



ADE SAMPA

Uma boa notícia para os micro e pequenos empresários de São Paulo



O vereador Eliseu Gabriel e o presidente do Sindilav José Carlos Larocca

O projeto de lei que estabelece a criação de uma agência de apoio e fortalecimento às micro e pequenas empresas de São Paulo - de autoria do vereador Eliseu Gabriel, atual secretário Municipal do Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo - foi aprovado.

O vereador compareceu à Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo - FecomercioSP para apresentar o projeto e explicar detalhadamente como a agência irá funcionar. O presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, também esteve presente e acompanhou as explicações.

A ADE SAMPA (Agência São Paulo de Desenvolvimento) será coordenada pela Secretaria Municipal do Desenvolvimento, Trabalho e Empreendedorismo (SDTE). Sua finalidade é atrair investimentos nacionais e estrangeiros para estimular o crescimento econômico e a geração de empregos, a fim de fortalecer as micro e pequenas empresas.

A Agência pretende garantir o microcrédito ao empreendedor. Para isso, já foi firmado um convênio com a Caixa Econômica Federal e com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que vai prestar assessoria jurídica, contábil e financeira aos empreendedores locais.

Haverá também a promoção de cursos de qualificação profissional, voltados para empresários e suas equipes, para treinar e desenvolver a capacidade na abertura de empresas, gestão sustentável, organização, promoção e demais técnicas de administração das mesmas.

José Carlos Larocca parabenizou o secretário por sua iniciativa e defesa dos micro, pequenos e médios empreendedores. O Sindilav considera a ADE SAMPA como um avanço para a melhoria do setor de lavanderias, e apoia a ideia. Os micro e pequenos empreendedores anseiam por investimentos desse nível, pois são essenciais para a manutenção da estabilidade econômica de todo país.

Governo prevê mudança na legislação do Simples

Encontrar uma solução para a substituição tributária que tem inviabilizado a competitividade das micro e pequenas empresas no país. Essa foi a meta reafirmada pelo ministro-chefe da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República, Guilherme Afif Domingos, durante um evento no Rio Grande do Sul.

A programação reuniu líderes empresariais do governo para discutir a necessidade de desoneração dos impostos sobre a cadeia produtiva gaúcha. No entanto, Afif manifestou o interesse na alteração da Lei do Simples Nacional, e apontou que a solução deverá ser aplicada já para 2014.

“Estamos fazendo um grande trabalho para que a mudança na legislação resolva o problema da distorção da substituição tributária, e que estenda o Simples para todas as categorias de empresas”, afirmou o ministro. Um empreendimento deverá ser enquadrado no Simples de acordo com seu porte. “Neste sentido, o que importa é o faturamento (de até R\$3,6 milhões), independentemente do setor de atuação”, disse o ministro-chefe, que afirmou estar se dedicando na elaboração de projeto a ser apresentado à presidente Dilma Rousseff.

Segundo ele, a intenção é tornar o Simples Nacional menos burocrático e estimular o empreendedorismo em todo o país, facilitando o processo desde a abertura até o fechamento das empresas. Na oportunidade, Afif também disse que as burocracias impostas anulam o poder de competição que é garantido pela legislação ao pequeno empresário.



EDITORIAL

O que vem por aí?

De acordo com dados divulgados pelo IBGE, o volume de vendas do comércio varejista teve o menor crescimento em oito anos. No 1º semestre de 2005 cresceu 9,2%, e no mesmo período de 2013 apresentou somente 3% de crescimento.

A diminuição nas vendas do comércio dá evidentes sinais de que a demanda perde força, indicando um desaquecimento da economia com uma atividade mais fraca.

Como a economia vinha sendo, em grande parte, sustentada pela demanda doméstica, o fato nos deixa bastante apreensivos e traz grande preocupação para o segmento que presidimos, pois acaba refletindo no movimento das lavanderias, que oscila bastante em função do poder aquisitivo da população.

Outra grande preocupação é que uma desaceleração da economia, combinada com inflação, pode trazer estagflação – que é a combinação de inflação e desemprego, gerando a pior das crises. O termo “estagflação” foi criado pelo choque do petróleo, quando boa parte do mundo entrou em recessão. Na ocasião, o Brasil foi bastante afetado por não ter boa estrutura econômica e possuir alta inflação.

