

QUALIDADE DOS PRODUTOS GAÚCHOS É RECONHECIDA NACIONALMENTE

Sete gráficas do Rio Grande do Sul foram vencedoras do 23º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini. A disputada cerimônia de premiação ocorreu em 26 de novembro, no Espaço das Américas, em São Paulo, com apresentação do jornalista Tadeu Schmidt e com o *show* do músico Frejat.

As gaúchas vencedoras deste ano foram a Grafdil, de Dois Irmãos; a Degráfica, de Flores da Cunha; a Gráfica Lupatini, de Santa Cruz do Sul; Cartonagem Hega, de Porto Alegre; Grafiset, de Porto Alegre; Impresul, de Porto Alegre; e a Gráfica Editora Pallotti, de São Leopoldo. As sete empresas trouxeram dez troféus para o Estado.

Os representantes da Grafdil foram, entre os participantes do Estado, os que mais subiram ao palco para receber troféus. A gráfica ganhou três prêmios, nas categorias *Etiquetas*,

Embalagens semirrígidas e Embalagens de micro-ondulados sem efeitos gráficos. O diretor da empresa, Gustavo Schneider, conta que é o terceiro ano consecutivo em que a gráfica traz para casa prêmios do Fernando Pini. "Participamos do concurso há bastante tempo. Ganhar um troféu justifica um longo trabalho, que abrange treinamentos e a conscientização dos colegas em ter um maior zelo pela qualidade, pois tem que estar em todo o processo para se chegar à excelência", afirma o profissional.

Schneider relata que em 2011 a empresa ganhou um troféu e no ano passado foram dois. "Estamos crescendo no concurso. As outras gráficas gaúchas estão participando mais. Há um amadurecimento saudável das empresas, com uma preocupação maior em produzir cada vez melhor e buscar na qualidade um diferencial de mercado." (Veja mais na página 3)



Michel Alves/Divulgação Zoom Fotoart

Serviços

Retrospectiva

Abigraf-RS passa a fornecer atestado para licitações

Balanço dos principais acontecimentos de 2013

DESTAQUES NO PINI

A indústria gráfica gaúcha foi novamente um dos grandes destaques do 23º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini. Trazemos nesta edição os detalhes dessa grande festa, que premiou os melhores impressos produzidos no país. A entrega dos troféus ocorreu no dia 26 de novembro, em São Paulo.

Neste ano, sete gráficas foram agraciadas com dez prêmios. Muitas delas também foram destaque no 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Parabéns a todas as empresas por mais essa conquista!

Entidades

ENTIDADE PROMOVE ENCONTRO COM EMPRESÁRIOS DE PELOTAS

Em parceria com o Singrapel, a Abigraf-RS promoveu encontro empresarial em Pelotas. O evento ocorreu no dia 5 de novembro, no Centro das Indústrias da cidade, com a participação do presidente da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, do superintendente Luiz Carlos Pinheiro e do assessor tributário das entidades, Eduardo Plastina.

Durante o encontro, Garbarski apresentou a palestra *Como falir ou que-*

brar uma empresa gráfica, dando dicas de gestão, além de ressaltar algumas ações que podem ser prejudiciais ao negócio. Já Plastina deu orientações referentes à retenção de tributos e ao conflito de competência tributária entre ISS e ICMS nas atividades gráficas. "Ambos os assuntos são importantes, pois repercutem diariamente nas empresas gráficas, sobretudo na formação de eventuais passivos tributários", apontou o advogado.

Singraf

VEREADORES DEFENDEM FIM DA BITRIBUTAÇÃO NO SETOR GRÁFICO

Os vereadores de Caxias do Sul aprovaram a moção que apoia a extinção da bitributação no setor gráfico – uma das bandeiras defendidas pelo Singraf. A iniciativa, apresentada pela Comissão de Desenvolvimento Econômico da Câmara Municipal, aponta que, nas operações de alguns produtos, o setor tem pago para o governo dois impostos:

ICMS (estadual) e ISSQN (municipal). A proposta foi aprovada por unanimidade na sessão ordinária de 22 de novembro.

O presidente da comissão, Guila Sebben, conta que há um projeto de lei, em tramitação no Senado, para especificar as formas de tributação em diversos setores. Segundo o vereador, a bitributação atinge principalmente bulas, rótulos, eti-



Jair da Motta/Singraf

quetas, caixas, cartuchos, embalagens, manuais técnicos e de instrução. Sebben disse que a prática já é alvo de duas ações diretas de inconstitucionalidade no Judiciário.

Sindigraf



Divulgação: Sindigraf-RS

INTEGRAÇÃO NA SERRA GAÚCHA

A família gráfica gaúcha compareceu em peso na Festa de Fim de Ano 2013 do Sindigraf-RS. O evento ocorreu no hotel Laje de Pedra, em Canela, no dia 7 de dezembro. Empresas de diversas regiões do Estado aproveitaram a oportunidade para confraternizar com colegas

do setor e seus familiares. A grande novidade desta edição foi a palestra *Como obter sucesso em 2014 na Indústria Gráfica*, com o consultor da ABTG, Flávio Botana, que motivou os presentes a planejarem suas ações com foco em bons resultados até 2024.

Expediente



ABIGRAF-RS

PUBLICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA GRÁFICA REGIONAL RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303
www.abigraf-rs.com.br / abigraf-rs@abigraf-rs.com.br
Twitter: @ABIGRAF-RS

Facebook: Abigraf-rs Associação Ind Gráfica

Presidente: ANGELO GARBARSKI

1º Vice-Presidente: ARTHUR ADALBERTO SCHABBACH

2º Vice-Presidente: SILVIO JOSÉ DOS SANTOS

3º Vice-Presidente: HENRIQUE PURPER

1º Diretor Administrativo: ROGUE NOSCHANG

2º Diretor Administrativo: ALBERT FESER

1º Diretor Financeiro: OSNI TADEU DOS SANTOS

2º Diretor Financeiro: RICARDO KALFELZ

Superintendente: LUIZ CARLOS GAUTÉRIO PINHEIRO



Sindigraf-RS

Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul
Presidente: ANGELO GARBARSKI



SINGRAPEL

Sindicato das Indústrias Gráficas de Pelotas
Presidente: ROBERTO LLANOS DE AVILA



SINGRAF

Sindicato das Indústrias Gráficas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul
Presidente: LUIZ CARLOS OLIVEIRA DE MORAES

Produção e Execução:



Edição:

FERNANDA RECHE – MTB 9474

Textos: CLÁUDIA BOFF, DIEGO CASTRO, PAOLA OLIVEIRA E RAFAEL TOURINHO RAYMUNDO

Revisão:

www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: SILVIO RIBEIRO

Diagramação: MICHELLE ZANOTTO MARQUETTI

Pré-impressão – CTP e Impressão:
GRÁFICA ANS

Tiragem:

2.300 EXEMPLARES

Fernando Pini

EMPRESÁRIOS GAÚCHOS COMEMORAM VITÓRIA NO FERNANDO PINI

A 23ª edição do Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica contou com 13 gráficas gaúchas na disputa por troféus. Foram 34 peças finalistas no Estado, distribuídas em 27 categorias. Neste ano, o concurso teve no total 1.523 produtos inscritos, de 232 empresas, provenientes de 18 estados brasileiros.

