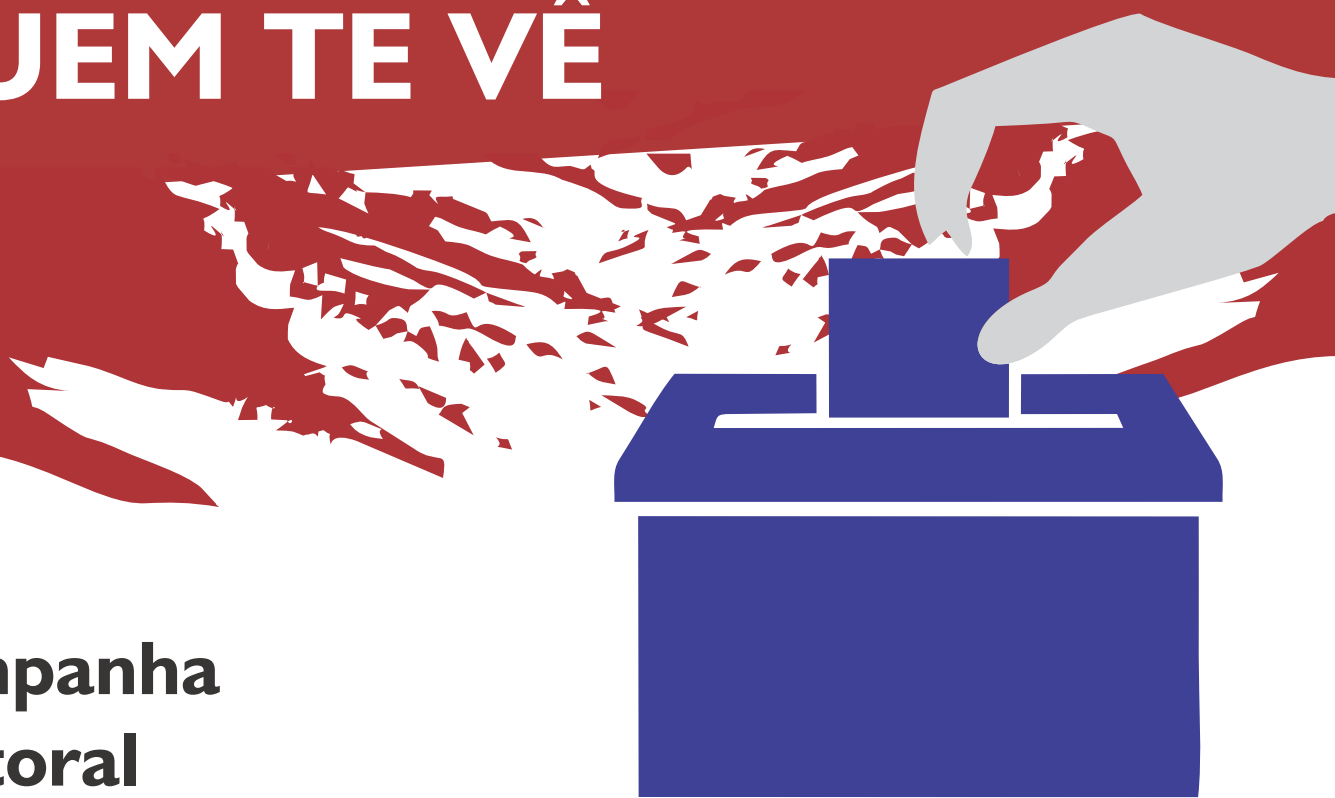


GRAPHIUM

PUBLICAÇÃO DA INDÚSTRIA GRÁFICA DO NORTE E NORDESTE • Ano I • Nº 4 • Setembro/Octubro 2016

**QUEM TE VIU,
QUEM TE VÊ**



**Campanha
Eleitoral**

**Setor faz
diagnóstico e
planeja 2017**

**Luta contra
tributação
indevida**

**Um brasileiro
exemplar**

O LAYOUT ESTÁ APROVADO
mas, a impressão é para ontem.

IMPRESSÃO

senhora antiga que nunca sai de moda.



PRÊMIO JCC

9º Prêmio José Cândido Cordeiro de Excelência Gráfica do Norte Nordeste



REVISTA GRAPHIUM

Órgão Oficial da Indústria Gráfica do Norte e Nordeste

Dirigentes(Sindicatos)

Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Acre (SINDIGRAF)
José Afonso Boaventura de Souza

Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Alagoas (SINGAL)
Floriano Alves da Silva Júnior

Sindicato das Indústrias Gráficas de Manaus (SINDIGRAF)
Roberto de Lima Caminha Filho

Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado da Bahia (SIGEB)
Josair Santos Bastos

Sindicato das Indústrias Gráficas do Ceará (SINDGRÁFICA)
Luiz Francisco Juçaba Esteves

Sindicato das Indústrias Gráficas do Maranhão (SINDIGRAF)
Roberto Carlos Moreira

Sindicato das Indústrias Gráficas de Belém do Pará (SIGEPA)
Carlos Jorge da Silva Lima

Sindicato das Indústrias Gráficas da Paraíba (SINDIGRAF)
Marcone Tarradt Rocha

Sindicato das Indústrias Gráficas de Pernambuco (SINDUSGRAF)
Eduardo Carneiro Mota

Sindicato das Indústrias Gráficas de Teresina (SIGRAT)
Luiz Gonzaga de Andrade

Sindicato das Indústrias Gráficas do Rio Grande do Norte (SINGRAFRN)
Carlos Vinicius Aragão Costa Lima

Sindicato das Indústrias Gráficas de Sergipe (SIGES)
Walter Castro dos Santos

Sindicato das Indústrias Gráficas de Tocantins (SIGTO)
Sérgio Carlos Ferreira Tavares

Dirigentes(Abigraf)

Abigraf/AL: Florianos Alves da Silva Júnior

Abigraf/AM: Roberto de Lima Caminha Filho

Abigraf/BA: Josair Santos Bastos

Abigraf/CE: Vivian Nicolle Barbosa Alcântara

Abigraf/MA: Roberto Carlos Moreira

Abigraf/PA: José Conrado Azevedo dos Santos

Abigraf/PB: Marcone Tarradt Rocha

Abigraf/PE: Valdézio Bezerra de Figueiredo

Abigraf/PI: Odilson Alves Pereira

Abigraf/RN: Carlos Vinicius Aragão Costa Lima

Abigraf/SE: Walter Castro dos Santos

Abigraf/TO: Sérgio Carlos Ferreira Tavares



Revista GRAPHIUM

Av. Cruz Cabugá, 767, 5º Andar, Santo Amaro, Recife/PE
CEP 50040-000 | Fone 81 3412-8466
revistagraphium.none@gmail.com

Comissão Responsável: Eduardo Carneiro Mota, Roberto Carlos Moreira, Luiz Francisco Juçaba Esteves

Colaboradoras: Ivana Freire, Mariana Lira

Jornalista: Paulo Gonçalves – Reg. 1762 MTE

Revisão: Fernanda Araruna

Projeto Gráfico: Agência Forbrands

Impressão:

Tiragem: 4.000

Já não é mais aquela

Levando em consideração as alterações nas regras de comunicação e publicidade para campanhas eleitorais, a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (ABIGRAF Nacional) lançou, no início do ano, a Cartilha Vote no Impresso, dirigida às gráficas, agências de publicidade, designers, diretórios políticos e assessores políticos. O trabalho resultou em mais segurança para todos os envolvidos na elaboração e produção gráfica do material de propaganda política.

