



Lançamento da Campanha

#UseLavanderia

Um grande investimento do Sindilav para benefício de vocês associados

No universo da limpeza e higienização, a lavanderia desempenha um papel crucial, garantindo roupas impecáveis, tecidos bem cuidados e, principalmente, a segurança e saúde de todos nós. Entretanto, a percepção do público sobre esse setor muitas vezes é deixada de lado. Para chamar a atenção de consumidores e reforçar as empresas de lavanderia, o Sindilav planeja constantemente campanhas publicitárias. Demos início agora em Dezembro, à nova campanha “Use Lavanderia”, uma iniciativa estratégica e abrangente para elevar a imagem e promover a importância desse serviço essencial.

A campanha, cuidadosamente planejada e executada pela agência especializada em marcas, a Ocça Branding, tem como foco não apenas os consumidores finais, mas também os diversos setores que compõem o universo da lavanderia. Com ações previstas ao longo do primeiro semestre de 2024, a iniciativa abrange veiculações em revistas especializadas, mídias de elevador nos bairros de São Paulo e nas cidades atendidas pelo Sindilav, além de uma presença marcante no Instagram.

ESTRATÉGIAS MULTISSECTORIAIS

Para garantir uma abordagem abrangente, a campanha utiliza uma variedade de canais, atingindo diferentes públicos e proporcionando uma visão completa da importância das lavanderias. Anúncios em revistas como “Revista Proteção” e “Revista Hotéis” destacam não apenas a necessidade de serviços de qualidade, mas também ressaltam os aspectos ambientais e de segurança inerentes às lavanderias modernas.



Além disso, a presença em mídias de elevador nos bairros de São Paulo e nas cidades cobertas pelo Sindilav busca alcançar a comunidade local de forma mais personalizada, promovendo a conscientização sobre os benefícios de utilizar os serviços desses profissionais dedicados.

IMPACTO VISUAL E DIGITAL

A presença online é uma peça fundamental na campanha “Use Lavanderia”. A divulgação nas redes sociais, especialmente no Instagram, proporciona um canal de comunicação direta com os consumidores, permitindo a disseminação de informações relevantes sobre os serviços prestados pelas lavanderias associadas.

O site oficial da campanha, www.uselavanderia.com.br, é o ponto central para direcionar interessados em lavanderias associadas ao Sindilav que garantem o serviço profissional. Nele, é possível encontrar informações também um calculadora de economia de água e link direto para o site do Sindilav.

A IMAGEM QUE TRANSFORMA

A estratégia de comunicação visual é um dos pontos altos da campanha, destacando-se especialmente nos anúncios veiculados em revistas renomadas como “VejaSP” e “Revista Hotéis”. Imagens e conceito da campanha reforçam a ideia de que escolher uma lavanderia de qualidade é uma decisão consciente, responsável ambientalmente e traz economia de tempo!



Anúncio da campanha veiculado na revista Veja São Paulo

A campanha “Use Lavanderia” não apenas visa promover a importância do setor, mas também busca envolver e integrar novos membros, tornando a iniciativa um sucesso coletivo.

O investimento em uma lavanderia de qualidade não é apenas sobre roupas limpas; é sobre contribuir para um setor responsável, que se preocupa com o meio ambiente, com a segurança dos trabalhadores e com a satisfação dos clientes.

Estarmos juntos nesta transformação é muito importante para Sindilav.

Se você ainda não faz parte do Sindilav, esta é a oportunidade ideal para se associar. Além de contribuir para o fortalecimento do setor, a sua associação resultará em benefícios diretos para o seu negócio. A campanha “Use Lavanderia” não apenas visa promover a importância do setor, mas também busca envolver e integrar novos membros, tornando a iniciativa um sucesso coletivo.

