



Sindigraf^{RS}



Notícias

Um mapa do setor

Os primeiros resultados do Diagnóstico Setorial, projeto do Sindigraf-RS em parceria com o Sebrae-RS, foram divulgados em um evento que reuniu empresários das empresas pesquisadas. Na fase inicial, foram avaliadas 40 gráficas, localizadas na região metropolitana de Porto Alegre. A pesquisa examinou áreas como finanças, planejamento, produção e marketing, entre outras. Na ocasião, cada gráfica recebeu o seu relatório individual



BALCÃO AMBIENTAL

PÁGINA

03

Conheça o novo serviço voltado à indústria, que agiliza o encaminhamento dos licenciamentos ambientais

AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

07

A apresentação é tudo. Por isso, um portfólio bem organizado pode contar pontos no momento da venda

Direção certa

Patrícia Paes



O Sebrae-RS, com o apoio do Sindigraf-RS, possibilitou às gráficas participantes do Diagnóstico Setorial, projeto iniciado em abril deste ano, uma grande oportunidade: conhecer seus pontos fortes, assim como as suas dificuldades. As

vantagens em ter identificados os problemas de áreas internas, estratégias para o bom funcionamento de um negócio, são muitas. Mas, o principal é poder sair em busca de soluções pontuais.

A parceria com o Sebrae-RS e a preocupação de desenvolver um trabalho deste nível revelam o desejo da entidade em contribuir com as suas associadas e filiadas no sentido de que possam melhorar os seus processos e seguir rumo ao desenvolvimento. A avaliação minuciosa englobou áreas de extrema relevância para a saúde da empresa.

A média geral mostrou que os índices mais baixos ficaram com os setores administrativo e de mercado, respectivamente. Muitas gráficas ainda não perceberam o quanto praticar uma gestão participativa e investir no treinamento dos seus colaboradores, por exemplo, agrega valor. Sem dúvida, a capacitação faz a diferença. A entidade tem colaborado, nesse sentido, oferecendo cursos e palestras de aprimoramento de conhecimentos tanto a empresários como a funcionários.

Não menos importante é ter planejamento de marketing, pesquisas de satisfação e levar novidades ao consumidor. O diagnóstico identificou a ausência desses itens em quase todos os grupos analisados, inclusive em gráficas de porte maior.

A única diferença é que entre aquelas com equipes de 20 a 99 colaboradores há a iniciativa de renovar o mix de produtos e serviços. Que os resultados sirvam de alerta para a necessidade de não parar no tempo e de procurar estar atento à conjuntura e às nuances que envolvem o mercado gráfico.

Os 40 primeiros estabelecimentos avaliados já podem começar a elaborar seus projetos. Saber exatamente o que é preciso mudar facilita na hora de determinar ações estratégicas, pois estas passam a ser específicas. Os resultados apurados pelo Sebrae-RS dão a direção, só falta agora o engajamento do empresário.

Paulo Roberto Borgatti Coutinho
Presidente

Outubro

18 Custos

Acontece mais uma turma da palestra Formação do Preço de Venda de Impressos Gráficos. O evento começa às 19h, na Universidade Sebrae de Negócios (Rua Siqueira Campos, 805 – Centro), em Porto Alegre.

20 Pré-impressão

Na data, será ministrado o curso Digitalização de Imagens e Saída Digital. O encontro será realizado no CEP Senai de Artes Gráficas (Av. Assis Brasil, 8.450), em Porto Alegre. A aula se inicia às 8h e se encerra às 15h.

29 Evento apoiado

O Sindigraf-RS e a Abigraf-RS apoiam o Workshop Qualitativo da SSP-Nemo.

Novembro

06 Custos

Empresários e colaboradores têm outra oportunidade para participar da palestra Formação do Preço de Venda de Impressos Gráficos. O evento será no Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 - 5º andar), em Porto Alegre, a partir das 19 horas.

13 Meio ambiente

Mais uma vez a entidade promove a palestra Metodologias de Prevenção à Poluição, Identificação e Redução de Resíduos em Processos Gráficos. O encontro acontece no Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2.623 - 5º andar), em Porto Alegre, a partir das 19 horas.

