



# Sindigraf<sup>RS</sup> NOTÍCIAS

Publicação do Sindicato da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul

195  
JULHO 2012



Legislação Eleitoral

Acompanhe encarte da circular referente ao tema

Ao Empresário

Como vender valor e não ficar refém do preço

## Editorial

CARLOS EVANDRO ALVES DA SILVA

Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS



## Colegas

Apesar dos anúncios e notícias otimistas de crescimento e vendas positivas no país, a realidade é totalmente contrária para nosso segmento. A queda acentuada é sentida em todo o Brasil. A grande maioria dos empresários está apostando na campanha política deste ano para tentar atenuar os prejuízos. Entretanto, para não aumentá-los ainda mais alguns cuidados elementares devem ser seguidos por todos, como:

- Conhecimento amplo da legislação eleitoral;
- Antes de iniciar qualquer trabalho, consulte o TRE e confira as informações dadas pelo candidato encomendante, entre elas o CNPJ;
- Colocar nos impressos as informações obrigatórias, entre elas o nome das coligações majoritárias e proporcionais e partidos que a integram;
- Imprimir sempre os CNPJs de quem encomenda e da gráfica, e a real tiragem do impresso;
- A responsabilidade em confeccionar corretamente a propaganda eleitoral, pois qualquer erro pode levar a situações irreversíveis, tanto aos candidatos quanto para as gráficas;
- Emissão correta das NF-e, discriminando corretamente o trabalho executado;
- O pagamento pelo trabalho deve obrigatoriamente ser através do cheque da campanha ou

pagamento eletrônico. Nunca em dinheiro ou cheques de terceiros;

- Manter separados todos os trabalhos executados com as devidas NF-e, caso seja demandada pela TRE a apresentação destes documentos;
- O TRE pode a qualquer momento visitar, fiscalizar e solicitar informações sobre os trabalhos executados pela gráfica;

A Campanha Política pode ser uma ótima oportunidade para superar as dificuldades deste ano difícil, mas todos devem ter muita cautela para não serem surpreendidos. O ideal é receber o pagamento à vista e trabalhar sempre correta e honestamente. Qualquer deslize pode levar a prejuízos impagáveis, além de prejudicar toda a cadeia produtiva.

Lembro que em função da nova Legislação Eleitoral, os materiais de propaganda devem seguir uma série de regras, e nós, gráficos, temos a obrigação e responsabilidade de bem executá-los. Assim sendo, leiam a Legislação ou pelo menos a nossa circular que trata sobre o assunto.

A todos desejo sucesso e muito trabalho. Ao mesmo tempo, estaremos ajudando na escolha de nossos legisladores e governantes.

Boa sorte!

## 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 LUIZA MUTTONI  
**Revisão:** www.pos-texto.com.br  
**Edição de Arte:** RAMIRO BASTOS E SILVIO RIBEIRO  
**Capa:** CARLOTA PAULS (Insusmos)  
**Pré-impressão, CIP e Impressão:** GRÁFICA ANS  
**Tiragem:** 2.300 EXEMPLARES

## Agenda do Empresário gráfico

### Julho



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](http://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](http://www.sindigraf-rs.com.br)  
**Promoção:** Sindigraf-RS



ENCONTRO PÓS DRUPA EM IJUÍ

**Onde:** Hotel Ijuí Real Palace – Ijuí  
**Mais informações:** acompanhe no site [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)  
**Promoção:** Sindigraf-RS



ANIVERSÁRIO DE 71 ANOS DO SINDIGRAF-RS

### Setembro



CURSO ARTE-FINALIZAÇÃO E FECHAMENTO DE ARQUIVOS

**Onde:** Sindigraf-RS (Av. Pernambuco, 2623, 5º andar) – Porto Alegre  
**Mais informações:** acompanhe no site [www.sindigraf-rs.com.br](http://www.sindigraf-rs.com.br)  
**Promoção:** Sindigraf-RS

