Belo Horizonte - Setembro - Outubro 2005 Jornal cer

Informativo da Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional Minas Gerais - ABIGRAF-MG - www.abigraf.org.br/mg Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado de Minas Gerais - SIGEMO



A ABIGRAF realiza um importante trabalho para coibir o uso indevido do papel imune



Reunião do Conselho Diretor: oportunidade de definição de ações de forma participativa

Projeto Geor de Sete Lagoas é referência para setor gráfico





O Jornal O Cícero é uma publicação da Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional Minas Gerais (ABÍGRAF-MG) e do Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado de Minas Gerais (SIGEMG).

> Rua Maranhão, 1642 - Funcionários. Tel: (31)3283-1616 Belo Horizonte - MG - CEP: 30150-331

ABIGRAF-MG

Jacks Ubiratan Bernardes de Faria

Luiz Carlos Dias Oliveira

Marcone Reis Fagundes

Rodrigo Velloso de Almeida

Geraldo César Miranda Simões

Vicente de Paula Aleixo Dias

Marilene de Souza Freitas

Ailton Pinto de Carvalho, Alairce dos Santos, Alberto Rodrígues da Silva Filho, Anelton Alves da Cunha, Antônio Joanes de Castro, Carlos Alberto da Rocha Castro, Carlos Alberto Rangel Proenca, Celso Silva, David Goncalves Lara Neto, Eduardo José Lacerda do Nascimento, Evandro Arantos, Fausto Luis Tameirão Díniz, Flávio Lúcio Ribeiro Greco, Peederico Magno Duarte Tavares, Geraldo Zaniratti, Gilson Luiz de Oliveira, Hélio Pereira dos Santos, Héracles Soares de Almeida, Hilário do Couto Gonçalves, Ildeu da Silveira e Silva, Jander Rosa Moreira, Jeannete C. de Oliveira Gonçalves, Jesquim Alves Sobrinho, José Eder Leite, José Hélcio da Silveira, José Lucilio da Silva, José Orlando Pinto da Curiha, José Ribamar Chaves Cruz, José Soures Sobrinho, Luciono Rodrigues Siqueira, Luiz Carlos Ferreira, Luiz de Jesus Simotes, Luiz Fernando Martins Lucafá, Luiz Gonzaga Delão da Silva, Marcos Vinicias Faria, Max André de Sousa Figueiredo e Mota, Oscar Teixeira Lima, Rafael Pinto Nogueira, Rodrigo César Mariano,
Rogério Baegalda, Rogério Gomes Resende, Ronaldo Vieira,
Sérgio Augusto Pacili, Sérgio dos Santos, Tuffy Armando,
Vicente de Paula Resende Fernandes, Walter Custódio
Pereira, Wilson Lino da Silva.

SIGEMG

Jacks Ubiratan Bernardes de Faria

Carlos Lúcio Gonçalves

José Hélcio da Silveira

Rodrigo Velloso de Almeida

Salustiano Puresa Filho

Marilene de Souza Freitas

David da Silva Junior

Aclemir Jorge Murinhes, Adriana Figueinedo de Carvalho, Carlos Alberto da Rocha Castro, Celso Silva, Flávio Lúcio Ribeiro Greco, Frederico Magno Duarte Tavares, José Éder Leite, José Geraldo Raposo, Luiz Carlos Dias Oliveira, Márcio Flávio Álvares Ceuz, Marcone Reis Fagundes, Tuffy Amuando, Vicente de Paula Aleizo Diss, Wellington dos Santos Ferreira, Wilson Lino da Silva.

Vicente de Paula Aleixo Dias

Preficio Comunicação Ltda. Rua Rio Negro, 1065 - Alto Barroca Belo Horizonte - MG Tel: (31)3372-4027

Kelma Gual

Marize Olandim Spinols

Arquivos ABIGRAF-MG

3.000 exemplares

Gráfica Tamóios

CONGRAF

Durante o 13º Congraf, rea-Fizado em outubro passado, na cidade de Recife, com o tema "Inteligência Competitiva: Gestão para Resultados", foi plantada uma semente que espero germinar e orientar os rumos da indústria gráfica brasileira.

Ficou claro que, apesar de toda a tecnologia de produção disponível, um forte impacto deverá ser sentido em nosso meio.

O crescimento da impressão digital e da aplicação de recursos de TI pela maioria de nossos clientes, aliado à redução de tiragens, certamente deverão impor a necessidade de novos modelos para atender a essa realidade.

A tecnologia está transformando radicalmente o conceito de comunicação, gestão de documentos, gestão de estoques e de custos em nossos clientes, forçando que as empresas gráficas mudem o foco, hoje direcionado para o processo produtivo, e busquem alternativas que atendam as demandas crescentes por soluções integradas do mercado.

Esta perspectiva cria importantes oportunidades, mas certamente amplia os riscos para os empresários desconectados e não atentos a essa revolução.

O impacto poderá ser sentido em todos os níveis do mercado gráfico:

- A utilização da cor e a aplicação de dados variáveis deverão ser o principal fator de crescimento para o mercado on-demand, com melhora do perfil custo/benefício da tecnologia de impressão digital.
- O mercado de embalagens deverá sentir, em curto espaço de tempo, o uso em larga escala de dispositivos de controle inteligente, incorporando inteligência artificial em seus produtos, bem como novos conceitos de logística, que deverão ser encarados como forma de redução de custos e agregação de valor.
- O mercado promocional experimentará cada vez mais a prevalência de conceitos e aplicações de marketing direto, sendo fundamental a utilização de tecnologias alternativas em processos convencionais de impressão off-set, e a utilização crescente de processos híbridos de produção (offset/digital).
- O mercado editorial deverá sofrer bastante com a redução de tiragens e com a implantação de sistemas on-demand para venda de livros, em que certamente usará novas estruturas de produção descentralizada.

Todas essas mudanças vêm a reboque da ampliação do uso da internet e da melhoria na Gerência Digital do Workflow, combinadas com utilização

de soluções baseadas em JDF (Job Definition Format) e PDF (Portable Document Format), quebrando a ideia de concentração de processos produtivos, aumentando a concomência e, consequentemente, reduzindo margens.

