de forma palpável e não sonhadora. A diferença está em fazer e não só em falar”. Mesmo ouvindo a palestra de Ortigara pela segunda vez, a proprietária da gráfica Century, de Porto Alegre, Eleonora Duarte, saiu do evento entusiasmada. “A palestra daqui foi mais demorada do que a do 2º Seminário Sul-Brasileiro da Indústria Gráfica. Ele é ótimo, passa suas ideias de forma clara e realmente é motivador. Consegue pegar algo simples e faz parecer que pode dar certo”, elogia.

Especial

Faz tempo que a inteligência artificial deixou de estar na imaginação dos cientistas para se tornar parte da nossa realidade. Já lidamos com ela diariamente, e a tendência é de que essa relação seja cada vez mais próxima. Na indústria gráfica, essa tecnologia pode ser um fator-chave para a diferenciação

Uma nova inteligência na indústria



Quando falamos sobre inteligência artificial (IA), a tendência é de que a maioria das pessoas pense em situações cinematográficas, como robôs humanoides e máquinas dominando o mundo. Deixando de lado os roteiros dos longa-metragens, a IA na verdade já está presente no nosso dia a dia de diversas formas e às vezes nem nos damos conta. O termo pode ser utilizado ao se referir a toda técnica de programação que procura solucionar problemas de maneira mais eficiente e que se aproxime ao máximo do comportamento inteligente dos seres humanos.

É comum que, ao pesquisar produtos quaisquer na *web*, o internauta seja acompanhado por anúncios onde quer que ele navegue, graças à IA. Por trás desse mecanismo, existem algoritmos complexos e sistemas de aprendizado, que utilizam um catálogo gigantesco de dados sobre negócios e pessoas, cruzando informações obtidas por meio de curtidas em redes sociais, publicações, buscas e informações preenchidas em sites. O engenheiro da computação e coordenador de TI da gráfica Rex Embalagens, Marcos da Costa, explica que tudo isso forma uma espécie de perfil, no qual a IA memoriza preferências e atitudes de cada um na rede. “Estes *softwares* trabalham com tentativa e erro, testando diferentes campanhas e seus resultados. As que se saírem melhor serão replicadas para outros usuários”, aponta. Algo simples, mas que vem revolucionando o comércio eletrônico, pois essa tecnologia tem a capacidade de direcionar melhor as propagandas e impulsionar as vendas.

Outra espécie de IA bastante conhecida são os assistentes digitais. Quem utiliza aparelhos da Apple pode utilizar a Siri. Já a Microsoft conta com a assistente Cortana. Através de um comando de voz do usuário, pode-se efetuar uma ligação, abrir um aplicativo ou criar um lembrete. Já existem sistemas similares a esses para uso em casa, como o mordomo digital, que acende as luzes e coloca a geladeira para descongelar. Segundo Costa, até mesmo carros autônomos estão em funcionamento. “Os automóveis da Tesla possuem computadores embarcados responsáveis por ‘aprender’ suas experiências no trânsito e compartilhar com outros carros, aumentando cada vez mais sua eficiência e segurança ao dirigir”, explica.

Mercado gráfico também é lugar para a novidade

Na indústria, a tendência mais notável em relação à AI são os processos mecânicos cada vez mais realizados pelas máquinas. Na produção de automóveis, por exemplo, é muito comum o uso de máquinas automatizadas, que fazem o trabalho mais arriscado antes feito por um funcionário. Aos humanos, cabe a função de monitorar e fiscalizar as atividades desses robôs. Segundo o consultor de serviços gerenciados da Sprinklr, Ivan Alves, se bem conduzida, a IA traz lucros para as empresas que a utilizam: “Com computadores mais autônomos, é possível notar uma redução ainda maior no tempo para execução de tarefas, otimização de processos e até mesmo auxílio nas tomadas de decisão”.



Ética e responsabilidade

Dentro da indústria gráfica, um exemplo são as análises sobre equipamentos e processos. A quantidade de dados gerados da compra de substratos, orçamentos, produção, entrega de produtos aos clientes e demais variáveis é gigantesca. Costa revela que muitas vezes o volume é tão grande que a análise humana se torna inviável. Segundo ele, é na automação e na redução do retrabalho e das atividades manuais que as gráficas podem utilizar a novidade a seu favor.