## Legislação Eleitoral

### AÇÕES DE ORIENTAÇÃO ÀS GRÁFICAS GAÚCHAS

Os municípios do Rio Grande do Sul e de todo o Brasil já se movimentam para eleger novos prefeitos e vereadores. Com o objetivo de auxiliar as gráficas nesse período propício a fomentar negócios, o Sindigraf-RS trabalha no sentido de informar o setor sobre os cuidados a serem adotados na prestação de serviços aos candidatos do pleito 2012. Nesta edição, o Sindigraf Notícias traz encartada uma circular referente à legislação eleitoral, bem como destaca pontos importantes da lei no seu Editorial e no Artigo Tributário. Leia o material com atenção e evite prejuízos futuros!

## Sesi-RS

### SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO

Sindigraf-RS informa que o Sesi-RS oferece uma agenda de treinamentos na área de Segurança e Saúde do Trabalho (SST), a exemplo do curso gratuito de CIPA. O serviço está disponível para a indústria gráfica. Para obter mais informações, acesse o site [www.sesirs.org.br/sesivita](http://www.sesirs.org.br/sesivita).

## TEMA DA QUINTA EDIÇÃO ABORDA RESPONSABILIDADE

5º Concurso de Desenho Infantil, iniciativa do Sindigraf-RS, já definiu o seu tema: *Eu também sou responsável!* A ideia é que as crianças trabalhem, através da expressão gráfica, como é a sua participação no convívio familiar e nas tarefas cotidianas. Os pequenos devem desenhar sobre o que se sentem responsáveis e o que consideram ser a sua contribuição para a sociedade. A ação destina-se a filhos, netos e bisnetos dos sócios ou proprietários de empresas afiliadas ou associadas. As inscrições ocorrem de 1º a 31 de outubro.



Carlota Pauls



## Perfil Empreendedor

Empresários interessados em ter sua história contada nesta seção podem escrever para [sindigraf@tematica-rs.com.br](mailto:sindigraf@tematica-rs.com.br).

### KALFELZ: CAPACITAÇÃO É A CHAVE PARA O SUCESSO

A tradição de família falou mais alto na hora de abrir um empreendimento no ramo da indústria gráfica para Ricardo Kalfelz. A especialização do diretor da Datacerta começou cedo, por influência do avô materno, que já trabalhava na área. Aos 15 anos, o empresário fez um curso de tipografia na escola Dom Bosco e aos 20 tornou-se auxiliar de serviços gerais da gráfica de seu pai.

Após dois anos conhecendo todos os setores da empresa, virou vendedor. O primeiro negócio foi fundado em Tramandaí, quando Ricardo tinha 27 anos. Depois de seis meses no litoral gaúcho, ele e seu sócio decidiram mudar a sede da empresa para a capital.

A Datacerta foi inaugurada em 1993. "Terminei com a sociedade, pois quis traçar meu próprio caminho", conta.

Para o empreendedor, a relação com os colaboradores é fundamental para um resultado satisfatório: "A paixão é que faz a diferença no efeito final".

"Acredito que reconhecendo, capacitando e garantindo qualidade de vida à equipe é possível atingir o sucesso." Ricardo investe, também, na capacitação dos funcionários, por meio de cursos externos oferecidos pelo Sindigraf-RS e pelo Sebrae. Além disso, ele conta com uma equipe de consultoria interna que administra e corrige as falhas que surgem no dia a dia. O segredo do êxito, para ele, é ter um plano estratégico definido, profissionais comprometidos e a busca constante pela inovação.

O piloto Ayrton Senna é sua grande inspiração devido a aspectos como disciplina, simplicidade e o saber dividir as conquistas com todos que o cercam.



Divulgação/ Datacerta

O triunfo, na opinião de Ricardo, vem junto à atitude, mas ele faz um alerta para quem pretende seguir a mesma trajetória: "É importante não confundir atitude com impulso, no começo. Focar nos resultados, não ter medo de dividir o conhecimento, ouvir e aceitar novas ideias também ajuda nesse processo", conclui.