Nas páginas que seguem, empresários gráficos de vários estados falam da campanha eleitoral como um período que “já foi bom para a indústria gráfica, mas que, agora, anima apenas o movimento em restrito número de empresas”. De fato, as novas regras, o corte nas verbas e a redução no período de campanha, que caiu de 90 para 45 dias, além da crise econômica, fizeram reduzir sensivelmente o número de pedidos e o faturamento das empresas. Pior ainda para a grande maioria, que sequer foi lembrada pelos candidatos e partidos na hora de produzir santinhos, praguinhas e adesivos.

O resumo da ópera é que as campanhas eleitorais não mais resultarão naquela avalanche de material impresso, a que os empresários gráficos estavam acostumados. Neste novo contexto, inaugurado com a eleição municipal de 2016, o mercado deverá se acostumar com uma redução cada vez maior no número de pedidos e no faturamento final das empresas. Infelizmente, é a dura realidade a que todos deverão se acostumar e buscar alternativas para compensar e substituir esse nicho do mercado de impressão.

SUMÁRIO

3

VOTO NO IMPRESSO:
Foi bom pra você?

12



SÉRGIO MORO:
um brasileiro
exemplar

SINDICATO NOS ESTADOS

6 Rio Grande
do Norte

9 Tocantins

10 Ceará

11 Alagoas

14 Pernambuco

17



ENTREVISTA
Thomaz Caspary

22

TENHO DITO

VOTO NO IMPRESSO: foi bom pra você?



Expedito Sobrinho, da Halley S.A. Gráfica e Editora, em Teresina - PI, disse que a empresa enfrentou “uma redução de 80% nos serviços em relação a campanhas anteriores, em decorrência do encurtamento no tempo da propaganda eleitoral e das exigências de prestação de contas que a Justiça Eleitoral passou a cobrar dos partidos. Além disso, diminuíram bastante as doações. Tudo isso somado prejudicou muito o setor gráfico”.

Opinião contrária tem o empresário Cleudo José, da Top Gráfica, em Vitória de Santo Antão - PE. Segundo ele “a campanha foi ótima, os pedidos aumentaram muito e as mudanças na legislação foram excelentes”.

Para a empresária Lara Targino Tourinho, da Sercore Artes Gráficas, em Aracaju - SE, “a procura por serviços gráficos ficou bem abaixo das expectativas. Além do período

curto de campanha, houve as limitações de verbas nas candidaturas, além da limitação nos valores estabelecidos pela nova legislação eleitoral”.

O empresário Eduardo Mota, diretor da Gráfica Real, em Olinda, e presidente do SINDUSGRAF - PE, disse que “em função das mudanças na legislação, a produção do material dos candidatos ficou muito centralizada em algumas gráficas, escolhidas pelos partidos. O que prejudicou bastante um grande número de empresas de pequeno porte, que antes também faturavam com o período eleitoral. Outro problema é o aperto que as gráficas sofrem do Superior Tribunal Eleitoral, que deveria cobrar também o pagamento imediato dos serviços gráficos. O TSE deveria estabelecer que aqueles candidatos que não pagam o material de campanha, não podem tomar posse”.

A Lei nº 13.165/2015, conhecida como “Reforma Eleitoral 2015”, promoveu diversas alterações nas regras da propaganda eleitoral, afetando, sobretudo, a comunicação impressa, com a limitação nos gastos de campanha. Meses antes do período eleitoral, as entidades que defendem o setor, Abigraf e Sindicatos, orientaram as indústrias gráficas, alertaram para a redução nos pedidos de serviços pelos partidos e coligações, e debateram as consequências das novas regras para a maioria das empresas, formada por gráficas de médio e pequeno porte. Ficou enfatizado que cada vez mais as campanhas eleitorais deixarão de gerar mais negócios e de elevar o faturamento sazonal no setor. Uma nova realidade se impõe e, passada essa primeira experiência, é hora de fazer um balanço.



Eulálio Costa, da Expressão Gráfica - Fortaleza/CE

O MELHOR POSSÍVEL

Para o diretor da Expressão Gráfica, em Fortaleza - CE, o empresário Eulálio Costa, “seria injusto dizer que não foi um bom período. Campanhas eleitorais, principalmente as municipais, são sempre vantajosas para as gráficas. Também é positivo esse maior controle nas tiragens e nas despesas, ajuda a combater os calotes. Considerei negativa a redução no tempo de campanha, o que só beneficia a quem já é conhecido. E com a restrição de financiamento para pessoas físicas, os valores empregados na propaganda nem de longe alcançaram as campanhas anteriores. Porém, levando em conta a atual retração do mercado, foi o

melhor que poderíamos esperar”. O titular da Gráfica Mundial, em Teresina, e presidente do Sigrat - PI, James Hermes, avalia que “a partir da década de 1990 os serviços gráficos foram reduzindo aos poucos no período eleitoral. Pausadamente, foram cortando os produtos e quantidades. E nesse ano chegamos ao ponto alto da crise. Foi uma eleição insignificante para as gráficas, principalmente pela redução dos serviços e do tempo de campanha. Além disso, para piorar, os serviços ficaram centralizados em algumas gráficas escolhidas pelos partidos. Se antes os candidatos escolhiam sua gráfica de preferência, agora são os partidos que centralizam todos os

“Seria injusto dizer que não foi um bom período. Campanhas eleitorais, principalmente as municipais, são sempre vantajosas para as gráficas”



James Hermes, presidente do Sigrat e da Gráfica Mundial – Teresina/PI



Luciana Sarmanho, da RM Graph Editora Belém/PA

serviços em algumas grandes empresas. E a maioria, formada pelas empresas de pequeno porte, fica esquecida”.

A empresária Denice Mendes, da Colorgraf, em São Luís - MA, considera que “de fato este é o melhor período para vendas no setor, apesar da atual redução de pedidos. As gráficas agora precisam se adaptar a esta nova realidade. Não podemos fugir dela nem teremos mais nenhum mar de flores para mergulhar. É preciso, também, muita cautela e exigir respeito nas negociações. É necessário que os acordos e prazos sejam cumpridos por todos, não apenas pelas gráficas. Outro aspecto a destacar é a preparação dos candidatos. Mui-

tas vezes, eles não sabem nada sobre a legislação eleitoral ou sobre limite de gastos, forma de pagamento ou os tipos de propaganda que podem fazer. Foi mais um serviço que a gráfica precisou prestar”.