Entre os destaques está a Degráfica, de Flores da Cunha, que venceu a premiação nacional pelo sexto ano consecutivo. Em 2013, foram dois troféus nas categorias *Rótulos convencionais com efeitos especiais* – com o rótulo produzido para a empresa Cibra Farinhas Integrais – e *Rótulos em autoadesivo com efeitos especiais*, com a peça feita para o vinho Cabernet Sauvignon 750 ml Segredo, da LC Marcon Indústrias.

O proprietário da gráfica, Décio Demoliner, viajou para São Paulo com a esposa para receber os troféus, em 26 de novembro. “Os prêmios valorizam e motivam toda a nossa equipe, pois não faço nada sozinho”, declarou o

empresário, lembrando que os troféus dão destaque à empresa. “Saber que o serviço é premiado nacionalmente atrai os clientes”, garante.

Já a Lupagraf foi estreante em vitórias no Fernando Pini. A empresa, de Santa Cruz do Sul, ganhou o troféu em *Cartões de mensagem*, com a peça Harman Kardon. O produto também venceu o 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, na mesma categoria. A proprietária da gráfica, Renê Lupatini,



diz que ganhar um prêmio nacional mostra a capacidade da empresa. “Trabalhamos para produzir peças de qualidade. Vencer o Fernando Pini comprova que as gráficas do interior são tão boas quanto as da capital.”

Vencedoras gaúchas do 23º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini

Categoria 02.02 – Revistas periódicas de caráter variado com recursos gráficos especiais

Vencedora: Sociedade Vicente Pallotti (São Leopoldo)

Categoria 04.02 – Rótulos convencionais com efeitos especiais

Vencedora: Degráfica Impressos (Flores da Cunha)

Categoria 04.04 – Rótulos autoadesivos com efeitos especiais

Vencedora: Degráfica Impressos (Flores da Cunha)

Categoria 04.05 – Etiquetas

Vencedora: Grafdil Impressos (Dois Irmãos)

Categoria 05.02 – Embalagens semirrígidas

Vencedora: Grafdil Impressos (Dois Irmãos)

Categoria 05.04 – Embalagens de micro-ondulados sem efeitos gráficos

Vencedora: Grafdil Impressos (Dois Irmãos)

Categoria 06.10 – Malas-diretas

Vencedora: Impresul (Porto Alegre)

Categoria 07.01 – Cartões de mensagem

Vencedora: Gráfica Lupatini (Santa Cruz do Sul)

Categoria 07.03 – Cartões de visita

Vencedora: Grafiset (Porto Alegre)

Categoria 09.04 – Sacolas próprias

Vencedora: Cartonagem Hega (Porto Alegre)

Concurso

EMPRESA GAÚCHA É DESTAQUE NO PRÊMIO ABIGRAF DE SUSTENTABILIDADE

A Krim Bureau Digital e Serigrafia, de Porto Alegre, foi uma das vencedoras do 3º Prêmio Abigraf de Sustentabilidade. A empresa conquistou o primeiro lugar na categoria *Média empresa* (50 a 249 funcionários), com um projeto que envolve um conjunto de ações desenvolvidas internamente, conhecido como Eco Krim. Os troféus foram entregues no dia 26 de novembro, no Espaço das Américas, em São Paulo, durante a cerimônia dos ganhadores do 23º Prêmio Nacional de Excelência Gráfica Fernando Pini.

O projeto vencedor envolve a produção de utensílios e brindes de moda e de-

coração reutilizando materiais pós-consumo em propaganda. “A geração de trabalho e renda para mulheres do regime prisional fechado e semiaberto, visando à reinserção social, ocorre no processo produtivo da empresa”, relata a diretora-administrativa Mari Luce Crim Caetano. Segundo ela, o patrocínio ao Projeto Capoeira para Crescer, que oferece aulas gratuitas para portadores de deficiência, também contribuiu para a conquista. “A empresa evolui constantemente nos processos produtivos, no sentido de reduzir resíduos e dar um destino sustentável a tudo que sobra na produção e no pós-consumo dos clien-

tes”, garante a empresária, contando que os investimentos ultrapassam R\$ 500 mil. Desde 2007, aponta Mari Luce, foram 750 pessoas impactadas pela iniciativa. “O prêmio reforça e reconhece os esforços da empresa. O troféu coube na palma da mão, mas são 15 anos de dedicação ao meio ambiente, do tamanho do mundo”, comemora.

Na categoria *Pequena e Microempresa* (até 49 funcionários), a vencedora foi a Artes Gráficas Coppola, de São Paulo (SP), e em *Grande empresa* (a partir de 250 funcionários) levou o troféu a Plural Indústria Gráfica, de Santana de Parnaíba (SP).

Prêmio Gaúcho

ABIGRAF-RS BUSCA PARCEIROS EM PLANO DE APOIO

A Abigraf-RS já prepara o 10º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. A edição comemorativa aos 10 anos de consolidação dessa grande vitrine de talentos gráficos gaúchos terá a coordenação dos trabalhos feita pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG). A instituição de São Paulo também organiza o Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, além do Prêmio Abigraf de Sustentabilidade.

Para tornar a iniciativa ainda mais grandiosa, a Abigraf-RS está buscando parceiros que queiram apoiar e vincular a sua marca ao concurso. O Plano de Apoio do 10º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica está disponível aos interessados, com opções de investimento nas cotas *master* (R\$ 12 mil) e *premium* (R\$ 6 mil).

Como contrapartida a empresa terá a vinculação da logomarca nos meios de divulgação do concurso, na exposição dos produtos concorrentes, na entrega dos troféus, anúncios no infor-



mativo da entidade, participação em atividades, entre outras.

Tornar-se um apoiador do concurso é uma grande oportunidade de visibilidade a fornecedores e demais empresas, atingindo um universo de 1,75 mil gráficas e 12 mil colaboradores. Além de contribuir para o sucesso do concurso e para a valorização dos impressos produzidos no Estado, os apoiadores engrandecem seu negócio, recebendo um retorno positivo. O material deve ser solicitado pelo e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br.

Cronograma do concurso

As inscrições para o 10º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica vão de 5 de maio a 6 de junho de 2014. Podem participar peças produzidas entre 1º de junho de 2013 e a data de encerramento das inscrições. Após o julgamento das peças, também está prevista uma exposição com os produtos concorrentes. A cerimônia de entrega dos troféus será na Sogipa, em 1º de agosto do próximo ano. Participe!

Financiamento

FORNECEDORES DE EMBALAGENS DE PAPEL-CARTÃO JÁ PODEM ACEITAR CARTÃO BNDES

A indústria gráfica brasileira obteve mais uma grande conquista. A Abigraf Nacional conseguiu tornar as embalagens de papel-cartão financiáveis pelo Cartão BNDES. O credenciamento facilita e estimula a aquisição desses produtos aos clientes jurídicos de micro, pequeno e médio portes, fortalecendo a economia do setor. As empresas interessadas em oferecer a vantagem devem possuir os cadastros 1731-1/00 (*Fabricação de embalagens de papel*) e 1732-0/00 (*Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão*), na Classificação Nacional de Atividade Econômicas. Os fabricantes des-



sas embalagens que se enquadrem nas especificações e quiserem aceitar mais essa forma de pagamento devem se credenciar pelo site www.cartaobndes.gov.br, ou pelo telefone 0800 702 6337. O Cartão BNDES é um produto baseado no conceito de cartão de crédito que tem como objetivo financiar investimentos das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs).