Apesar da atual situação econômica do Brasil ser mais sólida, o governo não consegue ganhar a confiança dos investidores, devido às recentes alterações na política fiscal e bastante insegurança jurídica.

Podemos dizer que já temos um início de estagflação, pois a inflação começa a corroer o poder de compra da população, e o governo demorou muito tempo para elevar os juros, o que pode não ter sido suficiente para derrubar a inflação.

As lavanderias de vários segmentos já começaram a sentir os efeitos no seu dia a dia. Torcemos para que o quadro se altere rapidamente, para podermos trabalhar com mais tranquilidade.

José Carlos Larocca
Presidente do Sindilav

No rumo certo

O presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, participou da última plenária do dia 24 de junho, que aconteceu na Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo - FecomercioSP. Na oportunidade, o economista e ex-ministro da Fazenda, Mailson da Nóbrega, fez considerações sobre o rumo econômico brasileiro. O ministro também falou sobre o documento "O Brasil deu certo. E agora?", e deixou claro que, apesar das incertezas que envolvem a economia no momento, o país possui capacidade para continuar em pleno desenvolvimento.

Para Nóbrega, o Brasil tem atualmente um conjunto de instituições que formam um cenário propício ao desenvolvimento. A democracia, a independência do judiciário, a imprensa livre, os mercados que funcionam e a sociedade intolerante à inflação não são suficientes para garantir bons governos, mas certamente inibem as más condutas.

O que importa, no fim das contas, é que nenhum desses governos tire o país do rumo. "Atualmente o Brasil corre o risco de perder o grau de investimento que foi adquirido em 2008, ainda no governo Lula. Isso é ruim, mas o preço a pagar é o baixo crescimento e não o desmonteamento", afirma.

Nas projeções para o ano de 2013, o ex-ministro fez algumas previsões: PIB de 2,5%; inflação (IPCA) de 5,6%; desemprego de

5,3%; crescimento da massa salarial de 4,7%; taxa de juros (SELIC) de 9,0% e balança comercial com superávit de US\$9,5 bilhões. De acordo com o economista, a estabilidade política e econômica garante que o país fique fora da sala de riscos.

Após a palestra de Mailson da Nóbrega, o presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, continuou participando ativamente do debate, que seguiu.



Mailson da Nóbrega e José Carlos Larocca

Presidente do Sindilav concede entrevista ao programa de Joaquim Alessi

O presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, recebeu em seu gabinete o jornalista Joaquim Alessi, para quem concedeu uma entrevista. Na oportunidade, o jornalista abordou o mercado de lavanderias no Estado de São Paulo e o aumento da demanda neste segmento no inverno, devido à dificuldade da secagem de roupas em casa, principalmente quando as pessoas residem em apartamentos pequenos e com poucas áreas de ventilação.

Larocca falou sobre as projeções do setor para os próximos cinco anos, e sobre a interferência das leis - como as leis das domésticas - no setor.

Para conferir detalhadamente essa conversa e conhecer um pouco mais sobre a história do Sindilav e o trabalho desenvolvido

pelo sindicato, nas palavras do próprio presidente da instituição, assista ao vídeo pela internet: www.goo.gl/qL3h1w

Nosso agradecimento ao jornalista Joaquim Alessi. Colocamos-nos sempre à disposição.



Atendimento ao cliente de forma eficiente

DE QUE LADO DO BALCÃO VOCÊ ESTÁ?

Sabemos que o bom atendimento é fator fundamental para conquistar a fidelidade de nossos clientes, mas nem sempre conseguimos fazer com que isso se torne realidade. Por quê?

Todos nós, antes de sermos empresários, somos clientes desde o dia em que nascemos. Quando estamos do lado de fora do balcão, sabemos exatamente o que esperar daqueles que irão nos atender: respeito, atenção, interesse, eficiência, cortesia e por fim o encantamento, tão raro nos atendimentos que recebemos nos dias de hoje e tão desejado por todas as empresas. Mas quando passamos para o outro lado do balcão, vestimos o uniforme e colocamos o crachá, esses valores são esquecidos. Na mesma hora, assumimos outra postura e muitas vezes o cliente assume um papel de 'chato e exigente demais' nas situações cotidianas.