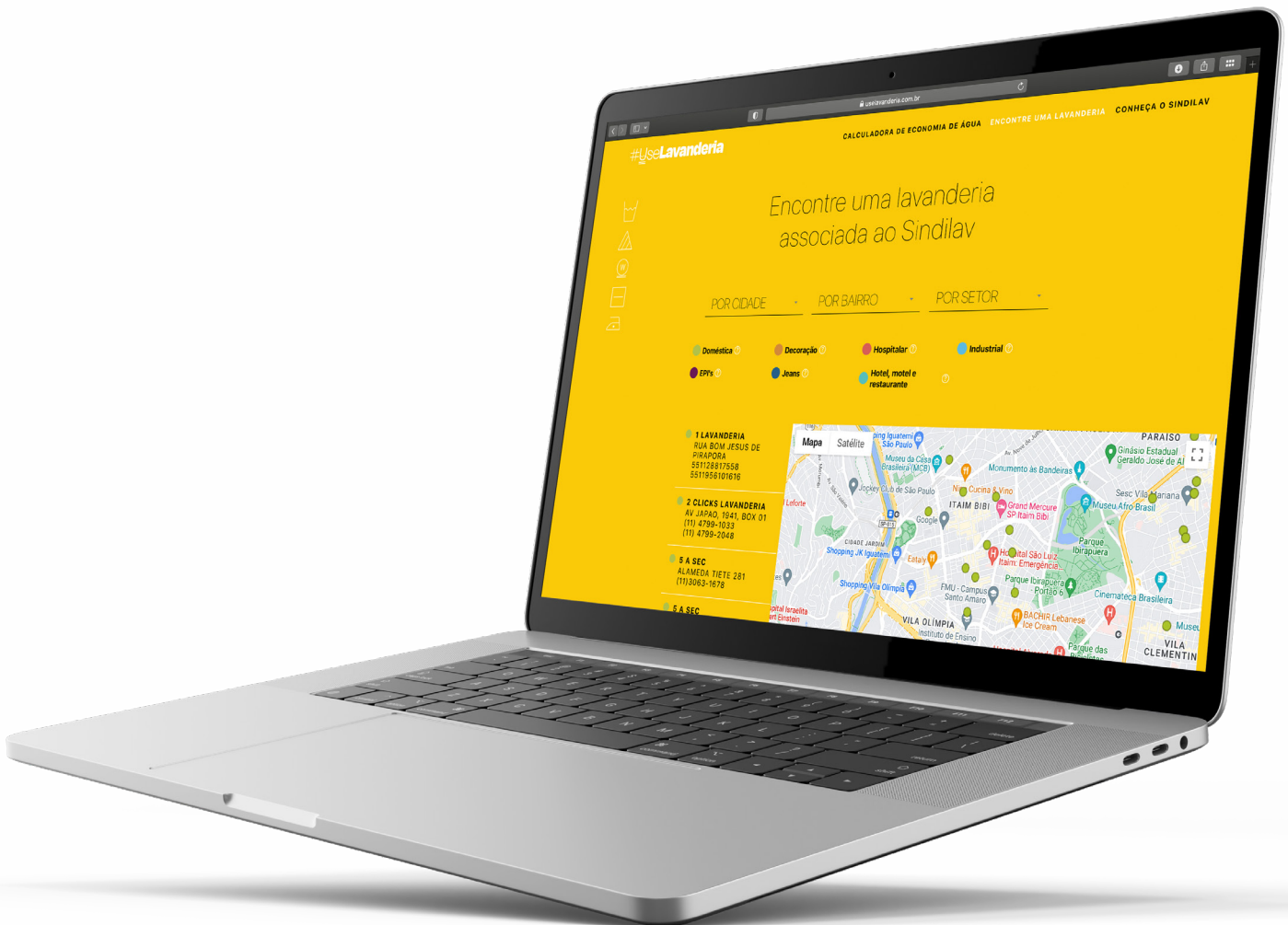
Fonte: Redação Sindilav

Para obter mais informações sobre a campanha **#UseLavanderia** e a participação de sua lavanderia no site promocional, entre em contato com o Sindilav no email sindilav@sindilav.com.br

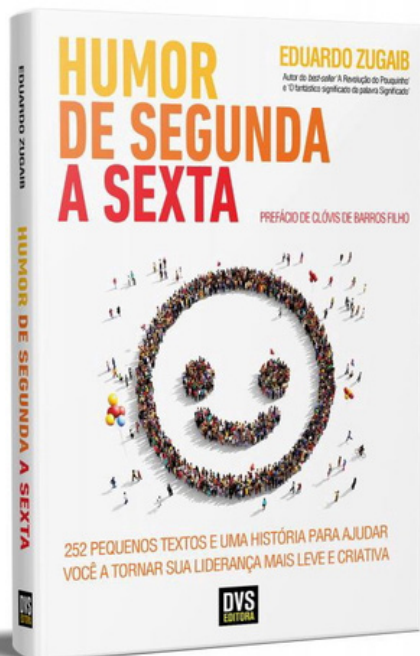




Mídia de Elevador



Sindilav indica



HUMOR DE SEGUNDA A SEXTA

AUTOR: Eduardo Zugaib

EDITORA: DVS Editora

Quando pensamos em livros sobre liderança, ou até em exemplos de líderes, é até comum imaginarmos aqueles chefes com caras amarradas, que não esboçam um sorriso e não são muito de rir.