**Para sua GRÁFICA ser DIGITAL, EXPRESSA ou VERSÁTIL, deverá ter um DUPLICADOR RISO, pois suas facilidades proporcionam a maior agilidade em seus impressos!**



- Imprime direto do Computador
- Velocidade de 130 ppm
- Papel de 46 a 400 gramas
- Área de Impressão A4, B4 e A3
- Até 19 opções de cor
- Usa somente tinta e matriz



- Não utiliza toner, cilindro, revelador ou chapa
- Troca de cor em poucos segundos de forma fácil e sem sujeira

**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/duplicadores](http://www.milsul.com/duplicadores)

Artigos

Tributário

LEI ELEITORAL E AS ATIVIDADES GRÁFICAS

Com a proximidade das eleições, assunto que toma relevância é a participação das gráficas, como contratadas de partidos, candidatos, comitês e eventuais simpatizantes, para a confecção de impressos de propaganda eleitoral, sendo necessário aos empresários gráficos observarem ao menos cinco aspectos importantes para minimizar riscos e incômodos.

1 - O primeiro ponto que merece destaque é aquele que se refere a quem pode contratar os trabalhos gráficos. Pela legislação eleitoral, apenas os partidos, os candidatos e comitês têm autorização para contratar diretamente o trabalho gráfico. Os eventuais simpatizantes, pessoas físicas ou jurídicas, não podem contratar a confecção de impressos gráficos, mas apenas doar ao partido, candidato ou comitê valor em dinheiro, para, se for o caso, estes utilizarem a quantia para os impressos de campanha.

2 - O segundo ponto se refere ao momento em que a gráfica pode ser contratada para a impressão do material. Embora as gráficas tenham liberdade para serem contratadas antes do prazo de início de campanha eleitoral, só poderão executar os trabalhos quando da obtenção do CNPJ do partido ou do comitê ou do CPF do candidato. A não observância desta prática acarretará irregularidade

que prejudicará o resultado do julgamento da prestação de contas do comitê financeiro partidário ou do candidato. Essa circunstância, por sua vez, pode vir a prejudicar as próprias gráficas, pois se a despesa não for adimplida à vista e não constar da prestação de contas em virtude da inviabilidade legal, aumenta o risco de inadimplência pelos partidos, comitês e candidatos.

3 - O terceiro ponto importante é que todo o material impresso deverá conter o número de inscrição no CNPJ ou CPF da gráfica responsável pela confecção e do contratante (partido, comitê ou candidato), bem como a respectiva tiragem. Na inobservância dessa obrigação, o infrator estará sujeito a responder pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder. Embora a lei eleitoral não qualifique expressamente quem deva ser considerado infrator, existem vários posicionamentos, inclusive em Tribunais Eleitorais, considerando as gráficas que não cumpriram os mencionados requisitos como infratoras, isoladas ou mesmo solidárias ou subsidiárias em relação ao candidato, comitê ou partido.

4 - O quarto ponto é a obrigatoriedade de emissão da nota fiscal relativamente a todos os trabalhos execu-

tados, pois tal documento fiscal é a comprovação do trabalho realizado e a garantia do recebimento pelos produtos gráficos fornecidos.

5 - O quinto ponto, por fim, é a guarda das ordens de serviço, com os modelos dos impressos executados, já que a qualquer tempo o TRE pode visitar o estabelecimento gráfico ou solicitar os modelos e a nota fiscal, sendo, portanto, fundamental manter devidamente organizados e guardados esses documentos, para evitar transtornos e punições.

Sendo assim, considerando que a infração eleitoral pode sujeitar aquele que a praticou a sanções em dinheiro e penas, bem como a má gestão da relação com os partidos, comitês e candidatos podem gerar prejuízos operacionais, é fundamental que a gráfica atue dentro das regras da lei, exatamente para evitar que a empresa ou mesmo seu sócio fique submetido a tais penalidades. Por isso, sugere-se aos empresários gráficos que sigam as orientações acima e, dentro do possível, tomem mais intimidade com a lei eleitoral, para evitar que a fonte possível de lucros representada pelas campanhas acabe se tornando origem de resultados negativos.

