



Uso de máscaras nas empresas: como ficam as regras a partir de agora?

Em algumas cidades do Brasil, como São Paulo, não há mais obrigatoriedade do uso de máscaras em locais fechados; saiba o que muda nas empresas.

À medida que a vacinação avança no país, os números relacionados à pandemia de Covid-19 melhoram. E como resultado disso, algumas medidas preventivas passam a ser flexibilizadas, como é o caso do uso obrigatório da máscara. Em vários estados do Brasil, não há mais exigência da sua utilização em locais abertos (ruas, praças e parques) e, em muitas cidades, também em alguns lugares fechados.

A cidade de São Paulo é um bom exemplo dessa situação. Em locais abertos, não é mais necessário usar máscaras; já em ambientes fechados, a obrigatoriedade continua apenas em hospitais, serviços de saúde, no transporte público (trens, aviões e ônibus) e em seus acessos – aeroportos, estações e terminais –, além dos carros de aplicativos e táxis.

Toda essa flexibilização diz respeito à população em geral, em que cada indivíduo pode decidir se quer continuar a usar a máscara ou não. No entanto, não podemos dizer que o mesmo acontece com os profissionais que trabalham presencialmente. Mas por quê?

A UTILIZAÇÃO DA MÁSCARA NAS EMPRESAS

A explicação é simples e deve ser seguida. É que, em se tratando de matéria do direito do trabalho, as empresas continuam obrigadas a cumprir as normas de segurança, medicina e higiene do trabalho, editadas pelo Ministério do Trabalho e Previdência.

É importante se atentar ao que diz, principalmente, a Portaria nº 14, de 2020, que foi editada em conjunto pelos ministros do Trabalho e Previdência, da Saúde e da Agricultura, e Abastecimento e Pecuária. Por meio dessa portaria, é possível conhecer as medidas

de prevenção, controle e mitigação dos riscos de transmissão do novo coronavírus nos locais de trabalho.

Portanto, como a portaria ainda continua em vigor, ela precisa ser seguida à risca pelas empresas. De acordo com esse documento, compete aos empreendimentos o fornecimento de máscaras cirúrgicas, ou de tecido, para todos os colaboradores. Além disso, os empregadores devem exigir a sua utilização em ambientes compartilhados ou nos locais em que exista contato com outros funcionários ou com o público.

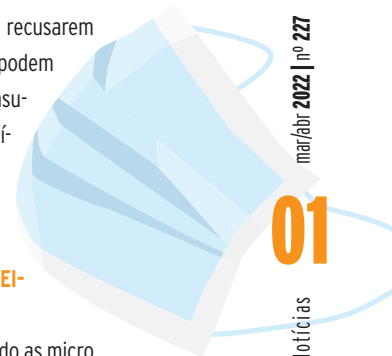
Vale lembrar que os funcionários que se recusarem a usar as máscaras nos locais de trabalho podem ser punidos, uma vez que haverá ato de insubordinação. Com isso, é perfeitamente passível a dispensa por justa causa, caso haja reiteração da conduta.

POSSIBILIDADE DE PREJUÍZO FINANCEIRO PARA AS EMPRESAS

É fundamental que as empresas, sobretudo as micro e pequenas, continuem seguindo o que diz a Portaria 14 e exigindo o uso das máscaras por seus funcionários. Isso porque, no caso de comprovada contaminação do empregado pelo coronavírus, o empregador poderá ter de pagar indenização por danos morais e materiais ao trabalhador, principalmente se o profissional ficar com alguma sequela que limite a sua capacidade de trabalhar.

Portanto, reiteramos a necessidade de exigir (e cobrar) o uso da máscara por todos os empregados que trabalham presencialmente. Assim, o empregador demonstra que se preocupa com a saúde dos colaboradores e, no caso de contaminação, ele poderá provar que o funcionário foi infectado fora da empresa, ficando livre de condenações por não praticar o que diz as normas.