24 Impressão Offset

Dia para aprimorar conhecimentos com o curso Automação e Novas Tecnologias Aplicadas à Impressão Offset. O evento ocorre no CEP Senai de Artes Gráficas (Av. Assis Brasil, 8.450), em Porto Alegre, a partir das 8 horas.

Dezembro

01 Festa de Fim de Ano

A data promete movimentar a indústria gráfica gaúcha. As entidades convidam o setor para a Festa de Fim de Ano da Abigraf-RS. A comemoração vai ser realizada no Parque Fazenda da Serra (RS 476, nº 820), em Canela. A festividade começa às 9h e se estende até as 17h. Reúna a família e participe!

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

Atenção: Não haverá expediente no dia 16 de novembro, em função da compensação do banco de horas dos funcionários das entidades.

Mudanças na Jacuí

No dia 31 de agosto, a Gráfica Jacuí realizou o evento de inauguração da sua nova sede, em Cachoeira do Sul. A mudança para um prédio de 2,2 mil m² representa mais um marco na trajetória da empresa, que comple-



Colaboradores comemoram ampliação

tou, no início de setembro, 37 anos de mercado gaúcho. No encontro, estiveram presentes o diretor do Sindigraf-RS, Lourival Lopes dos Reis, e o superintendente das entidades, Luiz Carlos Gautério Pinheiro.

Avalie sua empresa

Atenção, empresas interessadas em participar do sistema de avaliação 2007 do Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP): as inscrições para o Nível 1 se encerram no dia 31 de outubro. Não perca a oportunidade de avaliar sua empresa. Participe! Saiba mais sobre o programa, acessando o site www.portalqualidade.com/programas/pgqp.

Reunião

Nos dias 21 e 22 de setembro, o presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, Paulo Roberto Borgatti Coutinho, viajou a Manaus, participando da inauguração da Abigraf Regional do Amazonas e da reunião do Conselho Diretivo e da Diretoria Executiva da Abigraf Nacional.

Planejamento Estratégico

No dia 6 de outubro, gestores e colaboradores das entidades estiveram reunidos para elaborar o Planejamento Estratégico 2007/2010. O encontro aconteceu no Hotel Deville com o objetivo de traçar planos de ação que melhor atendam aos interesses das suas associadas e filiadas.

Entidade movimenta o setor

O mês de setembro ofereceu uma agenda cheia para a indústria gráfica. A palestra Formação do Preço de Venda de Impressos Gráficos aconteceu em duas edições, nos dias 5 e 18 de setembro, em Porto Alegre. Na primeira, participaram nove pessoas; na segunda, dez participantes de oito gráficas. No dia 13, o tema foi meio ambiente, com a palestra Metodologias de Prevenção à Poluição, Identificação e Redução de Resíduos em Processos Gráficos. O evento contou com 15 pessoas, oriundas de dez gráficas. No dia 29, o segmento pôde conferir o curso Tecnologia Computer-To-Plate (CTP), que atraiu 25 participantes de dez empresas.



Evento sobre custos



Palestra ambiental

Fernando Pini

Confira os números do 17º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini: 1.374 peças inscritas, em 60 categorias. A entrega dos troféus acontece no dia 27 de novembro, no Expo Barra Funda, em São Paulo.

Balcão Ambiental

Um novo serviço foi implantado, em agosto, para agilizar a tramitação do licenciamento ambiental na área industrial. Trata-se do Balcão Ambiental, criado a partir de uma parceria do Sistema Fiergs com a Secretaria Estadual do Meio Ambiente (Sema) e a Fundação Estadual de Proteção

Ambiental (Fepam). O objetivo da iniciativa é oferecer orientação e suporte técnico nos processos de encaminhamento de pedidos de licença ambiental. O balcão está instalado na Fiergs e o seu acesso pode ser feito pelo telefone (51) 3347-8882 ou pelo e-mail balcaoambiental@fiergs.org.br.