EDUARDO PLASTINA  
Consultor Tributarista

Português



Atrás / Trás / Traz

É comum as pessoas se confundirem no uso destas palavras. Atrás é o mesmo que para trás. Portanto, é errado, porque redundante, dizer para atrás. Traz é forma verbal do verbo trazer.

Onde / Aonde

Onde indica lugar fixo: Onde estás?  
Aonde indica movimento, deslocamento: Aonde vais? Truque: tente trocar por “para onde”; se a troca der certo, o correto será aonde; se não der, será onde: Estou no Rio de Janeiro, onde faz calor. Vou aonde o destino me levar.

Tampouco / Tão pouco

Tampouco significa nem sequer, também não: Ela tampouco vai participar.  
Tão pouco é usado para expressar quantidade, intensidade: Estuda tão pouco, que nada aprende.

# SENAI DE ARTES GRÁFICAS: REFERÊNCIA DE QUALIFICAÇÃO PARA O SETOR

A escola disponibiliza uma gama de opções e cursos para o aperfeiçoamento técnico-profissional das empresas do estado

A indústria gráfica gaúcha tem à sua disposição o CEP Senai de Artes Gráficas Henrique d'Ávila Bertaso, em Porto Alegre, com uma programação voltada para a capacitação do setor. A escola, fundada em 23 de maio de 1980, figura como uma alternativa de qualificação técnica para quem já atua no mercado ou busca colocação profissional. Para atender às demandas mercadológicas e às necessidades dos dirigentes gráficos, a instituição trabalha com diferentes modalidades de ensino e cursos.

Anualmente, o Senai Artes Gráficas forma no sistema Aprendizagem (*módulo gratuito para habilitação inicial de pessoas com idades entre 16 anos a 23 anos*) cerca de cem jovens nas áreas de Pré-Impressão, Impressão Offset e Acabamento Editorial. "É importante ter conhecimento que a Lei nº 10.097/2000 exige que todos os estabelecimentos

contabilizem em seu quadro de colaboradores o equivalente a no mínimo 5% de jovens aprendizes", ressalta Leonardo Araújo, diretor da entidade.

Além disso, a escola possui estrutura para a capacitação dos funcionários na própria empresa. É possível deslocar os técnicos para dentro da gráfica ou em unidades do Senai de diferentes regiões do estado. Para facilitar o acesso às aulas, também são oferecidos cursos aos sábados a fim de estimular a participação de empreendimentos situados no interior gaúcho.

"Temos várias possibilidades de atendimento ao setor gráfico. É necessário, entretanto, que o empresário e sua equipe conheçam a escola, os profissionais, e entrem em contato. Assim, podemos buscar em conjunto a melhor maneira de atendimento", enfatiza Araújo. Somadas às opções tradicionais, outras novidades foram agregadas à sua grade de atividades.

## VÁRIAS MODALIDADES

### Aprendizagem:

Cursos gratuitos que objetivam a qualificação ou habilitação inicial de aprendizes, preferencialmente para jovens com faixa etária entre 16 anos e 23 anos.

### Iniciação Profissional:

A modalidade é direcionada a jovens e adultos com o intuito de despertar o interesse pelo mercado de trabalho e preparar para o desempenho de funções básicas nas empresas.

### Aperfeiçoamento Profissional:

Cursos que se propõem a atualizar, ampliar ou complementar competências adquiridas na formação profissional.

### Assessoria e consultoria em processos produtivos:

Atividades que abrangem trabalhos de diagnóstico, orientação e assessoria técnica, de forma personalizada.

Estão disponíveis os cursos técnicos de gestão para supervisores gráficos, Tecnologia Computer to Plate (CtP), Gerenciamento de cores – teórico e prático (Perfil ICC), Tratamento de imagens com Photoshop, Fechamento de arquivos para pré-impressão, Design gráfico, Elaboração de orçamentos e formação de preço de venda na indústria gráfica, Interrelacionamento tinta/papel e Arte final para flexografia e Acrobat profissional. Vale lembrar que o Sindigraf-RS reafirmou, em 2012, a sua parceria com o CEP Senai de Artes Gráficas, subsidiando as inscrições de todos os cursos disponibilizados pela escola. A ocorrência dos mesmos pode ser acompanhada no site [www.senairs.org.br/artesgraficas](http://www.senairs.org.br/artesgraficas).