Ações para o Setor

ENCONTRO DEBATE DESAFIOS DO SETOR GRÁFICO

Gestão coletiva, defesa de interesses e prestação de serviços foram alguns dos assuntos debatidos no Intercâmbio de Lideranças Setoriais do Setor Gráfico. O presidente da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS, Angelo Garbarski, o presidente do Singrapel, Roberto Llanos de Avila, e o presidente do Singraf, Luiz Carlos Moraes, representaram os empresários gaúchos no encontro (*foto abaixo*). O evento ocorreu em 3 de dezembro, na Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), no Rio de Janeiro, e foi mais uma ação do Programa de Desenvolvimento Associativo, da Confederação Nacional da Indústria (CNI), em parceria com a FiegRS.

O intercâmbio tem como objetivo debater práticas de gestão dos sindicatos, bem como elaborar uma pauta com os desafios prioritários do setor. Para Garbarski, o encontro foi muito bom para a troca de informações entre os líderes sindicais da indústria gráfica. "Foram discutidos assuntos muito relevantes, entre eles as relações de trabalho. Compartilhamos informações importantes, que podem ser implantadas em nossos sindicatos", conta o empresário.

Avila conta que os participantes foram divididos em três grupos para debater e conceber soluções para temas distintos. "Por meio desses encontros, evoluiremos, no sentido de buscar soluções mais bem elaboradas e fundamentadas em trabalhos já realizados", afirmou o dirigente. Foi definido que a CNI encaminhará aos presidentes sindicais presentes no evento todo o material resultante da reunião, a fim de que possa ser multiplicado e debatido com os associados das entidades.



Mercado

EVENTOS IMPORTANTES PODEM IMPACTAR O SETOR EM 2014

O ano de 2014 promete diversas oportunidades para os empresários gráficos. As campanhas políticas para presidente, governador, senador, deputados federais e estaduais, com eleições marcadas para 5 de outubro, e a Copa do Mundo Fifa, entre 12 de junho e 13 de julho, são grandes eventos nacionais que podem significar novos negócios para aqueles que souberem se preparar.

Para o presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf Nacional), Fábio Arruda Mortara, tudo vai depender da sinalização da política econômica na criação de um ambiente melhor de negócios. Ele considera que ainda é cedo para saber o impacto dos eventos nacionais, mas a expectativa é de que sejam estimulantes, com maior demanda de produtos impressos. "Além disso, temos pleitos importantes em andamento, como a desoneração da folha de pagamento para todos os segmentos da indústria gráfica e a adoção de margem de preferência para o produto nacional nas compras governamentais de cadernos e livros", lembra Mortara.

Apesar de os dados do setor em 2013 ainda não estarem consolidados, Mortara adianta que houve uma redução de 5,4% na produção do terceiro trimestre em relação ao trimestre anterior. Frente ao resultado de julho, agosto e setembro de 2012, o setor acumulou queda de 9,3% nos mesmos meses de 2013, segundo o IBGE. "Em



Vanessa Bratz

Copa do Mundo e eleições podem significar novas oportunidades de negócios para a indústria gráfica no próximo ano

função disso, revimos nossa projeção anual: de -2,4% para -5,6% em relação a 2012. Para 2014, a projeção ainda é de queda, embora em ritmo mais suave, da ordem de 1,7%", relata Mortara.

Inovação e eficácia

Para progredir em 2014, o consultor Thomaz Caspary, diretor da Printconsul, diz que o empresário gráfico deverá ter, acima de tudo, amplitude analítica de processos tecnológicos e de mercado. "O comandante da gráfica não pode ser conservador e centralizador. Pelo contrário, precisa ser tolerante e persistente para alcançar seus objetivos", afirma o engenheiro gráfico.

Caspary alerta que o recebimento das dívidas de impressos destinados às campanhas políticas nem sempre ocorre, fazendo com que a empresa não consiga pagar sua matéria-prima ou funcionários. Para ele, o maior desenvolvimento gerado pelos futuros eventos será na área da impressão digital – nos setores

promocional, de grandes formatos e de transformação de embalagens.

O segredo, segundo o consultor, é o gestor dedicar boa parcela do tempo para alimentar o futuro. "O empresário gráfico tem que ser ambidestro, ou seja, inovador e operacionalmente eficaz. Para isso, precisa da ajuda de seus colaboradores", ensina. Para ele, a capacidade de se aproximar dos comandados para transmitir as metas e o modo de produção a ser utilizado são essenciais: "A comunicação e a informação sempre serão fundamentais".

Caspary conclui afirmando que o treinamento das equipes, trabalhando os aspectos da inovação, é de extrema importância para o desenvolvimento das empresas, devendo o gestor estar sempre atento às necessidades dos funcionários: "Delegando funções às pessoas de sua confiança, o empresário deve ser como o maestro de uma orquestra, sabendo extrair o melhor de cada um de seus colaboradores".

Retrospectiva

Eleição da nova diretoria e melhorias no 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica foram alguns destaques do ano. A Abigraf-RS mantém compromisso na defesa do setor gráfico gaúcho

2013: ANO DE

Mais um ano chega ao fim e novamente a Abigraf-RS reitera seu compromisso de trabalhar em prol do setor gráfico. O período será lembrado por mudanças, mas também pelos contínuos esforços em desenvolver a indústria gráfica e fortalecer a união entre os empresários. A entidade intensificou sua presença nos meios impressos e digitais, buscando levar a seus associados e parceiros notícias sobre mercado, economia, gestão e *marketing*, além de informar sobre os principais eventos da área.

O ano de 2013 foi marcado pelas eleições da nova diretoria da Abigraf-RS. O pleito ocorreu no dia 24 de abril, durante assembleia geral da entidade, em Porto Alegre. Angelo Garbarski, proprietário da Impresul, foi eleito o presidente para a gestão 2013-2016. Na ocasião, também foram escolhidos os novos

membros da Diretoria e do Conselho Fiscal. A cerimônia de posse aconteceu em 28 de junho, na Associação Leopoldina Juvenil, na capital gaúcha. A festa também comemorou o Dia da Indústria Gráfica, celebrado no dia 24 do mesmo mês. O evento contou com a presença de empresários, autoridades públicas e representantes de entidades ligadas à indústria gráfica, como a Abigraf Nacional, a Abigraf-SP, Singrapel, Fiergs e Associação Riograndense de Imprensa (ARI). Em seu discurso, o novo presidente garantiu que trabalhará pela indústria gráfica, além de salientar a importância do setor para a sociedade.

