



Sindigraf^{RS}



Notícias

Entidade vai a Brasília



Uma programação intensa marcou a visita dos líderes gráficos no Distrito Federal. Além da reunião com a executiva da Abigraf Nacional, o Sindigraf-RS teve a oportunidade de participar de um encontro com 27 deputados e dois senadores. O imposto

adequado para o setor foi um dos assuntos da pauta, entre outras reivindicações levadas aos representantes políticos

PRÊMIO GAÚCHO

Está na hora de separar as peças para concorrer no 3º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

PÁGINA

03

AO EMPRESÁRIO

Vender bem requer estratégias. Algumas dicas podem aprimorar a capacidade de comercialização de sua empresa

PÁGINA

07

Hora de definição

Patrícia Paes



Entre os dias 13 e 14 de março participamos de uma missão em Brasília, junto a representantes da indústria gráfica de todo o país, para tratar de assuntos de grande relevância para o setor. Um dos principais temas abordados – que preocupa a indústria gráfica

há, pelo menos, 25 anos – é a polêmica sobre qual imposto devemos recolher.

No início da década de 1980, o governo isentou do pagamento de ICMS nos impressos personalizados para o uso do cliente final. Essa isenção, no entanto, não é aplicada para diversos produtos gráficos, sujeitando as empresas do setor ao pagamento desse tributo, sendo que hoje, com a súmula 156 do Judiciário, a indústria gráfica está sendo induzida a pagar também o ISS para todos os produtos gráficos. Trata-se de uma situação delicada, que gera dúvidas e inquietude aos empresários e contrapõe estados e municípios: ambos cobram seus impostos, e o empresário gráfico acaba onerado por diversas formas. Além disso, a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas não cita nominalmente as gráficas como indústrias, passando a classificar a atividade como prestadora de serviços, o que aumenta o volume de contribuições a recolher. Esse quadro está desmotivando muitas empresas e levando outras tantas ao fechamento de suas portas, em função da múltipla carga tributária exigida.

Estamos trabalhando junto à Receita Federal para apaziguar esse conflito tributário. Nossa atividade principal sempre foi e continua sendo industrial, e nosso dever é pagar os tributos que forem especificados. Contudo, se faz premente uma definição. O Projeto de Lei 183 – que tramita há seis anos e já está aprovado na Câmara e no Senado – pode ser uma solução para a questão.

O Sindigraf-RS está em contato constante com parlamentares para alertá-los sobre essa situação e sobre a possibilidade de desastre que isso significa para as mais de 20 mil empresas do setor em todo o país. Conclamamos os colegas a discutirem o quadro com seus contadores e a levarem suas sugestões ao Sindicato, para que possamos enriquecer o debate e nos tornarmos mais fortes para a articulação com as autoridades vinculadas à questão.

Carlos Evandro Alves da Silva
Presidente

Abril

23 Escola de vendas

Durante toda a semana, acontece a Escola de Vendas. Veja mais detalhes na página 7. O evento ocorre na Universidade Sebrae de Negócios (Av. Sertório, 2.131), em Porto Alegre.

Mai

10 Meio Ambiente

Palestra Metodologias de Prevenção à Poluição, Identificação e Redução de Resíduos em Processos Gráficos, às 19h, na Universidade Sebrae de Negócios.

12 Offset

Também em Porto Alegre, será ministrado o curso Instrumentos de Precisão Aplicados na Impressão Offset, no CEP Senai de Artes Gráficas (Av. Assis Brasil, 8.450), a partir das 8h.

24 Formação de preço

Na Universidade Sebrae de Negócios, mais uma oportunidade de assistir à palestra Formação do Preço de Venda de Impressos Gráficos. Na Universidade Sebrae de Negócios, a partir das 19h.

30 Gestão ambiental

Nesse dia, acontece o seminário Gestão Ambiental na Indústria Gráfica. Confira detalhes na página 3.

Junho

02 Criação de marcas

Curso Metodologia de Criação de Marcas na sede do CEP Senai de Artes Gráficas, das 8h às 17h.