# VALOR QUE VAI ALÉM DO PREÇO

O empresário mata um leão por dia para arrematar clientes. Com a concorrência acirrada, a disputa por espaço não é fácil e o preço sinaliza como opção ideal para efetivar uma comercialização. Verdade? Ilusão.

Reais a mais ou a menos podem gerar negócios de ocasião, mas não trabalham a favor da fidelização. Cabe ao gestor ter claros os objetivos almejados para efetivar o crescimento da sua empresa.

Segundo o consultor da ABTG José Pires de Araújo Júnior, a estratégia do “menor preço” pouco funciona para reter o consumidor, pois ele não restringe a sua busca ao quesito pagar menos. Para se tornar competitiva, a gráfica deve agregar valor e levar essa percepção ao cliente, ou seja, evidenciar o que a torna valiosa para fortalecer o vínculo da relação de consumo. “As empresas precisam construir soluções para os seus clientes, transformando-se em uma referência e não na alternativa menos onerosa. Há gráficas em São Paulo, por exemplo, que imprimem, providenciam a logística e fazem a distribuição. Em outras palavras, elas apresentam diferenciais e são lembradas por isso”, explica o especialista, que no dia 25 de junho ministrou a palestra *Planejamento estratégico – criando a percepção de valor*, na sede do Sindigraf-RS, em Porto Alegre.

## Observando o mercado

A ampliação de serviço utilizado pelos empreendimentos paulistas referenciados por Araújo Júnior reflete uma demanda local. O certo é que para identificá-la foi realizado um estudo sobre o que o público consumidor desejava. Não se trata de encontrar respostas aleatórias e alicerçadas na



imaginação do que talvez figure como tendência. Para o consultor, o fundamental em todo o processo é ir ao encontro da informação.

O contato com a cadeia produtiva que abastece o setor consiste em fonte inesgotável de conhecimento. “Há vários meios de o empresário se atualizar através de cursos, palestras, feiras e das próprias entidades de classe que dão respaldo com as suas agendas de capacitação”, complementa. Essa aproximação com o mercado abastece o administrador de dados para o desenvolvimento de um planejamento estratégico, ou seja, serve como um norte para dirigir as ações da empresa.

A ampliação do entendimento mercadológico permite inovar, criar valor e vender realmente o que a marca da empresa representa. Algo fundamental diante de um cenário que muda com muita velocidade e que foi percebido pelos grandes *players* do setor. “Os fornecedores de equipamentos já se deram conta dessa rapidez conjuntural, a exemplo de tudo que foi mostrado na Drupa 2012, e não perdem tempo para conceber as mais complexas soluções. Da mesma forma, a indústria gráfica precisa fazer o seu tema de casa”, enfatiza Junior.

Está na hora de mudar os velhos conceitos e dar uma virada no jogo. Será que vender mais barato realmente fideliza o cliente?

## BEM MAIOR

Estude o seu mercado e identifique oportunidades de fidelizar o cliente.

► Pense em estratégias de cativá-lo a fim de que ele retorne sempre e não apenas quando o preço for conveniente.

Para se atualizar e entender o mundo gráfico é importante arrumar um tempo na agenda para ser mais proativo, participando de eventos capazes de viabilizar a aproximação com o mercado. Busque informação e a traduza em ações e ideias inovadoras.

Os fornecedores da indústria gráfica estão caprichando na disponibilização de tecnologias de ponta. Entretanto, ► o diferencial não se reduz ao equipamento. É fundamental investir na área de recursos humanos, preparando também a equipe para o mercado.