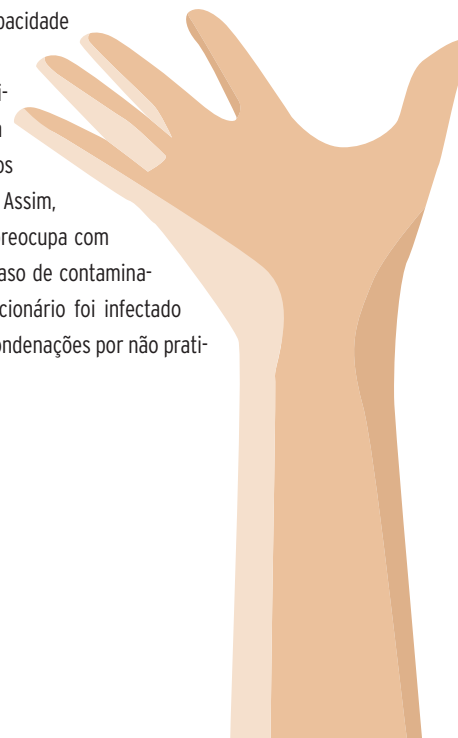
Fonte: <https://bit.ly/3xo3m7l>



mar/abr 2022 | nº 227

01

Sindilav Notícias



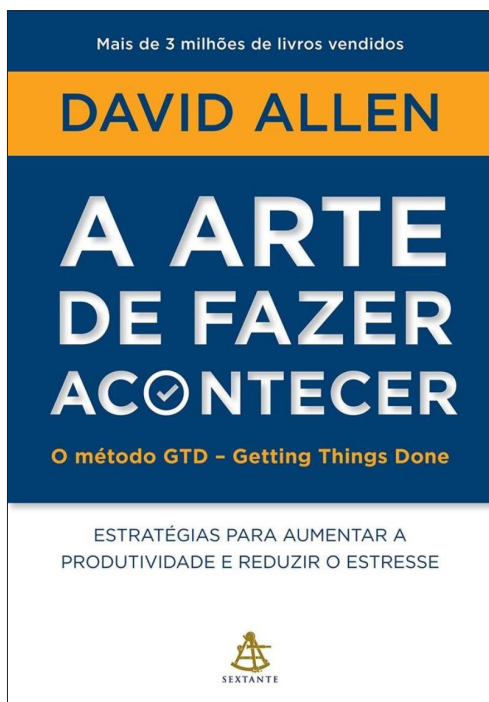
Sindilav indica



mar/abr 2022 | nº 227

02

Sindilav Notícias



A ARTE DE FAZER ACONTECER

AUTOR: David Allen

EDITORA: Sextante

Sua mente deve estar livre para criar, e não preocupada em reter informações. Foi com esse argumento que David Allen criou o método GTD - Getting Things Done: um sistema de gestão que tem ajudado inúmeras pessoas e empresas a colocar ordem no caos.

Considerado a principal autoridade no campo da produtividade, Allen trabalhou com os melhores e mais brilhantes talentos do mundo defendendo a teoria de manter “a mente clara como água” e abordando o equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Depois de 30 anos de pesquisa e prática, lançou “A arte de fazer acontecer”, um best-seller internacional publicado em 28 idiomas, que se tornou uma verdadeira referência em organização pessoal. Nesta nova edição, revisada e atualizada, David Allen insere as novas tecnologias na gestão do fluxo de trabalho e incluiu as descobertas mais recentes da ciência cognitiva.

E você, recomenda algum livro que considera essencial para a gestão dos serviços em lavanderia? Envie sugestões por e-mail para: sindilav@sindilav.com.br, com o assunto “Indicação de Livro para o Sindilav Notícias”.



EDITORIAL

E como vão as lavanderias?

Passados dois anos de pandemia, a economia dá sinais de recuperação, mas a inflação segue como a grande vilã da retomada do crescimento. A inflação é um dos grandes desafios. A Assessoria Econômica da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) considera o atual cenário desfavorável, face a uma inflação muito elevada. O consumidor precisa de mais recursos para comprar comida e vai ter que reduzir de outro lugar, e aí pode ser tanto no setor de serviços, mas também postergando uma compra de um outro bem. É certo que houve um recuo do endividamento, no final do ano passado, sentido pelas famílias em geral. E, com isso tudo, a economia perde, porque se o consumidor tem menos dinheiro, os serviços têm menos demanda. E os pequenos empresários, como os empresários de lavanderia, são fundamentais para a recuperação econômica, além de sua importância na geração de emprego. Nesse momento, as lavanderias, que viram seu faturamento real cair radicalmente, ao contrário dos insumos, que subiram de preço muito rapidamente, precisam acreditar em seu trabalho e manter sempre a esperança de um futuro muito promissor.

José Carlos Larocca
Presidente do Sindilav

Será que sua lavanderia pode proibir o uso do celular no trabalho?