Porém, o humor e a leveza, se bem aplicados, podem se tornar habilidades fundamentais de liderança! Imagine como as pessoas vão reagir de maneira animada às suas falas se você aprender a utilizar o bom humor para liderar.

Sim, isso é totalmente possível! Além disso, um ambiente sem tensão, cobranças duras ou prazos apertadíssimos propiciam o desenvolvimento de boas ideias e, também, a criatividade da equipe.

Eduardo Zugaib nos mostra neste livro como podemos aplicar isso em nossa liderança sem perdermos o respeito e a admiração que nossos funcionários nutrem e sem precisarmos virar humoristas sem objetivo.

Compartilhe suas dicas de leitura e outros conteúdos audiovisuais como séries, documentários, podcasts, por e-mail para sindilav@sindilav.com.br, com o assunto "Indicação leituras Sindilav Notícias".



EDITORIAL

Preparando-se para o Futuro

Ao refletirmos sobre o ano que passou, não posso deixar de expressar minha gratidão pela jornada extraordinária que vivemos juntos como representantes do setor de lavanderias. Este foi um ano de desafios superados, conquistas marcantes e, acima de tudo, consistência da nossa presença e influência no cenário governamental.

A força do trabalho incansável e a união exemplar dos representantes do Sindilav foram fundamentais para alcançarmos nossos objetivos. Conseguimos consolidar nossa representatividade, sendo reconhecidos como um elo essencial entre as lavanderias nas instâncias públicas e governamentais. Essa conquista não é apenas nossa, mas de toda uma classe que viu seus interesses defendidos com determinação e eficácia.

Gostaria de convocar todos os associados a participarem ativamente das oportunidades educacionais oferecidas por meio dos cursos do Sindilav. O conhecimento é a base para o sucesso contínuo, e estamos empenhados em proporcionar a todos os membros as ferramentas necessárias para prosperar no competitivo mercado atual. Lembrem-se também de que o Conselho de Diretoria é um direito dos associados, e sua participação é crucial para o fortalecimento da nossa voz coletiva. A união é nossa maior força, e é com ela que moldaremos o futuro das lavanderias no país.

Estamos encerrando o ano de maneira memorável com a realização da campanha "Use Lavanderia", uma iniciativa que está se destacando nas diversas mídias. Esta campanha não apenas promove os serviços dos nossos associados, faz link direto para o contato de todas as lavanderias que pertencem ao Sindilav, mas também gera um apoio por parte da comunidade. Isso não apenas beneficia cada lavanderia individualmente, mas eleva o status e a relevância do setor como um todo. Esta campanha se estenderá para o primeiro semestre de 2024!

Contem sempre com o Sindilav.

Um Natal abençoado e um próspero Ano Novo a todos!

José Carlos Larocca
Presidente do Sindilav

Cursos Sindilav: uma fonte de conhecimento

Investimento estratégico para fortalecer as capacidades individuais e coletivas

Na incessante busca por excelência no setor de lavanderias, a importância dos cursos oferecidos pelo Sindilav torna-se evidente. Essas oportunidades educacionais não apenas aprimoram as habilidades técnicas e gerenciais dos associados, mas também promovem a inovação e a adaptação às constantes mudanças do mercado. Os cursos Sindilav não são simplesmente uma fonte de conhecimento, mas um investimento estratégico para fortalecer as capacidades individuais e coletivas, impulsionando o sucesso sustentável de cada participante no competitivo cenário do ramo de lavanderias.