FORNECEDORES

Para Luciana Sarmanho, da RM Graph Editora, em Belém - PA, “foi uma campanha atípica, com procura bem inferior às anteriores. A ideia de crise foi tão divulgada que as pessoas optaram por não investir. Esse foi o principal problema, e não as novas exigências eleitorais, que só têm aspectos positivos, por regulamentar e estabelecer limites. Por outro lado, os fornecedo-

“Foi uma campanha atípica, com procura bem inferior às anteriores. A ideia de crise foi tão divulgada que as pessoas optaram por não investir”

res da indústria gráfica precisam se adaptar à nova realidade e oferecer melhores preços e prazos. Os insumos básicos, como papel, tinta e chapa precisam ser oferecidos ao mercado gráfico com preços e condições mais justos”.



Diagnóstico do **SETOR GRÁFICO**

**A atualização
do diagnóstico
do setor local
identifica as
mudanças e
progressos na
categoria**

Observando as mudanças no setor gráfico potiguar, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Rio Grande do Norte (Singraf - RN) solicitou ao Sebrae - RN (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) a atualização do diagnóstico referente às indústrias gráficas potiguares.

O primeiro diagnóstico do setor foi realizado no ano de 2003, com atualizações em 2007 e 2011. Com o avanço tecnológico, o surgimento de impressoras digitais e a plenitude das redes mundiais de computadores, as empresas do setor gráfico foram se adaptando para acompanhar todos os avanços, sur-

gindo então as gráficas digitais e novos modelos de sinalização, que atendem as pequenas tiragens com maior rapidez e qualidade.

Perante esse novo cenário, viu-se a necessidade de atualizar o diagnóstico do setor, em 2015, de forma que o universo pesquisado incluísse os segmentos de impressão digital, sinalização, flexografia, offset, editorial, serigrafia, entre outros.

De acordo com Zeca Melo, diretor superintendente do Sebrae-RN, o diagnóstico possibilita o conhecimento detalhado do segmento da indústria gráfica, mostrando onde estão, quem são e como estão essas empresas no RN. “Além disso, a atualização desse diagnóstico também possibilita uma análise comparativa com os demais diagnósticos, viabilizando um estudo comparativo ao longo do tempo e direcionando ações para o desenvolvimento do segmento no Rio Grande do Norte”, comenta. Ainda segundo Zeca Melo, o mapeamento do setor

gráfico no estado mostra a necessidade contínua de adaptação às novas tecnologias e às mudanças no hábito de consumo de seus clientes. Já para o presidente do Singraf-RN, Vinícius Costa Lima, a iniciativa do sindicato é de grande importância para avaliar a situação do setor no estado, constatando os avanços e necessidades relacionados à indústria gráfica. “O grande desafio das empresas do segmento é criar alternativas que viabilizem os investimentos já realizados. Há uma grande expectativa em relação aos números atualizados do novo diagnóstico, que poderão esclarecer como o mercado tem reagido a esse desafio”, afirma.

A PESQUISA

Na atualização, foram identificadas 453 empresas com base no banco de dados da junta comercial do estado. Destas, 365 estão ativas, 48 não foram localizadas e 40 encerraram as atividades. Das 365 identi-

ficadas, somente 339 participaram da pesquisa.

De acordo com a pesquisa, ainda predomina no setor o sexo masculino, compreendendo 76,40% do universo pesquisado, e a maioria dos proprietários possui entre 31 e 40 anos de idade. O grau de escolaridade dos empresários é satisfatório, pois 47,79% têm o ensino médio completo. Quanto a situação do negócio, 87,91% das gráficas potiguaras são indústrias formais e 12,09% são informais, sendo estas, em sua maioria, compostas por copiadoras, sinalizadoras e serigrafias. O mercado de atuação aumentou em relação ao último censo, abrangendo o mercado regional. A variação no mercado estadual é considerada pequena e até o momento nenhum empreendimento não realiza exportações. O setor de atuação apresenta diminuição no percentual de participação no setor privado e aumento da participação do setor público (dados com base

“O diagnóstico possibilita o conhecimento detalhado do segmento da indústria gráfica, mostrando onde estão, quem são e como estão essas empresas no RN”

Zeca Melo, diretor superintendente do Sebrae-RN



na comparação dos censos de 2003 e 2007). Enquanto que, em 2015 foi identificado um aumento no percentual de participação no setor privado e redução na participação do setor público.

Com relação à participação em licitação pública, apenas 23,81% das indústrias afirmaram que participam, onde 75,06% são do tipo presencial e 77% são municipais.

Quando questionados sobre investimentos, as principais expectativas dos empresários é de investir em equipamentos, diversificar as atividades, melhorar as instalações

físicas e investir em mais publicidade. Já com relação a preservação do meio ambiente, a maioria das empresas (87,61%) utilizam sacos plásticos para acondicionamento dos resíduos.

Das empresas que participaram da pesquisa, 96,76% produzem resíduos sólidos, enquanto que líquido e semi sólido/pastoso apresentaram os respectivos percentuais: 25,07% e 7,96%. Os resíduos sólidos têm como destaque o papel e o plástico, provenientes principalmente dos serviços de impressões, serigrafia, embalagens e tonners usados,

enquanto que os resíduos líquidos e semi sólidos têm como destaques tinta e a cola, origem da impressora e serviço de serigrafias.

Visando facilitar o acesso da categoria ao Diagnóstico da Indústria Gráfica Potiguar 2015, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Rio Grande do Norte (Singraf-RN) produziu um livro com as principais informações referentes à pesquisa. Este livro está sendo distribuído a todos os associados e pode ser encontrado no site do sindicato, no seguinte endereço: singrafrn.com.br.



TRÊS PALAVRAS DEFINEM
OS SERVIÇOS DA TRIUNFO:

EFICIÊNCIA
VARIEDADE,
E RAPIDEZ.

Não há obstáculo quando queremos superar suas expectativas. A Triunfo trabalha com uma equipe de confiança, grandes parceiros e variedade. Além disso, nossa entrega é a mais rápida da cidade. Se você não tem tempo a perder e precisa de praticidade, pode contar com a Triunfo.

- Papéis;
- Material para escritório;
- Material de limpeza;
- Suprimentos para informática;
- Comunicação visual;
- Suprimentos gráficos.





CERTIFICAÇÃO é desafio

O mercado tocantinense é constantemente alvo da concorrência desleal com as chamadas “empresas-pastas”, caracterizadas por atravessadores que vendem e levam a produção gráfica para outros estados.

Há dois anos, o Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado Tocantins - Sigto instituiu o Certificado de Capacidade Técnica. O documento é uma prerrogativa legal, baseado no Artigo 30, incisos 1 e 2, da lei 8666, que visa dar segurança às compras governamentais.

O propósito da certificação é evitar a concorrência desleal com empresas de “pasta” que não geram desenvolvimento regional. A prática é

relativamente comum, já que praticamente não há custo operacional, passivo trabalhista, nem investimentos. A concorrência configurasse desleal, pois há casos de prática de preços inexequíveis.