É fundamental que os empresários se atentem a estas informações e, se for o caso, criem políticas internas sobre o assunto.

Uma situação bastante comum de se ver nas empresas brasileiras, incluindo as lavanderias, são funcionários utilizando seus aparelhos celulares durante o expediente. Em muitos casos, o uso dos smartphones acontece de maneira rápida, sem que isso interfira negativamente nas atividades do colaborador. No entanto, em outras ocasiões, essa atitude é constante e pode prejudicar bastante o negócio.

Por isso, os empresários precisam ficar atentos e se informar sobre o que diz a legislação. Por exemplo, quando é a própria empresa que fornece o celular para seus funcionários, certamente ela pode estabelecer regras para o seu uso. Inclusive, os empregadores podem também bloquear o acesso a redes sociais e a sites que não tenham qualquer relação com as atividades dos funcionários.

E QUANDO OS APARELHOS SÃO DOS PRÓPRIOS EMPREGADOS?

Quando os celulares são dos próprios funcionários, aí sim é preciso tomar algumas medidas, caso necessário. Isso porque pode existir o uso abusivo desses aparelhos durante o expediente, ocasionando perda de horas, total desconcentração no trabalho e até mesmo o risco de acidentes.

Essa é uma situação que acontece bastante. Tanto, que os tribunais trabalhistas espalhados pelo país passaram a discutir sobre isso, com entendimento majoritário de que os empresários podem criar regras para disciplinar o uso de smartphones nos locais de trabalho. Afinal, de acordo com o art. 2º da CLT, cabe ao empregador controlar o uso de equipamentos eletrônicos e de informática, inclusive acesso à internet, dentro do ambiente laboral.

Portanto, as empresas podem estabelecer regras internas no que diz respeito ao uso de celulares, tanto os fornecidos por elas quanto os de propriedade do colaborador. Para tanto, é preciso também que elas embasem essas regras em uma justificativa razoável. Após definir as normas que precisam ser segui-



das, é fundamental que os empregadores transmitam essas informações aos colaboradores, de modo que todos saibam do que é ou não permitido com relação ao uso de smartphones.

Caso essa comunicação não ocorra, ou aconteça de maneira falha, o empregado que desobedecer às normas poderá contestá-las alegando que não tinha conhecimento prévio. Por isso, é fundamental comunicar essas informações de maneira eficiente, inclusive coletando assinaturas dos funcionários em que eles confirmem a ciência das regras estabelecidas.

PODE HAVER DEMISSÃO POR JUSTA CAUSA, DEVIDO À DESOBEDIÊNCIA A ESSAS NORMAS?

Após criada a política com regras disciplinando o uso de celulares, o empregador deve fiscalizar se os procedimentos estão sendo cumpridos e manter a ordem. Caso haja descumprimentos, deve-se aplicar as sanções disciplinares adequadas ao colaborador.

Essas sanções, de maneira geral, devem ser graduais e de caráter pedagógico, para que o empregado entenda que aquela atitude não será tolerada. Assim, espera-se que ele aprenda com a advertência e não mais desobedeça às regras fixadas sobre o uso de celulares no trabalho.

Contudo, no caso de acontecer novamente com o mesmo funcionário, as advertências podem mudar de nível, chegando até mesmo a suspensões disciplinares. Não há como estabelecer quantas advertências são necessárias para que ocorra a demissão por justa causa. O que deve prevalecer é o bom senso e a análise de cada caso, buscando sempre a melhor solução para ambas as partes.

Para finalizar, um outro ponto muito importante. Existem empresas que disponibilizam armários para que os empregados guardem seus pertences. No caso da proibição de celulares, e estes ficarem guardados nesses locais, é de responsabilidade do empregador zelar pela segurança do objeto, devendo, inclusive, ressarcir o colaborador no caso de eventuais furtos.

6 dicas para diminuir o impacto ambiental da sua lavanderia

Por meio de medidas simples, mas assertivas, é possível evitar prejuízos enormes para o meio ambiente (e para o seu negócio).

A preocupação da população em geral com o meio ambiente nunca foi tão grande. E atentas a tudo isso, várias empresas trabalham levando em consideração a preservação dos recursos naturais do nosso planeta. É a chamada consciência ambiental, que felizmente cresce a cada ano entre as instituições, proporcionando ganhos imensuráveis para a população.