A nova diretoria iniciou a gestão buscando maior aproximação com as empresas associadas e afiliadas, através da descentralização das atividades. Em parceria com o Singrapel e o Singraf, foram realizados dois encontros empresariais no interior do Rio Grande do Sul. No dia 8 de outubro, o evento



Nova diretoria da Abigraf-RS

MUDANÇAS E DESAFIOS



Vencedores do 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

ocorreu no restaurante da Câmara de Indústria, Comércio e Serviços (CIC) de Caxias do Sul. Em 5 de novembro, o Centro das Indústrias de Pelotas sediou o encontro, dando oportunidade aos empresários e colaboradores do setor para conversar com as novas diretorias sobre as vantagens de se tornar um associado e as lutas em prol de todo setor gráfico.

Reconhecimento

Mudanças também aconteceram no Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, iniciativa da Abigraf-RS que é considerada uma grande vitrine de oportunidades, colocando em evidência os melhores impressos do Estado. Pela primeira vez, a coordenação técnica do concurso ficou a cargo da Associação Brasileira de Excelência Gráfica (ABTG). A entidade comandou a comissão julgadora e fez a auditoria das notas das peças concorrentes.

Em sua 9ª edição, o prêmio recebeu inscrições de 514 produtos.

Ao todo, 20 empresas gaúchas foram premiadas, em 44 categorias. Os vencedores receberam os troféus em festa na Sociedade de Ginástica de Porto Alegre (Sogipa), no dia 26 de julho. Outra novidade foi que os finalistas, anunciados durante o evento, foram inscritos automaticamente no 23º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, tendo a chance de mostrar seu trabalho para todo o país e receber reconhecimento nacional.

No Fernando Pini, sete gráficas do Rio Grande do Sul se sagraram vencedoras. Foram elas Grafdil, de Dois Irmãos; Degráfica, de Flores da Cunha; Gráfica Lupatini, de Santa Cruz do Sul; Cartonagem Hega, Grafiset e Impresul, de Porto Alegre, e a Gráfica Editora Pallotti, de São Leopoldo. Essa última, inclusive, foi um dos grandes destaques de 2013. Além dos nove troféus

no 9º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e mais um no Fernando Pini, a empresa foi a única representante gaúcha premiada no 20º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris. Oito jurados avaliaram os quesitos arte (*design*), pré-impressão, impressão e acabamento. O julgamento e a premiação aconteceram em outubro, em Assunção, no Paraguai.

Já a Krim Bureau Digital e Serigrafia, de Porto Alegre, foi a gaúcha vencedora do 3º Prêmio Abigraf de Sustentabilidade. A companhia levou o troféu de primeiro lugar na categoria *Média empresa*, com um projeto de reutilização de materiais. A cerimônia de entrega ocorreu no Espaço das Américas, em São Paulo, no dia 26 de novembro. Tantos reconhecimentos comprovam como 2013 foi um ano de grande visibilidade para a indústria gráfica no Estado. O objetivo é que, em 2014, este trabalho continue ainda mais forte.

Plano de Ação

Entidade já prepara edição comemorativa dos 10 anos do Prêmio Gaúcho, além de novos serviços

O ano de 2014 contará com diversas ações em prol do setor gráfico gaúcho. Em comemoração aos 10 anos do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, a Abigraf-RS destaca a pujança de Porto Alegre em seus materiais de divulgação. Também está garantida a presença da ABTG no comando das programações do concurso, sendo responsável pelo julgamento das peças, reclassificação e auditoria dos trabalhos. Já é possível tornar-se um apoiador dessa grande iniciativa, promovida pela entidade, assim como separar os melhores produtos para participar da disputa (*saiba mais na página 4*).

No seu Plano de Ação 2014, a Abigraf-RS também pretende atuar na representatividade política e promover o fortalecimento e a união da indústria gráfica. Para isso, seguirá acompanhando e auxiliando na solução do conflito tributário (ISS x ICMS). A entidade também atuará na implementação do Recopi no Rio Grande do Sul, além de participar das reuniões da diretoria executiva da Abigraf Nacional.

Outra meta é promover ou proporcionar a participação do setor em ações que gerem visibilidade nos mercados regional, brasileiro e internacio-

ABIGRAF-RS PLANEJA ATIVIDADES PARA 2014



tações públicas estaduais. A solicitação deve ser feita à entidade, mediante orientações disponíveis em www.abigraf-rs.com.br.

O serviço de emissão de atestado de capacidade técnica continuará sendo fornecido pela entidade, para garantir o credenciamento das gráficas junto à Secretaria Estadual da Fazenda (Sefaz-RS). O convênio foi firmado com o órgão em 2005 para cumprir a exigência para obtenção da autorização de impressão de documentos fiscais (AIDF). Os procedimentos para renovação podem ser verificados no site da Abigraf-RS.

Melhorias na infraestrutura

Dentro da perspectiva de aprendizagem e aperfeiçoamento estão previstos ainda cursos de reciclagem e atualização para conselheiros, diretores e colaboradores. Também serão realizadas melhorias na infraestrutura, através da manutenção e reformas na sede da entidade, assim como aprimoramentos no site da entidade.

Além disso, a entidade mantém a busca por novas parcerias e o planejamento de novas ações, inclusive dentro da perspectiva de descentralização de serviços. Dessa forma, busca-se aperfeiçoar e qualificar a estrutura organizacional, os processos e as rotinas para obter eficiência e eficácia na gestão da entidade. O 11º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica será planejado ao longo de 2014, com previsão de execução a partir de outubro.

nal. Dessa forma, a entidade busca incentivar e mostrar os talentos gráficos locais. Entre os projetos voltados para empresas associadas e afiliadas estão a formalização e divulgação de convênios e parcerias. O Abigraf Notícias seguirá circulando mensalmente, proporcionando a divulgação de informações de mercado, tendências, tecnologias, gestão, economia e demais temas de interesse das gráficas gaúchas. Da mesma forma, o site da entidade (www.abigraf-rs.com.br), a *fanpage* do Facebook e o perfil do Twitter trarão as principais novidades para atualização das empresas.

Emissão de atestados

Em conformidade com o artigo 3º B, que foi acrescentado ao decreto nº 35.994/95, em 21 de agosto de 2013, a Abigraf-RS realizará no próximo ano a emissão do Atestado Técnico para as empresas gráficas participarem de lici-

Atualização

RECADASTRAMENTO DAS EMPRESAS GRÁFICAS

O Sindigraf-RS está atualizando os contatos das empresas gráficas ligadas à entidade. O objetivo é que as divulgações feitas pelo sindicato, principalmente via correio eletrônico, cheguem às pessoas certas. “Estamos fazendo a atualização de e-mails e celulares diretos dos proprietários e sócios das empresas, que são nosso público-alvo”, conta o superintendente da entidade, Luiz Carlos Gautério Pinheiro. A sugestão partiu dos próprios empresários gráficos, que não estavam recebendo o material enviado pelo Sindigraf-RS, conforme identificado durante os encontros do Bate-Papo Sindical, em Porto Alegre. “Nossos e-mails não chegavam nos diretores das gráficas,

pois quem realiza o cadastro geralmente são os contadores, que colocam seu próprio endereço para contato. A meta é que, após o cadastramento, nossas futuras correspondências cheguem ao destino correto”, esclarece Pinheiro.