05 Meio Ambiente

Das 19h às 21h, palestra Metodologias de Prevenção à Poluição, Identificação e Redução de Resíduos em Processos Gráficos. O local do evento é a Universidade Sebrae de Negócios.

14 Formação de preço

Palestra Formação do Preço de Venda de Impressos Gráficos. Na Universidade Sebrae de Negócios, das 19h às 21h.

16 Tecnologia gráfica

Curso Tecnologia Gráfica para Vendedores de Produtos Gráficos. Aula no CEP Senai de Artes Gráficas, a partir das 8h.

29 Comemoração

Na data, comemora-se o Dia da Indústria Gráfica e o aniversário da Abigraf-RS. O jantar e o baile ocorrem na Associação Leopoldina Juvenil (Rua Marquês do Herval, 280), em Porto Alegre, às 20h.

Informações sobre as atividades agendadas pelo fone (51) 3323-0303 ou via e-mail: secretaria@sindigraf-rs.com.br.

Atenção: Não haverá expediente em 30 de abril, em função de compensação do banco de horas dos funcionários das entidades.

Informações e treinamento

Em março, dois eventos movimentaram o setor gráfico. No dia 10, aconteceu o curso *in company* na Gráfica Jacuí, em Cachoeira do Sul. O evento focou o tema tecnologia gráfica, contando com a presença de quatro palestrantes do Senai. Participaram 25 colaboradores da empresa. Fica a dica para as gráficas do interior do Estado: podem contar com os cursos



Divulgação/Sindigraf-RS

in company para levar novidades e informação para a sua cidade. Já no dia 15 foi a vez dos proprietários, sócios, diretores, gerentes e supervisores da indústria gráfica participarem do treinamento técnico Repensando sua Empresa, promovido pelo Sindigraf-RS. O consultor J. Ferrari discutiu questões como dinâmica de custos e o mercado atual, além da importância de o empreendedor se adaptar às mudanças, deixando de ser resiliente. E, no dia 22, as entidades também apoiaram a palestra "Novas soluções causam boas impressões". Promovido pela Xerox, o evento abordou as alternativas digitais para o mercado de artes gráficas.

Simulador on-line

O Sindigraf-RS está disponibilizando em seu site (www.sindigraf-rs.com.br) o simulador do Simples Nacional. A ferramenta pode ser utilizada pelo empresário como forma de avaliar se a opção pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa é o regime de tributação mais adequado para a realidade do empreendimento. Contudo, o resultado do simulador é apenas um indicativo. Para chegar a valores reais, o ideal é a realização de cálculos contábeis, juntamente com um profissional da área.

Meio ambiente em pauta

Uma gestão ambiental eficaz já virou realidade nas empresas contemporâneas. A fim de acompanhar as tendências, o Sindigraf-RS e a Escola Senai de Artes Gráficas programaram para o dia 30 de maio o seminário "Gestão Ambiental na Indústria Gráfica". Em breve, a entidade estará enviando a todas as gráficas a programação detalhada com os assuntos que serão discutidos no evento.

Tempo de votar

Em 3 de maio, serão realizadas as eleições para as novas diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS. Em cada entidade, concorre uma chapa única, encabeçada pelo primeiro diretor secretário da atual gestão, Paulo Roberto Coutinho, que concorre à presidência. As empresas associadas aptas a votar devem comparecer às urnas entre 10h e 17h.

Excelência gráfica



As empresas gráficas do Estado devem começar a separar suas melhores peças para concorrerem na 3ª edição do Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica. Este ano, novas categorias vão ampliar o leque de opções para quem quer mostrar a qualidade de seus produtos. Peças produzidas entre 1º de julho de 2006 a 31 de julho de 2007 podem ser inscritas. O período de inscrições é de 1º a 31 de julho. A solenidade de premiação vai ser realizada no dia 24 de agosto, na Casa do Gaúcho, no Parque Harmonia. Informações no site www.abigraf-rs.com.br.