NÃO SÃO APENAS MORANGOS

Mas, afinal, o atendimento é um artigo de luxo ou um gênero de primeira necessidade? Quando nós somos os clientes, ele é artigo de luxo. Quando somos os empresários, torna-se artigo de primeira necessidade porque sabemos que sem ele não conseguiremos vender nossos produtos e/ou serviços.

Como no caso da mãe que queria fazer uma torta de morangos para a filha, no dia do seu noivado, para que ela se emocionasse ao rever sua sobremesa preferida quando criança. Mas, no dia em que o supermercado fez a entrega dos morangos, ela descobriu que eles não tiveram cuidado e amassaram as frutas que eram essenciais para a confecção da torta.

A sobremesa não pôde ser feita a tempo, mas na festa de noivado a mãe contou a história para todos os convidados e afirmou que nunca mais compraria naquele supermercado novamente, devido à falta de cuidado com suas compras. Para o embalador do supermercado eram apenas morangos. Mas, para ela, era a homenagem que encantaria sua filha ao lembrar da infância.

Essa é a diferença que o bom atendimento faz. Ele reconhece a importância dos clientes e entende que a empresa não fornece simplesmente produtos ou serviços, mas experiências e valores únicos. Quando nos esquecemos disso, proporcionamos acontecimentos ruins.

Faça uma avaliação da sua empresa e responda:

- ***Você está satisfeito com o atendimento que a sua equipe oferece?***
- ***Você acha que o atendimento da sua empresa pode ser um diferencial no seu negócio?***

- ***Sua equipe realmente está capacitada para encantar o seu cliente?***

Geralmente as respostas a essas questões sinalizam os principais motivos pelos quais os clientes não se mantêm fiéis à sua marca.

MAS AFINAL, ONDE ESTÁ O PROBLEMA ?

Não adianta justificar o mau atendimento com a falta de mão de obra ou falta de treinamento da equipe. O problema está muito além disso. E antes de entender o que é o bom atendimento, entenda o que não é o bom atendimento:

Bom atendimento não é simplesmente receber o cliente com um sorriso; o cliente percebe quando o atendimento é forçado e isso só piora a situação.

Bom atendimento não é a resolução de problemas pontuais, ou a contratação de uma única pessoa com essa capacidade de resolução; sua equipe precisa de autonomia para resolver problemas recorrentes. Evite a burocracia.

A responsabilidade do bom atendimento não é só daqueles que estão na linha de frente; quem está ali não consegue esconder os problemas que a empresa tem nos bastidores.

Atender bem não é apenas responder quando o cliente reclamar; é preciso ter a capacidade de antever os problemas e solucioná-los. Quanto mais assertividade, melhor.

Atendimento é, portanto, a forma como a empresa se relaciona com o cliente em todos os processos. Por isso, tudo o que acontece nos bastidores afeta sim, diretamente, o atendimento que vai acontecer na ponta. É por isso que apenas o treinamento da equipe não funciona. É necessário trabalhar em todo o processo visando o bem estar do cliente.

A cultura de atendimento começa quando a empresa, como um todo, entende os reais valores do cliente e alinha todos os processos de acordo com esses valores.

Um cliente de um restaurante, por exemplo, pode esperar alguns minutos pela chegada do pedido, mas preza pela higiene na elaboração do prato. Já o mesmo cliente, levando a filha para um hospital, prioriza a agilidade no atendimento. São segmentos diferentes, serviços diferentes, valores diferentes, mas o cliente é o mesmo.

E então, você conhece mesmo os valores dos seus clientes? Só conhecendo profundamente os valores que os clientes procuram na sua empresa é que você conseguirá corresponder às suas expectativas. E é isso que a empresa como um todo precisa compreender e praticar.

