

## Os 75 anos do Sindilav sob o olhar da tinturaria mais antiga de São Paulo

Uma matéria especial, com olhar diferenciado sobre as sete décadas e meia de atuação do sindicato.



Arnaldo Arenzano da Tinturaria Terlizzi

*Tão gratificante quanto completar 75 anos de atuação é poder ler mais sobre a nossa história. O texto que reproduzimos abaixo, de autoria da EP2 Textos, conta um pouco da trajetória do Sindilav sob o olhar da Tinturaria Terlizzi, a mais antiga de São Paulo.*

**Sindilav comemora 75 anos de atuação e mostra transformações do setor de lavanderias a partir da história da tinturaria mais antiga do Estado de São Paulo, existente desde 1896.**

São Paulo, 23 de junho de 2016 - Sob o sol, pendurados simetricamente e cuidadosamente em uma arara especialmente feita para este fim, ternos finos de alfaiataria movem-se lentamente sob o manto sol da tarde de outono. É com um sorriso aberto e muita disposição que Arnaldo Arenzano, de 77 anos, explica o procedimento de aparência artesanal. "Há pessoas que me dizem que parei no tempo, mas a verdade é que escolhi continuar fazendo as coisas como aprendi com meu pai. Cada um desses ternos custa pelo menos R\$5 mil. É muita responsabilidade", ensina o proprietário da

Terlizzi Tinturaria, oficialmente a mais antiga lavanderia do Estado de São Paulo. Com seu conhecimento desse mercado, são mais de cinquenta anos na atividade, por décadas exercida em paralelo com a função de juiz classista, Arenzano esclarece o que, afinal, tinturarias e lavanderias têm em comum: "No final do século 19 e no início do século 20, chegaram ao Brasil os primeiros tintureiros, vindos principalmente de Portugal, da Espanha e da Itália. Eles traziam a tradição da tinturaria, que ao contrário do que muitas pessoas imaginam, não tem a ver só com tingir roupas, mas principalmente com lavar e passar, com cuidados especiais. Antigamente, até se tingia, sobretudo quando acontecia alguma morte na família e se fazia necessário usar preto por um certo tempo. Já o nome lavan-

deria, tradicionalmente, era usado apenas para locais onde era feita a lavagem das roupas da casa, como lençóis e toalhas”, conta.

A Tinturaria Terlizzi foi fundada em 1896, pelo italiano Luiz Terlizzi, na Rua Aurora, no centro da cidade de São Paulo. Em 1920, o proprietário decidiu retornar para a sua terra natal e passou o negócio para o também italiano José Arenzano, pai de Arnaldo, então funcionário da tinturaria. “Nessa época, além dos europeus imigrantes, os japoneses também eram numerosos nesse tipo de trabalho. Eles passavam de bicicleta oferecendo seus serviços e eram figuras típicas na cidade”, relembra Arnaldo. Mais sofisticado, o público atendido pela Terlizzi sempre foi diferenciado. Lideranças políticas e o empresariado local, que amadurecia e se ampliava, formavam a principal clientela. A empresa chegou a contar com mais de cinquenta funcionários - todos imigrantes europeus, conforme é possível verificar no livro de registros ainda guardado por Arnaldo. Quando o Palácio do Governo saiu do centro da cidade de São Paulo, em 1965, os Arenzano decidiram acompanhar o círculo de poder e a empresa passou a funcionar no bairro do Itaim Bibi. Arnaldo e seus dois irmãos, Horácio e Paulo, assumiram o negócio, parceria que seguiria até 1996, quando Arnaldo adquiriu um prédio no bairro do Brooklin, onde atualmente a lavanderia funciona. Nessa transição, Horácio e Paulo decidiram se aposentar. Arnaldo seguiu sozinho com seu trabalho artesanal, atraindo a mesma clientela de políticos e empresários que tornou a Terlizzi uma referência no ramo.