As empresas gráficas que quiserem ter sucesso deverão mudar o conceito de produção industrial para um modelo novo, com foco em negócios, seja qual

for o mercado em que estejam atuando.

Esta nova empresa será muito mais uma provedora e integradora do que um parque industrial, que acostumamos associar à indústria gráfica, voltada muito para resultado e agregação de valor.

Apesar de importante, não será mais possível garantir a lucratividade com o aumento de produtividade, gestão de processos ou vendendo a idéia de qualidade superior, fatores que deixarão de ser diferencial de competitividade para se tornar em commodities.

Existe uma tendência clara na redução de margens nos processos de impressão e, ao mesmo tempo, a necessidade de expansão do portfólio de serviços oferecidos aos clientes. Este caminho também abrirá oportunidades para provedores de soluções e para os integradores de sistemas que servem à nossa cadeia produtiva.

Além disso, haverá chances claras de oferta de outros serviços não tão óbvios, como alocação de mão-de-obra, consultoria, treinamento interno e externo e suporte de marketing, que também poderão ser inseridos em nosso portfólio de serviços.

Veremos, em um curto espaço de tempo, a mudança no conceito de venda, que mais será uma avaliação e prospecção de oportunidades junto aos clientes do que uma venda de produto ou serviços estanques.

Neste cenário fica clara a necessidade de acompanhar e estar atento a todas as mudanças que estão a nossa volta.

Eventos como o Congraf são muito importantes, como forma de alerta e orientação nas decisões estratégicas das empresas.

Estou certo de que atingimos este objetivo. A ABIGRAF, como associação de classe, tem que conscientizar os empresários gráficos de todo o Brasil para a nova onda de tecnologia e oportunidades que surgirão nessa grande virada de mesa.

genda

Jantar anual de confraternização No juntar anual de confraternização 2006 da ABIGRAF-MG e do SIGEMG realizado no dia 25 de novembro, no Solto Espelho D'água do late Ténis Clube, foram homenagrados com a Comenda "Ciorro", os indicados pela ABIGRAF-MG, SIGEMG e Sindicatos das Indústrias. Gráficas do interior. Vitor Vieira (Assessoria de Relações Sindicais – Fiengy, Lucas Simões (Belo Horizonte), Carlos Wagner Nepomuceno (Juiz de Fora), Geraldo Magela Peseira Lemos (Pouso Alegre), Rodrigo César Marisno (Uberaba), Walter Custódio Pereira (Uberlândia) e Alaor Bernardes (Varginha).





na edição Julho/Agosto-do jornal "O Cicero" deixou de ser citado o nome do se Carlos Alberto Rangel Proença na matéria de 40 anos-da ABIGRAF, entre os empresários de Minas Gerais participantes do Congresso de Águas de Lindóia - SP





s empresários têm prazo até o dia 31 de dezembro deste ano para cumprirem a determinação da Cláusula 21 da Convenção Coletiva de Trabalho 2005/2006 que trata do seguro de vida em favor dos empregados, com cobertura mínima de capital segurado básico de R\$ 10.000,00 (dez mil reais). O não cumprimento da Convenção Coletiva implica em multa prevista no referido diploma normativo, bem como ou-

tras sanções por parte da Delegacia Regional do Trabalho.

O seguro tratado na Convenção Coletiva trará maior tranquilidade para o empresário gráfico, bem como para seus colaboradores. Diante disso, o SIGEMG, com a devida cautela, realizou uma pesquisa de mercado para avaliar as condições mais vantajosas para as empresas gráficas. Assim, foi firmado um convênio com o grupo PASI (Plano de Amparo Social Imediato). Apesar do convênio firmado, é sugerido que os empresários gráficos entrem em contato com seu corretor de seguro de confiança para realizarem o cumprimento do disposto.

As informações sobre tal seguro já foi objeto de comunicação por parte da diretoria do SIGEMG, através de mala direta em 11/10/2005. Além disso, é destaque diário no site www.abigraf.org.br/mg.

Para mais informações, favor entrar em contato pelo 0800 32 1999.

O assunto é

Prograf – uma importante ferramenta de gestão

Programa de Gestão de Custos e Formação do Preço de Venda para Serviços Gráficos – Prograf –, é um software de capacitação em gestão. Criado e desenvolvido pela ABIGRAF-MG, trata-se de um programa pioneiro no Brasil. É voltado para a formação gerencial do empresário de micro e pequenas gráficas.

Segundo Márcio Varela, consultor da ABIGRAF-MG e responsável pela implantação do projeto, o Prograf foi criado para auxiliar os empresários que tinham dificuldade de formar os preços de maneira correta. "Existia uma grande demanda de nossos associados, diante dos preços predatórios praticados no mercado. Muitos empresários do setor formam o preço de venda por métodos empíricos, sem lógica nenhuma", explica. O software oferece ao empresário informações que poderão auxiliá-lo na administração de seus custos e na formação correta do preço de venda, ou seja, conhecer o lucro real.

Implantado, experimentalmente, em 70 empresas localizadas nas cidades de Belo Horizonte, Contagem, Pouso Alegre, Itajubá, Santa Rita do Sapucaí, Paraisópolis, Barbacena, Barroso, Dores de Campos, Uberlândia, Uberaba, Juiz de Fora, Sete Lagoas e Montes Claros, o Prograf já produz bons resultados.

A gráfica São José, localizada na cidade de Barbacena, é uma das empresas que utilizam o software. Segundo o proprietário, José Augusto de Souza, a parte administrativo-financeira ficou bem mais organizada. "Hoje eu tenho a certeza de que estou fazendo o meu orçamento da maneira correta e que tenho lucro real. E o melhor: de
uma maneira fácil. Antes, os orçamentos
eram feitos quase que "no escuro". Agora,
dentro do próprio programa, eu tenho um
cadastro organizado dos clientes e os meus
orçamentos são feitos de forma correta e
rápida", afirma José Augusto.