No entanto, ainda estamos distantes de conseguirmos a sustentabilidade de forma efetiva. Ainda é grande o número de empresas que não observam suas atitudes e os males que causam ao meio ambiente. E engana-se quem acha que estamos falando apenas de grandes organizações, pois as pequenas empresas também têm suas responsabilidades e precisam agir nesse sentido.

Isso se torna mais evidente quando analisamos nossos atuais consumidores, que estão mais engajados com a causa e buscam, cada vez mais, por produtos e serviços sustentáveis. Portanto, se a sua lavanderia não trabalha para diminuir os impactos ambientais causados por ela, é muito provável que seu público perceba isso e, então, procure outra empresa.

Para mudar esse cenário e começar a agir com uma consciência ambiental, veja a seguir seis dicas para ajudar seu negócio a ser mais sustentável!

1 - REVEJA O USO DE ENERGIA ELÉTRICA DA SUA LAVANDERIA

As recomendações são simples, mas, na maioria das vezes, não são seguidas. Por isso, se atente a luzes acesas e equipamentos ligados sem qualquer necessidade. Procure aproveitar a luz do dia e substituir lâmpadas e aparelhos da empresa por outros de menor consumo. O mercado está cheio de possibilidades, basta pesquisar e aplicar aquilo que for mais benéfico para o meio ambiente e sua lavanderia.

Se possível, aposte em uma matriz energética renovável, como a energia solar. Você terá uma economia enorme em seu negócio e ainda contribuirá bastante para a preservação do meio ambiente.

2 - OBSERVE O CONSUMO DE ÁGUA

A água é um recurso fundamental para o trabalho das empresas, principalmente quando falamos em lavanderias, não é mesmo?

Por isso, se você acha que o custo é baixo e pode usar à vontade, repense! Afinal, não é uma questão apenas de custo, mas sim de um recurso finito. Se hoje usarmos a água sem qualquer tipo de limite, amanhã pode faltar; já parou para pensar se isso acontecer?

Portanto, reveja seus processos, pense em alternativas que possam reduzir o consumo ou reutilizar a água e aja o quanto antes!

3 - REVISE TODOS OS PROCESSOS DA EMPRESA

Você já parou para analisar qual a quantidade exata de matéria-prima utilizada por sua lavanderia? Está havendo algum desperdício? Se sim, revise seus processos e observe o que pode ser melhorado para não causar danos ao meio ambiente e ao seu bolso.

4 - FIQUE ATENTO ÀS SUAS EMBALAGENS E REPENSE A FORMA COMO SÃO DISPONIBILIZADAS

As embalagens são objetos bastante contestados por causa dos males que podem causar ao meio ambiente. Como são as suas? Elas são ecologicamente corretas? Se sim, parabéns! Mas em muitos casos, elas representam um grande problema quando são descartadas, devido principalmente ao seu material. Procure maneiras de reutilizá-las ou adequá-las de forma que não agridam ao meio ambiente.

5 - CUIDADO COM OS RESÍDUOS GERADOS POR SUA LAVANDERIA

Muitas empresas não dão o destino correto aos resíduos gerados por elas. Se considerarmos todo o processo de um empreendimento, da produção à entrega, pode ser grande a quantidade de resíduos formados. Então, nada melhor do que dar a esses materiais um destino adequado, separando os orgânicos dos recicláveis.

6 - DIVULGUE SUAS AÇÕES E SEJA TRANSPARENTE

Tão importante quanto praticar ações sustentáveis em sua lavanderia, é divulgar o que tem sido feito. Mostre aos seus clientes que sua empresa se preocupa com o meio ambiente, mas seja transparente e sincero. Aumentar o que vem sendo realizado não é uma atitude honesta, além de afetar negativamente a imagem do seu negócio.



Como você precifica os seus produtos e serviços?

Entenda o que levar em consideração na formação de preços do seu negócio.

De forma equivocada, muitos empreendedores pensam que, para precificar algum produto ou serviço da sua empresa, basta somente fazer uma conta matemática. O que esses empresários precisam entender é que, ao definir os preços do negócio, não se pode pensar apenas no lado financeiro; é necessário também que se saiba qual a visão de valor que o consumidor tem do seu produto ou serviço.

Isso porque a precificação é uma ferramenta que tem o poder de refletir não só a sua estratégia de negócio, mas também a de marketing. Além disso, por meio das técnicas de formação de preços, é possível entender também momentos pontuais que podem dizer muito sobre a descontinuidade ou degustação dos produtos e serviços.