A Rex Embalagens, da cidade de Nova Candelária, já faz uso de algumas tecnologias para a automação dessas análises. Desenvolvidos internamente, os sistemas entregam aos analistas da gráfica informações já processadas e reduzidas, otimizando uma tarefa que seria manual e muito mais lenta. “Dessa forma, o trabalho dos colaboradores se torna muito mais inteligente e ágil”, garante Costa. Como o uso da IA está gerando bons resultados, a empresa já estuda se aventurar em projetos mais ambiciosos. “Buscamos nos aprofundar cada vez mais nas tecnologias de aprendizado de máquina e na inteligência artificial. O objetivo é melhorar e automatizar cada vez mais nossos processos e as análises-chave”, declara.

Outra atuação interessante da IA é no suporte ao cliente. Quem nunca foi atendido em um site ou uma rede social por mensagens automáticas? Quem responde nesses casos são robôs chamados *chatbots*. Alves explica que essa tecnologia é similar àquela dos *call centers*, em que um atendente eletrônico responde à solicitação. “São robôs de atendimento que podem responder automaticamente. Eles funcionam como um filtro e às vezes até resolvem sem a necessidade de transferir para um humano”, observa. Aliando esse sistema a uma tecnologia de inteligência artificial, é possível utilizá-lo de maneira mais

Confira alguns princípios, indicados pela vice-presidente de Bots e Inteligência Artificial da Sage, Kriti Sharma, sobre os caminhos para o uso responsável da IA no ambiente corporativo:

- ▶ Diversidade de usuários – Usar bases de dados e *design* cuja natureza evite a desigualdade que marcou revoluções passadas.
- ▶ Tecnologia responsável – O sistema deve responder por suas ações e decisões, como se fosse um ser humano, sem exceção.
- ▶ Recompensa pelo bom funcionamento – Desenvolver aprendizagem não apenas para alcançar um resultado em grupo, mas para atingir de forma particular.
- ▶ Igualdade para todos – Aproveitar inovações de voz e robôs sociais como novas soluções de acesso para usuários com problemas de visão, dislexia e mobilidade limitada.
- ▶ Substitui, mas também deve criar – Aproveitar as novas oportunidades criadas pela robotização de tarefas, treinando as pessoas para se concentrarem naquilo em que são boas, construindo relacionamentos e cuidando dos clientes.

autônoma e personalizada. Alves salienta que os *chatbots* operam como um atendente, executando tarefas como responder a dúvidas e agendar entregas. Tudo isso dentro de um *chat* no site da empresa ou na página das redes sociais, sem nem mesmo necessitar de um aplicativo instalado. Mais um fator interessante é que esses robôs podem ter capacidade de aprendizado. “Quanto mais mensagens ele recebe, mais identifica padrões e pode aprimorar as respostas dadas ao usuário”, exemplifica o consultor.

Entre as vantagens estão rapidez no atendimento, centralização em um só canal e diminuição de problemas de comunicação. Outro ponto favorável, segundo Alves, é que coletar e tabular dados dos consumidores sobre o quê, quando e como eles perguntam pode trazer uma vantagem competitiva dentro do segmento de atuação da empresa. Os *chatbots* costumam ser ideais para as organizações que possuem um volume tão grande de solicitações que se tornou inviável executar por meio de sua equipe humana. Alves indica entrar em contato com empresas já com *cases* de sucesso, capazes de desenvolver algo personalizado às necessidades do negócio.

Quando se fala em inteligência artificial, uma das principais discussões é se as máquinas tomarão os postos de trabalho antes ocupados pelos humanos. Não podemos negar: muitas funções podem ser substituídas pela tecnologia. Mas é importante lembrar que isso é um processo natural da nossa evolução. “Assim como trabalhos como datilógrafo e operador de elevador deixaram de existir, algumas atividades serão automatizadas nos próximos anos”, aponta Costa. Segundo ele, essas mudanças são uma oportunidade para utilizar mais a capacidade emocional e racional do ser humano, potencializadas pela automação gerada pelas máquinas.

O crescimento do uso das inteligências artificiais faz parte do avanço da Indústria 4.0. Considerada como a quarta revolução industrial, ela prevê a evolução das máquinas e o uso de tecnologias como internet das coisas e impressão 3D. Em um futuro não tão distante, o que um humano levaria horas, um robô produzirá em meio segundo. Entretanto, Alves ressalta que há algumas atribuições que são praticamente impossíveis para uma máquina: “Um ser humano pode impor uma nova ótica, usando seu senso de civilidade, sociologia e democracia de acesso à informação”.