O local guarda equipamentos históricos, como ferros antigos. “Os ferros eram aquecidos em uma espécie de fogão especial e pesavam no mínimo seis quilos. Para trabalhar, utilizávamos uma luva térmica”, conta Arnaldo. As lavagens na Terlizzi são feitas a seco, em um equipamento da marca Castanho, adquirido na década de 50. “Eu parei na tecnologia, mas foi por opção”,

afirma Arnaldo, referindo-se aos avanços tecnológicos que viu tomarem conta do setor, principalmente a partir da década de 1970, quando começaram a chegar ao Brasil redes estrangeiras de lavanderia. Segundo Arnaldo, abrir um desses empreendimentos passou a ser uma escolha bastante popular, principalmente para quem, depois de muitos anos trabalhando em grandes empresas ou bancos, conseguia gerar capital com rescisões de contrato. “Nessa época, esse era o principal perfil: gente que tinha trabalhando principalmente em banco a vida inteira e queria investir em um tipo de empreendimento que parecia dar lucro certo”, aponta. Novas máquinas e aditivos químicos baratearam os serviços e o investimento em publicidade tornou as lavanderias mais populares. O nome tinturaria passou a ser cada vez menos associado aos cuidados com peças de vestuário - que, então, passou a ir para a lavanderia junto com as roupas da casa.

Na onda dessa popularização, que amadureceria nas décadas seguintes, outros empresários surgiram dispostos a investir no ramo também de forma independente. Atualmente, segundo o Sindilav - Sindicato Intermunicipal de Lavanderias do Estado de São Paulo, entidade que completa 75 anos em 2016 e que teve o pai de Arnaldo como um de seus fundadores, no Estado de São Paulo existem, aproximadamente, 6.000 lavanderias, sendo 4.900 domésticas e 1.100 industriais. Destas, 70% estão localizadas no município de São Paulo. “Cada tipo de empreendimento acaba ocupando um lugar específico no mercado. Hoje, há uma oferta grande de opções. O importante, mesmo, é que exista um compromisso com a qualidade e um investimento contínuo, principalmente na mão de obra. Mesmo com toda a tecnologia, no final das contas, eu ainda acho que o que faz a diferença é a sensibilidade das pessoas em relação ao que estão fazendo. Cuidar dos vestuários de outras pessoas, ou de roupas de casa, é um tipo de trabalho que deve ser visto



Instalações da Tinturaria Terlizzi



Tinturaria Terlizzi - Vista externa

com muito respeito”, enfatiza José Carlos Larocca, presidente do Sindilav. Ainda segundo dados do Sindilav, 80% das lavanderias do Estado de São Paulo são pequenas empresas e 90% têm até 10 funcionários. No Brasil, estima-se que existam 9.500 lavanderias, aproximadamente, sendo 7.400 domésticas e 2.100 industriais.

Em meio a fotos de artistas e autoridades e dezenas de revistas onde é possível conferir trajes dos mais sofisticados que já receberam os seus cuidados, incluindo figurinos para grandes espetáculos musicais e teatrais, Arnaldo Arenzano salienta a importância do setor e dos que nele atuam como um verdadeiro guardião. Diariamente, vai para a Tinturaria Terlizzi e, sozinho, aplica seus cuidados a cada peça que chega. “Levo horas para passar um terno e o ferro que utilizo pesa cinco quilos. É um trabalho que tem um lado físico, árduo. Mas, veja: os melhores alfaiates da cidade são meus parceiros. Continuo honrando a profissão que meu pai me ensinou e vou seguir até quando conseguir”, conta, com brilho nos olhos - um brilho que surge também quando ele mostra outros belíssimos ternos pendurados delicadamente, à espera da chegada de seus donos. Na Tinturaria Terlizzi, profissionalismo e nostalgia se entrelaçam.