Uma pessoa foi contratada especialmente para realizar o cadastramento. Os contatos, via telefone, iniciaram-se no dia 4 de novembro e seguem sendo feitos por município. Com o novo site da entidade totalmente implantado, cada empresa terá *login* e senha para que possa acessar seu cadastro e verificar se as suas informações estão corretas. “Quando for constatado que os dados estão incorretos, o empresário preencherá uma ficha eletrônica no



Paola Oliveira/Temática Publicações

próprio site, e nós atualizaremos”, explica o superintendente, antecipando que a ideia é que as fichas de inscrição nos eventos da entidade também se tornem digitais.

Treinamento

EQUIPE DA ABIGRAF-RS PARTICIPA DE WORKSHOPS

Os colaboradores da Abigraf-RS participaram de dois *workshops* para reciclagem e atualização. O evento, promovido pela empresa Jô Lima Educação Corporativa, foi realizado na sede do Conselho Regional de Administração (CRA) entre os dias 28 e 31 de outubro.

O treinamento foi dividido em duas partes. Nos dias 28 e 29 de outubro, a instrutora Jô Lima falou sobre o tema *Resiliência: Competência essencial para alta performance*. Já nos dias 30 e 31, a professora Rosália Fonseca abordou o assunto *Desenvolvendo Competências Comportamentais*.

A assistente administrativa da Abigraf-RS, Priscila Sebalhos, conta que o *workshop* a ensinou a lidar com a rotina de trabalho e preparou ela e os colegas para os desafios futuros. Para ela, o curso foi muito proveitoso. “O *workshop* nos ajudou bastante com relação ao convívio diário e a nos en-

tender melhor. A união da equipe está ainda mais reforçada, o que faz com que consigamos atender de forma mais eficiente nossas associadas e afiliadas”, observa Priscila, destacando os ensinamentos repassados pela professora Rosália Fonseca sobre como estabelecer uma boa comunicação e se

fazer compreender melhor. Também participaram do treinamento outros colaboradores da Abigraf-RS e do Sindigraf-RS. Anualmente, as entidades oferecem cursos de aperfeiçoamento e treinamentos para seus funcionários, com o intuito de aprimorar os serviços oferecidos aos empresários gráficos.



Divulgação/Jô Lima

Gestão

INSPIRAÇÃO DIRETO DA FONTE

No início de novembro, o Brasil recebeu especialistas de gestão na HSM ExpoManagement 2013, um dos maiores encontros empresariais do mundo na área

Nomes como Philip Kotler, Michael Porter, Regis McKenna e Gary Hammel encantaram empresários de companhias de pequeno porte, CEOs e profissionais de *marketing*, gestão de pessoas, finanças e estratégia, entre outras áreas, de 4 a 6 de novembro, em São Paulo. Além dos nomes internacionais, a HSM ExpoManagement 2013 contou com a experiência de brasileiros que não ficam devendo nada em relação aos convidados estrangeiros. Os brasileiros Vicente Falconi, Jaime Troiano, Betania Tamure e Clóvis de Barros Filho deram o seu recado, com dicas e tendências de relevância ao público. Liderança, estratégia, alta performance, *marketing*, Big Data, sustentabilidade e inovação foram os principais eixos do evento.

Na manhã do primeiro dia, Wesley Batista, presidente da JBS, falou sobre o exemplo do grupo, que ficou conhe-

cido pelo Sistema 'FROG' de Gestão – "From Goiás". "Acreditamos em coisas simples. Você pode ter uma empresa eficiente, mas simples. Lutamos muito para não nos burocratizarmos", conta ele, que também valoriza a obstinação por fazer as coisas bem feitas. "Nós acreditamos na complementaridade, ninguém é perfeito em tudo." Em seguida, Ginni Rometty, presidente e CEO da IBM, explanou sobre a nova era da computação. "Tenho muita esperança no futuro. A informação será o principal recurso natural do século 21, como foram o vapor no século 18 e a eletricidade no século 19." Segundo ele, a empresa do futuro não é apenas eficiente: ela deve gerar confiança, como todas as empresas autênticas.

Na parte da tarde, as atenções se voltaram para Walter Isaacson, ex-editor-chefe da revista Time e biógrafo de Steve Jobs – autor da única biografia autorizada do cofundador da Apple. Confor-

ALGUNS PENSAMENTOS DOS ESPECIALISTAS EM GESTÃO PRESENTES NO EVENTO



"É preciso ter visão de futuro, agindo agora. É importante ter disciplina para abrir um espaço na sua agenda todos os dias, pois o

que você não fizer hoje não recupera amanhã. Aquilo afetar o seu futuro."

Vijay Govindarajan

"Se você ofende uma mulher, ela mostrará sua indignação a 300 pessoas, via mídias sociais. O homem, a 10."

Michael Silverstein, sobre o comportamento da mulher.

"Ninguém é perfeito sozinho, mas uma equipe pode ser."

Betania Tamure

"Nas empresas sempre existem aqueles que são mais resistentes, que têm medo do desconhecido, e aqueles mais arrojados. É muito difícil mudar aquele que tem medo do desconhecido. Se você quer fazer mudança, comece com quem quer. Abandona quem não quer."

Vicente Falconi

"Simplicidade é a sofisticação definitiva."

Walter Isaacson, biógrafo de Steve Jobs, sobre no que Jobs acreditava.

"Precisamos de mais autogestores nas empresas, de pessoas capazes de fazerem suas atividades sem supervisão."

Philip Kotler



"Temos que separar 'o que' de 'como' e adotar novos princípios. As empresas do futuro serão aquelas que têm um modelo de gestão acima da concorrência."

Gary Hammel



Fotos: Lola Studio/Divulgação HSM

me Isaacson, Jobs dizia que as empresas no geral focam no lucro, enquanto ele resolveu focar no produto para que o lucro viesse naturalmente. Ele se preocupava com o produto como um todo – “a parte de trás deve ser tão bem acabada quanto a da frente” foi uma lição que aprendeu com seu pai aos 6 anos de idade. Já o especialista em consumo, Michael Silverstein, apresentou um painel sobre consumo feminino, defendendo que as marcas precisam entender esse público.

No dia seguinte, Andrew McAfee – um dos mais importantes pesquisadores do MIT Center for Digital Business, – abordou Big Data. Já *As regras vencedoras dos inovadores estratégicos* foi o tema tratado pelo indiano Vijay Govindarajan, expert global em estratégia e inovação. Ele falou sobre a arquitetura da estratégia, considerando as mudan-

ças não lineares, a intenção estratégica, as competências essenciais atuais e as prioridades anuais. “A função dos líderes é coletar evidências para validar ou não as hipóteses”, afirma. Para ele, é preciso haver direção, motivação e desafio. Estratégia também foi o tema de Michael Porter, autor dos maiores *best-sellers* de gestão no mundo, que falou sobre como criar e manter vantagem competitiva estratégica. “É preciso olhar o todo – e não as partes do que as empresas estão fazendo. E não existe nenhuma forma única de concorrer.” Na competição “soma positiva”, você oferece algo, o concorrente outro. Todos ganham. “A estratégia é ser único, se diferenciar, e isso envolve fazer escolhas.”

