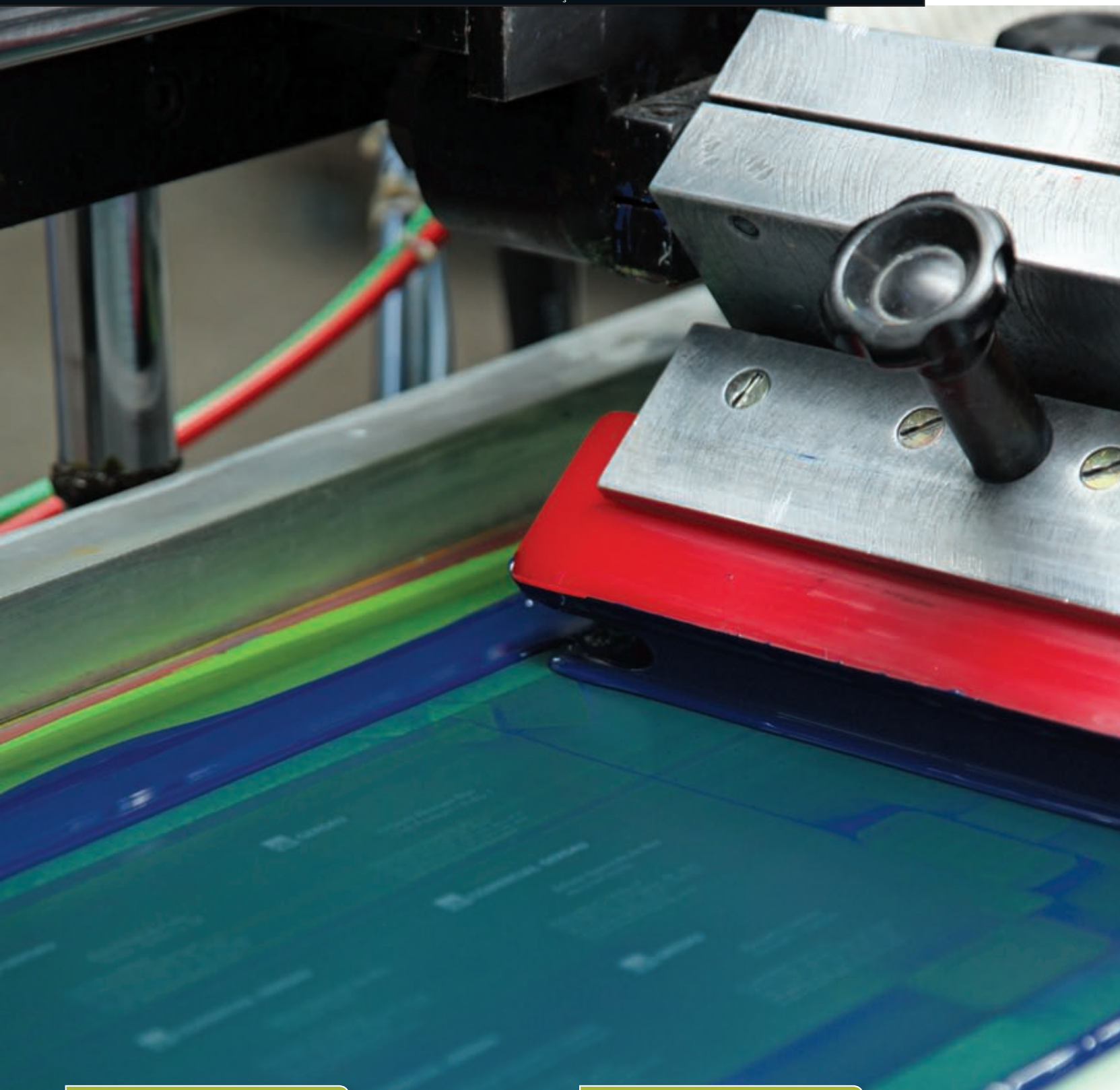




Sindigraf^{RS} NOTÍCIAS

Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

194
JUNHO 2012



Especial

Sindigraf-RS promove curso
sobre tempo de *setup*

Ao Empresário

O poder estratégico das
redes sociais

Editorial

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS



Colegas

No mercado competitivo o que nos torna diferentes e competitivos é a inovação, apresentando aos nossos clientes novos produtos e serviços ou pelo menos com uma nova apresentação. Infelizmente isso não é muito comum no setor gráfico: geralmente fazemos investimentos de que não precisamos, sempre de olho, copiando o concorrente ou seguindo o que nossos fornecedores dizem ser a tendência do mercado. Pesquisa e prospecção de mercado não são o forte da indústria gráfica.

Sabemos produzir, mas não sabemos vender, o TBC (tirar a bunda da cadeira) pouco é usado. Dizemos que fazemos venda virtual pela internet, e gráficas de pasta proliferam sistematicamente, não possuem equipamentos ou poucos, sem condições de atender satisfatoriamente seus clientes – mas sabem vender, estão prospectando clientes, vendo e sentindo suas necessidades e sempre encontram um gráfico disposto a atendê-los.

Inclusive temos diversas gráficas bem-montadas vivendo quase que exclusivamente deste mercado, produzem a custo muito baixo, mas com o volume que produzem obtêm lucros interessantes. Como copiamos o que o outro faz, dia após dia novos colegas passam a oferecer os mesmos serviços, jogando os preços cada vez mais para baixo, esta bolha de ganho em breve tende a estourar, pois temos muita gente fazendo as mesmas coisas sem nada inovar.