**Tenho certeza de que as lavanderias continuarão se desenvolvendo, crescendo. Vivemos um momento de grande desafio, é verdade. Mas quem trabalha nesse setor sabe superar e avançar.**

Arnaldo Arenzano



EDITORIAL

## A difícil missão de presidir uma entidade de classe

O Sindilav completou, em maio de 2016, 75 anos de existência, e desde 2001 temos nos dedicado ao cargo de presidente. Desde aquela época, procurei imprimir na administração do sindicato uma postura mais ativa e empresarial, adequada aos tempos globalizados e direcionada à efetivação de seus objetivos estatutários, voltada para os macros relacionamentos, que envolvem o segmento como um todo, as autoridades constituídas e, especialmente, o público consumidor. Isso resultou, sem dúvida, na melhoria do sindicato, que se tornou hoje um dos dez maiores filiados à Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP).

Não é tarefa fácil presidir nossa entidade, pois temos uma diversidade de setores: doméstico (consumidor final), decoração (cortinas, estofados e tapetes), jeans, hospitalar, hotel, motel e restaurante, roupas profissionais, panos industriais e EPIs. É certo que temos uma diretoria bastante coesa e participativa, trabalhando sem estrelismos e projetos pessoais e, ressalta-se, sem nenhuma remuneração, com a principal finalidade de defender e elevar a categoria.

Hoje somos referência para os demais sindicatos de lavanderias em funcionamento no Brasil e, respeitando as diferenças essenciais existentes nas demais partes do país, procuramos transmitir nossos conhecimentos a todos os demais sindicatos, de forma a sempre apoiar suas atividades. Mas é preciso deixar bem claro que todo nosso sucesso se deve às empresas de lavanderia do Estado de São Paulo, que têm efetivamente contribuído financeiramente para manter a nossa entidade, sem o que não seria possível levar adiante esse trabalho. Para elas o nosso agradecimento. Obrigado.

**José Carlos Larocca**  
Presidente do Sindilav

# Segundo Ricardo Amorim, as crises política e econômica caminham juntas

Economista fala do atual momento de mudanças e oportunidades.



José Carlos Larocca e Ricardo Amorim

O mês de junho foi marcado por mais uma reunião plenária na Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) na qual, mais uma vez, esteve presente José Carlos Larocca, presidente do Sindilav. O palestrante convidado da vez foi o economista e estrategista em investimentos, Ricardo Amorim, que falou sobre o atual cenário do país.

Ricardo destacou que o estímulo exagerado de consumo e a falta de investimento em produtividade, infraestrutura e educação, nos últimos anos, fizeram com que a crise se instalasse. “O momento adverso que passamos é reflexo do desequilíbrio macroeconômico”, disse. Mas ele ressaltou também que, nesta etapa de mudança, o país tem a oportunidade de reverter a situação, desde que aproveite bem a ocasião.

Em momento oportuno, José Carlos Larocca perguntou ao economista sobre uma possível previsão para o fim da crise econô-

mica. A resposta não foi muito otimista, já que, segundo Amorim, a crise econômica está intimamente ligada à crise política. Sendo assim, enquanto existir uma, provavelmente existirá a outra.

Mas nem tudo foi negativo. Segundo Amorim, a mudança jurídica é um dos fatores importantes gerados pelo atual momento. “Será que sem uma tensão da gravidade pela qual estamos passando haveria uma mudança jurídica tão significativa, como a decisão do Supremo Tribunal Federal de que, quem for condenado em segunda instância deve ir para a cadeia?”, questionou. Ricardo Amorim ainda disse que seria difícil imaginar, em outra época, que o presidente mais popular do país, desde a redemocratização, seria obrigado a depor - como aconteceu recentemente com o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva.

Ao final da palestra, Ricardo Amorim distribuiu e autografou seu mais novo livro: “Depois da Tempestade”.

# Atualização do Supersimples é aprovada no Senado



A matéria, no entanto, voltará para análise da Câmara dos Deputados por ter havido alterações no texto inicial.

Foi concluída no dia 28 de junho, pelo plenário do Senado, a atualização das regras para o enquadramento das empresas no Supersimples - a legislação com regras tributárias simplificadas para as empresas de pequeno porte. A matéria foi aprovada por unanimidade em turno suplementar, com 58 votos a favor (17 a mais que o mínimo necessário). Contudo, como houve alterações no texto inicial, a matéria volta para análise da Câmara dos Deputados.