Perspectiva positiva

A Associação Brasileira de Embalagem (Abre) espera um crescimento de 2% para o setor em 2007. O número é o reflexo de uma pesquisa divulgada pela entidade a respeito do desempenho setorial do ano passado. Há uma expectativa de que o aumento da massa salarial, consequência da ampliação das ofertas de emprego, influencie na demanda de produção. No estudo da Abre, foi constatado que a indústria de vidro teve um aumento de 6,14% em sua produção física, seguida pelo segmento de embalagens de metal, com 1%.

Negociação trabalhista

O Sindigraf-RS informa aos empresários que a negociação com a classe trabalhadora está em andamento e solicita que aguardem posição oficial, a ser enviada pelo Sindicato tão logo houver o término da negociação.

Patrocinadores 2007



STF muda posicionamento sobre crédito de IPI

No ano passado, veiculamos artigo no Sindigraf Notícias defendendo o direito de as empresas gráficas formarem crédito de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) nas operações isentas, submetidas à alíquota zero e não tributadas, com destaque para aquelas advindas da aquisição de insumos e matérias-primas, como o papel imune. Contudo, mencionamos expressamente que, por questão de segurança jurídica, o aludido crédito só poderia ser formado a partir de decisão judicial autorizativa, sendo impraticável a apropriação meramente administrativa. Na sessão plenária do último dia 15

de fevereiro, o Supremo Tribunal Federal (STF), revertendo posicionamento anterior em sentido contrário, considerou que as operações com insumos e matérias-primas cuja entrada é isenta, não tributada ou submetida à alíquota zero, não dão origem a crédito de IPI. Com a decisão, por seis votos contra cinco, o Plenário do STF decidiu pela impossibilidade de compensação de créditos de IPI relativos à aquisição de matéria-prima isenta, não tributada ou sujeita à alíquota zero.

Como a decisão marca uma mudança de jurisprudência, o Supremo agora terá de definir se essa tem efei-

Eduardo Plastina Advogado Tributarista

to apenas para o futuro ou retroativo. Tal posicionamento é fundamental, uma vez que várias empresas estavam fazendo a apropriação dos créditos já há algum tempo. Nesse caso, apenas aquelas que tenham decisão judicial (e, por isso, no nosso artigo anterior, destacamos o caráter fundamental da medida) não têm riscos de sofrer autuações fiscais. Diversamente, as empresas que, eventualmente, tenham aproveitado o crédito sem autorização judicial específica têm grandes chances de, caso o STF considere que a decisão tem efeito retroativo, serem autuadas pela apropriação indevida de créditos.

Aviso Prévio: duração e efeitos

Pode-se conceituar o aviso prévio como a forma estabelecida em lei para que uma das partes envolvidas por relação de emprego comunique à outra a intenção de pôr fim ao contrato que mantém. Portanto, a iniciativa da ruptura estabelece para as duas partes, empregado ou empregador, a obrigação de prévia notícia da intenção de rompimento do contrato de trabalho.

A CLT, nas disposições relativas à extinção do contrato, estabelecia para a parte que pretendesse extinguir a relação de emprego a obrigação de comunicar a seu empregado ou empregador tal intenção. O artigo 487 da lei dava prazo de oito dias, quando o pagamento do salário fosse semanal, ou inferior, e 30 dias, para os casos de pagamento quinzenal ou mensal.

Essa norma resultou revogada, em parte, pela Constituição Federal de

1988. Assegura a Lei Maior que o aviso prévio será proporcional ao tempo de serviço e terá, no mínimo, duração de 30 dias. O pagamento do aviso prévio proporcional previsto depende de regulamentação por lei ou de previsão em norma coletiva. As normas coletivas aplicáveis aos empregados da indústria gráfica não prevêm o pagamento de aviso prévio proporcional. Até o presente momento, o aviso prévio aos empregados do setor gráfico é de 30 dias.

Efetuada a comunicação, a manifestação de vontade torna-se definitiva para a parte que decidiu pela rescisão. Somente poderá ser revogada se houver concordância da parte que recebeu o pré-aviso. Assim, quando a empresa concede o aviso prévio indenizado não pode cancelá-lo unilateralmente, mas depende da concordância da outra parte. Se isso ocor-

Benôni Rossi Advogado Trabalhista

rer, o contrato terá continuidade, considerando-se inexistente o ato.