Os gráficos de pasta estão dando risada, compram barato e vendem com lucro astronômico, e assim dia a dia estamos desorganizando nosso mercado e a concorrência saudável.

No aspecto tributário temos outro problema. Quando vendemos para o cliente final estamos isentos de IPI e ICMS, mas quando vendemos a um intermediário estamos comercializando, então estes impostos são devidos ao Fisco, e quando revendidos pela gráfica de pasta, ela está comercializando um produto e deve pagar o ICMS. E temos também as prefeituras nos cobrando o ISSQN com base na Súmula 156 do STF. Como em geral as regras não são cumpridas, pesa um passivo tributário impagável sobre as gráficas que assim agem.

Qual a solução para esses problemas? Acredito ser a conscientização dos empresários gráficos. E a solução não é fácil, porque todos nós achamos que estamos certos de nossos atos, enquanto estamos ganhando ou sobrevivendo nos damos por satisfeitos, e demoramos a nos darmos conta do que está acontecendo com nosso setor.

Tenho a nítida impressão de que muitas vezes parecemos avestruzes, botando a cabeça no buraco, com o traseiro de peru, e que somos donos da verdade e não precisamos de ajuda ou troca de ideias ou experiências. Esquecemos que somos concorrentes, mas ainda somos colegas, que enfrentamos inúmeros desafios e tecnologias que tomam rapidamente grande parte do nosso serviço e mercado.

Temos que nos unir e participar, nossas dificuldades podem se transformar em oportunidades, mas temos que estar atentos para observar as necessidades de nossos clientes e do mercado. Aqueles que tiverem visão e conhecimento passarão por estes desafios fortificados. Conclamo todos a pensar sobre a situação!