Grande parte dos senadores destacou a importância do projeto para o crescimento da economia do país, além da geração de empregos. A relatora da proposta é a senadora Marta Suplicy (PMDB-SP), autora do substitutivo ao projeto original do ex-deputado Barbosa Neto (PLC 125/2015 - Complementar). Segundo a senadora, o texto levado ao plenário objetiva atender a maior parte dos interessados e é pautado pelo tripé: simplificação, tributação diferenciada e incentivo ao emprego. Ainda de acordo com Marta, a meta principal das alterações é fazer com que mais empresas participem do Simples e, com isso, haja um aumento na oferta de empregos do país. Entre as mudanças estão a inclusão da atividade

médica e odontológica no Supersimples, regras de exceção sobre o recolhimento de ISS e ICMS e a regulamentação da atividade do chamado "investidor anjo" - que será beneficiado pelo Simples a partir de 2017. Esses investidores são pessoas com recursos que financiam diretamente determinadas empresas ainda em suas fases iniciais, as chamadas Startups.

As novas medidas do projeto, em sua maioria, passarão a valer a partir de 2018. Somente o dispositivo que cria um parcelamento especial de débitos das empresas do Simples de 120 meses, caso seja mantido, entrará em vigor já no próximo ano. Outra importante alteração do projeto eleva o limite de receita bruta anual dos microempreendedores individuais (MEIs), que passa de R\$60 mil para R\$81 mil. Já o limite de faturamento anual para que uma empresa seja incluída no Supersimples passa de R\$3,6 milhões para R\$4,8 milhões.

Fonte: <http://goo.gl/R3k4q2> e <http://goo.gl/YJHmIE>

## Plenária sobre o cenário econômico brasileiro

Reunião teve como palestrantes o ex-deputado federal Paulo Delgado e o colunista da Folha Samuel Pessoa.



José Carlos Larocca e Paulo Delgado

Em maio, o presidente do Sindilav, José Carlos Larocca, participou de mais uma plenária da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). Na ocasião, os convidados para palestrar foram o sociólogo e ex-deputado federal, Paulo Delgado, e o colunista da Folha de São Paulo Samuel Pessoa, doutor em economia pela USP e pesquisador do Instituto Brasileiro de Economia da FGV.

Larocca aproveitou a oportunidade para saber a opinião de Paulo Delgado sobre o atual cenário econômico do país e a aceitação, pelo Partido dos Trabalhadores (PT), das novas medidas econômicas. O sociólogo disse que é importante a flexibilidade do partido, já que de outra forma perderia a conexão com a população. Ressaltou ainda: "há hora de falar e hora de ouvir".

# Adaptando-se ao comportamento do novo consumidor

Inovação está ao alcance de todos, inclusive da sua empresa.

O “6º Seminário Desafios do Crescimento”, realizado em Cascavel, no Paraná, trouxe à tona alguns fatos importantes e que merecem ser reproduzidos nesta matéria. O evento foi realizado no dia 15 de junho e contou com a participação de aproximadamente 750 empresários de micro e pequenas empresas do município e cidades vizinhas. Abordando temas como: tendências e inovação aplicada para empresas de micro e pequeno porte, o seminário teve como objetivo - segundo o gerente regional do Sebrae/PR no oeste, Orestes Hotz - despertar novas ideias nos participantes a fim de estimular micro e pequenas empresas a inovar para melhorar a competitividade dos seus negócios.

Além de apresentarem as tendências de comportamento do novo consumidor, os palestrantes mostraram que a inovação e a mudança de comportamento - tanto no atendimento, quanto nos processos - são possíveis e necessárias para quem deseja obter sucesso em seus negócios. Acompanhe:

## COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR

Estamos em um momento de transição onde os novos consumidores deixam os paradigmas presentes nos anos 80 para assumirem novas posturas. Segundo Sabina Deweik, pesquisadora de comportamento e tendências, se antes os consumidores baseavam suas compras apenas nos preços mais atrativos, hoje eles avaliam, principalmente, a qualidade do que lhes é oferecido nos produtos e/ou serviços. “Quem compra não quer só marca, busca experiência com aquela marca. É uma relação de credibilidade, na qual a publicidade já não é mais tão persuasiva quanto antigamente, em que as pessoas compravam por status, em que aquilo que se vendia podia não ser exatamente o que se entregava”, disse.