Inventando o Management 2.0 – Como vencer em um mundo de mudanças implacáveis, competição feroz e inova-

ção sem fim foi a palestra de Garry Hamel, eleito um dos mais influentes pensadores de negócios do mundo pelo *The Wall Street Journal*. Ele defende a adoção de novos princípios. “Não existem mais cantos escuros, na *web* todos falam, todos criticam as grandes empresas. Para começar as mudanças, não vá pelo alto escalão, comece pelos colegas.”

O premiado Michael Beer abordou *as Empresas de Alta Performance e alto engajamento*, onde falou sobre sucesso continuado, afirmando que as empresas não necessariamente permanecem no topo por muito tempo. “Aquisições, tecnologia, produto e consultorias são pontos que podem ser comprados. O sucesso só pode ser criado pelos líderes da empresa.”

No último dia, o brasileiro Vicente Falconi, um dos mais experientes consultores brasileiros, falou sobre *Gestão eficaz – Práticas de Gestão que conduzam a resultados revolucionários*. Metas, método, meritocracia e potencial mental foram conceitos pontuados por ele. Finalmente, Philip Kotler, considerado a maior autoridade mundial em *marketing*, mostrou oito maneiras de fazer seu negócio crescer, tema de seu mais recente livro. “É preciso tornar o invisível visível.”

“Acreditamos que com os erros se aprende. Quando você aprende na prática, você erra; não temo como só acertar. É natural. O que você aprende não vai repetir. Uma coisa não invalida a outra.”
Wesley Batista,
presidente da JBS.

“80% das ações de marketing hoje estão com o departamento de TI. Tecnologia é o que impulsiona o marketing. Minha sensação é de que o marketing tem perdido eficácia.”

Regis McKenna

“A empresa não entregará o seu valor a um segmento de clientes, e sim a indivíduos. Pense no marketing um a um.”

Ginni Rometty

“Estamos vivendo um déficit de profundidade, pois existe uma precipitação digital, um imediatismo. Os consumidores dizem o que pensam, mas fazem o que sentem.”

Jaime Troiano

“O maior erro das organizações é acreditar que existe apenas uma forma de fazer sucesso. Os clientes não querem sempre a mesma coisa. Se você não oferece nada diferente, o consumidor escolhe pelo mais barato. E baixa a lucratividade de todos. Ninguém ganha neste cenário, nem o consumidor.” **Michael Porter**



“Tecnologias, grandes produtos, melhores práticas, grandes ideias de consultores, tudo isso pode ser comprado. O sucesso só pode ser criado pelos líderes da própria empresa. É a própria organização, sua cultura, o ingrediente secreto do sucesso.”

Michael Beer

Mercado

ATENÇÃO AO PARTICIPAR DE LICITAÇÕES É PRIMORDIAL

Além de garantir preço e serviços de qualidade, as gráficas devem estar com a documentação em dia

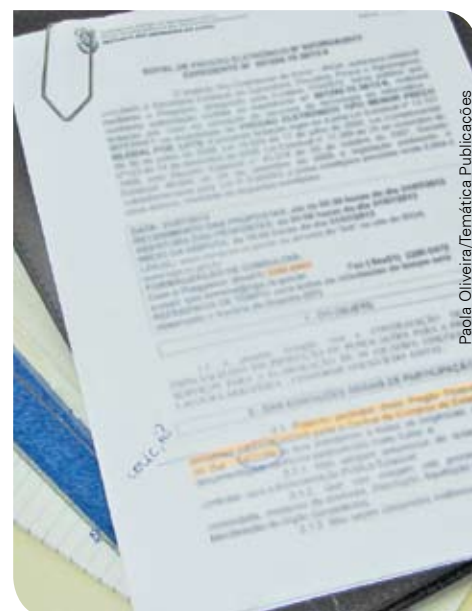
Para obter o melhor preço de mercado e seguir as regras estabelecidas pela legislação, órgãos que contam com verbas públicas precisam realizar licitações para trabalhos gráficos. No Rio Grande do Sul, novas regras passaram a valer no final de 2013 para combater a concorrência desleal, causada pelas “gráficas de pasta” (empresas que só possuem CNPJ e não tem estrutura própria).

A “competição” entre as empresas é amparada na lei 8.666, que estabelece as normas gerais para esses processos. Conforme Janine de Paula Prates, analista plena do Sistema Fiergs, a forma mais comum e transparente é o pregão eletrônico. “É um certame amplo em um site de compras, em que as empresas disputam o menor preço entre si. O pregão pode ser usado para comprar materiais de uso comum, ou seja, tudo que o mercado fornece com facilidade”, explica a profissional.

Para estar apta a participar de licitações, segundo Andreia, a empresa deve ter documentos básicos que são obtidos com facilidade nos órgãos públicos. Entre eles, estão certidões negativas de débito junto ao FGTS, ao INSS e às Receitas Federal, Estadual e Municipal. “Essas certidões são a comprovação de que a organização está em dia com seus tributos.”

Atestado técnico

No último dia 21 de agosto, o governo do Rio Grande do Sul acrescentou



Paola Oliveira/Temática Publicações

o artigo 3º B ao decreto nº 35.994/95, que versa sobre modelos de editais de licitação. De acordo com o referido artigo, na contratação de serviços gráficos, a licitante vencedora deverá apresentar atestado ou certificação técnica por meio da entidade de classe pertinente.

A Abigraf-RS é a entidade que emitirá o atestado técnico para as empresas gráficas participarem de licitações públicas promovidas pelo governo do Estado. Cabe lembrar que essa exigência não abrange licitações municipais ou federais, tampouco obriga à filiação compulsória ao órgão expedidor.

As orientações sobre o procedimento se encontram no site www.abigraf-rs.com.br. Para mais informações, basta entrar em contato pelo telefone (51) 3323-0303 ou pelo e-mail secretaria@abigraf-rs.com.br.

PARA PARTICIPAR

Atenção aos documentos que devem estar em dia durante todo o período de contrato.

Ter foco no bom atendimento e em fornecer material de qualidade durante o contrato (período válido da licitação), para não gerar reclamações e prejudicar futuras disputas.

Internet

WEBSITES DA ABIGRAF-RS E DO SINDIGRAF-RS GANHAM LAYOUT MAIS MODERNO

Os *websites* da Abigraf-RS (www.abigraf-rs.com.br) e do Sindigraf-RS (www.sindigraf-rs.com.br) estão de cara nova. A reformulação foi encomendada pela assessoria de *marketing* das entidades à Tua Web Tecnologia, de Caxias do Sul. O novo *layout* é mais moderno e de fácil navegação. “O intuito foi permitir um acesso mais direto e facilitado aos usuários. Uma nova área para notícias em destaque foi desenvolvida para dar maior visibilidade aos conteúdos relevantes”, explica o diretor da TUA, Fábio Storchi, lembrando que os endereços continuam os mesmos.