Para acompanhar o processo nas empresas participantes, a ABIGRAF-MG disponibiliza um consultor, que realiza visitas periódicas, para sanar eventuais dúvidas. Ao incentivar o uso do Prograf, a ABIGRAF-MG pretende estabelecer um método lógico para cálculos de orçamento e, conseqüentemente, aumentar a competitividade do mercado, minimizar a concorrência predatória e proporcionar às empresas maior rentabilidade do lucro previsto.

Reunião do Conselho Diretor ABIGRAF-MG/ SIGEMG – Gestão 2004/2007

Conselho Diretor da ABIGRAF-MG e do SIGEMG esteve reunido, entre os dias 30 de setembro e 2 de outubro, no Hotel Fazenda Canto da Siriema, para tratar de diversos assuntos relativos às entidades e ao futuro do setor gráfico em Minas Gerais.

O evento, que teve apoio do Sebrae-MG, contou com a participação dos diretores das cidades de Belo Horizonte, Contagem, Pedro Leopoldo, Lagoa Santa, Pouso Alegre, Sete Lagoas, Vespasiano e Divinópolis. Os presidentes dos Sindicatos Gráficos das cidades de Juiz de Fora, Montes Claros, Pouso Alegre e Varginha, membros do Conselho Diretor das entidades e representante do Sistema Fiemg também estiveram presentes.

A programação teve início com a palestra "A Inteligência da Cooperação", ministrada pelo Consultor do Sebrae-MG, Prof. Inocêncio Magela de Oliveira. Ele abordou os desafios enfrentados por empreendimentos coletivos, mas afirmou que o caminho da cooperação é um

bom negócio. "A construção coletiva pode transformar dificuldades em vitórias; para isso, é preciso acreditar nas possibilidades,





decidir pela participação, renunciar à vaidade e ter motivação".

E foi com esse espírito de união que os participantes deram continuidade ao

encontro. Durante a reunião de planejamento estratégico, o diretor-tesoureiro, Rodrigo Velloso de Almeida fez a prestação de contas da entidade e o presidente da ABIGRAF-MG. Jacks Ubiratan Bernardes de Faria, apresentou 12 projetos elaborados pela atual gestão, que visam ao desenvolvimento e fortalecimento do setor gráfico. Os participantes foram então divididos em grupos, a fim de discutir e analisar os projetos propostos. Os trabalhos tiveram a coordenação técnica do Consultor Empresarial Contranio Riccioppo Júnior, especializado em Marketing, Vendas e Gestão Competitiva.

Para o presidente da ABIGRAF-MG, a reunião foi muito proveitosa e participativa. "Quando você tem um grupo tão diverso, com uma diretoria com número tão grande de associados, das diversas regiões do Estado, reuniões deste tipo são muito importantes. Além de discutir problemas do setor, temos a oportunidade de trocar informações e definir ações de forma

participativa", concluiu. O último dia do evento foi dedicado à confraternização.

 "Esse evento nos dá a possibilidade de levarmos mais ações para o interior. Acredito que os projetos apresentados conseguirão levar para o interior muitas ações que antes só ficavam na capital".

José Lucílio da Sikva Presidente SINIGRAF Sul de Minas

 "Esse evento promove a integração entre as bases territoriais e isso é muito importante, porque a gente tem a oportunidade de expor os problemas que existem no interior e conhecer os da capital, é uma outra visão. Este tipo de reunião é muito válida. Pena que o tempo é curto".

> Sérgio Augusto Pícoli Presidente SINDIGRAF Juiz de Fora

 "O mais importante é que todos os diretores podem participar das decisões. Nós podemos também ter mais contato com as novidades. A gente participa efetivamente das decisões. A integração e o contato pessoal são muito importantes. Isto é prova de que estamos preocupados com o futuro da nossa entidade e de que queremos buscar soluções conjuntas".

Max André Figueiredo e Mota Presidente SINDGRAF Montes Claros

 "No interior, as coisas são muito restritas. Aqui, temos a oportunidade do interior ser mais participativo. Acredito que as reuniões deveriam acontecer mais vezes e de maneira itinerante".

Rogério Bregalda Presidente SINDGRAV Varginha

 "Esse espaço para discussão é muito válido. A união da entidade é importante para ter representatividade. É um momento para manter o setor coeso e para fizzer crescer o espírito associativista. Parabenizo o trabalho direcionado para desenvolver a entidade e o setor, que é essencial para a sociedade."

Vitor Vieira Assessor de Relações Sindicais do Sistema Fiemg

Papel Imune: só a ponta do iceberg

imunidade tributária de livros, jornais, periódicos e do papel destinado à sua impressão é coisa de país civilizado. Não importa quem fez, onde fez e quando fez. A imunidade é destinada ao objeto. Importa o que se fez: se é livro, jornal ou periódico, a imunidade manda, inclusive no papel utilizado. Ela nasceu em 1946, sempre enfrentou problemas, foi recepcionada pela Constituição de 1988, mas nos últimos dez anos o comportamento empresarial em relação a ela mudou muito. A Constituição "cidadã", segundo o saudoso Ulisses Guimarães, estabelece, na alínea "d" do Inciso VI do art. 150, que "é vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios instituir impostos sobre livros, jornais, periódicos e o papel destinado à sua impressão". Esta é a base de tudo, inclusive dos descaminhos e da concorrência desleal, que como um câncer, se instalou na indústria gráfica nacional. O fenômeno não é privilégio da indústria gráfica, pois, sempre que há uma imunidade objetiva, ela vem acompanhada de riscos subjetivos de fraude. Isso se dá em qualquer setor, pois, se a norma é "cidada", o cidadão-contribuinte às vezes se esquece de sua condição.