Patrocinadores 2007

HEIDELBERG

Banrisul

Perfil
consultoria gráfica

MANI

alphaprint

SPP-NEMO
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL

XEROX

SulPel

Pre Press

PRESGRAF

RIOBRANCO
COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPEIS LTDA

ans

GUTENBERG

Gordinho Braune
Mellomon

KSR
Papéis e Produtos Gráficos

Segurança e saúde nas empresas gráficas

Heloise Lunardi Coutinho Engenheira Civil / Consultora de Meio Ambiente e Qualidade

No mês de setembro, o Grupo Ambiental do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, representado por voluntários (Lourival Reis, da Grafiset; Heloise Coutinho, da Tekne, Paulo Gasperini, da Ética, Odalci Tempes, da Pallotti, Valter Zottis, do SENAI Artes Gráficas, Tânia Silveira e Luiz Carlos Pinheiro, do Sindigraf-RS e da Abigraf/RS), acrescentou em suas atividades mensais a área de Saúde e Segurança, além das atividades normais de Gestão Ambiental. Este artigo é a introdução do nosso trabalho e serve para todos refletirmos sobre as reais necessidades e cuidados das empresas gráficas nestas áreas.

O gerenciamento de pessoas nas empresas modernas é o alicerce de todo o sucesso nas organizações. Os colaboradores com bom conhecimento, dedicação e eficácia são fundamentais.

Neste sentido, cada vez mais os empresários têm se preocupado em cuidar da saúde e segurança de todos: proteção individual, levantamento de riscos, exames preventivos de saúde, exercícios, educação alimentar, combate ao vício do fumo e do álcool, hábitos adequados no exercício de suas funções, bem-estar, entre outros aspectos.

Todas as pessoas que de alguma maneira se expõem a riscos podem sofrer algum tipo de acidente do trabalho, mesmo aquelas que nunca se acidentaram. Para evitar isto é necessário que todos os colaboradores das empresas tenham conhecimento dos perigos que os cercam. Desta forma, é necessário que todos obedeçam às normas de segurança, tenham ordem, cuidado e disciplina. Para tanto as empresas devem fornecer informações e

treinamentos para seus colaboradores nestas áreas.

Os acidentes de trabalho são decorrentes de uma variedade de causas. Precisamos analisar os diversos fatores ambientais, humanos e materiais que favorecem a sua ocorrência.

As empresas gráficas devem ter os seus Programas de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), Programas de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) e Programas de Prevenção e Combate a Incêndios (PPCI), entre outros. Estas ações auxiliam as empresas na orientação aos seus colaboradores e cumprimento das normas, tais como a utilização correta de Equipamentos de Proteção Individual (EPI). Aguarde nas próximas edições do Sindigraf Notícias mais novidades destas áreas.

Como as empresas querem ser percebidas

Guilherme dos Santos Teixeira Assistente de Marketing do Grupo Alvenius

Empresas que se preocupam com seu futuro e orientadas para os resultados certamente têm objetivos estratégicos traçados através de suas metas, em termos de faturamento, vendas, participação de mercado, linha de produtos, crescimento e segmentação. No entanto, um ponto consideravelmente relevante é fazer o monitoramento e a mensuração de como seu público as percebem.

O ponto-chave deste artigo refere-se a promover a discussão da relação entre conceitos considerados básicos no marketing, como Marca, Identidade de Marca, Posicionamento e Imagem de Marca, mas que em alguns casos não são tratados, na prática, como aspectos fundamentais pelas organizações, por questões de estrutura interna, falta de co-

nhecimento ou até mesmo desvio de prioridade. É evidente que no estágio atual do mercado, em qualquer que seja o setor, a adoção de uma marca é importante para o desenvolvimento e durabilidade de um negócio. Porém, observa-se que não basta apenas criar uma marca, é necessário geri-la, para que essa sempre preserve ou aumente seu valor.

A criação de uma marca coerente, consistente e focada envolve o conhecimento da identidade da empresa, conhecimento esse que se baseia nos atributos intrínsecos, como valores, crenças, políticas, objetivos, ações, estratégias, missão e cultura – além dos aspectos externos, como a análise dos concorrentes e das necessidades dos consumidores, visando com isso ex-

pressar algo diferenciado e único para o mercado. Os esforços de marketing devem convergir para uma minimização da dissonância entre a imagem e a identidade, evitando e reduzindo eventuais desvios perceptivos, fazendo com que dessa forma uma marca torne-se sustentável no segmento em que atua.