©iStock.com/Cyano66

Produzindo mais com menos

Garantir uma produção lucrativa pode ser uma das maiores preocupações do empresário gráfico, mas também é importante lembrar da responsabilidade com a sustentabilidade que o setor tem

Mais do que nunca, o mundo está dando avisos de que a humanidade precisa repensar a sua produção para atingir padrões mais respeitosos em relação à natureza e à sociedade como um todo. Segundo aponta o *Guia produção sustentável da indústria gráfica da América Latina*, compilado pela Confederação Latino-Americana da Indústria Gráfica (Conlatingraf) junto com a Associação Brasileira da Tecnologia Gráfica (ABTG), a indústria gráfica assume um papel duplo na responsabilidade ecológica e social, uma vez que integra a comunicação impressa brasileira. Assim, fica a cargo do setor não apenas a disseminação de informações sobre sustentabilidade, mas também o compromisso de ter uma atuação responsável em seus processos industriais.

A publicação ainda revela que um dos maiores desafios do empreendedor gráfico, atualmente, é buscar a produção “mais com menos”, empregando meios mais eficientes para produzir melhor, gerando mais ganhos econômicos. Desta maneira, a publicação indica que seja necessária uma constante pesquisa de novas tecnologias e ferramentas por parte do gestor. Como medidas aditivas, também estão a capacitação e a conscientização dos colaboradores, construindo uma nova cultura sustentável na empresa e explorando todas as possibilidades tecnológicas disponíveis.

De acordo com a engenheira e consultora gráfica Márcia Biaggio, que participou da formulação do guia, ainda que a crise tenha feito muitos industriais arrefecerem a sua força de

vontade na causa sustentável, para os consumidores este tipo de postura ainda é um diferencial, e para alguns é fundamental para fechar negócio. “Temos atualmente vários nichos que se interessam pelo processo de produção dos seus impressos, que têm a necessidade de saber se a gráfica está protegendo o máximo as esferas ambiental e social à sua volta, e demandam procedimentos respeitosos”, comenta. Então, é sinal de maturidade do empreendedor perceber o potencial que a sustentabilidade traz não apenas para o meio ambiente, mas também para a prospecção e a fidelização de uma carteira de clientes igualmente interessada em proteger essas esferas.

Como fazer

Não existe uma receita de bolo para se identificar com a causa da sustentabilidade – e nem medalhinhas a serem conquistadas. Márcia conta que, em muitos casos, um selo ou uma certificação significa pouco perto do grande espectro de ações que devem ser feitas. “Mais do que um selo, também são necessários projetos audaciosos que visem à produção de mais com menos. Sustentabilidade não é apenas *marketing*, mas sim reduzir custos para a gráfica e engajar funcionários”, salienta. Entre as sugestões da engenheira estão as iniciativas de produção mais simples por meio de indicadores a fim de organizar a empresa. “Mas nada disso importa se não se acreditar no movimento e no ideal de uma sociedade mais justa e limpa. Quando fazemos algo sem entender, apenas seguindo os outros, não geramos resultados satisfatórios”, completa.

Em termos práticos, Márcia aponta a gestão de resíduos como ponto fundamental para garantir ações que não agredam o meio ambiente: “É preciso trocar produtos agressivos tanto à saúde humana quanto à ecologia. Itens como solventes devem ser pouco nocivos, além de também existirem alternativas que substituem o álcool nas máquinas”. As chapas verdes, na pré-impressão, também são boas opções, pois não utilizam processos ruins para revelação. “Em geral, tudo começa no setor de compras. Estes profissionais devem ser capacitados para buscar insumos menos tóxicos, sempre mantendo em vista o melhor custo-benefício e produtividade”, observa.

Palestra aborda a Reforma Trabalhista

A aprovação da lei 13.467/17, conhecida como Reforma Trabalhista, trará diversas mudanças na legislação brasileira, que envolve questões laborais para gerar segurança jurídica nas relações. Com o intuito de orientar empresários e gestores que atuam na indústria gráfica, o Sindigraf-RS realizou uma palestra sobre o tema em sua sede, em Porto Alegre, na noite de 31 de agosto. Ministrada pelo advogado Benôni Rossi, a capacitação contou com 20 representantes, de 10 empresas do setor.

Uma das principais novidades, segundo o especialista, é a necessidade de quem ingressa com um processo na Justiça indicar o valor de indenização pretendido. “Caso o reclamante não tenha ganho de causa, terá que pagar com o próprio crédito. Isso representará um freio, pois o solicitante arcará com os custos”, explica Rossi. Com relação aos contratos de trabalho, segundo ele, na vigência da nova lei, prevista para novembro, será necessário fazer ajustes individuais. No regime de contrato parcial, haverá ampliação no limite de 25 para 30 horas semanais. “Se a jornada for de

até 26 horas semanais, há possibilidade de acréscimo de até seis horas suplementares semanais”, esclarece. Além disso, há possibilidade de compensação do que foi trabalhado a mais de uma semana para a outra, sem pagamento extra. Poderá ser feito ainda banco de horas de até seis meses, com compensação de jornada dentro do próprio mês, e de 12 horas x 36 horas.