Podem-se excetuar os casos em que a empresa constata que o empregado que recebeu aviso prévio é detentor de estabilidade ou garantia provisória do emprego. Para esses casos tem a empresa o direito de cancelar eventual aviso. Não concordando o empregado estável com o cancelamento, ficará a empresa desobrigada de pagar os salários do período de estabilidade.

Em caso de cometimento de falta grave no curso do aviso prévio, por parte do empregador, o empregado fará jus ao restante do prazo do aviso, além da indenização que for devida. Se a falta grave for cometida pelo empregado, perderá ele o direito ao saldo do aviso, além da indenização correspondente ao levantamento do FGTS e acréscimo devido sobre o saldo do Fundo, em casos de despedida sem justa causa.

Sindicatos gaúchos presentes em Brasília

Líderes sindicais foram ao Distrito Federal reivindicar melhorias para o setor. Entre os assuntos tratados destacou-se o SuperSimples

Pequenas Empresas, que passa a vigorar a partir do dia 1º de julho. A legislação ainda é confusa para os empresários, que não têm certeza sobre o regime tributário mais adequado. O presidente do sindicato gaúcho fez uma análise dos prós e contras da adoção do SuperSimples. Para Silva, a nova lei descaracteriza o setor, que passa de indústria para prestador de serviço.

Elevação de tributos

Silva analisou o aumento das alíquotas, decorrente da mudança na legislação, que conjuga todos os impostos em uma só data. O que deveria simplificar, porém, está confundindo e pesando no bolso do contribuinte. "Antes, o empreendedor pagava sobre o faturamento. Agora, recolhe em cima do que realmente recebeu durante o mês", explica, ressaltando que, pelo SuperSimples, é somada a receita dos 12 últimos meses e calculada a alíquota correspondente à tabela da atividade. "O percentual passa a ser fixo, começando pelo valor operado por um ano."

Mesa-redonda

No dia 14 de março, os líderes sindicais estiveram na Receita Federal com o secretário Geral, Jorge Rachid, e o secretário-adjunto, Paulo Ricardo Cardoso. Um dos assuntos abordados foi referente às multas relativas à não-



Abigraf Nacional promove encontro com líderes do setor

apresentação das informações mensais sobre a utilização de papel imune. "Achamos correta a fiscalização por parte do órgão. Contudo, a penalização é muito alta, quase impagável. Há empresas que fizeram o registro e nunca compraram o papel por total desconhecimento da lei e estão sofrendo as consequências", afirma Silva. "A ação da Receita Federal deveria ser realmente em cima do uso indevido do papel linha d'água", complementa.

ICMS ou ISS?

Os parlamentares também ouviram o pleito de dificuldades enfrentadas pela indústria gráfica nacional. Empresários e presidentes de sindicatos do setor em todo o país aproveitaram para pedir uma solução a respeito do projeto de lei 183 a 27 deputados e dois senadores presentes na reunião. "O que devemos pagar: ICMS ou ISS? A legislação é dúbia por ter súmula, jurisprudência e outros recursos", questiona Silva. Os parlamentares se comprometeram a buscar uma solução para as pautas apresentadas durante a visita.

Lideranças da indústria gráfica gaúcha estiveram em Brasília levando as reivindicações do setor. Os debates aconteceram nos dias 13 e 14 de março, durante a reunião do Conselho Diretivo e da Diretoria Executiva da Abigraf Nacional. Estiveram presentes o presidente do Sindigraf-RS, Carlos Evandro Alves da Silva, e o 1º Diretor Secretário do Sindigraf-RS, Paulo Roberto Coutinho, além dos presidentes do Singraf Caxias, Adair Niquetti, e do Singrapel, de Pelotas, Gilmar Levien. Na ocasião, Silva discutiu questões referentes ao melhor imposto para as empresas gráficas. No primeiro dia, a assembléia debateu a Lei Geral para Micro e



Presidente do Sindigraf-RS debate tributos

Como andam suas reuniões?