Entenda os três pilares que devem ser levados em consideração no momento de precificar:



FINANCEIRO

Nos dá o preço mínimo, já que não podemos vender nada por menos do que o produto ou o serviço lhe custa.



ESTRATÉGICO

Diz respeito ao posicionamento do seu negócio no mercado, ou seja, como você quer que o seu produto seja visto.



MARKETING

Tem a ver com a percepção de valor que o seu cliente tem sobre o seu produto ou serviço.

Para que saibamos, então, como precificar nossos produtos e serviços de maneira eficiente, é fundamental se apoiar nesses três pilares e pensar na sua estratégia de momento. Não existe uma regra geral que nos diz exatamente o que fazer para formar os preços do negócio, mas é possível observar o que é mais comum no mercado.

Assim, temos a margem alta e giro alto, que é o que acontece normalmente com produtos e serviços “modinha”, que estão em evidência; margem alta e giro baixo, utilizada em produtos premium, sem grande capacidade de absorção do mercado; margem baixa e giro alto, que é mais comum em negócios de baixo valor agregado, com o foco em vendas volumosas; e margem baixa e giro baixo, em que há tendência de descontinuidade do produto ou serviço.

Portanto, quando for definir os preços do seu negócio, não faça simplesmente uma conta matemática e pronto. Procure levar em conta os pontos acima destacados e pense na melhor estratégia de precificação para sua empresa.

Fonte: <https://bit.ly/3xBqq2v>



O poder das plataformas de CRM para o bom relacionamento com o cliente

É fundamental que as empresas contem com essas ferramentas, que nos dão dados valiosos sobre os clientes e ajudam a personalizar o atendimento, entre outras vantagens.

A cada ano que passa, diversas transformações ocorrem na forma de se comercializar produtos e serviços. E, certamente, isso tem muito a ver com as mudanças de comportamento dos clientes, que estão mais exigentes e buscam por empresas que lhes proporcionem mais facilidades e comodidades. Nesse sentido, contar com ferramentas que auxiliem no entendimento dos clientes, por meio do registro de dados e outras informações importantes, é essencial.

É aí que entram as plataformas de CRM (*Customer Relationship Management*, ou gerenciamento do relacionamento com clientes), tão úteis para qualquer empresa na atualidade. Por meio dessas ferramentas, podemos saber a frequência de compra de cada cliente, suas preferências, os canais de atendimento que eles mais gostam de usar, e até mesmo qual foi a sua última compra.

O QUE FAZER COM AS INFORMAÇÕES DOS CLIENTES?

De posse dessas informações, é possível traçar estratégias valiosas para implantar ou melhorar o relacionamento com os clientes de uma empresa. Philip Kotler, professor americano e que é considerado o pai do marketing moderno, fala que o CRM trata do gerenciamento de informações detalhadas sobre cada cliente e de todos os “pontos de contato” com ele, a fim de maximizar a sua fidelidade.

Portanto, todas as informações obtidas e registradas em um CRM são bastante úteis para customizar o atendimento aos clientes, com alto potencial de fidelizá-los e os tornar grandes embaixadores da sua marca. É preciso usar essas ferramentas para estabelecer importantes vínculos com os clientes, gerando valor a eles e

criando um relacionamento no longo prazo, que pode render frutos interessantes para seu negócio.

O QUE SE PODE ESPERAR COM A IMPLANTAÇÃO DE UM CRM?