Outra inclusão é a do regime de teletrabalho, que constitui a prestação de serviços fora das dependências do empregador, com a utilização de tecnologias de informação e de comunicação que não se constituam como trabalho externo. No caso de contratos com salários superiores a dois tetos da previdência, Rossi alerta para a possibilidade de livre estipulação entre as partes. “Empregados com diploma de nível superior e que tenham salário mensal igual ou superior a duas vezes o limite máximo dos benefícios do Regime Geral de Previdência Social podem estabelecer cláusulas com a mesma eficácia legal e preponderância sobre os instrumentos coletivos”, frisa.

A multa administrativa por empregado sem registro, conforme o advogado, passará para R\$



Sindigraf-RS

3 mil. Também haverá alterações na equiparação salarial. “Passa a ser impeditivo a prestação de trabalho ao mesmo empregador por quatro anos, independentemente da função. Para o mesmo posto, reduziu-se para dois anos”, exemplifica. Essas e outras mudanças constam na cartilha disponível em www.sindigraf-rs.com.br.

A diretora operacional da Cartonaria, de Porto Alegre, elogiou a iniciativa: “Foi superimportante para internalizar algumas mudanças, como a possibilidade de zerar a quitação trabalhista anualmente e o comum acordo com quem quer pedir demissão e aguarda que a empresa mande embora”. Para a assistente de RH da gráfica Rotermund, de São Leopoldo, Márcia Souza, a palestra foi útil para que ela pudesse conhecer os principais pontos da reforma relacionados ao setor.

**VAMOS JUNTOS PARTILHAR BONS MOMENTOS
E CELEBRAR AS ALEGRIAS DE 2017**



**Confraternização
DA FAMÍLIA**
Sindigraf^{RS}

OUTUBRO

07

Santa Cruz do Sul
Sede Campestre
da AAGB

OUTUBRO

28

Santa Rosa
Sociedade Cisne

NOVEMBRO

25

Viamão
Vila Ventura

PROGRAMAÇÃO

- Recreação • Roda de chimarrão •
- Almoço • Atividades de integração • Música •
- Divulgação dos vencedores do 9º Concurso de Desenho Infantil •

Agende-se e venha aproveitar um ou mais destes dias planejados especialmente para você e sua família!

Inscrições em www.sindigraf-rs.com.br/agenda

Sindigraf^{RS}
Sindicato da Indústria Gráfica
no Rio Grande do Sul

SINDIGRAF-RS
75
ANOS
Imprimindo ações
que geram resultados

Colhendo os frutos do sucesso

Já consolidado como um tradicional concurso de impressos do Estado, o Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, ao contemplar os expoentes da indústria gráfica, também lhes dá visibilidade e contribui com o sucesso da empresa. Mais do que o reconhecimento de uma atuação de qualidade no setor, os troféus podem conferir um ótimo cartão de visitas para possíveis clientes e também uma oportunidade de competir em outros prêmios a níveis nacional e internacional, como o Fernando Pini e o Theobaldo de Nigris.

A Lupagraf, de Santa Cruz do Sul, é uma antiga conhecida do Prêmio Gaúcho, participando desde as primeiras edições. De acordo com o diretor, Guilherme Lupatini Neto, a premiação é extremamente importante devido ao reconhecimento do trabalho da gráfica. “Sempre temos muito orgulho em participar do concurso, pois sabemos que recebemos um parabéns pelo nosso esforço”, comenta. Além disso, ele aponta que o troféu é um grande diferencial para mostrar aos clientes, acreditando que preço não é tudo. “Geralmente as pessoas seguem orçamentos e se

deixam levar pelos produtos mais baratos. Contudo, conforme o próprio prêmio mostra, a qualidade de um impresso bem-feito pode ser muito mais importante.”

O cartão de visitas é uma classe de produtos que dá sorte para a Bhordo Artes Gráficas, de Porto Alegre. Segundo o diretor, Evandro Brambilla, a empresa já conquistou alguns prêmios neste segmento, o que enche os olhos dos possíveis clientes: “Este ano, conquistamos troféus em cartões de visitas e adesivos, e em 2015, a partir da conquista no concurso local, também trouxemos para casa o Fernando Pini na categoria”. Segundo Brambilla, pelo fato de a Bhordo trabalhar com diversas agências de publicidade, os certames são grandes diferenciais para apresentar aos nossos parceiros: “Sabemos que visualizar os troféus enche os olhos do consumidor, então estamos montando uma prateleira em uma área privilegiada da empresa, a fim de expor as nossas conquistas em um espaço destacado”.