As reuniões de trabalho são excelentes oportunidades para melhorar o desempenho. Entretanto, muitos profissionais não o percebem, pois conduzem ou participam de reuniões completamente informais, sem o mínimo de planejamento e disciplina, colaborando para torná-las improdutivas.

É difícil acreditar, mas há pessoas que ainda pensam que participar de uma reunião é “perder tempo” e, por este motivo, não apresentam a mínima confiança e consideram inútil esta atividade dentro das organizações. A seguir, alguns cuidados a serem tomados para realizar reuniões produtivas:

1. Pauta – É muito importante definir e divulgar a pauta com antecedên-

cia e somente às pessoas envolvidas nas questões a serem discutidas. Se possível, faça uma previsão, também, do tempo de apresentação para cada tópico a ser explorado durante a reunião.

2. Horário - Lembre-se sempre de determinar um horário para início e para término da reunião.

3. Pontualidade - A pontualidade deve ser aplicada inclusive pelo coordenador da reunião, considerando o horário de início e término da mesma.

4. Ouvir - Em uma reunião, busque ouvir a pessoa que está fazendo o uso da palavra. Muitos participantes deixam passar importantes oportunidades de expor suas opiniões por estarem desatentos. Aprender a ouvir não é tarefa fácil, mas também nada impossível.

Lenara Araújo Consultora de Qualidade

5. Envolvimento dos participantes

- Inúmeras reuniões são convocadas para decidir acerca de algum problema concreto, informar sobre mudanças necessárias e convocar pessoas a partilhar a responsabilidade de decisões. Além disso, é necessário contribuir e partilhar idéias com outros para levar adiante uma obra, uma mudança ou uma estratégia de trabalho. Uma decisão tomada em reunião permite que todos os participantes assumam a decisão em equipe, multiplicando a eficiência da ação e da decisão tomada.

6. Ata – É importante registrar as decisões tomadas na reunião, assim como as pendências. Dessa forma, o controle sobre o andamento dos assuntos fica mais fácil de ser realizado.

Consciência, atitude e transformação

Só existe um jeito de “mudar sem fazer força”: é com muita inteligência! Frequentemente, nas consultorias que realizo surge uma pergunta: “Como faço para melhorar a comunicação, o comprometimento e o desempenho dos funcionários?”. A minha resposta é “depende”! Depende do posicionamento da empresa em relação a essas questões, dos seus objetivos e da sua vontade de realmente querer que isto ocorra.

Em geral, as empresas parecem querer uma resposta fácil e rápida. Algo do tipo “como mudar tudo sem fazer força, sem mudar o que estou fazendo e, principalmente, sem me incomodar muito”. Um projeto assim simplesmente não existe.

Insisto nisso porque ando alarmado com a precariedade intelectual das conversações em algumas empresas, onde

técnicas requentadas de mudança são apresentadas com uma frequência assustadora e resultam em quase nada novo. As reuniões continuam sendo boicotadas pelos funcionários e até pelos próprios diretores, que preferem depoimentos emocionados, piadas e muito “oba-oba” motivacional, enquanto a “resaca” da realidade é cruel.

Muitos líderes que tentaram implantar mudanças – considerando necessidades e complexidades dos seres humanos que devem participar, escrever, gerenciar e operar estes processos – afirmam que modificar e transformar a cultura e o comportamento das pessoas para que apoiem o novo projeto é o maior desafio. Mais do que nunca, o fator gente é que decide ou não o êxito de uma empresa. O único modo de produzir sucesso duradouro é desenvolver um ambiente de trabalho

J Ferrari Consultor e Coach empresarial

que, além de atraente, priorize e faça crescer pessoas preparadas para alcançar seu potencial máximo. É neste campo que as empresas falham, e é neste ambiente de desencontros que vão surgindo e crescendo vários comportamentos ineficientes que geram péssimos resultados. A inclusão consciente dos valores é a linha divisória entre qualidade e Qualidade Essencial.