Expediente



Este informativo é impresso em Papel ECO Millennium Off-set, 90 gramas

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO RIO GRANDE DO SUL

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

Presidente: CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA
1º Vice-Presidente: OSNI TADEU DOS SANTOS
2º Vice-Presidente: LUIZ CARLOS PAGANO GASPERINI
3º Vice-Presidente: SILVIO JOSÉ DOS SANTOS
1º Diretor Administrativo: ARTHUR ADALBERTO SCHABBACH
2º Diretor Administrativo: JOSE ROBERTO LOBRAICO DA SILVA
1º Diretor Financeiro: VITOR INÁCIO SCHNEIDER
2º Diretor Financeiro: FRANCISCO ALBA

Produção e Execução:



Edição:
FERNANDA RECHE – MTB 9474
Chefe de reportagem:
PATRICIA CAMPELLO

Textos: PATRICIA CAMPELLO E CAROLINE CORSO
Revisão: www.pos-texto.com.br
Edição de Arte: RAMIRO BASTOS E SILVIO RIBEIRO
Capa: CARLOTA PAULS (processo de serigrafia)
Pré-impressão – CTP e Impressão: GRÁFICA ANS
Tiragem: 2.300 EXEMPLARES

Agenda do Empresário gráfico

Defesa do setor

Junho



DIA DA INDÚSTRIA GRÁFICA



PALESTRA PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
Onde: Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2623, 5º andar) – Porto Alegre
Mais informações: acompanhe no site www.sindigraf-rs.com.br
Promoção: Sindigraf-RS



EXPOSIÇÃO DAS PEÇAS CONCORRENTES NO 8º PRÊMIO GAÚCHO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA
Onde: CEP Senai de Artes Gráficas (Av. Assis Brasil, 8.450) – Porto Alegre / **Horário:** 13h30 às 19h
Promoção: Abigraf-RS

Julho



DIVULGAÇÃO DAS PEÇAS FINALISTAS NO 8º PRÊMIO GAÚCHO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA
Mais informações: na data consulte no site www.abigraf-rs.com.br
Promoção: Abigraf-RS



CERIMÔNIA DE ENTREGA DOS TROFÉUS DO 8º PRÊMIO GAÚCHO DE EXCELÊNCIA GRÁFICA
Onde: Sogipa – Porto Alegre
Mais informações: acompanhe no site www.abigraf-rs.com.br
Promoção: Abigraf-RS



ANIVERSÁRIO DE 45 ANOS DA ABIGRAF-RS

Agosto



CURSO FORMAÇÃO DE LÍDERES PARA A PRODUÇÃO NA INDÚSTRIA GRÁFICA
Onde: Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2623, 5º andar) – Porto Alegre
Mais informações: acompanhe no site www.sindigraf-rs.com.br
Promoção: Sindigraf-RS



ANIVERSÁRIO DE 71 ANOS DO SINDIGRAF-RS

CONVENÇÃO COLETIVA DE TRABALHO

A Convenção Coletiva de Trabalho com vigência de 1º de abril de 2012 a 31 de março de 2013 já foi registrada no Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). A entidade enviou o documento às empresas juntamente com o boleto para recolhimento da Contribuição Assistencial Patronal. A mesma poderá ser paga em duas parcelas, sendo 50% em cada uma, com vencimentos em 14 de junho e 14 de setembro de 2012. Acompanhe a tabela de valores dos salários normativos da categoria!

Salários Normativos	
a) Grupo A:	R\$ 1.449,80
b) Grupo B:	R\$ 1.388,20
c) 1º grupo:	R\$ 1.320,00
d) 2º grupo:	R\$ 1.150,60
e) 3º grupo:	R\$ 992,20
f) 4º grupo:	R\$ 825,00
g) 5º grupo e não catalogados:	R\$ 783,20

Convênios

SINDIGRAF-RS FIRMA PARCERIA COM A ALFAMÍDIA

Mais um convênio entra para o rol de serviços disponibilizados pelo Sindigraf-RS às associadas. A entidade firmou parceria com a Alfamídia, viabilizando treinamentos às gráficas com descontos de 15% nos cursos oferecidos pela empresa. A Alfamídia, com sede em Porto Alegre, é especializada em capacitações na área de Tecnologia da Informação (Desenvolvimento de Software, Administração de Redes e Gestão de Projetos) e Design (Web Design, Design Gráfico, 3D e Multimídia). A iniciativa vai ao encontro de um dos pilares de trabalho do Sindigraf-RS, que foca o estímulo à qualificação profissional dos gestores e colaboradores da indústria gráfica gaúcha. Aproveite o benefício e capacite a sua equipe!