O diretor da Bhordo comenta que além de reverenciar um trabalho feito ao longo do ano,



Dudu Leal/Sindigraf-RS

o concurso também lhes dá uma motivação diária de competitividade. “Passamos os meses idealizando projetos, e guardamos todos os trabalhos que são especiais e possíveis de levar o troféu. Assim, quando chega na época de inscrições, temos as peças separadas e decidimos a que vai concorrer”, revela.

E as expectativas da gráfica porto-alegrense para 2017 estão maiores, uma vez que o Fernando Pini já está no horizonte: “Apostamos bastante no nosso cartão de visitas, vencedor do Prêmio Gaúcho, que já nos rendeu tantas alegrias anteriormente. Podemos inclusive dizer que o próprio troféu já é o nosso cartão de excelência”.

Há anos trabalhando somente com tecnologia de ponta para o mercado gráfico, a Gráfica Odisséia investe mais uma vez na grande tendência da impressão digital e amplia o seu parque gráfico com dois equipamentos Konica Minolta, consolidando-se como uma das mais completas no mercado atual.

GRÁFICA ODISSÉIA

51 3303.5555



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

Alguns problemas dos empresários gráficos

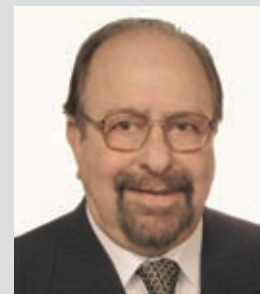
Hoje, quero mostrar as razões que levam as gráficas (principalmente as pequenas) a quebrar. Muitos empresários resolvem se arriscar abrindo o próprio negócio sem o mínimo conhecimento especializado do ramo, sem entender quais são os seus concorrentes, quanto investir e os custos do negócio. É preciso fazer um plano de negócios, cursos e se preparar antes de entrar no mercado. Caso contrário, as coisas não funcionam.

Vejam como é na prática. Dois amigos ou parentes resolvem montar uma gráfica. Olham no jornal e compram baratinho umas máquinas usadas pelo valor que conseguiram juntar, vendendo o sítio e um automóvel. Vão a um contador que lhes abre a empresa e pronto. Viram donos de gráfica. Até quando? Alguns por 10 ou 20 anos, estragando todo mercado da cidade e correndo atrás do que é melhor pra si. Outros fecham já no primeiro ano de vida. Existem os “espertinhos” que entram em tudo que é site de gráfica e arti-

gos publicados. Os mais “togados” vão direto no Google e buscam toda a sabedoria encontrada. Depois de planejar tudo e perguntar para alguns consultores como “elaborar o seu trabalho de conclusão de estudos”, abrem a gráfica. Também raramente passam do primeiro ano de vida.

Um problema comum é a falta de capacitação dos sócios, que leva ao desentendimento. Pior é quando estes sócios são parentes e não conseguem separar isso do negócio (que é um patrimônio da família). Tudo se agrava quando a geração seguinte começa a entrar na gráfica, só para se ocupar de algo e ter um salário mensal. E não são poucas as empresas onde isso ocorre.

Outro ponto importante é que todo negócio deve ter um foco, seu produto/serviço bem definido, sabendo onde se está, aonde se quer chegar e como fazer isso. Há muitas gráficas que já querem começar suas atividades oferecendo vários produtos/serviços. De nada adianta chegar ao to-



Divulgação/Printconsult

THOMAZ CASPARY
Consultor e diretor da Printconsult

po de uma escada sem pisar no primeiro degrau. A evolução começa do estágio mais simples para o mais complexo. Para crescer de forma sustentável, é recomendável que o empresário reflita, eventualmente encolha e continue com produtos/serviços mais simples, em menor quantidade ou tenha mais segurança para oferecer à sua clientela. À medida que a empresa for se desenvolvendo, construindo a sua carteira de clientes, é bom agregar outros serviços. Pense antes de tomar uma decisão, para não jogar dinheiro fora.

Como ter uma negociação bem-sucedida?

Negociamos o tempo todo, mas como estamos habituados a fazer tudo no automático, isso passa despercebido. Toda negociação pressupõe algum conflito, seja de valor, crença, ideias, percepção ou posição. Quando todos concordam, não precisamos negociar, certo? Porém, se você acredita que o produto vale R\$ 1 mil e eu acredito que vale R\$ 3 mil, então, teremos que negociar. As pessoas tendem a achar que quem se impõe mais acaba sendo o vencedor. Entretanto, ao pensar somente no que queremos, as exigências que fazemos, esquecemos o “interesse”. Nem sempre o que a pessoa diz é o que de fato precisa para atender às suas necessidades. Sem contar que podemos crescer o bolo para depois dividir.