O empresário que consegue enxergar esse novo momento e, mais que isso, consegue adaptar-se a ele, sai na frente. Para o consultor do Sebrae-PR, Willian Braga Tomaz, que também foi um dos palestrantes no evento, o atual momento econômico exige uma mudança de postura do empresário. “Quem conseguir se reinventar e buscar alternativas de crescimento progride. Nas micro e pequenas empresas a competitividade é que define o crescimento do negócio, e este só se torna competitivo com gestores bem preparados”.

## CENÁRIO ATUAL

Vivemos uma realidade onde as novas empresas que ganham

destaque e sucesso são aquelas que se reinventam e inovam para levar ao consumidor aquilo que ele procura e precisa. Um bom exemplo a ser citado é o Uber. Apesar de polêmico, o serviço tem conquistado pouco a pouco diversos países. Mesmo sendo um negócio de transporte de pessoas, não possui sequer um veículo em sua frota. Da mesma forma o Alibabá, que é um dos maiores varejistas do mundo, não possui estoque de produtos. Mais um exemplo que merece destaque: o Facebook - que quase não produz conteúdo para os seus usuários, mas é uma das principais fontes de compartilhamento de informações da atualidade. Além disso, é dentro da rede social que surgem diversas pautas e matéria-prima para alimentar os canais de notícias mais tradicionais.

O surgimento desses novos negócios traz o alerta para o que o novo consumo espera de nós, empresários tradicionais: uma economia colaborativa e de compartilhamento, que valoriza muito mais o ser do que o ter. “Hoje, mais do que ‘vender’ produtos e serviços, a empresa precisa trazer bem-estar aos clientes, oferecer verdades, sensação de belo, de agradável, de sentir-se bem com a opção de compra daquele produto ou serviço. Isso aumenta significativamente a intensidade da experiência de compra. Inovar hoje é questão de sobrevivência”, afirmou Sabina Deweik.

## SOLUÇÕES INOVADORAS

Mais que resolver os problemas dos clientes, as empresas devem solucioná-los da forma mais simples possível. Foi sobre isso que Eduardo Luiz Serafim, líder de marketing da 3M no Brasil - empresa fabricante dos post-its, que utilizamos no dia a dia - pontuou em sua palestra. Ele, que é administrador de empresas, publicitário e professor de gestão da inovação e marketing, mostrou que inovação é algo simples e ao alcance dos pequenos negócios. “Se as pessoas veem valor na sua inovação, pagam o preço que se pede por ela. Agora, se o consumidor não consegue enxergar esse valor, a inovação, na verdade, não passou de uma invenção”, afirmou.

## MUDANÇA DE FOCO: DO PRODUTO PARA O CLIENTE

Planejamento é a chave inicial para o crescimento de qualquer negócio. Ao definir uma rota a ser seguida, o empresário deve responder algumas perguntas básicas: onde estou? Para onde quero ir? Como farei para chegar até lá? Essas respostas só aparecerão após análise do comportamento do público e de suas

necessidades latentes. “Precisamos entender que inovação parte de atender às necessidades do cliente, e elas mudam muito rápido. Você precisa começar a entender o seu cliente”, disse Serafim.

A inovação fica mais fácil quando sua empresa conta com mentes inovadoras. Por isso dar voz ao cliente é tão importante, já que ele pode ajudar você a identificar onde estão as falhas e acertos do seu próprio negócio. Quando o cliente se torna parte das mudanças implantadas na empresa, os bons resultados são garantidos. Isso é inteligência de negócio. A proximidade, a presença digital e a avaliação constante dos processos são alguns fatores essenciais para quem deseja mudar e se inserir nesse novo mercado.