Sesi - RS

DIAGNÓSTICO DA SAÚDE DO TRABALHADOR, UM BENEFÍCIO PARA AS GRÁFICAS

O Sindigraf-RS informa a toda indústria gráfica gaúcha sobre o Diagnóstico da Saúde do Trabalhador oferecido pelo Sesi. Trata-se de um trabalho completo, conduzido por uma equipe especializada e 100% custeado para os colaboradores das indústrias gaúchas. O diagnóstico objetiva fazer a identi-

cação precoce de doenças, permitindo o tratamento adequado. Para obter tais informações, a iniciativa será desenvolvida em duas etapas, sendo a primeira uma entrevista e a segunda, uma série de avaliações envolvendo aferição de peso, altura, Índice de Massa Corporal (IMC), perímetro abdominal, pressão ar-

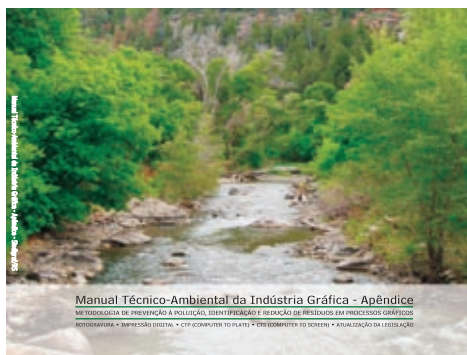
terial e odontológica. O resultado global será entregue à empresa participante por meio de um relatório, que poderá auxiliar no planejamento de investimento em saúde e qualidade de vida dos funcionários. Mais informações no site www.sesirs.org.br/industrialsaudavel ou pelo telefone (51) 3347-8572.

Meio Ambiente

LANÇADO APÊNDICE DO MANUAL TÉCNICO-AMBIENTAL

Na Semana do Meio Ambiente, comemorada de 3 a 9 de junho, o Sindigraf-RS lançou o Apêndice do Manual Técnico-Ambiental da Indústria Gráfica, que abrange os segmentos de Rotogravura, Impressão Digital, Computer-to-Plate (CtP) e Computer-to-Screen (CtS). A nova versão complementa o manual publicado em 2006, trazendo a legislação atualizada e um conteúdo para esclarecer dúvidas referentes ao trato dos resíduos oriundos das atividades gráficas. Estar bem in-

formado é fundamental para a adequação das empresas às exigências legais e obtenção da Licença Ambiental.



CARTILHA AMBIENTAL

Nesta edição do Sindigraf Notícias, o informativo não chega sozinho às gráficas. A publicação traz inserida a cartilha *O meio ambiente e as artes gráficas*. O Sindigraf-RS ain-

da informa que disponibiliza de mais exemplares. Empresas interessadas em ter acesso ao material para distribuir aos seus colaboradores podem solicitar à entidade.

Procomp

EM ANDAMENTO, CURSO NA ÁREA FINANCEIRA

Agenda de atividades do Programa de Apoio à Competitividade das Micro e Pequenas Indústrias (Procomp) não para. Depois do trabalho na área comercial e de marketing, as gráficas adeptas ao projeto estão participando da capacitação na área financeira, um dos setores identificados como carente de desenvolvimento. A ação prevê, além de consultoria indivi-

dual, um curso focado na implantação de melhorias nas rotinas e controles financeiros. Ao todo, serão cinco encontros, contabilizando uma carga horária de 16 horas. As aulas começaram no dia 29 de maio, na sede do Sindigraf-RS (em Porto Alegre), sob orientação da consultora Ana Virgínia Benavides, da Ampliar Consultoria, e com previsão de término para 26 de junho.