CONFIRA AGORA OS CURSOS PROMOVIDOS NOS ÚLTIMOS MESES

1. PLANEJANDO SUA LAVANDERIA PARA 2024

Quando: 22 e 23 de Novembro

Instrutor: Rui Torres

Onde: Workshop Online na Plataforma Zoom

Gratuito para todos os filiados ao Sindilav

Curso que proporcionou ferramentas necessárias para antecipar desafios, definir metas realistas e estabelecer estratégias eficazes para atingir objetivos específicos. Ao compreender as nuances do planejamento anual, o empreendedor adquire habilidades essenciais de gestão, incluindo a capacidade de otimizar recursos, antecipar tendências de mercado e tomar decisões informadas. Além disso, o planejamento anual contribui para a eficiência operacional, aprimora a resiliência organizacional diante de incertezas e promove uma abordagem proativa na consecução de metas a longo prazo.



2. DESIGNADO DA CIPA

Quando: 09 de Novembro

Instrutor: Marco Antônio, em parceria com Asserel

Onde: Presencial no auditório do Sindilav

Gratuito para todos os filiados ao Sindilav

3. DA ADVERTÊNCIA À JUSTA CAUSA - COMO APLICAR (COM SEGURANÇA) MEDIDAS DISCIPLINARES?

Quando: 17 de outubro

Instrutor: Dra. Gisela, Duarte Tonetti Advogados

Onde: Palestra Online na Plataforma Zoom

Gratuita para todas as lavanderias

- Partes da relação de emprego;
- Direitos e obrigações das partes;
- Poderes do empregador;
- Princípios da punição: como ter mais segurança ao aplicar uma penalidade?
- Tipos de punição: da advertência à justa causa.
- Penalidade X Educar
- Como agir nos casos de embriaguez, uso de drogas e prisão do empregado?

Nossos cursos são gratuitos para AS LAVANDERIAS ASSOCIADAS AO SINDILAV. Fique por dentro da agenda de cursos e eventos! Acesse o link www.sindilav.com.br/agenda e aproveite para atualizar conhecimentos sobre lavanderias.

O que esperar do Brasil em 2024

O sentido de desaceleração da economia permanece

O crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) no terceiro trimestre de 2023 superou as expectativas mais otimistas do mercado. A mediana das expectativas era de uma redução de 0,2% na comparação com o trimestre anterior. A estimativa mais otimista era de uma variação nula. No entanto, o PIB entre julho e setembro cresceu 0,1% na comparação com o trimestre anterior. A soma dos produtos e serviços gerados na economia brasileira somou R\$ 2,741 trilhões. E segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o PIB está 7,2% acima do quarto trimestre de 2019, imediatamente anterior à pandemia.

Como esperado, o agronegócio apresentou o pior desempenho, com uma queda de 3,3% após cinco trimestres consecutivos de alta. No entanto, o desempenho da indústria e dos serviços surpreendeu positivamente. Os dois setores cresceram 0,6% no trimestre. A projeção para os serviços era de pouco acima de zero, mas o prognóstico para a indústria era de variação zero ou uma leve retração. Ambos os setores surpreenderam positivamente.

Como interpretar esse resultado? Segundo um relatório da MB Associados, dos economistas José Roberto Mendonça de Barros e Sergio Vale, “o resultado não muda o prognóstico desse ano, de 2,7%, tampouco o do ano que vem, que se mantém em 1,7%”. Segundo os economistas, “o sentido de desaceleração da economia permanece, com a indústria e os investimentos, especialmente, sentindo com mais intensidade o enfraquecimento da economia.”

Paulo Silva, economista do Efi Bank, avalia que um dos sinais positivos para a economia é o setor externo. No terceiro trimestre, as importações caíram 2,14% e as exportações cresceram 3,95%. Na comparação anual, as importações caíram 6,14% e as exportações aumentaram 9,99%.

“Esses movimentos reforçam nossas expectativas otimistas para o PIB, entretanto, manteremos uma postura cautelosa quanto às tendências dos próximos meses e seu possível impacto na economia brasileira.”

SEM CRISE NO AGRO

À primeira vista, a queda de 3,3% na produção do agronegócio indica um período tenebroso, mas o próprio IBGE descartou essa hipótese. Segundo o Instituto, a queda decorre de características do setor. A lavoura brasileira mais importante é a soja, cuja colheita é concentrada no primeiro semestre. Os dados do PIB comparam “um trimestre em que há um grande peso da soja com outro em que ela não pesa quase nada”, informou o comunicado. A queda no trimestre era esperada, mas 2023 está sendo um bom ano para a atividade. Na comparação anual, com o terceiro trimestre de 2022, a agropecuária avançou 8,8%.