Não adianta a empresa querer ser vista de uma maneira, mas na realidade ter sua imagem distorcida na mente dos consumidores. Cabe aos gestores destas instituições analisar o grau de relevância deste assunto e estabelecer suas estratégias de desenvolvimento de uma sólida identidade, expressá-las ao mercado alvo de maneira eficaz e adotar constantes medidas para avaliar se tudo está sendo interpretado da maneira correta.

Pontos fortes e fracos do setor

O perfil da indústria gráfica gaúcha começou a ser traçado. O Diagnóstico Setorial vai abranger 120 empresas ainda esse ano. Os dados iniciais surpreenderam alguns diagnosticados

Os primeiros resultados do Diagnóstico Setorial realizado com 40 empresas da Região Metropolitana de Porto Alegre foram apresentados, no dia 11 de setembro, na sede do Sindigraf-RS.

O evento contou com a participação de 17 gráficas, que acompanharam a exposição feita pelo consultor do Sebrae-RS, Luiz Carlos Vivian Corrêa, e pela gestora do Pólo Regional do Setor Gráfico do Sebrae-RS, Viviane Andressa Pinto.

A pesquisa aconteceu no período de abril a julho de 2007 e examinou amostras de estabelecimentos divididos conforme o número de colaboradores: grupo 1 (três a cinco), grupo 2 (seis a dez), grupo 3 (11 a 19) e grupo 4 (20 a 99). O estudo primou por identificar pontos fortes e fracos nas seguintes áreas: estratégica, mercado, produção, comércio e serviços, finanças e administração e recursos humanos.

Na média geral, de acordo com os critérios avaliados pela pesquisa, 44,33% das empresas que integraram o primeiro grupo contabilizaram uma baixa pontuação nos itens analisados de cada área, enquanto 57,22% do segundo chegaram a um percentual considerado regular. Os demais alcançaram níveis satisfatórios (66,87% e 74,61%). "As

duas áreas que mais precisam melhorar são a administrativa e a de mercado. Já a área interna de comércio e serviços é a que sobressai positivamente no estudo", afirma o consultor do Sebrae.

Diagnóstico em mãos

Um dos momentos importantes da reunião foi a entrega do diagnóstico. As empresas presentes tiveram a oportunidade de receber o material e as considerações do Sebrae em relação ao seu desempenho. Para algumas o conteúdo era previsto, mas outras tiveram uma verdadeira surpresa. O empresário porto-alegrense Robson André Machado, da Ramaje Editora Gráfica, se surpreendeu com os resultados. Segundo o empresário, o que a pesquisa mostrou como ponto fraco ele acreditava ser um dos pontos fortes do seu estabelecimento: o setor de produção. "Nós pensávamos estar bem neste quesito e, na verdade, temos muito para evoluir", conta o empresário. Machado ressalta que a gráfica começou a fazer movimentos em busca de soluções para as dificuldades: "Vamos criar um sistema de controle de todo o processo produtivo". Na opinião de Ricardo Kalfelz, da Data Certa, o trabalho foi bastante



esclarecedor e vem a auxiliar principalmente as empresas que nunca procuraram o apoio de uma consultoria. "O item nevrálgico é a área comercial, até porque não temos um departamento que cuide desta atividade", explica o empreendedor, que não perdeu tempo. "Pretendemos contratar profissionais de marketing para assumir a função." O diagnóstico da Gráfica Venus estava dentro do esperado, segundo o empresário Emerson Garcia. A média mais baixa foi registrada no segmento de recursos humanos. Em contrapartida, na área estratégica a empresa alcançou percentuais favoráveis. "Temos a preocupação de divulgar adequadamente o nosso negócio. Investimos, por exemplo, em embalagens personalizadas para entregar produtos. A iniciativa dá retorno", conclui Garcia. O projeto não pára por aí. Em breve, novas visitas serão agendadas. A meta é totalizar 120 empresas.