Sebrae-RS

AÇÃO PARA PROMOVER INOVAÇÃO NAS EMPRESAS

O Sebrae-RS, em parceria com o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), criou um programa voltado aos pequenos empreendimentos do estado: o Agentes Locais de Inovação (ALI). A proposta é prestar assessoria gratuita e especializada para levar a inovação para dentro das empresas com faturamento anual entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões. Entre os benefícios, destacam-se a realização de diagnósticos de identificação de oportunidade de melhorias, bem como a construção de um plano de ação e sua implantação. Para obter mais informações, as gráficas podem entrar em contato com a Central de Relacionamento do Sebrae-RS pelo 0800 570 0800 ou por meio das unidades de atendimento da instituição.

Como é o atendimento?

Proativo: o agente vai até a empresa em dia e horário mais adequados para o empresário

Gratuito: o atendimento realizado pelo agente não tem nenhum custo para a empresa

Continuado: o agente acompanhará a implementação das ações propostas para a empresa até março de 2014

Customizado: o atendimento recebido pelas empresas é individualizado e o agente sugere as ações partir do resultado do diagnóstico

Artigos

Tributário

RECUPERAÇÃO JUDICIAL DE EMPRESAS

A recuperação judicial, embora pouco divulgada desde a sua criação em 2005, constitui-se em um mecanismo com potencial para auxiliar empresas e empresários individuais em dificuldades financeiras a superarem a situação de crise, com o objetivo de permitir a manutenção do negócio, do emprego dos trabalhadores e dos próprios interesses dos credores.

Sabendo-se que as empresas e empresários em dificuldades econômico-financeiras quase sempre enfrentam restrições de créditos e negociação, as quais potencializam os obstáculos para a retomada do curso saudável do negócio, busca-se preservar o empreendimento exatamente por reconhecer-se que tal circunstância acaba por ter repercussões sociais altamente positivas não apenas sobre os eventuais sócios e gestores, mas também sobre os trabalhadores e os credores. Por intermédio do pedido de recuperação judicial

possibilita-se que a empresa ou empresário obtenha um período de 180 dias em que as ações judiciais e execuções que tenha contra si fiquem suspensas, exatamente para permitir que, nesse período, seja preparado e apresentado o plano de recuperação. O mesmo envolve propostas condizentes com a realidade econômico-financeira do negócio para o pagamento dos credores. Com exceção das dívidas tributárias, que devem ser pagas ou parceladas antes da concessão da recuperação judicial, e das dívidas trabalhistas, que devem ser pagas em um ano, os créditos dos demais credores poderão ser quitados em prazos de 5 a 20 anos.

Para solicitar a recuperação judicial, a empresa devedora deve comprovar, no momento do pedido, que exerce atividades há mais de dois anos; que não tenha falido ou, na hipótese de ter enfrentado uma falência, que as responsabilidades decorrentes tenham

sido declaradas extintas; que não tenha há menos de oito anos obtido concessão de recuperação judicial; e que não tenha havido condenação por crimes falimentares.

Advirta-se, por fim, que o pedido de recuperação judicial é uma medida de risco elevado, pois se o plano não for apresentado no prazo correto, se for rejeitado ou se, aceito, qualquer obrigação for descumprida, ocorrerá a decretação de falência, com todas as repercussões advindas de tal circunstância. Por isso, é fundamental que a empresa ou o empresário interessado na utilização de tal prerrogativa legal analise minuciosamente e reflita profundamente, juntamente com as assessorias jurídica, econômico-financeira e contábil de sua confiança, sobre a real necessidade de buscar a adoção desse mecanismo.

EDUARDO PLASTINA

Consultor Tributário

Trabalhista

NOVAS INTERPRETAÇÕES SOBRE O AVISO PRÉVIO PROPORCIONAL

O Ministério do Trabalho e Emprego emitiu a NT nº 184/2012, de 7 de maio de 2012, que traz novas interpretações sobre o aviso prévio. A primeira informação é a de que o mesmo se aplica somente para demissões sem justa causa de iniciativa do empregador, ou seja, beneficia somente os trabalhadores. O empregado que pede demissão permanece obrigado a conceder 30 dias de aviso, sem acréscimo.