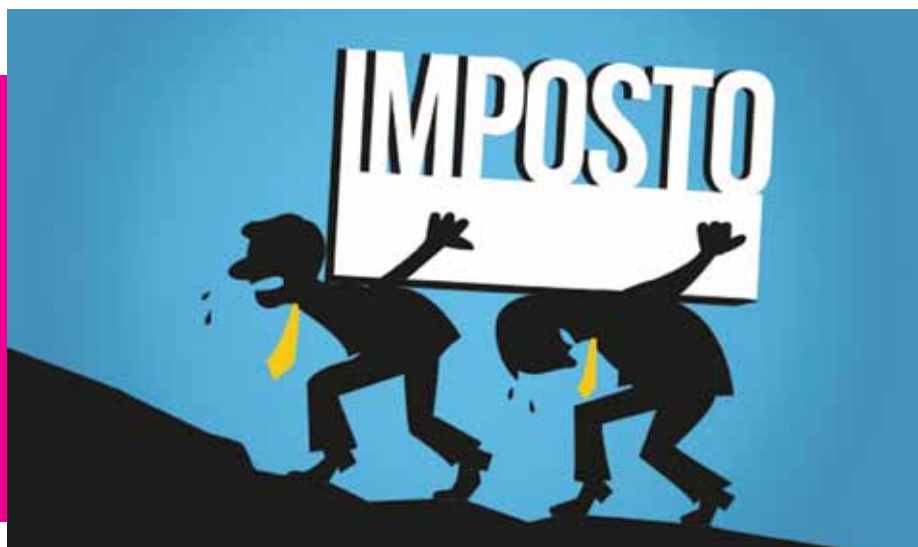
“O Sindicato está pronto para assessorar as empresas que desejarem a emissão da certificação, e isso não depende da sua condição de associada”, explica Gliner de Souza Borges, presidente do Sigto. O projeto deixa claro que qualquer empresa pode ser certificada, mesmo que não seja sindicalizada. O Sindicato também oferece aos órgãos públicos assessoria jurídica e toda documentação já formatada para aplicação em licitações.

O Certificado é emitido em parceria com a Associação Brasileira da Indústria Gráfica - Abigraf, através da sua regional no Tocantins, e o Sigto. Nele constam informações como capacidade técnica da empresa relativa a equipamentos e também equipe profissional.

O desafio atual do Sigto é continuar seu trabalho de convencimento às entidades públicas em adotar o certificado como modelo para editais. O Sindicato tem trabalhado para consolidar este projeto, que tem como principal objetivo fortalecer o segmento gráfico, consolidar empregos e permitir que dinheiro investido no Tocantins permaneça sendo investido no Estado.

SINDGRAFICA na luta contra a cobrança indevida do ISS

“Devido à cobrança, o material produzido pelas gráficas de Fortaleza tem o custo aumentado”



Ao longo de 2016, o Sindgrafica buscou estabelecer diálogos junto à Prefeitura de Fortaleza para reverter a cobrança de Impostos Sobre Serviços (ISS), que, desde abril, vem sendo aplicada ao processo de produção de livros, jornais e periódicos, que necessitam da utilização de papel imune - o papel continua sem ser tributado, mas a Prefeitura entende que o imposto deve ser aplicado sobre o serviço. Esta indefinição vem gerando prejuízo e desgaste para os empresários do setor.

Devido à cobrança, o material produzido pelas gráficas de Fortaleza tem o custo aumentado. Em cada produção, é aplicado o valor de 3%

de acréscimo financeiro nas etapas de elaboração e comercialização. O imposto ainda reduz a capacidade de concorrência das gráficas instaladas na capital em relação aos municípios vizinhos, onde não há aplicação de ISS nas produções com papel imune.

O prejuízo também chega ao consumidor. Quando completamente elaborado, o produto passa a ser vendido com acréscimo de 15% em seu valor total, devido aos custos integrados à sua realização. Para o presidente do Sindgrafica, Raul Fontenelle Filho, a cobrança indevida dificulta os ganhos das empresas. “É importante ressaltar que, devido à baixa procura causada

pelo aumento do preço, o consumo destes materiais diminui. Consequentemente, somos afetados pela baixa procura, que diminui a disseminação de cultura e informação”, afirma.

Diante desta realidade, empresas associadas ao setor estão cortando gastos e diminuindo o número de contratações. Algumas analisam a possibilidade de instalação em outros municípios, a fim de não sofrerem tamanho impacto financeiro. Passado o período eleitoral, a comissão formada pelo Sindgrafica vai retomar o diálogo com a Prefeitura de Fortaleza, na busca de uma solução para o impasse.

Fonte: Assessoria do Sindgrafica/CE



Sede do **SINGAL** recebe reformas

A sede do Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Alagoas (Singal), espaço dos empresários industriais do segmento em Alagoas, está em reforma. No local, são realizados serviços de pintura, revisão da rede hidráulica, substi-

tuição do piso e troca de portas e fechaduras.

A intervenção tem a finalidade de tornar o ambiente mais agradável para recepcionar os Associados. A obra é realizada pela atual Diretoria do Sindicato e está prevista para

ser finalizada no início de 2017.

A sede do Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Alagoas (Singal) está localizada na Rua França Morel, 141, no bairro do Centro, em Maceió.



AGORA SOMOS MAIS FORTES

Unimos forças, estamos mais próximos da FIEPE

PREZADO ASSOCIADO

A Abigraf Pernambuco e o Sindusgraf de Pernambuco anunciam que a partir de 24 de outubro passam a operacionalizar suas atividades na sede da FIEPE, 5º Andar, Av. Cruz Cabugá, 767 - Santo Amaro - Recife - PE, 81. 3412. 8466. A operação contempla otimizar a estratégia de fortalecimento das ações da Abigraf e Sindusgraf que visam ampliar o quadro de associados e capturar novas oportunidades do setor para consolidar uma plataforma de benefícios ainda melhor para os associados.

“Varrer para baixo do tapete não é uma alternativa nem econômica nem moralmente aceitável”



SÉRGIO MORO: um brasileiro exemplar

O medo que os acusados de roubo contra os cofres públicos sentem do juiz Sérgio Moro transformou-se em ataques diários. Eles se utilizam de várias estratégias e manobras para atacar o juiz e tentar aprovar perdão coletivo pelos crimes que cometeram. Esses ataques e artimanhas recebem total reprovação dos empresários gráficos do Norte e Nordeste, que manifestam total apoio às medidas do Ministério Público Federal contra a corrupção e ao juiz Sérgio Fernando Moro.

Nascido em Maringá - PR, Sérgio Moro tem 44 anos, filho de um professor de geografia e de uma professora de português. A mãe, Odete, sempre foi uma dedicada catequista da paróquia e até hoje vai à missa todos os dias. O pai, Dalton, ensinou os filhos a traba-

lharem com afinco para ganhar a vida e a serem honestos por vocação e não por obrigação, como dizem os amigos.

Sérgio Moro tem chamado a atenção, em palestras e depoimentos, sobre o quanto é alto para os brasileiros o custo da corrupção sistêmica, que afeta o desenvolvimento do país e afasta investidores externos. Outro aspecto que ele costuma salientar é para o papel do empresariado no combate à corrupção. “É fundamental que esta ação empresarial seja coletiva, no sentido de fazer com que empresas que pagam propina não recebam vantagens competitivas”, ensina o juiz. “Varrer para baixo do tapete não é uma alternativa nem econômica nem moralmente aceitável. Se varreremos, daqui a dez anos viveremos outra crise pior,

arcando com custos cada vez mais crescentes. Afastaremos o investidor externo, o empresário interno, além do impacto na nossa autoestima e na nossa democracia”.