Ceder é mais vantajoso e inteligente para os dois lados. Achar que somos mais espertos pode prejudicar a negociação, o relacionamento e o resultado. Hoje, as pessoas estão mais bem informadas e questionam mais. Muitas vezes as duas

partes precisam sair ganhando, caso contrário podem não chegar a uma conclusão e ambas sairão prejudicadas e frustradas. Por isso, a importância de entender os interesses dos dois lados.

Uma das palavras-chave relacionadas à negociação é a persuasão, ou seja, o poder de influência sobre o outro. Para exercer isso com qualidade, Robert Cialdini, autor do *bestseller Influence*, descreve seis princípios universais da persuasão. A reciprocidade e a simpatia estão interligadas, pois você descobre como ajudar o próximo e o faz um favor – e ele sentirá que deve fazer o mesmo. O senso comum costuma ser o “efeito manada”, quando todos estão fazendo, tendemos a fazer também. Virar autoridade no assunto garante mais credibilidade, e assumir um compromisso faz com que você tenha que cumpri-lo. As pessoas tendem a dar mais valor ao que é escasso.

Para se tornar um bom negociador, não basta saber persuadir. É necessário ouvir e conhecer



Divulgação/CM Comunicação Corporativa

GLAUCIO CAVALCANTI
Consultor, professor e escritor

suas limitações. Além disso, é importante seguir os três pilares da negociação. O primeiro é ter conhecimento técnico, colocar-se no lugar do outro, mapear os interesses, compreender o processo, conhecer as táticas, gerenciar e ter criatividade, sabendo ouvir e argumentar. O segundo é ter o domínio emocional de você e, por fim, compreender a linguagem corporal, conseguindo se dominar e identificar os sinais do outro. Uma negociação transita entre a emoção e a racionalidade. É preciso aprender as técnicas e desenvolver habilidade no negócio. Improvisar não é uma saída.

Foco na excelência

Foi no final da década de 1970 que Dailor de Negri começou a desbravar o ramo gráfico. Ainda adolescente, viu no setor uma oportunidade de crescimento e transformação. “Sempre trabalhei com impressos, e quando tinha apenas 13 anos, em 1978, comecei em uma gráfica local em Rolante, onde atuei por 16 anos”, comenta. Então, em 1992, Negri decidiu que era hora de apostar no empreendedorismo, abrindo a sua própria empresa.

Segundo ele, a gráfica surgiu de uma conversa entre três amigos, dois do ramo e um com outras experiências, e o nome Branesa veio da união entre os três sobrenomes dos primeiros sócios. “Há 25 anos, depois de adquirir conhecimento e prática na área, resolvemos apostar em um empreendimento próprio: compramos duas máquinas, algumas impressoras manuais e assim nasceu a Branesa.”

Negri, que hoje toca o negócio sozinho, conta que o objetivo principal sempre foi expandir a marca com serviços de alta qualidade e satisfação dos consumidores. “Além disso, também tivemos a preocupação em fidelizar clientes e parceiros, construindo assim relações duradouras através de serviços diferenciados que constituem a identidade da Branesa”, ressalta. Ele ainda observa que há 25 anos, na época da instalação da gráfica, o setor de impressos era

muito requisitado em Rolante, e havia poucos empreendimentos para suprir a demanda. Segundo ele, a indústria de impressos sempre o cativou pela infinidade de possibilidades e também pela oportunidade de melhorar a qualidade dos seus trabalhos: “Confesso que sempre achei este ramo muito interessante, e por esta razão entrei tão jovem e continuo acreditando no potencial, quase 40 anos depois”. Além disso, ele percebe que as dificuldades desta indústria também são parte da jornada, e o fizeram crescer enquanto empreendedor: “Nesta trajetória de muitos obstáculos, os desafios são o que me move”.

Trajetoária de sucesso

Hoje, um quarto de século depois da criação da empresa, Negri avalia a caminhada como fruto de um trabalho conjunto visando a um futuro promissor: “Essa trajetória de sucesso é advinda de muito esforço, dedicação e busca incessante de informações e aprimoramento contínuo. E o bom desempenho me dá cada vez mais certeza de continuar neste caminho marcando passagem nessa jornada intensa”. Entre as suas maiores lições enquanto gestor gráfico, ele aponta que esteja a perseverança em fazer cada vez mais e melhor para o consumidor final: “Neste



Arquivo pessoal

ramo tão competitivo, é extremamente necessário sermos persistentes, sempre com a visão de nos adequarmos ao mercado”.