Tudo poderia funcionar às mil maravilhas, não fosse a presença do homem e suas fraquezas nessa equação simples: se o papel se transforma em livros, jornais e periódicos, todos estão livres de impostos. Discutir razões que levam à fraude é importante, e talvez até se encontrem explicações (não justificativas) razoáveis. Duas delas merecem destaque: a primeira refere-se ao comportamento do mercado brasileiro. Fechado até 1990, a abertura ampliou a concorrência e isso mexe com a cabeça de muitos. A segunda está intimamente ligada aos extraordinários avanços tributários dos últimos dez anos. De 1988 aos dias atuais, o sistema tributário nacional foi invadido por contribuições sociais criadas por desejo do governo central, como meio de escapar da obrigação de repartir receitas com estados e municípios. PIS/PASEP (existe desde a década de 70 mas a alíquota subiu para até 1,65%); COFINS (existe desde o início da década de 80, mas a alíquota inicial, de 0,5%, é hoje de 7,6%); CPMF, CSLL. Para o setor empresarial, o efeito é outro, pois a imunidade constitucional é garantida para "impostos", e não para "contribuições sociais". Concorrência acirrada mais furor tributário podem estar na raiz da fraude que existe no uso do papel imune.

Além disso, não convém menosprezar a questão relativa à ausência de clareza no conceito de periódicos, que também se beneficia da imunidade objetiva. A fraude, ao que parece, tem especial apreço por esta porta. O que hoje se sabe, por meio de descuidos auriculares de muitos, é que manuais de proprietários de veículos, encartes de propaganda de grandes e hiper estabelecimentos comerciais, folhetos promocionais, manuais de garantia, enfim, tudo o que nada tem a ver com cultura e conhecimento — que no fundo são as duas vertentes que se encontram na gênese da imunidade



- são confeccionados com papel imune. Não dá para dizer que isso não é fraude, nem que a legislação permite esse tipo de interpretação. Quem faz, certamente tem consciência de que é fraude, logo, assume o risco da cobrança futura. E aí nasce outra questão: a partir da fraude da gráfica, a Receita Federal e a Polícia Federal se movimentam para trás e para a frente. Para trás para comprovar a solidariedade (ou não) de fabricantes e distribuidores; para a frente, para punir os que compram o produto objeto de fraude, pois são igualmente solidários,



As cores nunca foram usadas com tanta precisão.

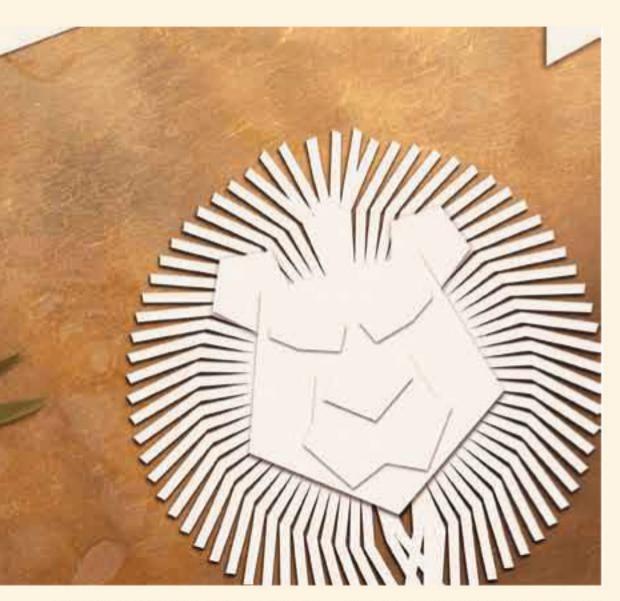
- Mais de 300 mil tonalidades de cores CMYK.
- 4 volumes para offset plana com escalas impressas em 7 papéis diferentes | couché brilho e fosco, offset, cartão e papel metalizado).
- 16 escalas de cores especials, CD e imagens para calibragem de monitores, provas e impressoras offset.
- De acordo com as normas ISO 12647 e 2846.



TRUECOLOR

Televendas (11) 3871-1888 pedidosi/truccolorsystem.com.br www.truccolorsystem.com.br

BACAROL



já que não seriam ingênuos a ponto de desconhecer que o preço que conseguem só é possível por meio de fraude.

Estejam todos, pois, preparados para os autos de infração que estão por vir. O primeiro foco da Receita Federal foi nas empresas que não apresentaram DIF-Papel Imune. Quase uma milhar de autos, alguns milhões de reais em multa. Ilude-se quem pensar que a ação parou por aí. Esta é só a ponta do iceberg. O próximo passo será marcado por ações fiscais ostensivas nas empresas que deram destino fraudulento ao papel

imune. O que ganharam no descaminho voltará aos cofres públicos. Mas um mal terá sido irremediável: as vendas que conquistaram por meio de fraudes – e que desequilibraram o mercado – não têm volta. Fazem parte do balanço de perdas e ganhos, para indignação dos honestos.

Roberto Nogueira Ferreira

Autor de "A Reforma Essencial – uma análise dos bastidores e das propostas de reforma tributária". Geração Editorial, 2002.

Ações ABIGRAF

No intuito de conscientizar empresários da indústria gráfica, a ABIGRAF realiza, desde 2004, um amplo trabalho para tentar coibir o uso indevido do papel imune. Várias foram as ações criadas com este objetivo.

Uma delas foi a promoção de uma campanha publicitária, veiculada em revistas e jornais, e divulgada nas entidades de classe através de cartazes, com abordagem bem direta, a respeito das duras consequências para quem utiliza de maneira errônea este recurso.

Também foi produzido pela ABIGRAF um Guia de Utilização do Papel Imune, que visa esclarecer possíveis dúvidas a respeito do tema. Não obstante, foram realizados seminários, várias palestras e produzidos artigos e reportagens especiais. Dentro do mesmo objetivo, foram executados procedimentos cooperados com a Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) e a Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (Andipa). Mas, apesar de todos os esforços, alguns gráficos ainda insistem no uso criminoso do papel imune.

Estes infratores correm um sério risco. A fiscalização da Receita Federal é implacável. Para aqueles que não entregam as Declarações de Informações (DIFs), segundo a Instrução Normativa 71/2001 e alterações posteriores, as multas são altíssimas — podendo chegar a 150% do valor sonegado — e a pena pode variar de seis meses a dois anos de reclusão.