Reconhecido por milhões de brasileiros como um paladino da moralidade e odiado por outros, Sérgio Moro não está sozinho nesta batalha contra a corrupção. Segundo a Associação dos Magistrados Brasileiros, há mais de 130 juízes sob algum tipo de proteção em função de graves ameaças por presidirem processos que envolvem poder econômico e poder político. Porém, Sérgio Moro é um exemplo de brasileiro íntegro, competente e corajoso. Quem sabe se tivéssemos mais juízes como ele, o nosso País não seria mais justo e a sensação de impunidade seria menor.



Consumíveis Saphira

O produto certo na hora certa. Simples assim.



Os consumíveis **Saphira** atendem a pré-impressão, passando pela impressão, até o acabamento, oferecendo uma ampla gama de produtos, testados e homologados pela **Heidelberg**, que garantem ótimos resultados. Além de tintas, blanquetas, chapas, provas e químicos, oferecemos a linha **Saphira Eco** que está em conformidade com as mais rígidas normas ecológicas do mundo. Seja qual for a sua necessidade, os consumíveis **Saphira** são entregues de forma rápida e confiável em todo o território nacional, e podendo ser adquiridos inclusive de forma online.



Conheça o novo Online Shop, 24 horas por dia,
7 dias por semana: shop.heidelberg.com/br

HEIDELBERG

Heidelberg do Brasil
Alameda África, 734 • Polo Empresarial Tamboré
06543-306 • Santana de Parnaíba • SP
Tel.: 11 5525-4489 • Fax.: 11 5525-4501
www.heidelberg.com/br

Diretoria da Fiepe para o QUADRIÊNIO 2016-2020

O economista e executivo Ricardo Essinger assumiu, no mês de junho último, a presidência da Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco - FIEPE, para o quadriênio 2016-2020. O presidente do SINDUSGRAF e da ABIGRAF - PE, Eduardo Carneiro Mota, é um dos vice-presidentes da Federação.

A cerimônia de posse da nova diretoria contou com a presença de importantes nomes do cenário econômico e político do país, além de lideranças sindicais, executivos, economistas e amigos. O senador Armando Monteiro Neto; o Secretário de Desenvolvimento Econômico do Estado, Thiago Norões, o Vice-presidente da CNI, Paulo Afonso; o Secretário de Meio Ambiente e Sustentabilidade, Sérgio Xavier; o ex-governador João Lyra Neto e a economista da Ceplan, Tânia Baccalar, estavam entre os que prestigiaram o evento.

Em discurso, o novo presidente Ricardo Essinger ressaltou os desafios que a nova gestão assume nesse momento controverso que o país enfrenta, mas disse estar agradecido por receber uma entidade bem administrada, graças ao comprometimento da administração passada, com ênfase no trabalho desenvolvido por Armando Monteiro Neto e Jorge Côrte Real.



Ricardo Essinger, presidente da FIEPE

“Com eles, o Sistema FIEPE iniciou um novo e profícuo ciclo, sedimentando uma cultura pró ativa em nossas entidades, mais voltada para o profissionalismo, para a formação tecnológica, para a interiorização. Hoje, assumo também o solene compromisso de trabalhar sem descanso para fazer da nossa Federação uma entidade ainda mais participante, mais determinada, buscando parceiros onde eles estiverem para a indispensável retomada do desenvolvimento que, com certeza, virá”, declarou Essinger.

Na nova formação, o ex-presidente e deputado federal, Jorge Côrte Real permanecerá como delegado representante da FIEPE junto à Confederação Nacional da Indústria (CNI).

DIRETORIA DA FIEPE

Diretor-Presidente:

Ricardo Essinger

1º Vice-Presidente:

Alexandre José Valença Marques

Diretores Vice-

Presidentes:

Aurélio Márcio Nogueira; Renato Augusto Pontes Cunha; Adenísio Lemos de Vasconcelos; Anísio Bezerra Coelho; João Sandoval da Silveira; Massimo Giovanni Maschio Cadorin; Dênis Sérgio Pereira de Sá; Rafael Araújo de Souza Coelho; Eduardo Carneiro Mota e Hercílio Victor Neto

Indústria gráfica une forças com a FIEPE

As entidades que representam a indústria gráfica em Pernambuco deram mais um passo importante para otimizar as ações pelo fortalecimento do setor. No dia 24 de outubro último, o SINDUSGRAF-PE e a ABIGRAF-PE inauguraram suas novas instalações, no 5º andar do prédio sede da FIEPE, na Av. Cruz Cabugá, 767 - Tel: 81 - 3412.8466. A iniciativa, segundo Eduardo Mota, presidente do SINDUSGRAF e da ABIGRAF-PE, “visa, sobretudo, unir forças com a Federação e com os demais parceiros aqui instalados, para melhor defender os interesses das empresas e dos empresários gráficos do nosso Estado. Sabemos que, juntos, poderemos oferecer mais e melhores benefícios às gráficas associadas, além de podermos agir com muito mais eficiência, como grupo de pressão empresarial”.

Na realidade, o Sindicato retorna ao antigo endereço, onde funcionou durante a década de 1990. Primeiro sindicato industrial a ser fundado em Pernambuco, o SINDUSGRAF nasceu com a denominação de Associação Profissional da Indústria Tipográfica, de Gravura e

Encadernação do Recife, fundada no dia 28 de março de 1939 e cujo reconhecimento pelo Ministério do Trabalho ocorreu em 11 de dezembro de 1941, quando a entidade passou a denominar-se Sindicato das Indústrias Gráficas do Recife. Neste mesmo ano, filiou-se à FIEPE - Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco.

“Sabemos que, juntos, poderemos oferecer mais e melhores benefícios às gráficas associadas, além de podermos agir com muito mais eficiência, como grupo de pressão empresarial”

PESQUISA

A mudança de endereço das entidades foi referendada por pesquisa realizada entre as empresas associadas, com apoio da FIEPE. Consultados através de questionário aplicado de forma aleatória entre as empresas associadas, a maioria dos empresários gráficos associados aprovaram a mudança, bem como a continuidade das ações desenvolvidas pelas entidades, com destaque para a assessoria jurídica.

3G BrasGraf
Comércio e Representações
de Materiais Gráficos Ltda.

Blanquetas **Papéis**
Chapas **Químicos**
Filmes **Tintas**

Rua José Álvaro de Melo, 392, Piedade - Jaboatão dos Guararapes/PE - Fones: (81) 3462.5302 / 4106.3802 - brasgraf!br@hotmail.com

Você que é Empresário, quer acompanhar as proposituras no Congresso Nacional que afetam direta ou indiretamente o setor industrial?

Venha conosco defender os interesses da indústria sergipana. Mande um e-mail para gabinete.defesa@fies.org.br ou ligue (79) 3226-7488 e conheça nossos produtos:

Acompanhamento Legislativo; Informe Legislativo; Agenda Legislativa da Indústria Sergipana; Sinopse do Diário Oficial, além de outros produtos de defesa de interesses.