O seu funcionário, por melhor capacitado que seja, se sentirá solitário ao entregar um 'bom atendimento', quando nos bastidores o problema é bem maior. Ou quando ele deseja solucionar um problema, mas não tem autonomia suficiente pra isso. Para começar a refletir sobre como resolver essas questões, acompanhe os sete passos a seguir:

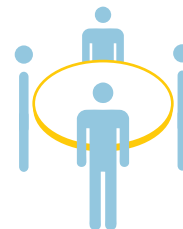
1º Entenda os valores do cliente

Pesquise junto ao seu consumidor, converse com ele e entenda exatamente o que ele espera quando procura os serviços da sua empresa. Enumere os valores de acordo com a prioridade e trabalhe em prol disso.



5º Comitês

Crie comitês de gestores, funcionários e clientes. Reúnam-se, dê voz aos seus delegados, funcionários e clientes e mostre a eles que o que eles dizem, sentem, pensam, realmente importa para sua empresa.



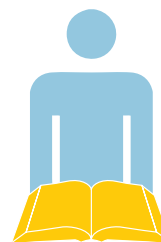
2º Converse com a sua equipe

Sua equipe escuta o cliente o tempo todo. Escute-a também e pergunte aos seus funcionários qual o diagnóstico que eles fazem sobre os desejos dos clientes. Esses dois passos devem ser feitos de maneira contínua.



6º Treinamento

Só aqui, depois de toda reestruturação interna e mudança de postura da cultura da empresa, é chegada a hora de treinar a equipe para que ela possa refletir os valores da empresa. Essa é a verdadeira função do treinamento - refletir os valores já incorporados na instituição. Treinamento não faz milagre, lembre-se sempre disso!



3º Cultura de atendimento

Desenvolva uma cultura própria de atendimento dentro da empresa. Esse é o diferencial. Esses serão os valores a serem vivenciados pela empresa, uma espécie de DNA. Seus concorrentes podem copiar seus produtos e serviços, mas a sua cultura de atendimento e a sua metodologia ninguém copia. Se essa cultura for bem desenhada e bem elaborada, certamente encantará seu cliente.



7º Monitore

Faça um acompanhamento e reavaliações constantes para que você sempre melhore e se distancie da concorrência. Dá trabalho, mas sua empresa crescerá naturalmente e seus concorrentes ficarão sem entender o porquê.



4º Padrões de atendimento

Faça o seu cliente lembrar de você! Seja pela localização, comodidade, atendimento, pós-atendimento. Defina um método padrão que não seja mecânico, mas humano e real. E que faça com que, na hora que ele precisar dos seus serviços, a sua empresa seja a primeira a ser lembrada por ele.



Texto totalmente embasado na palestra "ATENDIMENTO AO CLIENTE DE FORMA EFICIENTE - MARKETING & VENDAS", de Cidinha Fonseca para o Santander Empreendedor. Para ver a palestra na íntegra acesse: www.goo.gl/NVY77u

Recorde de participações!

O Sindilav trabalha constantemente para promover melhorias para o setor de lavanderias e proporcionar, aos seus associados, condições de desenvolvimento e capacitação cada vez mais eficientes e condizentes com a legislação.

Para reafirmar esse compromisso, no início de agosto promovemos mais um curso, de Primeiros Socorros, para as lavanderias que se interessaram e inscreveram representantes. Tivemos um recorde de público, o que nos deixou imensamente felizes!

Esse curso é mais um dos vários que são exigidos pelo Ministério do Trabalho e, também por isso, é importante. Cada lavanderia precisa ter pelo menos um representante habilitado para prestar primeiros socorros, caso necessário. O Sindilav sempre oferece esse e outros cursos de maneira gratuita.

O próximo curso, "Designado CIPA", acontecerá no dia 3 de outubro, quinta-feira, das 9h às 17h.

ANOTE: 3 de outubro (5ª feira)



**Designado
CIPA**
9h às 17h

As inscrições sempre são abertas 30 dias antes, e podem ser feitas através dos seguintes canais de atendimento:

E-mail: sindilav@sindilav.com.br ou telefone (11) 3078-8466.