Vendo Adobe Creative Suite 2 Premium

Photoshop, Illustrator, InDesign, GoLive e Acrobat 7 Professional (inclui VersionCue, Adobe Bridge e Adobe Stock Photos)

Produto lacrado com licença e garantia, sorteado pela Adobe.

Contato: Alexandre Biciati - superid@gmail.com - 8809.2555

Setembro – Mês da serigrafia no Senai/Cecoteg

área serigráfica brasileira está entre as melhores do mundo. A impressão em serigrafia pode ser encontrada nos mais variados segmentos, como indústria, comércio, estamparia, rótulos, brindes, dentre outros. Sempre à procura de novidades, aprimoramento e soluções técnicas, o Senai/Cecoteg trabalha para atender da melhor forma os profissionais que procuram seus cursos e consultorias, deixandoos em sintonia com o que existe de mais novo e melhor no setor.

Condizente com esta filosofia, em setembro, o Centro de Comunicação, Design e Tecnologia Gráfica (Senai/ Cecoteg), promoveu, em parceria com



as empresas Agabé, Metagel Ltda. e Gênesis Tintas, palestras gratuitas direcionadas a profissionais da área serigráfica, com o objetivo de sanar dúvidas, promover melhorias na produção e trazer novidades que realmente façam diferença, agregando qualidade aos produtos e promovendo, de forma positiva, a relação custo-benefício.

Felizmente, a parceria com essas empresas não se restringiu apenas às palestras. Desde outubro, elas estão fornecendo a maioria dos insumos serigráficos utilizados nas oficinas do Senai/ Cecoteg. Ações assim contribuem para aprimorar, cada vez mais, a qualidade deste amplo mercado de serigrafia.

Senai/Cecoteg conquista duas medalhas de ouro nas Olimpíadas Estaduais

s alunos do Senai / Cecoteg fizeram bonito na etapa estadual da Olimpíada do Conhecimento, promovida pelo Senai , realizada em setembro. O Senai / Cecoteg conquistou o primeiro lugar nas duas modalidades disputadas: Web Design, com a aluna Natália Ribeiro, e Design Gráfico, com Erika Ostorari. As competidoras foram contratadas pelo Senai e agora estão em fase de treinamento para a etapa nacional, que irá acontecer em março de 2006, em Pernambuco.

Às campeas, parabéns e sucesso!

Parceria para o Desenvolvimento do Mercado Gráfico

m setembro, o Senai/Cecoteg recebeu, em comodato, um forno de secagem UV Labcura. A instalação do forno, na oficina de serigrafia do Cecoteg, é apenas o primeiro passo de uma parceria de sucesso firmada entre o Senai/Cecoteg e a Empresa Germetec, especializada na fabricação de equipamentos e lâmpadas para o mercado de Ultra Violeta.

O processo de cura com luz Ultra Violeta é, hoje, um diferencial no mercado. A sua utilização permite a eliminação rápida da parte líquida de tintas e vernizes, conferindo alto brilho e maior proteção aos impressos gráficos. A partir de agora, o Senai/Cecoteg também passará a atender a mais este segmento gráfico, o que possibilita, aos profissionais, a ampliação da área de atuação no setor. Para aqueles que já trabalham com a tecnologia Ultra Violeta, esta é uma ótima oportunidade para reciclar conhecimentos.



4 de dezembro é o Dia V

ais de 170 organizações, entre empresas, ONGs e órgãos de governo já se inscreveram para participar da data do voluntário, promovida pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), no dia 4 de dezembro. Segundo os organizadores, apenas no ano passado, o Dia V contou com 370 mil participantes, entre beneficiados e voluntários. Essa quinta edição da iniciativa é baseada nos *Oito Objetivos do Milênio, criados pela ONU em 2000, para serem atingidos pelos países até 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade.

O SIGEMG e a ABIGRAF-MG, em parceria com o Senai/Cecoteg, estão envolvidos nesta iniciativa. O Comitê "Cecoteg Amor e Ação" está recolhendo produtos de limpeza e higiene pessoal para serem entregues à Casa do Ancião Cidade Ozanan. O Comitê é um grupo que organiza o Dia V na comunidade, estimulando, promovendo e articulando as ações contra a fome, a pobreza, o desrespeito ao meio ambiente, epidemias, dentre outras. São os Comitês que vão promover o Dia V em seu espaço de atuação, divulgando a data, estimulando a organização dos grupos de ação voluntária e dando apoio a eles, avaliando as necessidades da comunidade, estimulando a participação, fazendo parcerias, definindo o



plano de ação, envolvendo os meios de comunicação e promovendo a confraternização de todos os participantes.

Iniciar com uma simples atitude e partir para uma ação de responsabilidade social é o objetivo principal do Dia V. O evento, além de estimular a participação das empresas e da sociedade em ações voluntárias, sempre no primeiro domingo de dezembro, vem funcionando como ponto de partida para programas de responsabilidade social durante todo o ano. "Muitas ações nascem pontuais e costumam se transformar em permanentes. Quem participa uma vez sente a responsabilidade de realizar ações estruturadas e com resultados concretos", explica a coordenadora do Núcleo de Voluntariado do Conselho de Cidadania Empresarial do Sistema Fiemg, Marisa Resende.

Os interessados em enviar doações para o Comitê "Cecoteg Amor e Ação" podem entrar em contato com o Senai/Cecoteg, no telefone (31) 3482-5641, e/ou com a SIGEMG/ ABIGRAF-MG, no (31) 3283-1616.

8 Objetivos do Milénio

- Acabar com a fome e a miséria;
- Educação básica de qualidade para todos;
- Igualdade entre sexos e valorização da mulher;
- Reduzir a mortalidade infantil;
- Melhorar a saúde das gestantes;
- Combater a AIDS, a malária e outras doenças;
- 7 Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente;
- Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento.

Sete Lagoas sai na frente com o programa GEOR

s empresários gráficos da microrregião de Sete Lagoas, associados à ABIGRAF-MG e ao SIGEMG, numa parceria com o Sebrae-MG, Senai-Cecoteg, CDL Sete Lagoas, Senac e Acisel já estão participando ativamente da Gestão Estratégica Orientada para Resultados – GEOR. O programa tem uma nova metodologia: o foco está nos resultados esperados pelos empresários. Dessa forma, a partir do levantamento dos obstáculos que impedem o crescimento do setor, eles mesmos constroem o projeto ideal para sua região.