A segunda informação é a de que o aviso prévio passa a contar a partir do momento em que a relação contratual supere um ano. Ou seja, se o empregado está trabalhando há um ano e 1 dia já passa a ter o direito aos primeiros três dias adicionais do aviso proporcional. Antes, na NT 10/2011, o entendimento era de que somente quando o empregado

do completasse dois anos é que passaria a ter direito ao aviso proporcional.

Essa nova interpretação certamente fará com que os sindicatos passem a exigir o pagamento do aviso de acordo com esse critério nas homologações. Segundo a nova interpretação, o empregado com 20 anos de trabalho já tem direito ao recebimento dos 90 dias de aviso, teto estabelecido pela lei.

A terceira informação está relacionada com a projeção do aviso para todos efeitos legais, como férias, 13º salário, para apuração de eventual direito ao recebimento da multa do trintídio que antecede a data-base da categoria. A quarta e não menos importante orientação é no sentido de que o aviso prévio se aplica somente às comunicações concedidas a partir da vigência da lei.

Não se aplicaria aos avisos em curso e nem aos já concedidos anteriormente.

Outra interpretação do MTE é a de que permanece em vigor as disposições do art. 488 da CLT, que estabelece a faculdade do empregado optar, durante o período do aviso, pela redução de duas horas diárias de sua jornada ou de sete dias corridos. Essas são as linhas gerais da NT 184/2012. Dois dos temas abordados, a contagem a partir do primeiro ano de trabalho e inexistência de reciprocidade (obrigação das duas partes) não nos parece ter recebido a melhor interpretação. De qualquer forma, vale conhecer como o órgão da administração pública está analisando a legislação a respeito da matéria.

BENÔNIO ROSSI

Advogado Trabalhista

Entidade

TEMPO DE SETUP É PAUTA DE CURSO REALIZADO PELO SINDIGRAF-RS

Nos dias 27 e 28 de abril, o Sindigraf-RS realizou o curso *Como reduzir o tempo de acerto na impressão*, na sede da entidade, em Porto Alegre. A atividade de capacitação contou com 20 participantes de 10 gráficas, sendo conduzida pelo consultor da ABTG Flávio Bemfica.

De acordo com o especialista, o tema é de grande relevância no cenário atual, em que a disputa de mercado está muito acirrada e processos qualificados fazem a diferença no resultado final. "Hoje as gráficas trabalham com duas realidades: vendem *commodities* e entregam serviços. Desta maneira, ser eficiente tornou-se obrigatoriedade.

Cada vez mais o valor agregado diretamente na impressão está sendo reduzido, para não dizer que não existe mais", afirma Bemfica. Outro fator importante, observa, é considerar a impressão como um sistema integrado e não como um setor unitário. "Reduzir o tempo de acerto na impressão consiste em política de sustentabilidade



da gráfica, que envolve comunicação, confiança, tecnologia e integração."

A Kunde Indústrias Gráficas, situada em Santa Rosa, participou do curso. "A empresa inscreveu dois funcionários para que pudessem se aperfeiçoar. Apesar da viagem longa, 500 quilômetros até Porto Alegre, foi válido para que fizessem intercâmbio de conhecimento, interagindo também com outros colegas do setor e outras realidades", explica Elisete Terezinha Uhlik, gerente de Recursos Humanos da Kunde.