Quem tem Banrisul tem tudo.



Nova resolução referente a acidentes de trabalho

Dante Rossi Advogado Trabalhista

O Conselho Nacional da Previdência Social (CNPS) editou, recentemente, resolução que recomenda ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) a propositura de ações regressivas contra os empregadores considerados responsáveis por acidentes do trabalho. Em princípio, tal procedimento seria adotado nos casos em que for comprovado o descumprimento, pela empresa, de normas de segurança e higiene do trabalho.

A ação regressiva, também chamada de ação recursória, pode ser intentada pela pessoa, física ou jurídica, que foi condenada a pagar obrigação originalmente de outrem. Para exemplificar,

é procedimento assegurado ao fiador contra o afiançado para obter o ressarcimento de pagamento a que foi obrigado na condição de fiador.

Não nos parece lícita tal pretensão. O objetivo do seguro é exatamente assegurar-se em relação à ocorrência de acidentes do trabalho. Para isso a empresa é onerada com pesado encargo pago ao segurador, no caso, o INSS. Somente na hipótese de inexistência de seguro é que poderia ser chamada a empresa a responder pela obrigação. Não se pode admitir, mesmo na existência de culpa, que a empresa precise ressarcir ao órgão previdenciário ao qual já pagou vultosas contribuições.

Ao contrário, caberia à empresa, depois de determinado período em que nenhum acidente tenha ocorrido em seu estabelecimento, buscar a devolução do que pagou pelo seguro obrigatório. A pretensão da Previdência parece-nos, por todos os motivos, descabida e arbitrária.

Sirva esta mensagem como alerta aos leitores. Se efetivamente o INSS adotar as medidas propostas na Resolução aqui examinada, caberá forte reação na esfera judicial, para evitar que o tomador do seguro não veja frustrada a garantia que buscava mediante o correto pagamento das obrigações relativas ao seguro de acidente do trabalho.

O direito das gráficas ao diferimento de ICMS

Eduardo Plastina Advogado Tributarista

O Regulamento do ICMS (RICMS) do Rio Grande do Sul estabelece que todas as operações de entrada decorrentes de importação, promovida por estabelecimento industrial inscrito no Cadastro de Contribuintes do estado, de máquinas e equipamentos industriais destinados ao ativo permanente e sem similar nacional, estão submetidas ao diferimento de ICMS. Diferimento, dentro da legislação tributária, é técnica de tributação pela qual, ainda que haja a operação de circulação de mercadorias e a incidência da norma de tributação, o pagamento é postergado para alguma das etapas seguintes da cadeia. Na hipótese da importação de máquina e equipamento industrial, por-

tanto, basta que (i) o bem importado destine-se ao ativo permanente; (ii) a importação seja realizada por estabelecimento industrial; (iii) o desembaraço aduaneiro aconteça do Rio Grande do Sul; e (iv) não haja similar fabricado no Estado – o que é comprovado mediante atestado emitido pela Secretaria do Desenvolvimento e dos Assuntos Internacionais - SEDAI, com base em informação fornecida por entidade representativa do setor ou por órgão técnico.

Com base nessa previsão normativa, as gráficas têm, há diversos anos, conseguido diferimento de ICMS nas importações de máquinas e equipamentos, com destaque para as impressoras. Ultimamente, em razão da jurisprudência do STJ, que é pacífi-

ca no sentido de que as atividades gráficas (indistintamente enquadradas como “composição gráfica”) têm natureza de prestação de serviço e devem, por isso, tributadas pelo ISS, a Fiscalização gaúcha tem negado, em alguns casos, o diferimento, sob a alegação de que as empresas gráficas não são indústrias.

Esse posicionamento, contudo, não encontra respaldo na ordem jurídica pátria, seja porque, juridicamente, sempre se considerou que as atividades gráficas eram industriais; seja porque a circunstância de eventualmente prestar serviço e ser tributada pelo ISS não afasta o caráter industrial da atividade desempenhada e do equipamento importado e utilizado.