Ao construírem seu projeto de GEOR, os empresários sete lagoanos definiram como público-alvo as empresas do setor gráfico da microrregião de Sete Lagoas. Fortalecer e melhorar a imagem do setor gráfico; ampliar conhecimentos na área de recursos humanos e marketing; garantir a qualidade das empresas por meio de novas tecnologias e adequação ambiental; promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável do setor e ampliar a participação efetiva das empresas no mercado regional são os principais objetivos do grupo.

As ações para a conquista desses propósitos já começaram a ser realizadas. Além de visitarem a FIEPAG 2005, ministraram palestras de sensibilização para proprietários e funcionários de todas as gráficas, definiram o lay-out e o curso de custos e orçamentos.

Como resultados, o GEOR de Sete Lagoas, espera elevar em 5% o volume fisico de vendas até dezembro de 2007. Também nesse período, é esperada uma ampliação de 10% na oferta de postos de trabalho.

O empenho do grupo também já é reconhecido nacionalmente. O projeto de Sete Lagoas é considerado referência do setor para todo o Brasil. A ABIGRAF/MG, o Sebrae/MG, os Sindicatos das Indústrias Gráficas de Minas Gerais e o Senai-Cecoteg já estão implementando o programa GEOR nas cidades de Pouso Alegre, Montes Claros, Varginha, Uberlândia, Juiz de Fora, Barbacena, Contagem, Belo Horizonte e Uberaba.

Beneficios

A ABIGRAF-MG e o SIGEMG oferecem muitos benefícios aos associados. Para desfrutá-los, basta estar em dia com suas contribuições associativas e sindicais. Confira algumas opções:

- Consultório Odontológico Atende emergências, serviço de profilaxia (limpeza), restaurações plásticas (amálgamas e resinas) e, quando necessário, encaminha para serviços especializados através dos convênios firmados.
- Escola de Informática Profissionais altamente qualificados ministram aulas de Windows, Word e Internet. A escola é destinada exclusivamente aos empresários gráficos, seus dependentes diretos e funcionários das empresas.

Para obter mais informações, entre em contato pelo telefone (31)3283-1616, de 9h00 às 17h30.

Competência Técnica x Habilidade Política

A Revista Exame, edição de 12 de outubro de 2005, publicou uma matéria de capa afirmando que sem política ninguém sobe nas empresas.

O tema, no mínimo intrigante, nos levou a refletir sobre o comportamento profissional e a postura empresarial diante de tal realidade.

m uma empresa deve reinar a objetividade. Os profissionais devem ser avaliados pelo cumprimento de metas e as promoções devem ser definidas com base no mérito e pelo reconhecimento de competências, certo? Acredite ou não, a resposta é bastante clara: não. Segundo especialistas, todo tipo de relacionamento humano, seja profissional ou pessoal, se constrói baseado em laços sociais, que não são apenas racionais. Daí a importância da política. A habilidade de fazer alianças é cada vez mais importante para se conquistar o sucesso na carreira e nos negócios.

Cuidado. Isto não quer dizer que se deva fazer politicagem, que é apenas um dos lados da política, detestável e, infelizmente, o mais visível. Na política, também existe o lado digno, baseado na capacidade de se relacionar, de negociar, de se expressar bem, de organizar grupos ao redor de ideais, de convencer, de interceder diante de conflitos e de liderar equipes. E isto é muito bom. Ter habilidade política significa entender e dominar as relações de poder nas empresas.

Nos últimos anos, a política tem conquistado muita importância no mundo empresarial. Isso vem acontecendo devido às mudanças no ambiente de negócios, que está muito dinâmico e mais competitivo. Hoje, os chefes mudam a toda hora e as carreiras precisam passar constan-



temente por releituras. Se antes as instituições eram mais burocráticas, hoje elas se encontram mais abertas e as barreiras entre os setores e os cargos estão enfraquecidas. Este novo contexto obriga os profissionais a tomarem decisões que antes eram levadas ao chefe e a interagir mais com o ambiente em que atuam.

Para os estudiosos do assunto, o talen-

to político é tão importante para a carreira de executivos e empresários quanto a liderança, e mais, pode ser até mesmo decisivo para o êxito da própria empresa.

Uma diferença fundamental entre competência técnica e habilidade política é que a primeira é ensinada em instituições de ensino, e a outra, mais que um dom, vai se aprendendo no decorrer da vida. Da escola ao primeiro cargo de gerência, o requisito mais importante para se crescer na carreira é, indiscutivelmente, ter um excelente desempenho técnico. Mas quando o profissional assume um cargo executivo, o eixo passa a ser as pessoas, e aí entra a política. Quem lidera, dedica grande parte do tempo administrando egos, ambições, brigando por mais espaço e negociando.

Para quem deseja agir politicamente, sem ser desonesto ou crescer à custa do fracasso alheio, os especialistas recomendam algumas atitudes. A primeira, é admitir que a política existe, que é um fator de alicerce na carreira e que nem toda política é má. Outra ação recomendada é sair da postura extremamente introspec-

tiva e passar a divulgar os seus feitos. Claro que você vai ter que adotar uma atitude política. Ao invés de falar "olha como eu sou competente", é melhor dizer "olha como este projeto que desenvolvi pode ser útil". E, finalmente, não atribuir à política poderes que ela não tem. Ela não é o único quesito para o sucesso.

As atitudes das pessoas dentro das empresas podem ser comparadas a algumas espécies de "animais políticos corporativos". Conheça os tipos mais comuns:

Tatu: Não sai da toca. Fica escondido atrás do computador o dia todo. Ninguém percebe quando falta ao trabalho. Chega mais cedo, vai embora mais tarde e, para sua surpresa, é invariavelmente passado para trás na hora da promoção. Por isso, sente-se injustiçado e coloca a culpa da sua estagnação na politicagem. Rato: Sua especialidade é crescer à custa do fracasso alheio. Vé a empresa como um tabuleiro de xadrez. É dissimulado e jura odiar a política corporativa, mas rouba a idéia dos colegas e prepara armadilhas contra eles. Tatus são as vítimas favoritas. Quando vira chefe, fica com todo o crédito do trabalho de equipe.