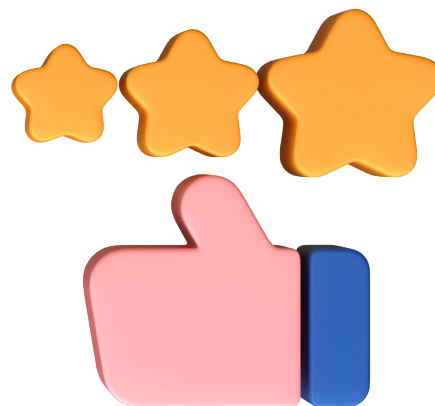
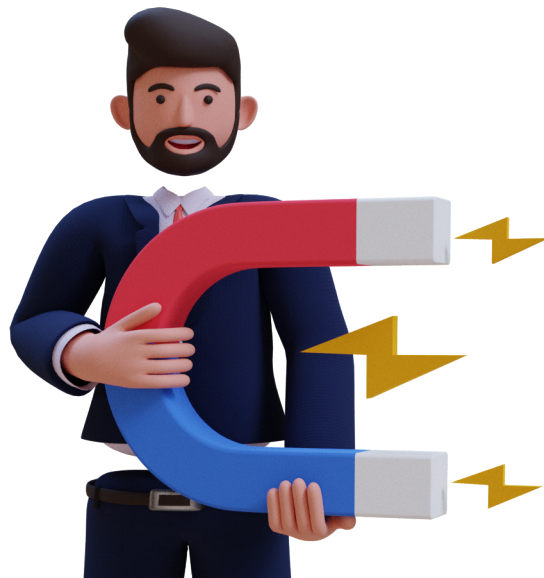
Os melhores resultados possíveis. Pelo menos é isso que vem acontecendo com empresas que passaram pela implementação do CRM, que passaram a ter um aumento médio da receita e maior produtividade do time de vendas. Além disso, esses empreendimentos relatam que, após o CRM, obtiveram elevação nos níveis de satisfação dos clientes e redução no ciclo de vendas, gerando maior retenção e menores custos com marketing.

Portanto, são grandes as possibilidades de melhoria no negócio, com a implantação de um CRM. Contudo, os empresários precisam entender que há desafios a serem superados em sua execução; só assim, é possível chegar aos ótimos resultados que essas ferramentas podem proporcionar.

Para que se obtenha sucesso com essa estratégia, é crucial mapear os pontos de contato e a jornada do cliente, bem como criar fluxos e processos. Além disso, é necessário também integrar canais e monitorar indicadores (como NPS, cancelamentos, recompra e engajamento), e ainda treinar bem a sua equipe.

Assim, sua empresa conseguirá otimizar seus processos, melhorar o relacionamento com o cliente e, como consequência, aumentar as vendas.

Fonte: <https://bit.ly/3JJESYF>





4 filmes que todo empreendedor precisa assistir

Confira algumas indicações para seus momentos de lazer e aproveite para aguçar a sua mente empreendedora.

Para que uma empresa possa sempre inovar e seguir uma trajetória de sucesso, é fundamental que os empreendedores utilizem suas criatividade. Contudo, com a rotina pesada do dia a dia de um empreendimento, às vezes fica complicado parar e ter tempo para pensar em novas estratégias para o negócio. Mas o que talvez você não saiba é que existe a possibilidade de unir seus momentos de lazer a atividades que estimulem a sua criatividade.

Estamos falando dos filmes! Aqui no Sindilav Notícias, a cada edição, fazemos indicações de livros que julgamos ser muito importantes para todo empresário, sobretudo os de lavanderias. Mas neste texto, vamos falar de filmes. Existem várias produções que são verdadeiras lições para donos de negócios e que, de fato, podem aguçar as mentes empreendedoras e dar ótimas ideias.

Então, confira 4 filmes que todo empresário precisa assistir!



1 - AMOR SEM ESCALAS

Essa grande produção conta a história de Ryan (George Clooney), um homem que ganha a vida viajando em nome da empresa em que trabalha, para demitir pessoas. Contudo, a chegada de Natalie, sua nova colega de trabalho, pode pôr em risco o seu cargo, já que ela desenvolveu um sistema de reuniões online para demissões.

Para lutar por seu emprego e mostrar o seu valor, Ryan passa a levar Natalie em suas viagens ao redor do país, principalmente para convencê-la da importância das relações cara a cara.

Por que esse filme pode ajudar os empreendedores?

O longa fala da necessidade de entender processos antes de tomar grandes decisões. Além disso, também aborda o poder da comunicação entre os profissionais de uma empresa.

Onde assistir?

HBO Max, Amazon Prime Video e Apple TV



2 - PARASITA

O filme fala sobre a história de Ki-Woo, o jovem promissor da família Kim. Ele é contratado para dar aulas na casa de uma família

rica e que guarda segredos perturbadores. O ponto central do filme gira em torno da dúvida: será que o jovem Ki-Woo e sua família seriam capazes de participar dessa rede de mentiras e problemas, tudo isso para ascender socialmente?

Por que esse filme pode ajudar os empreendedores?

A produção fala muito sobre diferenças sociais e tudo o que envolve esse universo, mas um ponto chama a atenção e merece destaque: é preciso ter cuidado, pois nem o dinheiro faz com que você fique imune à miséria.