FIES

Sistema Indústria

THOMAZ CASPARY

“Estou bastante otimista para o ano próximo, embora não possa soltar rojões”

Consultor requisitado por indústrias gráficas de todas as regiões do País, Thomaz Caspary encontrou espaço na sua agenda para uma entrevista exclusiva à revista Graphium. Falou sobre o presente do setor, deu dicas gerenciais e tecnológicas e fez previsões só possíveis para um dos maiores especialistas do setor.



Qual a sua avaliação do cenário brasileiro no pós-DRUPA 2016? Já acontecem mudanças significativas nas empresas gráficas?
Caspary | *Pudemos observar nesta DRUPA 2016 uma tendência voltada para a tecnologia digital de forma geral. Não posso afirmar que o empresário gráfico brasileiro que foi à feira, tenha absorvido em sua totalidade esta nova visão de mercado, tanto na área de tecnologia como no “business” gráfico em geral. Sistemas tradicionais e digitais*

estão se voltando às pequenas tiragens e é claro que os digitais têm os dados variáveis como vantagem única. Já em relação às embalagens existe um ponto de equilíbrio, ou seja, a zona de transição a partir da qual o digital deixa de ser eficiente economicamente e o analógico assume o espaço. Este por exemplo é o caso do Brasil na atualidade, onde a cautela impera e não se produzem grandes volumes de impressos. Falou-se muito em Nanografia e creio que, para nós brasileiros, este

processo ainda é um “sonho de futuro”. O apelo ecológico nas soluções de pré-impressão, com chapas livres de químicos e com processadoras mais robustas, foi também uma das tônicas da DRUPA. Precisamos lembrar que o Brasil não está em condições de grandes investimentos e que os equipamentos CTP continuam funcionando bem. Se os Platesetters estão funcionando a contento é porque as impressoras offset também nada deixam a desejar. Novos modelos de Gestão Fabril devem ser implementados para uma significativa redução dos tempos de acerto, alcançando a marca de três trocas em 15 minutos. O setup rápido e um controle de processo mais eficaz são as melhores armas do offset, sendo alcançados através de treinamento técnico de pessoal e adoção de Boas Práticas de Fabricação e Gestão Fabril.

Quais as principais deficiências gerenciais que você observa nas gráficas de pequeno e médio porte?

Caspary | Grande parte dos pe-

“Os departamentos de marketing de clientes, bem como agências de publicidade escolhem muitas vezes nossas gráficas pelos resultados mostrados nestes concursos de excelência gráfica”

quenos e médios empresários enfrentam dificuldade em administrar sua gráfica. Infelizmente, ainda não despertaram para o mercado. Pensam somente na empresa. Investem seu tempo em focar demais nos detalhes da produção ou dos custos, descuidando-se do mercado e das vendas e, com isso, faturam muito pouco. Não se preocupam com as

equipes de vendas e de administração destas vendas. Preocupam-se muito mais em fazer as máquinas girar, sem sequer saber se vai dar lucro, ou em visitar muitos clientes, sem se preocupar com a qualidade destas visitas. Infelizmente, predadores por excelência, os gráficos oferecem sempre um preço mais baixo do que o concorrente, sem analisar o custo. Oferecem somente impressos que todo mundo faz, como, por exemplo, blocos e talões, folhetos em pb, impressos publicitários, ou seja, commodities. Existem também algumas posturas defensivas, que o empresário gráfico vem adotando e que certamente comprometem a saúde das empresas gráficas, por exemplo:

> a procrastinação, ou seja, “vamos fazer amanhã o que não queremos fazer hoje” pois estamos acostumados a ver nas empresas o “deixar para mais tarde” o que nos faz perder oportunidades das mais variadas;

> custos, quando afirmam não saber como é que a outra gráfica consegue chegar a estes preços.

**- MÁQUINAS NOVAS
- USADAS
- SERVIÇOS
- PEÇAS**

UTILGRAF LTDA.

MÁQUINAS, MATERIAIS GRÁFICOS, PEÇAS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA
Rua do Jasmim, 211 - Loja 1 e 2 - Fones: (81) 3222.1898 / 3222.2863
Insc. Est. 0091655-25 • CNPJ: 08.631.624/0001-19
CEP: 50070-580 • Recife - Pernambuco
Site: www.utilgraf.com.br • E-mail: utilgraf@terra.com.br

REPRESENTANTE:

 
 
PEÇAS E ASSISTÊNCIA TÉCNICA



presa tem medo de errar, esperando que o tempo se encarregue de resolver as coisas.

Estas são algumas das principais atitudes que levam uma empresa à regressão e que podem custar a vida da sua gráfica. E agora o que fazer? Em qual direção devemos "navegar"? Acreditamos que isso está nas mãos de cada "Timoneiro" - o dono da empresa. Se conselho fosse valioso a gente não dava, vendia! Vamos, no entanto, dar aqui uma "colher de chá" para o leitor da revista Graphium: Faça um planejamento estratégico, mesmo que simplificado; Atualize-se na técnica de gestão; Prepare sua tática Mercadológica; Informatize a sua empresa, seja ela grande ou pequena; Mantenha atualizados os seus custos; Controle sua produção, vendas e a sua produtividade industrial.

Você já olhou para dentro da sua?

> "sabotagem" é quando a produtividade industrial ou mesmo de vendas, cai violentamente pelo fato do funcionário não vestir a camisa, ou por existir pouco serviço, trabalha com maior lentidão para não perder o emprego, pois se fica parado é sinal de que não

é necessário;

> gerenciamento profissional não existente. Muitos empresários, para economizar, preferem admitir gerentes com muita prática no ramo, porém com pouca visão administrativa;

> indecisão – Vamos deixar como está para ver como fica. Isso acontece quando o dono da em-

Quais fatores o empresário deve analisar neste momento, se pensar em investir em novas tecnologias para sua gráfica?

Caspary | É evidente que deve pensar primeiramente no Retor-



GWorks Solution 2.0



Cadastros	PCP
Mapa de Custos	Financeiro
Orçamento	CRM
OS	Nota Fiscal Eletrônica
Estoque	

Solicite uma demonstração!

Zênite
SISTEMAS

Tel.: (31) 3419-7300
Site: www.zsl.com.br
E-mail: vendas@zsl.com.br

no sobre o Investimento (ROI) que pretende fazer. Na nossa visão, sem um embasamento fiel e concreto de dados, que só consegue através de um Programa de Gestão, ele não deve se arriscar a investir em equipamentos. Caso já tenha feito a sua lição de casa e verificado através do seu Plano de Negócios o melhor caminho a seguir, posso orientar a procurar equipamento digital ou híbrido, que terá um retorno em curto prazo, caso tenha estudado o mercado e tenha os números de sua empresa na ponta dos dedos.

A nova geração de empresários gráficos irá revolucionar a gestão das empresas? Ou as mudanças gerenciais serão mais lentas que os processos de produção?