Macaco: É um conspirador trapalhão. Vive pulando de galho em galho e fazendo intrigas, embora não tenha a habilidade do rato. Discrição não é o seu ponto forte. Ocupa a sala do chefe ostensivamente. Faz tanta média, tenta fazer composições com tantas pessoas e é tão atabalhoado que acaba se enfornando no próprio rabo.

Pavão: Essa ave tem uma preocupação: sair bem na foto. É o rei do Marketing. Usa ternos sob medida, gel nos cabelos e parece já ter nascido com aquele sorriso falso no rosto. Está sempre em campanha. Suas caprichadas apresentações em PowerPoint causam inveja. Muitas vezes, sua falta de conteúdo só é descoberta quando ele já chegou à presidência.

Raposa: Sabe que, para chegar ao topo, é preciso ser o melhor — mas que também é essencial ser visto como o melhor. Articula-se dentro e fora da empresa. É admirado pela equipe e visto com respeito pelos chefes. É particularmente invejado pelos ratos. Na carreira, enfrentará tantos ratos que corre o risco de se tornar um deles.

Fonte: Revista Exam

O gráfico, o cardiologista e o geriatra

udo corria bem na vida do Tomé, empresário gráfico há um bom tempo. A empresa, por opção, continuava pequena, pois Tomé não possuía maiores ambições. A rotina e o acomodamento, no entanto, já haviam tomado conta do cérebro do Tomé e o seu corpo pesado era a representação física da vida sedentária que levava. Mas tudo ia bem, quando, numa manhã, Tomé é despertado por uma forte dor no peito. A cerimônia matinal foi quebrada. Pela cabeça, logo passou a idéia pavorosa da morte. Por alguns segundos, Tomé sentiu a necessidade de ser ágil em sua rotina, de levantar e pensar que naquela manhã não iria para sua gráfica, e sim para um hospital. Foi dificil encarar a realidade e quebrar a rotina.

O cardiologista o atendeu numa emergência, conforme a gravidade que o caso demandava. Após os exames comuns de consultório, o médico o tranquilizou. Fora apenas um susto, mas devia ser considerado como um alerta. Em seguida, Tomé recebeu uma lista de pedidos de exames que deveriam ser feitos em laboratórios. Por fim, ficou acertada a data de retorno.

Tomé teve um princípio de depressão: não conseguia acreditar que tudo aquilo estava acontecendo com ele. Tinha uma saúde de ferro, disposição para o trabalho e há mais de 30 anos não precisava de médicos. Pensou em não retornar ao consultório, mas foi vencido pela insistência de sua mulher e fiel funcionária como brochurista na gráfica.

O doutor lia atentamente os exames enquanto deixava de lado aquela expressão inicialmente sisuda para dar lugar a um largo sorriso. Ao mesmo tempo, Tomé interpretava aquela mímica fácial e interiormente crescia uma sensação de alívio. Por fim, não agüentando, resolveu perguntar:

- Então, doutor, tudo bem comigo?
- Seus exames clínicos indicam que a saúde vai bem; porém vou encaminhá-lo a um geriatra.

Tomé não acreditou no que acabara de ouvir. Repetiu incrédulo: geriatra? Sim, era isso mesmo.

Retornando para à gráfica, continuava repetindo a indicação do médico: geriatra. É ver para crer.

Lá estava Tomé diante do geriatra narrando os hábitos alimentares que adotara há anos e que o fazia feliz e aparentemente saudável.



Então o geriatra falou:

- Vamos ter que mudar para que o senhor possa viver alguns anos sem esse susto que o trouxe aqui. O senhor está disposto a mudar?
- Aquele verbo fez Tomé estremecer por dentro: mudar? Se até hoje sobrevivi, para que mudar? Mas, o que mudar? – perguntou.
- O senhor, como todos os mortais, envelhece. Com o passar do tempo, as mudanças são necessárias para uma vida melhor. Talvez o senhor nem tenha se dado conta de que existe uma outra vida além dessa que se tornou rotina e que o impede de descobrir oportunidades. O senhor é contemporâneo de uma época em que as mudanças acontecem com muita agilidade. O que antes demorava 50 anos para evoluir, hoje talvez aconteça em apenas um ano. Assim, como sua empresa deve ter mudado muito devido às tecnologias que surgiram em substituição àquelas de algumas décadas atrás, seu corpo exige hoje outros hábitos alimentares compatíveis com sua idade. Se hoje o senhor está com 50 anos, poderá viver outros 50 de maneira saudável, desde que evolua segundo as necessidades de seu organismo.

E o geriatra continuou:

 Como exemplo e para uma melhor compreensão, vamos analisar a sua empresa gráfica: nesses últimos 30 anos, o mercado mudou, novas necessidades e tecnologias surgiram, a concorrência aumentou, seus clientes tornaram-se mais exigentes, enfim, o senhor não deve ser mais aquele empresário de 30 anos atrás, caso contrário sua empresa não sobreviverá outros 30 anos. Não é verdade?

Verdade. Essa palavra bateu forte na consciência de Tomé. Trinta anos se passaram e sua empresa continuava do mesmo jeito. E ainda tem muitos anos pela frente.

 O seu peso está 20 quilos acima do normal, continuou o geriatra. Isso se deve à vida sedentária que o senhor vem levando nessas últimas décadas. Ou seja, passa grande parte do dia sentado na sua empresa. Vamos mudar essa rotina. Por que o senhor não anda algumas horas pelo seu bairro, visitando clientes, ou mesmo prospectando-os para aumentar sua carteira? Esse exercício trará duas vantagens: uma para a sua saúde, outra para sua empresa. Segundo: a ansiedade faz com que o senhor coma além do necessário. Diminua essa ansiedade. Ocupe seu tempo buscando conhecimento. Sua empresa será administrada por um administrador, com certeza. Divida as tarefas e outras funções entre seus funcionários - tenha tempo para si. Uma empresa não pode crescer apenas centralizada no proprietário. É preciso ter uma equipe. Não é possível cobrar o escanteio e correr para marcar o gol.