### INOVAÇÃO APLICADA A LAVANDERIAS

Para o Sindilav, todos os temas abordados pelos palestrantes são realistas e aplicáveis também ao segmento de lavanderias. Precisamos abrir nossas mentes para a nova realidade de consumo de serviços e aprender, com os nossos clientes, as melhores práticas para mudança de processos e de atendimento, a fim de

alcançar o desejo do consumidor e aproximá-lo de nós. Em um mundo tão tecnológico e desenvolvido, precisamos ouvir o que o público tem a dizer, o que ele espera e, em alguns casos, descobrir o que eles precisam e nem mesmo sabem ainda. Usando da nossa experiência, da expectativa dos nossos clientes e das ferramentas tecnológicas disponíveis para melhorar nosso trabalho, podemos alcançar muito mais e ir além.

Convidamos você, empresário de lavanderia, a conhecer um pouco mais sobre o nosso Programa de Qualidade, Meio Ambiente e Segurança em Lavanderias, baseado nas normas ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001. Trata-se de uma certificação que cria um sistema que traz qualidade e cuidados com o meio ambiente, além de zelo pela saúde e segurança dos trabalhadores em lavanderias. Através do programa, sua empresa pode produzir mais, gastando menos e, mais que isso, descobrir novas formas de oferecer qualidade e excelência nos serviços prestados aos seus clientes. Além disso, o programa pode melhorar a imagem da sua lavanderia, trazendo vantagens e facilidade na negociação e obtenção de novos contratos. Acesse: <http://sindilav.com.br/SQS/> e saiba mais sobre a certificação.

Fonte das informações: <http://goo.gl/7HwcBk>



# Atendimento em Recepção de Lavanderia

Mais uma vez, curso gratuito realizado pelo Sindilav foi um sucesso.

No último dia 22 de junho, o Sindilav realizou mais uma edição do curso gratuito com o tema "Atendimento em Lavanderia", ministrado pela palestrante Solangela Iversen Figueiredo Lod. O evento, que contou com a presença de 43 empregados de lavanderias, abordou os seguintes assuntos: recepção ao cliente, boas maneiras, importância da imagem, orientação para o atendimento, cadastramento, cuidados na entrada das peças, como etiquetar para identificar as roupas, tratamento das roupas, enfretamento das reclamações, rotina diária do atendente, entre outros. Mais uma vez a edição foi um sucesso. Recebemos, inclusive, o feedback positivo de uma das lavanderias participantes. Confira:

Parabenizamos o Sindilav por mais esse evento direcionado ao Atendimento ao Cliente em Lavanderias. As funcionárias retornaram elogiando o local, a receptividade da equipe do sindicato, o networking proporcionado com outros colegas de profissão, as informações e dicas enriquecedoras e, principalmente, o carisma e conhecimento da palestrante Solangela.

Como feedback da Zelosa, as funcionárias retornaram para a empresa mais motivadas em corrigir possíveis falhas de processos, entender melhor as necessidades do negócio e focar na qualidade do resultado ofertado aos nossos clientes.

Atenciosamente,

Edson  
A Zelosa Lavanderia



A realização de cursos é motivo de grande orgulho para o Sindilav, que possui uma equipe comprometida em levar melhores condições para o setor de lavanderias. Receber esse retorno é gratificante e mostra que estamos no caminho certo. Agradecemos ao Edson, da Zelosa Lavanderia, às suas funcionárias e a todos que tornaram o evento possível.

Se você deseja ver seus colaboradores participando da próxima edição desse curso, ou de outros, fique atento à agenda que disponibilizamos em nosso site (<http://sindilav.com.br/agenda>) e inscreva sua equipe!

## 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 de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo - FecomercioSP

Editora e jornalista responsável:  
**Rute Faria** - MTB: 16835  
rutemariapf@gmail.com

Periodicidade: **Bimestral**  
Tiragem: **4.350 exemplares**

Projeto gráfico:  
**Occa branding & design**  
www.occa.com.br