Leandro Borchardt do Canto, gerente de Produção da Ramaje Editora Gráfica

(Porto Alegre), também considerou a temática importante, uma oportunidade para discutir um problema antigo do setor. "A velocidade das máquinas está cada vez mais parecida, ou seja, o segredo de alcançar êxito fica por conta do *setup* e as inúmeras variáveis que o influenciam. Para diminuí-lo é fundamental avaliar o grau de automação do processo e do equipamento de impressão, bem como o aspecto humano, o conhecimento do operador", ressalta o profissional. Para ele, "o curso serviu para enfatizar tais questões, esclarecer dúvidas e estimular a busca por mais informações".

SUA GRÁFICA É DIGITAL EXPRESSA VERSÁTIL ?



Visite nosso ShowRoom e conheça os equipamentos pessoalmente.



ShowRoom
Porto Alegre - RS
 R. Santana, 646
 Fone 51 3230-7200

Caxias do Sul - RS
 Fone 54 3211-7200
Florianópolis - SC
 Fone 48 3244-7200

Curitiba - PR
 Fone 41 3077-1008
Campo Grande - MS
 Fone 67 3341-7200

www.milsul.com.br

AS REDES SOCIAIS AO SEU DISPOR

Twitter, Orkut e Facebook são ferramentas estratégicas que valem ouro. Elas já se consolidaram como instrumentos de divulgação e aproximação junto ao público consumidor.

A popularização das redes sociais levou os empreendimentos de pequeno e médio portes a também entender a sua importância no processo de torná-los mais competitivos. Conforme pesquisa realizada pelo Altimer Group e Wetpaint para a revista Business Week, empresas que investiram em mídias virtuais cresceram 18% em um ano, enquanto aquelas que apostaram pouco tiveram queda de 6%, em média, em suas receitas no mesmo período.

Para Rafael Terra, diretor da Fabulosa Ideia, o êxito das redes sociais no campo dos negócios se explica pela necessidade de cada vez mais as empresas “falarem com as pessoas”. “A empresa que ficar fora desta conversa com o consumidor perde muito em qualidade percebida. E, no fim das contas, a decisão de compra – seja de serviços ou produtos – ocorre devido a estes bens intangíveis. As redes sociais são excelentes para criar este vínculo duradouro com o cliente”, enfatiza o especialista.

Qual a melhor opção?

Em qual rede social investir? Segundo Terra, a gráfica deve conhecer bem o seu público e por consequência em que canal ele está conectado, inclusive observar os horários. “A Smirnoff, por exemplo, que vende bebidas, faz as suas ações de redes sociais com mais ênfase na sexta e no sábado, pois é quando o seu público mais se conecta”, conta. O Facebook, ressalta, é totalmente pessoal e visual. “Para entrar nessa rede, a marca precisa estar disposta a parar de ser instituição e se tornar qua-



Conectar-se virtualmente ao mercado e ao mundo do consumidor estabelece vínculos e gera negócios para as pequenas empresas

se humana. Já o Twitter tem um caráter mais de conversa e informação”, complementa. Através das respectivas plataformas gratuitas, também é possível testar rapidamente que mídia social gera mais engajamento e assim focar as ações. “Em suma, faça um teste, o que gerar mais conversa é onde a marca deve ficar”, conclui.

PARA ‘BOMBAR’ NAS REDES SOCIAIS

Posicione-se sobre o mercado em que atua

Seja constante, nada de uma postagem no Facebook por mês. Tem que haver presença efetiva da marca

Traga pessoas para suas redes: funcionários e consumidores. Pessoas gostam de ver pessoas. E isto motiva conversas em torno da marca

Tenha um tom bem-humorado, principalmente no Facebook. Os conteúdos mais compartilhados nas redes são deste tipo

Instigue o seu consumidor a gerar conteúdo para você através de fóruns, ações culturais, intervenção na construção de produto

Recomende publicações de terceiros, faça parcerias

É importante que o empresário não seja só comercial em suas redes. Posts focados só em produtos e vendas cansam o internauta. Sugestão: usar 20% do espaço direcionado à empresa e aos produtos e 80% na marca e cotidiano do consumidor

Seja útil para o seu consumidor final e você sempre estará fazendo a coisa certa nas redes sociais

Perfil Empreendedor

Empresários interessados em ter sua história contada nesta seção podem escrever para sindigraf@tematica-rs.com.br.