Naquele dia, alguma coisa começou a mudar na cabeça de Tomé. A partir de então, passou a envergar sua gráfica sob um ângulo mais crítico. Trinta anos no mesmo lugar, com as mesmas máquinas, perdendo clientes, nada aumentando no seu patrimônio. Dezoito anos sem férias, envelhecendo, acabando.

Tomé permaneceu dois dias em órbita, analisando o presente, que era igual ao seu passado: estático, nada evoluiu na sua empresa e muito menos nele.

Percebeu também que sua saúde estava relacionada à sua empresa. Levantou de sua cadeira e passou a agir. Tomou consciência da situação e não se deixou abater. Foi à luta. Mas, primeiro, no entanto, agradeceu ao cardiologista por tudo.

> Márcio Varela Consultor em Gestão da Abignaf-MG

Minas em destaque

Top 10 Graphic's Awards - Publish 2.005

elo segundo ano consecutivo, a Revista Professional PUBLISH realiza e apresenta aos leitores a pesquisa que se já tornou uma das mais esperadas revelações anuais do mercado gráfico. PUBLISH aponta as dez gráficas que estão na preferência das mais importantes agências de publicidade e escritórios de comunicação visual e design gráfico. Foram entrevistadas, pela equipe de redação da revista, 101 empresas de todas as regiões do Brasil. Em Minas Gerais, a grande vencedora foi a Tamóios Editora Gráfica Ltda., de Belo Horizonte, considerada uma das "TOP 10 da Indústria Gráfica Brasileira em 2005".

Prêmio de Excelência Gráfica Fernando Pini

rtes Gráficas Formato Ltda., de Belo Horizonte, é a única empresa de Minas Gerais finalista da 15ª edição do Prêmio Fernando Pini, promovido pela ABTG

- Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica.

Ela concorre na Categoria Revistas/Revistas

Periódicas de Caráter Variado com Recursos Gráficos Especiais. A noite de premiação será no Olympia, em São Paulo, no dia 22 de novembro.

13º Congraf Inteligência Competitiva: Gestão para Resultados





ABIGRAF-MG, em parceria com o Sebrae-MG, e através de uma ação conjunta com Sindicatos das Indústrias Gráficas de Juiz de Fora, Pouso Alegre, Uberlândia e Varginha, organizou uma caravana composta por empresários gráficos de várias cidades mineiras, para participarem do 13º Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica — Congraf, realizado em outubro, na cidade de Recife.

Os empresários enviados ao evento fazem parte do programa Geor – Gestão Estratégica Orientada para Resultados, um dos projetos direcionados para a indústria gráfica, previsto no convênio firmado entre a ABIGRAF-MG e o Sebrae-MG, que conta também com o apoio da FIEMG.

O Congresso, considerado o mais importante e abrangente evento para a discussão de assuntos técnicos e gerenciais de negócios do setor gráfico brasileiro, foi organizado pela ABIGRAF Regional Pernambuco, com suporte logístico, financeiro e administrativo da ABIGRAF Nacional. Muitas novidades marcaram esta edição, dentre elas a realização de

um seminário técnico internacional, dois cursos de aperfeiçoamento técnico e operacional para o gráfico, e ainda palestras e fóruns com grandes nomes do setor.

Dirigido a um público altamente qualificado, que busca inserir em seus sistemas de gestão informações estratégicas e tecnológicas, o Congraf debateu temas para micro, pequenas, médias e grandes empresas gráficas. Os participantes tiveram uma ótima oportunidade de revisar conceitos, conhecer novas tendências de mercado e os caminhos da gestão para o crescimento do setor.

Semama de Artes Gráficas 2006 – os preparativos já começaram

m outubro, a ABIGRAF-MG
reuniu, em sua sede, fornecedores e parceiros como Senai/
Cecoteg, Forgraf, MG Marketing,
Heidelberg, Gutenberg, Marprint e
Promove, com o objetivo de colher sugestões para a realização da 5ª Semana de
Artes Gráficas e do 7º Seminário de Design
e Tecnologia Gráfica, a serem realizados em
junho de 2006. Visando atender a demanda

e beneficiar todo o setor, a ABIGRAF-MG pretende construir uma programação interativa, em conjunto com sindicatos, empresas, escolas, enfim, com todo o ramo gráfico.

E este trabalho já está colhendo frutos. Durante a reunião, surgiu a idéia da elaboração de uma pesquisa, direcionada ao empresariado, para saber sua opinião sobre os assuntos e temas que devem ser abordados. O questionário já foi elaborado e a pesquisa já está sendo realizada.

Também acontece em junho de 2006 a segunda edição do Prêmio Cícero. O Prêmio Mineiro de Excelência Gráfica Cícero foi criado pela ABIGRAF-MG para estimular e valorizar o mercado gráfico mineiro. Já está na hora de começar a preparar o material. Selecione os melhores trabalhos produzidos por sua empresa e não deixe de participar!

Homenagem

Lamentamos a perda, ocorrida no último dia 31 de agosto, da inestimável Sra. Moema Moreira Gontijo, historiadora e supervisora técnica do Centro de Memória do Sistema FIEMG - entidade em que iniciou sua carreira e onde permaneceu por mais de 30 anos. Moema desenvolvia, desde 1999, um trabalho muito importante para o setor gráfico: o Projeto de Resgate da História da ABIGRAF-MG e do SIGEMG. A partir de entrevistas, seguidas de minuciosas pesquisas bibliográficas, ela iniciou a redação do trabalho e chegou a escrever quatro capítulos da obra, que infelizmente não pôde ser concluída.

Dona de uma inteligência extraordinária e de um coração grandioso, Moema foi um exemplo para todos os que com ela conviveram e puderam desfrutar de seu companheirismo e amizade.