A mudança começou a tomar forma em outubro, quando o novo *layout* entrou no ar. Diversos serviços receberam destaque no menu principal – no canto esquerdo da tela –, facilitando o

acesso aos conteúdos na internet. As últimas notícias e eventos também são destaques na página principal, bem como o último informativo impresso, permitindo a atualização sobre as principais ações com maior rapidez. Agora, o *link Agenda* sinaliza se o evento oferecido é uma promoção da Abigraf-RS, do Sindigraf-RS ou de ambas. Storchi conta que foram usadas cores com

tons mais vivos, melhorando a estética das páginas. “Desenvolvemos também novas funcionalidades para aumentar a autonomia das entidades no gerenciamento das informações”, afirma o profissional. Uma nova funcionalidade com sistema integrado, conforme ele, permitirá aos associados atualizarem seus dados e às outras empresas se associarem diretamente pelos sites.



Comunicação

MÍDIAS SOCIAIS VALORIZAM A EMPRESA

Investir em mídias sociais pode ser um diferencial no mercado, pois quase todos os consumidores estão conectados à internet e querem saber mais sobre a empresa com a qual estão se relacionando. A rápida velocidade da troca de informações e do diálogo com o cliente são alguns dos benefícios de sites de relacionamento como o Facebook e o Twitter – outra forma de comunicação disponibilizada pelo Sindigraf-RS e a Abigraf-RS.

Formado em Propaganda e Marketing pela Universidade Paulista (Unip), Igor Archipovas explica que as redes sociais são formas de relacionamentos vivos. Em função disso, segundo ele, antes de decidir criar um perfil ou *fanpage*, é preciso pensar em como alimentá-las com periodicidade. “O grande negócio das redes é o engajamento. A empresa tem que conseguir despertar o interesse nas pessoas, fazendo com que sigam e

divulguem a página. Para isso, além da periodicidade, é necessário que o conteúdo publicado seja atraente”, ensina Archipovas, que é gerente de *marketing* da Abigraf Nacional.

O que deve, então, ser postado no perfil de uma gráfica no Facebook, por exemplo? Para o publicitário, as peças produzidas, os investimentos em tecnologia e estrutura e as práticas que a empresa vem adotando no dia a dia, como ações de sustentabilidade e o bom relacionamento com os colaboradores, é o tipo de material que pode ser usado nas redes sociais para valorizar a empresa e agradar aos clientes. Mas cuidado: antes de divulgar a peça de um cliente no perfil da empresa, o certo é pedir autorização.

Outra vantagem das redes sociais é que são gratuitas. “Qualquer um pode criar uma *fanpage*, mas é preciso investir em material humano, ter alguém que es-

teja focado ou responda pela página por pelo menos uma hora por dia”, orienta o especialista, comentando que homenagens em dias comemorativos, como no Dia do Gráfico, têm grande interação e compartilhamentos. Como última dica, Archipovas lembra a importância de manter em dia o site da empresa, com todo o aprofundamento institucional – como história, clientes e produtos oferecidos. “Ter um site é fundamental para o sucesso no uso das redes sociais, pois são complementares”, conclui.



Gestão

A PROTEÇÃO DA MARCA COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

Ter seu próprio *business* é sonho de todo profissional. Mesmo diante de tantas oportunidades, toda a cautela é necessária, sobretudo no que diz respeito aos cuidados sobre proteção da marca, considerando que é ela o mais valioso patrimônio que uma empresa pode ter.

Muitos pensam erroneamente apenas na necessidade das marcas serem inovadoras, reconhecidas, e que transmitam credibilidade. Ledo engano. A falta de conhecimento sobre algumas exigências e trâmites jurídicos pode conduzir o empresário a riscos que poderão comprometer seu negócio já em sua origem.

Alguns empresários acreditam que o simples registro na Junta Comercial é suficiente para garantir o uso exclusivo da marca, quando isso na verdade só acontece quando é feito junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). O processo feito pela instituição, além de proteger o investimento, garante ao proprietário o direito de uso exclusivo da marca em todo o território nacional no seu ramo de atividade, sem que terceiros se utilizem de nomes iguais ou similares, o que acarreta grande confusão entre os consumidores.

Mesmo não sendo obrigatória, a proteção é um instrumento que deve fazer parte de uma estratégia de negócios. Ao gerar um nome conhecido no mercado, o registro da marca se torna fundamental para que só você use esse nome e possa recorrer à Justiça caso alguém faça uma cópia. Além disso, sem o registro, outra pessoa pode pedir a marca e tenta impedir a sua empresa de usá-la. Do lado do consumidor, vale salientar que o registro evita que eles comprem produtos ou serviços de outra empresa achando que estão comprando o da marca pretendida. Assim, se chega a um dos principais objetivos sobre registro de marca, que é evitar que o consumidor seja iludido.



Observa-se, com isso, que o registro pressupõe que a marca trabalhe de forma defensiva ou ofensiva. Isto é, você pode registrar uma marca para evitar que alguém tente usá-la (caso das pequenas empresas) ou para evitar que os outros usem essa marca (geralmente estratégia de empresas médias e grandes). Vale salientar aqui que somente a marca estando registrada é capaz de gerar receita através de licenciamento, franquia ou venda.

O aumento dos pedidos de marcas feitos principalmente por proprietários de negócios de pequeno porte reflete uma política adotada pelo INPI que prevê descontos de até 60% nas tarifas para micro e pequenas empresas, além de permitir o depósito pela internet, o que desburocratiza o processo.

O registro é válido por 10 anos, prorrogável por períodos iguais e sucessivos. Também é possível comercializar, transmitir ou alienar a marca para outros interessados através de contratos de licença de exploração ou contratos de cessão, que deverão ser averbados no INPI para que produzam efeitos em relação a terceiros.

Porém, todas as iniciativas só terão efeito se os empresários continuarem, e cada vez mais, buscando seus direitos,

protegendo suas marcas e, por consequência seus patrimônios. É sempre bom lembrarmos que a área da propriedade intelectual está embutida dentro da própria economia, e, com isso, dentro da própria existência das empresas.

Para quem anda na contramão da legislação, destacam-se dois grandes prejuízos que podem abreviar a vida de sua empresa: o econômico e o moral. Do ponto de vista econômico, o empresário pode ter seu público desviado em virtude do uso indevido da mesma marca por terceiro de má-fé, o que se convencionou chamar de pirataria. Sobre o moral, vale destacar que o pirata oferece ao mercado produtos e serviços de qualidade inferior, se comparado ao original, o que acaba por denegrir a imagem da marca imitada.

Assim, uma marca não deve jamais ser tratada como um mero nome. Para ser representativa em seu mercado, esse nome deve ser lapidado, polido e cuidado através de muita dedicação. O que certamente Google, Microsoft, Coca-Cola, e as outras mais valiosas do mundo, sabem fazer muito bem.