Recomendamos que os donos de lavanderias fiquem sempre atentos à nossa agenda que é disponibilizada aqui, em nosso site e também em nossas redes sociais. Para mais informações acesse:

Site: www.sindilav.com.br/

Twitter: www.twitter.com/sindilav

Facebook: www.facebook.com/Sindilav

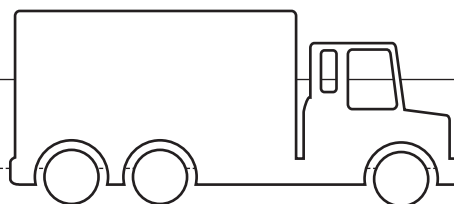
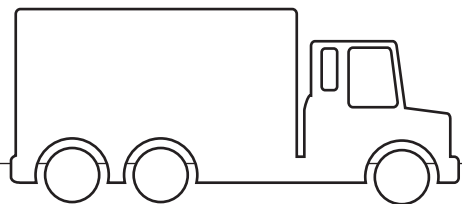
Conseguimos!

A persistência é a chave para alcançar aquilo que se quer. E foi por isso, pela persistência e pelo trabalho desenvolvido pelo presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, que conseguimos mais um ano de excepcionalidade para os caminhões de oito lavanderias hospitalares, que solicitaram a interferência do Sindilav.

Agora, esses veículos poderão transitar livremente na Zona de Máxima Restrição de Circulação, sem o risco de receberem multas. A Secretaria compreendeu que as lavanderias hospitala-

res são diferentes das demais e precisam de facilidades no transporte das roupas com sujidades.

Afinal, a agilidade e a eficiência nesse transporte impedem a proliferação de bactérias, e o tratamento em caráter emergencial impede o risco de contaminação por doenças causadas por essas sujidades. É sem dúvida um caso de saúde pública, e a decisão promove também a segurança, não só dos que trabalham direta ou indiretamente na área da saúde, mas de toda a população.



Aproveite as oportunidades, mas primeiro planeje!

Com a proximidade de grandes eventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas, é normal crescer em todo empreendedor um entusiasmo e uma vontade de investir, para não deixar as oportunidades passarem. Isso é ótimo, mas é preciso ter cuidado. Afinal, os eventos são breves e passageiros e os investimentos, dependendo da dimensão, ficam.

Claro que a nossa intenção não é desmotivar, mas abrir os olhos para que toda e qualquer modificação em sua empresa, visando esses grandes eventos, seja bem planejada. Afinal, você pretende aproveitar as oportunidades e não ficar no prejuízo, certo?

Aí vão algumas dicas:

VÁ ONDE O TURISTA ESTÁ

Se o seu estabelecimento fica longe de onde os novos clientes estarão, aposte em lojas pop-ups (temporárias). Procure um espaço livre em áreas que vão receber os turistas, próximas a pontos estratégicos, e estabeleça ali um ponto de conveniência que ofereça o que ele precisa. Somente assim você conseguirá benefícios com esses eventos.

VOCÊ E SUA EQUIPE JÁ FALAM INGLÊS? E ESPANHOL?

Saiba que falar inglês é importante, mas as projeções e pesquisas apontam que a maioria dos turistas que virão para a Copa do Mundo serão nossos vizinhos, da América do Sul. Por isso, valorize também o idioma de nossos 'Hermanos'. Faça cursos de especialização e incentive sua equipe a estudar sobre a cultura e os costumes dos latino-americanos. Faça com que eles sintam-se bem atendidos, e faça desse o diferencial entre os seus concorrentes.

FECHE PARCERIAS

Entre uma partida e outra o turista sempre procura descanso, polos gastronômicos e diversão. Realize parcerias com hotéis, restaurantes e comércios para oferecer pacotes promocionais aos clientes. Lembre-se da comunicação visual e trabalhe forte na divulgação. Você não vai se arrepender!

JAMAIS TENTE COMPETIR COM AS GRANDES EMPRESAS

As pequenas empresas têm suas peculiaridades, como a segmentação de público e a capacidade de estabelecer relacionamentos estreitos. As grandes visam quantidades e variedade de produtos e serviços. Por isso, invista na qualidade, no atendimento, na capacitação de sua equipe. Faça da sua lavanderia um estabelecimento diferenciado, e isso fará com que você obtenha destaque em um cenário de grande competitividade.