## Associada

## INOVAÇÃO CONSTANTE: O CAMINHO PARA O ÊXITO

No mês de julho, a Solupack Embalagens, de Roca Sales, município situado no Vale do Taquari, completa 40 anos de existência. O trabalho da empresa é segmentado na fabricação de embalagens, o que a torna umas das pioneiras no estado.

O fundador, Rudi O. Musskopf, iniciou as atividades com o intuito de auxiliar as diversas empresas da família através da fabricação de talões e notas fiscais, o que se estendeu ao longo de 20 anos. Além disso, a principal missão que inspirou Musskopf era fornecer materiais gráficos e embalagens que suprissem, também, as necessidades das pequenas, médias e grandes empresas.

Para desenvolver um negócio dentro de padrões de excelência, capital humano figura como quesito vital. Por essa razão, a Solupack conta com uma equipe de peso e altamente capacitada. A gráfica possui cerca de 50 funcionários diretos, 40 colaboradores indiretos e quatro sócios: Wilson Zeni, sua mãe, Rosely Musskopf Zeni, e os tios Adelar e Marise.



Arquivo Pessoal

O segredo para o sucesso no mercado, principalmente após tantos anos, é se reinventar. Pensando nisso, a partir de 2004, a fábrica começou a produzir, entre outros produtos, cartuchos industriais.

Os investimentos não pararam por aí. Já em 2011, foi inaugurada a nova sede no Bairro das Indústrias. Junto com o prédio foram adquiridos novos

equipamentos que suprissem a evolução do mercado gráfico.

Wilson destaca a parceria com os fornecedores e o bom relacionamento dos envolvidos como os principais responsáveis pelo triunfo da empresa. “A matéria-prima e a mão de obra são qualificadas e resultam em um produto de excelência. É isso que o cliente busca”, finaliza o dirigente gráfico.

## Agenda fiscal – Julho de 2012

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de Cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 06/2012	4/7	Simples Nacional	Faturamento 06/2012	20/7
Salário	Folha de pagamento 06/2012	6/7	SIMEI	Faturamento 06/2012	20/7
FGTS	Folha de pagamento 06/2012	6/7	ICMS - Substituição Tributária	Diferença Alíquota mês 05/2012	20/7
Minist. do Trabalho - CAGED	Folha de pagamento 06/2012	6/7	DCTF-Mensal	Mês 05/2012	20/7
DACON -Mensal	Mês 05/2012	6/7	ICMS - Indústria - Cat. Geral	Vendas 06/2012	23/7
ISSQN	Prestação de Serviços 06/2012	10/7	COFINS	Faturamento 06/2012	25/7
ISSQN POA	Declaração Mensal Eletrônica	10/7	PIS	Faturamento 06/2012	25/7
ICMS - Comércio-Categ. Geral	Vendas 06/2012	12/7	IOF	2º decênio 07/2012	25/7
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 06/2012	12/7	Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 01/07 a 15/07/2012	31/7
IOF	1º decênio 07/2012	13/7	Imposto de Renda S/Lucro	Faturamento 06/2012	31/7
Cofins/Pis/CSLL de Terceiros	Período: de 16/06 a 30/06/2012	13/7	Contribuição Social S/Lucro	Faturamento 06/2012	31/7
Previdência Social	Contribuinte Individual/Doméstico	16/7	Imposto de Renda S/Lucro	2º Trimestre 2012	31/7
Previdência Social	Folha de pagamento 06/2012	20/7	Contribuição Social S/Lucro	2º Trimestre 2012	31/7
Imp. de Renda na Fonte	Mês 06/2012	20/7	Parcelamento Simples Nacional	Parcela 06/2012	31/7
Parcelamento MP 303/2006	Pgto SRF E PGFN	20/7	REFIS/PAES	Faturamento 06/2012	31/7
PAEX	Parcela INSS MP:303/2006	20/7	Parcelamento Lei 11.941	Pgto SRF, PGFN E INSS	31/7
PAES	Parcela INSS Lei.10.684/2003	20/7	IRRF-3ª Quota	Pgto 4ª Quota 2012	31/7