LEMBRE-SE: Gráficas que realizam operações com papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos, adquirindo-o de terceiros com ou sem imunidade tributária, são obrigadas a apresentar, até o último dia útil de outubro, a Declaração Especial de Informações Relativas ao Controle do Papel Imune (DIF-Papel Imune), em relação aos meses de julho, agosto e setembro.

Apresente sua empresa

O cliente precisa conhecer a empresa para ter confiança e fechar negócio.
A elaboração de um portfólio é uma ferramenta capaz de fazer a aproximação

Para obter sucesso no processo de vendas, o fator qualidade prepondera, assim como um departamento comercial capacitado e, não menos importante, a apresentação da empresa frente ao seu consumidor. Da sala de espera à organização de um portfólio, nada passa despercebido ao "olhar" do público. Ampliar a comercialização de produtos e serviços depende, também, de uma vitrine bem construída. A organização de um portfólio, por exemplo, é uma excelente estratégia de abordagem de clientes, auxiliando em novas prospecções. Isso ocorre, principalmente, pelo fato de o vendedor obter maior segurança e embasamento para efetivar a venda. Há três tipos de materiais: eletrônico (CD ou DVD), virtual (site) e impresso. Esse último é essencial para quem atua no setor gráfico, pois permite mostrar as diversas técnicas de impressão e os trabalhos já realizados pela empresa. "Normalmente, expõe-se aqueles que possam surpreender", afirma a especialista em marketing Daniela Pestana. Para ela, os portfólios flexíveis são uma boa alternativa e evitam uma



visita frustrada do vendedor. "A dica é fazer uma breve pesquisa sobre o negócio do cliente e depois realizar a montagem com foco nos materiais que tenham relação com as necessidades dele", complementa. Não caia na mesmice. Inovações e criatividade são sempre diferenciais que contam na hora de chamar a atenção da clientela. "Um portfólio numa pasta preta, embaixo do braço, é o que a maioria dos profissionais fazem. A escolha por um formato novo pode ser decisivo." Contudo, Daniela enfatiza que, independentemente do estilo, é fundamental colocar informações a respeito da empresa, contato, endereço, ações sociais ou voltadas para o meio ambiente (quando houver) e os nomes dos principais clientes (com a permissão deles). Ela ainda ressalta um detalhe: tempo é o bem mais valioso. "De nada adianta visitar um cliente com

pouco tempo para atender e querer cumprir o protocolo inteiro. Bom senso e respeito acima de tudo", assinala. Para não perder a "viagem", fica o conselho da especialista: "Ter um portfólio resumido que possa ser deixado com o cliente, além daquele completo que o vendedor leva pessoalmente".

Aproveite para vender

As opções de exposição dos materiais são inúmeras. Aproveitar as oportunidades de venda é a forma mais inteligente de ganhar dinheiro. Essas possibilidades existem em diversos "momentos" da prospecção. Aproveite ao máximo a primeira visita do cliente à gráfica, onde tudo vende, desde a cor das paredes até a tecnologia disponível. "Ter na recepção o informativo da empresa, peças expostas, pôsteres com depoimentos de clientes e banners com os produtos e serviços oferecidos são algumas alternativas", sugere Daniela. Quando o vendedor vai ao encontro do consumidor, a situação muda, e o representante comercial torna-se o protagonista. Os itens avaliados passam a ser a apresentação pessoal, o cartão de visitas, o portfólio e a capacidade de vender.

Miolo de agenda
Agenda Executiva 2008

Sr. Gráfico

Seus clientes estão solicitando agendas para 2008?
Fornecemos **miolo de agenda**, costurada ou refilada, para pronta entrega. Temos também agenda pronta com capa personalizada. Brinde seus clientes com agendas Salles.



Consulte-nos.