VALDOMIRO SOARES

Presidente da Marpa – Marcas,
Patentes e Inovações

Perfil Empresarial

EMPRESÁRIO APOSTA EM TRADIÇÃO E CRIATIVIDADE PARA SE DISTINGUIR NO MERCADO

Foi sem nenhuma experiência, mas com muita vontade de levar adiante o negócio da família, que José Roberto Lobraico da Silva assumiu o comando da Gráfica Original, aos 15 anos. O início precoce da carreira empresarial ocorreu em função do falecimento do pai, Dorival da Silva. "A gráfica já existia, meu pai era o dono, mas eu não participava da empresa. Fiz cursos na área de gestão, e os funcionários que trabalhavam lá me ensinaram muito sobre a prática", explica o empresário, que está há 39 anos à frente da gráfica, administrada com a ajuda da esposa, Maria Teresa.

A empresa continua no mesmo endereço, no bairro Jardim Botânico, em Porto Alegre, mas passou por diversas transformações ao longo dos anos. As

instalações, que antes contavam apenas com prensas tipográficas, hoje são equipadas com impressoras *offset*, digitais e CTP, tendo como carro-chefe das vendas a linha promocional. Entre as mudanças que viu durante quase 40 anos como empresário gráfico, Silva destaca a diferença no perfil do consumidor. "Os clientes eram fiéis. Isso não existe mais. Agora, eles entendem do processo, pesquisam preços e comparam a qualidade dos produtos antes de comprar", observa o empresário, acrescentando que o mercado também sofreu transformações. "A concorrência está muito maior. Há uma padronização nos serviços oferecidos. É preciso usar a criatividade para sobressair", afirma Silva.

Realizar promoções e agilizar a entrega das peças são algumas das formas usadas pela Gráfica Original para se destacar no mercado. A terceirização do serviço de impressão *offset* foi um novo mercado descoberto por Silva, que salienta a importância de manter a ética nesse tipo de parceria e de não tentar tirar os clientes de outras gráficas. A Gráfica Original conta com dez colaboradores, incluindo os do setor de arte, responsáveis pela criação dos produtos exclusivos oferecidos pela empresa. Sempre pensando em crescer, o empresário adquiriu, recentemente, uma impressora Speedmaster 52. "A ideia é investir em uma Speedmaster 74 no início do próximo ano", projeta o empresário.



Divulgação/Gráfica Original

Mercado

FEIRAS RENDEM BONS NEGÓCIOS PARA O MERCADO EDITORIAL

As feiras do livro nacionais e internacionais têm rendido bons negócios para as editoras brasileiras. Em Frankfurt, na Alemanha, o faturamento estimado pelas empresas participantes da edição 2013 chegou a US\$ 1,45 milhão, entre direitos autorais e obras impressas. Segundo levantamento do projeto Brazilian Publishers, as exportações de livros tiveram expansão de 45% de 2010 a 2012. O crescimento

das vendas de direitos autorais foi ainda maior no período: 143%.

Na 59ª Feira do Livro de Porto Alegre, o aumento das vendas foi de 2,26% em relação ao ano anterior. O evento teve 420.384 livros comercializados, ou 9.328 a mais do que 2012. Conforme a Câmara Riograndense do Livro, o número de visitantes subiu de 1,3 milhão de pessoas, em 2012, para 1,45 milhão neste ano.



Rezdora70/MorgueFile

JOVENS AINDA PREFEREM LIVROS DE PAPEL

Uma pesquisa, realizada pela agência inglesa Voxburner, revelou que os jovens de 16 a 24 anos ainda não abandonaram os formatos tradicionais de consumo de produtos culturais como livros, filmes e música. O formato em papel dos livros ainda é a melhor opção para a maioria, ocupando primeiro lugar na lista com 62% de preferência. Jornais e revistas ainda são lidos por 47%.

Um total de 1.420 pessoas responderam às perguntas *online*. A agência solicitou que os entrevistados explicassem por que preferiam as versões físicas. Do total, 51% declararam que "gostam de segurar o produto". "Não fico restrito a um dispositivo em particular" foi a segunda mais votada, com 20%.

LIVRO ABORDA AVALIAÇÃO DE RISCOS QUÍMICOS

Avaliação quantitativa de riscos químicos – orientações básicas para o controle da exposição a produtos químicos em gráficas é o título da publicação lançada pela Fundacentro para ajudar as empresas do setor a aperfeiçoar suas práticas com respeito à armazenagem, ao manuseio e à identificação desses agentes. Os autores, Marcela Ribeiro, Walter Pedreira Filho



e Elena Riederer, propõem ao leitor uma abordagem para avaliar qualitativamente os riscos químicos, determinar medidas de controle, implementar as melhorias propostas e avaliá-las. A versão impressa da obra, de 123 páginas, pode ser adquirida por R\$ 15 no site www.fundacentro.gov.br/biblioteca. Também é possível fazer o *download* gratuito do livro em PDF no mesmo endereço da internet.

Associadas

Impressos Portão

MAIS ESPAÇO E TECNOLOGIA

O próximo ano promete trazer novidades para a Impressos Portão, de São Leopoldo. A gráfica pretende aumentar a produção, bem como qualificar o processo. Para isso, o prédio da empresa passou por reformas e teve seu espaço ampliado. A área passou de 1,8 mil m² para 2,4 mil m². O proprietário da Impressos Portão, Juarez da Rosa, informa que também há tratativas para a compra de



Divulgação/Impressos Portão

uma impressora XL, da Heidelberg, que deve começar a operar em maio. Com o equipamento, será possível automatizar e intensificar os trabalhos no setor de embalagens e de acabamentos.

Papuesta

QUALIFICAÇÃO DE PROCESSOS

Procurando oferecer ainda mais qualidade e serviços aos seus clientes, a Papuesta, de Campo Bom, está em busca da certificação ISO 9001. O diretor administrativo da empresa, Matheus Martins, conta que a primeira avaliação na empresa deve ser feita em fevereiro, seguindo-se a fase de implantação do modelo de gestão. A empresa AMZ Ges-

tão Empresarial, escolhida para realizar a consultoria, irá avaliar todos os processos da gráfica e padronizar com as normas internacionais. Depois, fará auditoria interna e externa para, só então, conceder o certificado. "Estamos vislumbrando um novo mercado, principalmente o automotivo. Queremos fornecer painéis de policarbonato", explica Martins.

Evangraf

SUCESSO NA FEIRA DO LIVRO

A Feira do Livro de Porto Alegre trouxe bons resultados para a Evangraf, da capital gaúcha. Durante a 59ª edição do evento, ocorrida de 1º a 17 de novembro, foram autografados 664 livros, dos quais cerca de 140 títulos foram impressos pela editora. Para vencer a demanda, a empresa, que costuma imprimir de 40 a 50 títulos por mês, teve que intensificar o trabalho nas semanas precedentes à feira, inclusive em sábados e feriados. Marilisa Pellizzato, responsável pela empresa, credita o bom desempenho aos impressos em papel ainda serem procurados, inclusive pelos jovens. "O livro físico sempre vai existir", acredita.



Divulgação/Evangraf

*Somos todos anjos com uma asa só;
e só podemos voar quando abraçados uns aos outros.*

*Que 2014 seja um ano iluminado,
de superação e de conquistas.
A Abigraf-RS está sempre ao lado
do empresário gráfico gaúcho
trabalhando para que o
fortalecimento e qualidade da
indústria gráfica seja uma realidade.
Desejamos um Feliz Natal e um
Próspero Ano Novo!*

São os votos de