Caspary | Devido à criação e à cultura do período de sua formação, esse grupo de novos gestores ou líderes em nossas gráficas tem ética e postura profissional totalmente diferente, assim como um conjunto de valores que abala todas as estruturas existentes nas nossas

“A nova geração de empresários valoriza o tempo livre, a energia e a saúde no trabalho, que deve fazer parte da vida, e não ser a própria vida”

gráficas hoje em dia. As frustrações de gerenciamento das gerações anteriores são evidentes, porque elas davam um duro danado para serem promovidas. Tinham que sacrificar o tempo, a família, realizar tarefas braçais para agradar seus supervisores e trabalhar longas horas para ganhar algum respeito. As frustrações da nova geração também são evidentes, porque as pessoas querem viver a vida agora, não quando se aposentarem. Elas valorizam o tempo livre, a energia e a saúde no trabalho, que deve fazer parte da vida, não a própria vida. Nisso reside o contraste de valores que está fazendo o atual mundo corporati-

vo balançar. É claro que as pessoas desta nova geração também têm seus defeitos, mas não é isso que uma geração sempre diz de outra? Para ajudar na transição pacífica dessa geração para o ambiente de trabalho da geração anterior é bom conhecer seus fundamentos psicológicos, vantagens e desafios. No futuro, somente líderes inspiradores sobreviverão e conseguirão resultados excepcionais. Depois de se inspirar, o novo líder precisa aprender a se comunicar com seus liderados. É nesse ponto que sempre costumamos falar sobre a importância de um líder saber se comunicar com perfis diversos de liderados. Convém lembrar que a cultura dos estados do Sul-Sudeste, difere bastante daquela do Norte-Nordeste. Em função desta característica, é possível que em determinados estados do Brasil, esta transição se dê de uma forma mais lenta.

Qual a importância do Prêmio de Excelência Gráfica José Cândido Cordeiro para as indústrias gráficas do Norte e Nordeste?

Tintas Pantone
Papéis Off set
Chapas Positivas
Químicos p/Off-set

cortepel

Papéis e Materiais Gráficos
O seu papel cortado!

Papéis p/scrapbook
Furadores p/scrapbook
Papéis p/convites

Rua Velha, 309 Boa Vista - Recife - PE - 50.060-210 Fone: (81) 3221.7798 Fax: (81)3421.6676
 E-mail: cortepel@ig.com.br

Caspary | Todos os prêmios de excelência gráfica no Brasil são de extrema importância para mostrar ao mercado consumidor de impressos, quais as melhores empresas gráficas e as tecnologias adotadas de forma diferenciada que o restante das gráficas. Os departamentos de marketing de clientes, bem como agências de publicidade, escolhem muitas vezes nossas gráficas pelos resultados mostrados nestes concursos de excelência gráfica.

Como você analisa as perspectivas para o mercado gráfico brasileiro em 2017?

Caspary | Na verdade estou bastante otimista para o ano próximo, embora não possa soltar rojões - nem hoje e nem no primeiro semestre de 2017. Para reverter o quadro atual, teremos que colocar a mão na massa, a começar pelo "cabeça da empresa". Este deverá traçar, juntamente com seu "staff" (ou sua família), um planejamento estratégico, ou seja, uma meta que sirva como um norte para seus negócios. Saber o que pretende, mer-

cados a atingir, fontes de recursos etc. Você como gráfico deve pensar em tornar-se o melhor de seu segmento de mercado. Só assim poderá desenvolver uma estratégia vencedora e se diferenciar. Criatividade deve estar presente constantemente em suas ações, sejam comerciais ou fabris. Procure fazer sempre algo diferente do que faz a concorrência, senão você acaba brigando no preço e o resultado você já conhece. Reconheça os seus erros e não tenha vergonha de admiti-los. Erre, mas faça. Se você perceber que está no caminho errado, encare o problema de frente e tome uma decisão. Por favor, não misture a sua conta bancária particular com as da sua gráfica. Desta forma você nunca conseguirá medir os resultados da empresa, além do que, eventualmente você pode ir sucateando sua empresa, retirando em benefício próprio os resultados da empresa, no lugar de reinvesti-los. Sendo necessário, procure ajuda. É sinal de inteligência e bom senso procurar ajuda externa quando for preciso. O empresário gráfico não é obrigado

a dominar todas as áreas.

E o futuro? Como você imagina a nossa indústria gráfica em 2026?

Caspary | Em 2026 as gráficas que sobreviverem terão eficiência total, especializadas em determinados mercados e tecnologias. Esse "fazemos qualquer negócio" mata qualquer empresa! Certamente a impressão digital estará "bombando", o que não significa que não teremos mais papel. Por fim, será que ainda estaremos imprimindo ou seremos não mais a Indústria Gráfica e sim a "Indústria da Comunicação Visual", independentemente de que forma isso se dará? O líder do futuro terá que saber administrar seu tempo. Somente o que não vai se modificar no futuro é o fato de o dia ter 24 horas. O bom não será trabalhar 12 ou mais horas por dia. O bom será fazer o que deve ser feito no tempo dedicado ao trabalho. O líder do futuro continuará sendo ético, estratégico e focado. Gostará de mudanças, será equilibrado, talentoso, culto, honesto e confiável.

Tecnologia em Papel
Tecpel
 O PONTO DE PARTIDA PARA OS MELHORES IMPRESSOS
 OFF-SET | JORNAL | ADESIVO | COUCHÊ | LWC | CARTÃO | RECICLADO | BOOK PAPER
 (81) 2101.5000 - www.tecpel.com.br

TENHO DITO



“O equilíbrio fiscal é decisivo para a redução dos juros. Porém, a sociedade não aceita mais que isso seja feito com aumento de impostos ou com a geração de inflação. Assim, é premente a redução das despesas do governo”.

Zeina Latif
Economista

“Você pode fechar mais negócios em dois meses se interessando pelas pessoas, do que fecharia em dois anos tentando fazer as pessoas se interessarem por você”.

Dale Carnegie
Pioneiro em livros de autoajuda

“Aquele que anda na ponta dos pés não consegue manter-se ereto, aquele que dá passadas muito largas não consegue andar”.

Lao Tse

“Um homem de negócios é um híbrido de dançarino e calculadora”

Paul Valery
Escritor

“Existe o risco que você não pode jamais correr e existe o risco que você não pode deixar de correr”

Peter Drucker

“A vida não consiste em ter boas cartas na mão e sim em jogar bem as que se tem”.

Josh Billings
Escritor

“Não é o empregador que paga os salários: é o cliente”.

Henry Ford

Insumos de Qualidade

Álcool Isopropílico
 Colas (fabricação própria)
 Solventes para limpeza
 Solução de Fonte
 Químicos em geral Metalgâmica
 Nova Chapa Azura TS e TE (sem processamento)



Filial Recife (PE) Tel. 81 3339-4442 e 3339-4444 Matriz São Paulo (SP) Tel. 11 2782-7000



Frases de Henry Ford

“Não encontre as falhas, encontre as soluções. Qualquer um sabe se queixar”.

“O segredo de meu sucesso é pagar como se fosse perdulário e comprar como se estivesse quebrado”.