FAÇA PROMOÇÕES E ENTRE NO CLIMA FESTIVO DAS COMEMORAÇÕES E DOS SEUS CLIENTES

Não há nada mais desanimador do que entrar em um ambiente que está com a sintonia totalmente oposta à sua. Muitos, nem entram.

A Copa do Mundo se aproxima, mas ainda existe tempo para planejar ações e tirar o máximo proveito do evento para o seu negócio. Mãos à obra! E sucesso!

Fontes para elaboração da matéria:

O empreendedorismo na Copa do Mundo de 2014
www.goo.gl/nzs62e

A Copa não é a maior oportunidade da sua vida
www.goo.gl/DL9046



Mudanças no tráfego da Anchieta

A Agência de Transporte do Estado de São Paulo (ARTESP), juntamente com a concessionária Ecovias e a Polícia Militar Rodoviária, anunciou um novo esquema de tráfego para o trecho Anchieta - Imigrantes, na descida para a Baixada Santista.

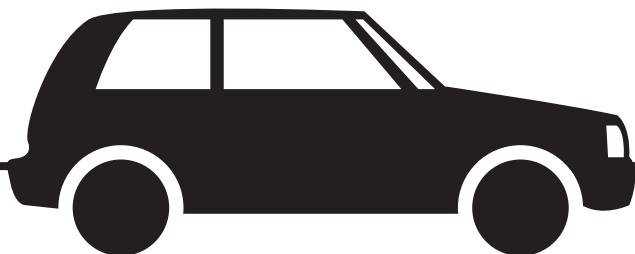
Com a decisão, ônibus e carros terão faixa exclusiva, à esquerda da via. Caminhões deverão trafegar à direita. A intenção é agilizar o deslocamento dos ônibus rumo ao litoral (nos 15 quilômetros do trecho de serra, entre o km 40 e o km 55) entre às 18h e 20h, diariamente. A expectativa é que se diminua até 30% do tempo que era gasto, antes da mudança, para fazer o mesmo trajeto.

A regulamentação e sinalização total devem ficar prontas em até 60 dias, mas, desde já, as mudanças já começam a ser implantadas para que haja adaptação dos motoristas que por ali trafegam. A liberação da faixa da esquerda para ônibus é uma medida de curto prazo que está sendo adotada para facilitação do deslocamento dos usuários. Em médio prazo, a previsão é de que uma série de obras, que já vêm sendo realizada na Baixada Santista, contribua para melhorar o tráfego de quem vai para o litoral.

Para trafegar com segurança no novo esquema de descida pela Anchieta:

- **Motorista, redobre a atenção.**
- **Respeite o limite de velocidade no trecho de serra: 60km/h.**
- **Com neblina, diminua a velocidade e nunca pare na pista nem trafegue com o pisca alerta ativado.**
- **Mantenha distância segura do veículo da frente.**
- **Nunca trafegue pelo acostamento.**
- **Nunca utilize telefone celular enquanto dirigir.**
- **Veículos de passeio têm preferência na descida pela Imigrantes.**

Fonte: ARTESP



Expediente

Boletim Informativo do Sindicato Intermunicipal de Lavanderias no Estado de São Paulo - Sindilav

Rua Pais de Araújo, 29 - 11º andar - cj. 111 a 113 - Cep 04531-090 - São Paulo - SP - Tel./Fax: (11) 3078 8466
www.sindilav.com.br - e-mail: sindilav@sindilav.com.br

Diretoria Executiva

Presidente: José Carlos Larocca

Vice-presidente: Edson Di Nardi

Diretor: Rui Sérgio Torres

Gerente Executivo: Marco Antonio Pires Fernandes

Filiado à Federação do Comércio do Estado de São Paulo - FecomercioSP

Editora e jornalista responsável:

Rute Faria - MTB: 16835

rutemariapf@gmail.com

Periodicidade: **Bimestral**

Tiragem: **3.650 exemplares**

Projeto gráfico:

Occa mPL branding & design

www.occa.com.br