GARBARSKY: LIDERANÇA COM COMUNICAÇÃO



Divulgação/Impresul

Repórter esportivo, apresentador de TV, advogado e dirigente gráfico. Esse perfil traduz um profissional eclético que não abriu mão ao longo da vida de explorar todas as suas potencialidades. Assim se pode definir o empresário Ângelo Garbarsky, da Impresul. Jornalista e advogado por formação, o empreendedor trabalha há 43 anos na indústria gráfica. “A experiência em outros nichos, principalmente na área de comunicação, facilitou o meu ingresso no setor e a atuação com vendas”, conta.

Mas não foi como vendedor que Garbarsky chegou à Impresul. O objetivo inicial era prestar serviços advocatícios. Entretanto, a popularidade junto ao público, resultado de dez anos de contato praticamente diário com os ouvintes da Rádio Gaúcha, acabou influenciando para que ele levasse novos clientes à gráfica. “Mesmo sem entender nada de impressos, em 1969, conseguia vender sozinho mais que toda a equipe comercial junta”, relembra. O bom desempenho

conquistou o então proprietário Marcos Fichbein, que posteriormente veio a falecer, aos 36 anos, que não hesitou em lhe oferecer cotas da sociedade. No ano de 1973, Garbarsky já ocupava a posição de sócio majoritário. “Novos sócios agregaram valor ao negócio (o amigo Jairo Amaral, a esposa, Regina, e o filho, Fernando) e isso foi fundamental para a empresa crescer e ser atualmente reconhecida em âmbito nacional.”

O segredo do sucesso? Para o dirigente gráfico, a característica principal de um empreendedor bem-sucedido está na capacidade de ouvir o outro. “Não adianta ficar isolado dentro de um gabinete. Precisamos nos abrir para o público interno e externo e pesar todas as opiniões para depois tomar a decisão mais acertada”, avalia. Na vida profissional, um lema sempre o acompanhou: “Acredito no que o grande presidente Franklin Delano Roosevelt afirmava, que pior que o fracasso é não ter tentado nada na vida”.

Agenda fiscal – Junho de 2012

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 05/2012	5/6	Simples Nacional	Faturamento 05/2012	20/6
Salário	Folha de pagamento 05/2012	6/6	SIMEI	Faturamento 05/2012	20/6
FGTS	Folha de pagamento 05/2012	6/6	ICMS - Substituição Tributária	Diferença Alíquota mês 04/2012	20/6
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 05/2012	6/6	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 05/2012	21/6
DACON - Mensal	Mês 04/2012	8/6	DCTF - Mensal	Mês 04/2012	22/6
ISSQN	Prestação de Serviços 05/2012	11/6	COFINS	Faturamento 05/2012	25/6
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	11/6	PIS	Faturamento 05/2012	25/6
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 05/2012	12/6	IOF	2º decênio 05/2012	25/6
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 05/2012	12/6	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/06 a 15/06/2012	29/6
IOF	1º decênio 06/2012	13/6	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 05/2012	29/6
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/05 a 31/05/2012	15/6	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 05/2012	29/6
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	15/6	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 05/2012	29/6
Previdência Social	Folha de pagamento 05/2012	20/6	REFIS/PAES	Faturamento 05/2012	29/6
Imp. de Renda na Fonte	Mês 05/2012	20/6	Parcelamento Lei 11.941	Pgto SRF, PGFN E INSS	29/6
Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	20/6	IRRF-3ª Quota	Pgto 3ª Quota 2012	29/6
PAEX	Parcela INSS MP303/2006	20/6	DIPJ	Declaração Imp. Renda Jurídica	29/6
PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/6	Sindigraf	Bimestral	29/6