Onde assistir?

Telecine, Apple TV e GloboPlay



3 - O SENHOR DAS ARMAS

Tendo como grande estrela do filme o ator Nicolas Cage, "O Senhor das Armas" fala sobre um imigrante da Ucrânia que decide seguir uma trajetória de sucesso em sua vida, mas por meio do comércio ilegal de armas. Esse longa nos faz refletir acerca da importância de assumirmos a responsabilidade por nossas próprias escolhas.

Por que esse filme pode ajudar os empreendedores?

Porque ele apresenta algumas qualidades que todo empresário de sucesso deveria ter, como ambição, tenacidade e capacidade de tolerar riscos.

Onde assistir?

Amazon Prime Video



4 - HITCH: CONSELHEIRO AMOROSO

Essa excelente comédia romântica, estrelada por Will Smith, conta a história de Alex Hitchens, ou "Hitch", que promete ser o homem que sabe tudo sobre as mulheres. Durante o filme, ele presta serviços a outros homens revelando os maiores segredos dos relacionamentos. O curioso é que, ao ajudar um contador a conquistar o amor da sua vida, ele encontra o seu – uma jornalista capaz de desmascará-lo.

Por que esse filme pode ajudar os empreendedores?

De acordo com palavras do próprio Hitch: o maior conselho para formar qualquer tipo de relacionamento é ouvir o outro antes. Dessa forma, concluímos que a comunicação não verbal é muito poderosa e precisa ser praticada.

Onde assistir?

Globoplay, AppleTV, Amazon Prime Video e Netflix

Fonte: <http://glo.bo/3xAX5W9>

Agenda de cursos Sindilav: confira os eventos realizados em março e abril

Programação contou com dois importantes workshops, ministrados na plataforma Zoom, além de uma Sindilive.

A agenda de cursos e eventos do Sindilav seguiu a sua programação anual, trazendo especialistas em diferentes temas, para falar aos nossos associados e demais participantes. Ao todo, nos meses de março e abril, foram realizados três eventos online: dois deles transmitidos pela plataforma Zoom, e uma live feita no Instagram do Sindilav.

O primeiro evento de março foi o **Workshop de Finanças**, ministrado pelo empresário de lavanderia e especialista em educação empreendedora, Rui Torres. Essa programação ocorreu em dois dias (10 e 15/03), levando bastante conhecimento aos participantes acerca de demandas do dia a dia das lavanderias, relacionadas ao assunto.

Durante o workshop, Rui Torres ensinou importantes fundamentos, como: Demonstrações Financeiras; Composição de custos, despesas e investimentos; Lucratividade x Rentabilidade; Margem de contribuição e ponto de equilíbrio; Projeção de fluxo de caixa; e Análise de retorno de investimento.

Ainda no mês de março, no dia 22, foi a vez de falar sobre: **LGPD para Lavanderias**. Em uma live realizada pelo Instagram, o Dr. Eduardo Silveira, do escritório Duarte Tonetti Advogados (parceiro do Sindilav para questões jurídicas), abordou pontos de vital impor-

tância para as empresas de lavanderia. Entre os assuntos discutidos, ele comentou sobre:

- O que é dado pessoal, tratamento de dados e bases legais;
- O que muda no segmento de Lavanderias;
- Direitos dos titulares;
- Cuidados na contratação de parceiros de negócio e prestadores de serviços;
- Multas e penalidades.

Já no mês de abril, dias 13 e 14, Rui Torres foi novamente convidado para ministrar novo Workshop, desta vez sobre **Gestão de Pessoas**. Os participantes puderam aprender um conteúdo valioso, que apresentou definições e conceitos sobre o tema, além de fundamentos em gestão e desenvolvimento de pessoas; liderança; e engajamento de colaboradores.

Sem dúvida alguma, foram momentos de grande aprendizado e que comprovam a importância dos eventos promovidos pelo Sindilav. Fique atento ao nosso site, acesse www.sindilav.com.br/agenda e confira a programação para os próximos meses.

Participe!



Expediente

Boletim Informativo do 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: Antonio Carlos Penha Affonso

Assessor da Diretoria: Marco Antonio Pires Fernandes

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

Redação: **Elder Oliveira** - MTB: 16342/MG
eldervg.oliveira@gmail.com

Periodicidade: **Bimestral**

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