Funcionários com valores sólidos, motivações e capacidades nas áreas de efetividade pessoal, relacionamentos interpessoais e liderança, capazes de lidar com adversidades inerentes ao seu trabalho, são as pessoas certas. O sucesso predomina quando todos agem com competência, integridade e respeito. Estes recursos não podem ser induzidos somente por treinamento ou incentivos; precisam brotar do coração, como desejo de viver uma vida nobre e ética.

Explore as diferenças e aumente as vendas

O sucesso do profissional de vendas depende de um quesito fundamental: planejamento. Conhecer e explorar os potenciais do cliente pode significar sucesso

A área comercial de uma empresa é vital para o seu funcionamento pleno e eficaz. Colocar a equipe de vendas na rua requer mais do que boa conversa e simpatia. O vendedor contemporâneo precisa ser profissional e estabelecer metas, a fim de manter e prospectar clientes. No setor gráfico, a realidade não é diferente. Com o mercado cada vez mais competitivo, ganha quem tiver estratégia e foco de negócio. Planejar é a chave do sucesso. A relevância do tema incentivou o Sindigraf-RS a promover a “Escola de Vendas”, um treinamento específico para a indústria gráfica. O evento acontece entre os dias 23 e 27 de abril e vai abordar aspectos fundamentais para o êxito da atividade. Segundo o palestrante e consultor empresarial Contranio Riccioppo Júnior, serão apresentadas técnicas de marketing voltadas para aumentar o poder de comercialização do segmento.

Conhecendo o cliente

Para Contranio, não basta saber abordar o cliente. O vendedor precisa ir além e analisar informações que revelem a verdadeira face da clientela. Hoje, argumenta, o profissional de vendas é um homem de

marketing, que precisa conhecer o seu consumidor. “Há uma diferença entre conviver e conhecer. Em um relacionamento comercial, os laços devem ser fortalecidos.” A segmentação é um bom começo para se definir como vender melhor, atendendo os diferentes nichos de clientes da empresa. Reconhecer e aprender a lidar com cada pessoa exige do vendedor capacidade de adaptação. “A venda se inicia no planejamento, quando se busca intimidade com os perfis variados. A partir daí é possível criar argumentos convincentes e abusar da criatividade para negociar e fechar contratos”, explica o consultor.

Ouçá mais

Aquele velho estereótipo do profissional de vendas com características de pessoa que fala demais e sempre a mesma coisa também está ultrapassado. Prestar atenção no que o outro tem a dizer é uma oportunidade de ficar por dentro das suas necessidades. De acordo com Contranio, pesquisas revelam que o cliente não tolera vendedores



“falantes” e repetitivos. “Ele acaba se tornando inoportuno e chato. Numa conversa, é fundamental ouvir.”

O bom filho à casa torna

As perdas devem ser reparadas com uma análise profunda do que desgastou a relação. Um pequeno equívoco pode trazer prejuízos imensuráveis ao empreendimento. “Estresse entre fornecedor e consumidor é normal. Contudo, a diferença está em definir objetivos para reverter o quadro”, elucida o consultor, para quem a solução está em uma postura proativa do vendedor. “Mostrar interesse em resgatar o contato é o princípio de tudo. O segundo passo consiste em deixar evidente o quanto ele é considerado pela empresa. Apresente uma saída para o problema. Como diz o ditado: ‘O bom filho à casa torna’.”

Versatilidade na prestação de serviços

Há 21 anos, entrava no mercado a StampGraf, com idéias e conceitos inovadores. A empresa destacava-se por prestar tanto serviços gráficos como de serigrafia técnica e industrial. O empreendimento idealizado pela família Blazejuk cresceu apostando em tecnologia e acompanhando as tendências mundiais. Para Paulo Blazejuk, sócio-proprietário, o grande mote foi aproveitar a necessidade que a indústria tinha na linha de identificação para equipamentos industriais e comerciais. "O início é sempre difícil, pois é preciso conquistar espaço." A sócia Marta Blazejuk também relembra os primórdios do

Luiz Gustavo Machado/divulgação Stampgraf



A sede ocupa área de 1.000 m²

negócio, que se sedimentou no final dos anos 80. "Com o dinheiro dos trabalhos, compramos maquinário e matéria-prima. Custamos a ter retorno", conta.