Atualmente, a tecnologia propõe um dos maiores desafios para ele à frente da Branesa. “Por causa disso, estamos sempre em busca de mais conhecimento, a fim de oferecer as melhores soluções para os nossos clientes”, declara. Ele ainda conta que satisfazer as expectativas dos consumidores significa uma grande responsabilidade, mas o futuro da empresa só será possível trabalhando com a inovação sustentável: “Os nossos planos para nos mantermos competitivos no mercado gráfico sempre foram referentes a superar as expectativas dos clientes com alto padrão de qualidade”.

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!

Cromo-inspiração

Não é segredo para ninguém que as artes visuais seguem tendências e refletem as preferências do público para reger as diversas indústrias que trabalham com artes – seja moda, arquitetura, design e até mesmo o setor gráfico. A Pantone, uma empresa americana, inventou um sistema de cores utilizado amplamente pela indústria de impressos no mundo todo, a fim de classificar misturas de pigmentos para criar novas cores.

Tão ligada às tonalidades, desde 1999 a Pantone escolhe uma cor para o ano seguinte. O processo de definição passa por uma junta de profissionais de vários setores do mundo todo, responsáveis por escolher a eleita baseando-se nos desafios e vitórias do momento vigente. A primeira tonalidade foi o azul cerúleo, revelada em 2000, representando o primeiro ano do novo milênio. Em 2016, pela primeira vez, foram escolhidas duas cores: o Rosa Quartz e o Serenity (um azul frio e claro), agradáveis para o cérebro e que passam a sensação de paz e ordem. Já em 2017, o eleito é o Greenery, um verde amarelado que tem por proposta trazer um novo começo.



©Stock.com/Jurga R

Inovação em evidência

A pesar de menos famoso entre o público em geral, o segmento de *displays* é um nicho interessante a ser explorado. Quem majoritariamente procura por esse tipo de produto são empresas, pela sua importância na divulgação. Normalmente, grandes marcas distribuem as peças para exposição em restaurantes, farmácias, supermercados e lojas em geral. Costumam ser impressos grandes, com imagens ou frases chamativas. Há também versões pequenas, habitualmente expostas no balcão dos estabelecimentos.

Segundo o gerente de produção da Centhury Soluções Gráficas, Alex Zerwes, a criação se inicia entendendo o que o solicitante necessita. “Questionamos o tipo de produto que vai ser exposto no *display*, assim como seu tamanho, forma e mensagem que a marca pretende passar ao consumidor. O substrato utilizado dependerá da verba que o cliente está disposto a investir”, explica. Os materiais mais usados são o papelão e o papel-cartão laminado. Nos casos que exigem maior resistência, é possível usar ainda o papel micro-ondulado e o PVC.

Localizada em Porto Alegre, a Centhury produz este tipo de produto durante o ano todo. Zerwes afirma que o período de maior procura são em datas que movimentam o comércio, como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal. Pode ser interessante se especializar na criação desses impressos, pois o valor unitário é bastante rentável. Entretanto, é preciso saber que esse nicho envolve muitos processos e requer uma estrutura produtiva específica. “A qualidade e sua funcionalidade devem ser os diferenciais da gráfica especializada neste segmento”, orienta Zerwes.

Já para a Comunicação Impressa, também da capital, esse ramo pode ser considerado como um complemento. O diretor José Mazzarollo elucida que costuma ser assim para grande parte das gráficas, porque a produção é bastante diferenciada. “São necessárias máquinas específicas e muito trabalho manual. É comum usarmos estampas, colagens e recortes na criação”, esclarece. Como não são trabalhos de divulgação permanente, as tiragens são menores. “É um item solicitado sazonalmente, que não possui circulação e, como as peças costumam ser grandes, três ou quatro



Divulgação/Centhury Soluções Gráficas

são suficientes por loja”, pondera. Por outro lado, Mazzarollo conta que a produção costuma dar belos resultados e divulga o trabalho da gráfica, pois os *displays* estão sempre bem expostos.

Outro fator interessante é que, como as peças normalmente ficam em evidência nos estabelecimentos, é comum que o cliente solicite o que há de mais moderno. “Esses itens não seguem um padrão, há sempre uma novidade no formato e nos substratos. Como são muito visíveis, esses produtos costumam seguir as principais tendências do mercado.” Por fugir do convencional, essas peças dão mais trabalho, mas trazem mais inovação. Entre os materiais solicitados, os profissionais citam o papel reciclado, aplicações de *hot stamping* e laminações diferenciadas, como *soft touch*, 3D e metálicas.