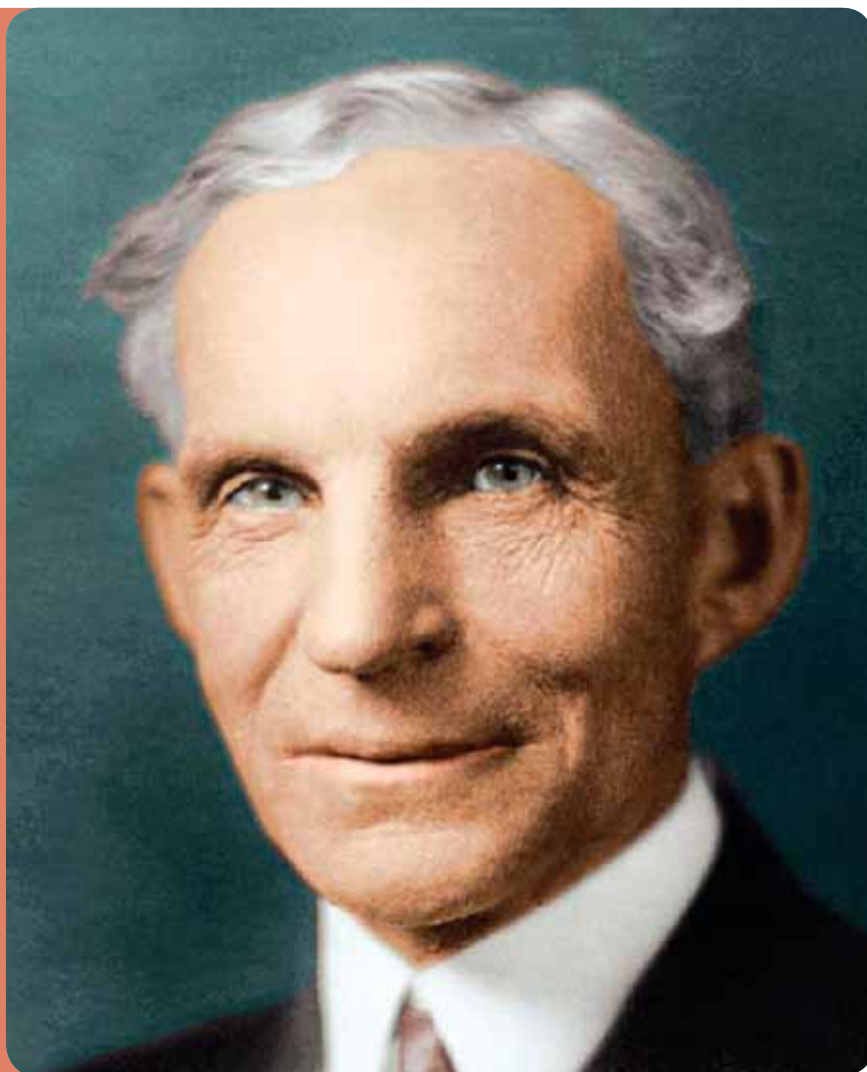
Há um punhado de homens que conseguem enriquecer simplesmente porque prestam atenção aos pormenores que a maioria despreza”.

“Pensar é o trabalho mais difícil que existe, e esta é, provavelmente, a razão por que tão poucos se dedicam a ele”.

“Há dois tipo de pessoas que não interessam à uma boa empresa: as que não fazem o que se manda e as que só fazem o que se manda”.

“Um negócio que não produz nada além de dinheiro, é um negócio pobre”.

“Existem mais pessoas que desistem do que pessoas que fracassam”.



abcdistribuidora.com.br

**ABC Distribuidora**
Produtos para a Indústria Gráfica
FONE: 81 3320 1550

50 anos
*Trabalhando
pelo Nordeste*

FORTALEZA
NATAL
TERESINA
RECIFE
SALVADOR
JOÃO PESSOA
SÃO LUÍS

Rua Jacy, 70, Imbiribeira, Recife/PE

E-mail: recife@abcdistribuidora.com.br

:Azura

A Agfa reinventa a forma de imprimir um futuro ainda mais sustentável.

Lucratividade, confiabilidade e sustentabilidade, nunca andaram tão juntas.

A Família :Azura, pioneira e líder mundial de mercado, cresceu e os benefícios das mais avançadas chapas offset da indústria gráfica são ainda maiores.

:Azura TS 10 Anos de Confiabilidade

A chapa livre de substâncias químicas mais aceita do mercado gráfico mundial acaba de completar 10 anos de vida. :Azura TS, a confiabilidade e segurança de sempre.

Lançamentos 2016

:Azura TE Do CtP para a impressora

Com a :Azura TE, não há necessidade de processador nem de unidade de limpeza, ou seja, não há necessidade de químicos, goma ou água. Do CtP diretamente à impressora, simples assim, possibilitando uma otimização de processo, tanto pelo alto contraste, quanto pelo rápido acerto de máquina.

:Azura TU* Desempenho Incomparável

A :Azura TU, que conta com uma unidade de lavagem ecológica e excelente resolução de imagem, é uma chapa robusta que proporciona uma tiragem ainda maior.

CHAPA VERDE
:Azura

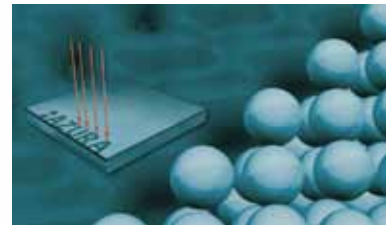


MENOR CONSUMO
DE ÁGUA E ENERGIA

SEM QUÍMICOS

Agfa Graphics
marketinggs.br@agfa.com
Tel.: 11 5188.6400
www.agfagraphics.com.br

ISO 9001 • ISO 14001 • ISO 50001 • OHSAS 18001



:ThermoFuse™

Tecnologia exclusiva **Agfa Graphics**, mundialmente reconhecida por ser a única do mercado, comprovadamente, que **substituiu por completo a utilização de solvente por água reciclada em seu processo de fabricação**. Ser sustentável para a **Agfa** é assim, entregar um produto que seja ecologicamente correto de ponta-a-ponta. **Isso é :Azura**. Confira alguns dos diferenciais da tecnologia **Agfa ThermoFuse™**:

- **Melhor contraste do mercado;**
- **Extrema simplicidade operacional** (maior latitude de trabalho = manuseio em luz branca + maior tempo entre exposição e impressão);
- **Setup de máquina ainda mais rápido** (menor utilização de papel no acerto de máquina + eficiente balanço de tinta e água + limpeza rápida);
- **Proteção contra riscos e manuseio.**

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Quem nasceu na antiguidade
e vive na contemporaneidade
precisa ser moderna.

IMPRESSÃO

Tão antiga, tão moderna que nunca sai de moda.

E que não falte
criatividade



PRÊMIO JCC

9º Prêmio José Cândido Cordeiro de Excelência Gráfica do Norte Nordeste



duplicopy

eurostar

TOP QUALITY CHEMICALS

Químicos para Artes Gráficas



- Solventes para Limpeza Ecológicos e Convencionais
- Álcool Isopropílico
- Solução de Fonte
- Químicos em geral

São Paulo (11) **2133.2155** • **3864.8000**

Curitiba (41) **3099.9800**

Recife (81) **3059.4222**

www.eurostargraficos.com.br

venda@eurostargraficos.com.br