SALLES®

agendas, serviços gráficos e editoriais

Rua Campos Salles, 89 - 92130-310

Niterói - CANOAS - RS

Fone / fax: (51) 3472.5051

salles@editorasalles.com.br

www.editorasalles.com.br

Qualidade em primeiro lugar

Desde a sua fundação, em 1951, a Gráfica Cometa sempre buscou aprimorar o que considera mais importante na relação tanto com os clientes quanto com os colaboradores: a qualidade. Mais do que elaborar peças gráficas, a empresa prima por ser um agente social. Por isso promove iniciativas como o incentivo à qualificação dos seus mais de 90 funcionários e a política de conscientização com as questões ambientais. “Para a aquisição de novos equipamentos são levados em conta os mais elevados índices de qualidade no que tange à produção, bem como níveis de impacto

ambiental severamente reduzidos”, esclarece Egon Eugênio Schwingel, um dos fundadores e atual diretor de Compras e RH do empreendimento. Apostar na competitividade também é uma rotina na empresa, que investe na instalação de máquinas modernas, como a impressora cinco cores com reversão e secagem estendida. “O equipamento representa o que há de mais avançado em termos de impressão de folhas planas.” Ainda para 2007, está prevista a compra de mais dois aparelhos automáticos, desta vez no setor de acabamento. A primazia pela qualidade dos servi-



Empresa prima por ser um agente social

ços prestados rendeu algumas importantes distinções à Cometa, como o ISO 9001, em 2005, e a medalha de bronze no Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP), no mesmo ano. Recentemente, conquistou também o 3º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, na categoria “Adesivos fabricados no processo de flexografia”. Segundo Schwingel, o segredo do sucesso é a dedicação. “Temos muita seriedade nos negócios, honrando todos os compromissos legais e mantendo uma empresa competitiva”.

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

Agenda fiscal – Outubro de 2007

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 09/2007	3/10	IOF	1º decênio 10/2007	16/10
Salário	Folha de pagamento 09/2007	5/10	Gia Mensal Ind. Categ. Geral	Vendas abaixo 174.000 UPF	18/10
FGTS	Folha de pagamento 09/2007	5/10	COFINS	Faturamento 09/2007	19/10
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 09/2007	5/10	PIS	Faturamento 09/2007	19/10
DCTF	1º semestre 2007	5/10	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 09/2007	22/10
DAICON	1º semestre 2007	5/10	IOF	2º decênio 10/2007	24/10
Sintegra	Mês 09/2007	9/10	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/10 a 15/10/2007	31/10
Imp. de Renda na Fonte	Período: de 01/09 a 30/09/2007	10/10	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 09/2007	31/10
Previdência Social	Folha de pagamento 09/2007	10/10	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 09/2007	31/10
ISSQN	Prestação de Serviços 09/2007	10/10	Imposto de Renda S/Lucro	2º trimestre	31/10
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/10	Contribuição Social S/Lucro	2º trimestre	31/10
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 09/2007	15/10	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 09/2007	31/10
Gia Mensal Com.Categ. Geral	Vendas acima 174.000 UPF	15/10	REFIS/PAES	Faturamento 09/2007	31/10
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/09 a 30/09/2007	15/10	Parcelamento MP 303/2006	Pagto. SRF e PGFN	31/10
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/10	I.R.P.F.	Pagto. 7ª Quota	31/10
Simples	Faturamento 09/2007	15/10	Sindigraf-RS	Bimestral	31/10

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla - Fone/Fax 51-33465522

EXPEDIENTE



Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio 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
sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br
abigraf-rs@abigraf-rs.com.br

Presidente: Paulo Roberto Borgatti Coutinho
Vice-presidente: Carlos Evandro Alves da Silva
1º Diretor Secretário: Osni Tadeu dos Santos
2º Diretor Secretário (Abigraf-RS): Eloi Santos de Farias
1º Diretor Tesoureiro: Vitor Inacio Schneider
2º Diretor Tesoureiro (Sindigraf-RS): Luiz Carlos P. Gasperini
2º Diretor Tesoureiro (Abigraf-RS): Francisco Alba

Produção e Execução: Temática Publicações
Edição: Fernanda Reche – MTb 9474, Svendla Chaves – MTb 9698
Chefe de reportagem: Patrícia Campello
Colaboração: Lucas Ladwig e Maressah Sampaio
Revisão: www.pos-texto.com.br
Edição de Arte: Silvio Ribeiro
Pré-impressão – CTP e Impressão: ANS Gráfica e Fitolito Digital Ltda.
Tiragem: 2.200 exemplares