PRUMO
gráfica e editora

A Gráfica e Editora Prumo acaba de instalar a **bizhub PRESS C1100**, impressora digital colorida de alto volume que expandirá o seu parque gráfico e permitirá oferecer aos seus clientes o máximo em tecnologia e qualidade de impressão.



PRUMO

Rua Dona Carlinda, 1060, Pavilhão B

(54) 3282-1107 / 3282-1575

contato@prumografica.com.br

Canela/ RS



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

Ka e Lá aumenta parque gráfico e adquire novos equipamentos



Divulgação/Gráfica Ka e Lá

O segundo semestre de 2017 está representando renovação e avanços para a Gráfica Ka e Lá, de Canela, com a aquisição de novo maquinário e a expansão do parque gráfico entre julho e agosto. De acordo com o sócio-proprietário da

empresa, Daniel dos Reis, a sua postura para combater a crise foi investir pesado para continuar crescendo: “Sabemos que a situação está difícil, mas se nos deixarmos abater perderemos a motivação para buscar resultados. Acreditamos no setor, é a única coisa que sabemos fazer, então vamos trabalhar e vencer”.

Entre as impressoras novas está a Heidelberg Speedmaster, que chegou à gráfica há pouco mais de um mês, e está trabalhando a todo vapor. “Antigamente tínhamos uma impressora GTO, que fazia 6 mil folhas por hora. O nosso novo equipamento emite

15 mil folhas por hora, um grande avanço”, comenta Reis. Outro diferencial, segundo o gestor, é que ela imprime em cinco cores, e a quinta cor pode ser verniz, trazendo um diferencial ainda maior para o consumidor e agregando valor ao material. Já a expansão fica a cargo da anexação de um pavilhão ao lado da empresa, que deve aumentar a capacidade de produção em 20% com as reformas encerradas no final de agosto. “Estamos bem confiantes com os nossos passos, e acreditamos que entregaremos ainda mais excelência para os clientes”, comemora Reis.

Livro publicado pela Triângulo conta trajetória de entidade

Em agosto, a Gráfica Triângulo, que conta com quatro sedes na região litorânea do Estado, desenvolveu o livro em comemoração aos 50 anos da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Santo Antônio da Patrulha (Acisap). A obra, chamada *Acisap – 50 anos na Relação Comércio Consumidor*, teve diagramação e impressão da Triângulo, e mapeou a trajetória da entidade, abordando a história da organização empresarial dos anos 60 e a modernização do comércio e da indústria nos anos 90. Segundo o diretor da gráfica, Roque Noschang, a iniciativa chegou através de uma colaboradora da área de



Divulgação/Gráfica Triângulo

Presidente da Acisap, Paulo Roberto Machado (C), com Roque Noschang e sua esposa, Neiva Andrades da Silva vendas, Carmen Alminhana Monteiro, que esteve à frente da presidência da associação até o ano passado: “Então começamos a trabalhar no

design da obra, tentando unir um visual clássico a inovações na parte de impressão”. Entre os diferenciais está a capa em verniz texturizado e tamanho especial de publicação.

Segundo Noschang, é um grande privilégio para a gráfica participar da produção do livro, uma vez que a entidade tem como compromisso fomentar a economia local para o setor de comércio e serviços. “Consideramos Santo Antônio da Patrulha um município mãe para todo o Litoral Norte, então contar a história da Acisap, que trabalha há cinco décadas para desenvolver a região, é muito especial para nós”, completa.



DICA DE LEITURA

A cabeça do empreendedor

Com o propósito de inspirar o empresário a alavancar resultados tanto no ambiente corporativo como na esfera pessoal, o consultor empresarial Anacleto Ortigara expõe no seu livro *A cabeça do empreendedor* algumas formulações sobre o que é empreendedorismo e sua ampla gama de aplicações. Em sete capítulos, diversas temáticas são debatidas, como ciclo de vida das organizações, atributos de competências de gestores competentes e a importância de adoção de estratégias acertadas.

Já na segunda parte do livro, Ortigara traz a história de um empreendedor de sucesso, Acari Menestrina, contando momentos decisivos de sua trajetória, marcada pela perseverança e enfrentamento de reveses. Com esta proposta, a obra espelha um caso de vitórias e conquistas, mas que também captura o significado de apostar na empresa, principalmente em condições adversas. Segundo aponta o próprio Ortigara, a motivação para empreender e continuar com entusiasmo vem daqueles que fizeram e fazem a diferença positiva em nossa sociedade.



Ficha de leitura

Título: *A cabeça do empreendedor*

Autor: Anacleto Ortigara

Número de páginas: 288

Editores: Insular

Investimento: R\$ 40