Em 2006, a empresa adquiriu um equipamento para montagem de componentes SMD. A tecnologia é uma espécie de robô que otimiza o tempo de inserção de itens de teclados aplicados em balanças eletrônicas e painéis de eletrodomésticos, entre outros. "Antes o trabalho era manual. Foi um grande avanço", ressalta o sócio-proprietário.

Sediada em Porto Alegre, a StampGraf possui 100 clientes, atendendo todo o Brasil. Os 32 funcionários participam de treinamentos anuais. "O trabalho de equipe é muito importante para fidelizar o consumidor. Uma das nossas receitas de sucesso é investir no ser humano."

Empresas associadas interessadas em ter sua história contada nesta seção podem escrever para sindigraf@tematica-rs.com.br.

Agenda fiscal – Abril de 2007

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 03/2007	4/04	Cofins	Faturamento 03/2007	20/04
Salário	Folha de pagamento 03/2007	5/04	PIS	Faturamento 03/2007	20/04
FGTS	Folha de pagamento 03/2007	5/04	Parcelamento MP 303/2006	Pgto. INSS	20/04
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 03/2007	5/04	Simples	Faturamento 03/2007	20/04
Sintegra	Mês 03/2007	9/04	ICMS - Indústria - EPP	Vendas 03/2007	23/04
DCTF	2º Semestre 2006	9/04	Gis mensal	Vendas 03/2007	23/04
DACON	2º Semestre 2006	9/04	IOF	2º decênio 04/2007	25/04
Imp. de Renda na Fonte	Período: de 01/03 a 31/03/2007	10/04	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/04 a 15/04/2007	30/04
Previdência Social	Folha de pagamento 03/2007	10/04	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 03/2007	30/04
ISSQN	Prestação de Serviços 03/2007	10/04	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 03/2007	30/04
ICMS - Comércio - EPP	Vendas 03/2007	12/04	Imposto de Renda S/Lucro	1º Trimestre	30/04
Gia Mensal	Vendas acima 174.000 UPF	12/04	Contribuição Social S/Lucro	1º Trimestre	30/04
IOF	1º decênio 04/2007	13/04	REFIS/PAES	Faturamento 03/2007	30/04
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/03 a 31/03/2007	13/04	Parcelamento MP 303/2006	Pgto. SRF E PGFN	30/04
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	16/04	I.R.P.F	Declaração de Ajuste Anual	30/04
Gia Mensal	Vendas abaixo 174.000 UPF	18/04	Mensalidade Sindigraf	Bimestral	30/04

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

EXPEDIENTE



Grande do Sul e da Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional Rio Grande do Sul

Av. Pernambuco, 2623 – 5º andar – CEP 90240-005
Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0303
www.sindigraf-rs.com.br – www.abigraf-rs.com.br
sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br
abigraf-rs@abigraf-rs.com.br

Publicação do
Sindicato da Indústria
Gráfica no Rio

Presidente: Carlos Evandro Alves da Silva

Vice-presidente: Luiz Carlos Pagano Gasperini

1º Diretor Secretário: Paulo Roberto Borgatti Coutinho

2º Diretor Secretário (Sindigraf-RS): Eloí Santos de Farias

2º Diretor Secretário (Abigraf-RS): Angelo Garbarski

1º Diretor Tesoureiro: Osni Tadeu dos Santos

2º Diretor Tesoureiro (Sindigraf-RS): Lourival Lopes dos Reis

2º Diretor Tesoureiro (Abigraf-RS): Francisco Alba

Produção e Execução:



Fone: (51) 3346-1194
www.tematica-rs.com.br
redacao@tematica-rs.com.br

Edição: Fernanda Reche – MTb 9474, Svendla Chaves – MTb 9698

Chefe de reportagem: Renata Giacobone

Colaboração: Mariana S. Thiago, Patrícia Campello e Francine de Souza

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Silvío Ribeiro

Pré-impressão – CTP e Impressão: ANS Gráfica e Fotolito Digital Ltda.

Tiragem: 2.000 exemplares