Para Étore Sanchez e Guilherme Sousa, da Ativa Investimentos, o desempenho da agricultura não deve ser lamentado. “Os



dois primeiros trimestres registraram avanços expressivos e sustentaram um crescimento mais muito mais forte que o esperado em termos relativos, o resultado não foi tão ruim.” E, segundo João Savignon, da Kínitro Capital, a queda foi menor do que o esperado.

DESACELERAÇÃO NA INDÚSTRIA

O crescimento magro da indústria foi provocado pela desaceleração do setor de construção civil, cuja atividade recuou 3,8% no terceiro trimestre, após crescimentos fortes em 2021 e em 2022. No entanto, os juros altos, a taxa de ocupação reduzida e o aumento dos preços dos insumos cobraram um pedágio alto. No acumulado do ano, a construção recuou 0,9% frente ao mesmo período do ano anterior.

As indústrias extrativas e de transformação ficaram estáveis. Ambas apresentaram crescimentos de 0,1%. E as temperaturas não exatamente amenas, aliadas às chuvas abundantes (que não elevaram as tarifas de energia) fizeram o setor de eletricidade, gás, água e saneamento e gestão de resíduos crescer 3,6%. A indústria investiu menos. A Formação Bruta de Capital Fixo, que representa os investimentos, caiu 2,5% frente ao segundo trimestre. Foi a quarta queda consecutiva deste indicador, devido à política de juros elevados.

SEGUROS PROTEGEM OS SERVIÇOS

O setor de serviços, o mais importante para a economia, que representa 67% do PIB, cresceu 0,6% graças ao bom desempenho dos seguros e atividades financeiras, que cresceram 1,3%. Apesar do retrocesso da construção, os brasileiros e brasileiras serviram-se de imobiliárias, cuja atividade também cresceu 1,3%. Já o setor de transportes recuou 0,9% após oito trimestres de altas.

Savignon, da Kínitro, avalia que os serviços seguiram nas máximas históricas. *“Isso refletiu sua maior resiliência, beneficiada pela elevação da renda das famílias no período”*, avalia. Somente os serviços de transporte, armazenagem e correios recuaram devido ao fim do excesso de demanda provocada pelas grandes safras do primeiro semestre.

O QUE ESPERAR PARA 2024

Agregado macroeconômico por excelência, o PIB é a soma de todos os bens e serviços produzidos na economia. É o melhor indicador da temperatura da atividade econômica. Por isso, a análise dos resultados do terceiro trimestre permite não só saber o que está acontecendo, mas refinar as previsões para o que poderá ocorrer em 2024.

Segundo Savignon, o resultado desta terça-feira indica um “carry over” de 3,0% para o ano e de 0,3% para 2024. *“Ou seja, se o PIB apresentar crescimento nulo no próximo trimestre, teremos uma alta de 3,0% no acumulado de 2023”*, diz ele. Sanchez e Sousa, da Ativa, elevaram a projeção para o ano de 2,5% para 2,9%. E aumentaram a projeção para 2024 de um crescimento de 1,3% para 1,5%. Para eles, o resultado do ano que vem só não será melhor devido à retração dos investimentos. E Eduarda Schmidt, da Órama, prevê um crescimento de 1,6%, sem alteração.

Fonte: Forbes Money



LGPD – O que é Legítimo Interesse?

Entenda mais sobre esta relevante lei.

Diante da relevância da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD e a necessidade de adequação das empresas, a FecomercioSP traz informações periódicas importantes sobre o tema a seguir.

No último Mix Legal da Série “Falando sobre LGPD” tratamos sobre as hipóteses legais trazidas pela Lei nº 13.709/2018 (LGPD) que justificam o tratamento de dados pelas empresas. Ou seja, as empresas somente podem fazer operações de tratamento de dados se for com base em uma das dez hipóteses legais trazidas pela legislação. Essas bases legais constam no artigo 7º da lei. Uma dessas bases legais é o legítimo interesse! Essa é a hipótese legal mais controversa, genérica e flexível trazida pela LGPD, razão pela qual vamos aprofundar esse tema a seguir.

Muito se discute sobre o sentido, o alcance e os limites do legítimo interesse. Seria essa uma justificativa para tratar qualquer tipo de dado? Poderia dar margem para abusos por parte das empresas? Embora a LGPD tenha dado um conceito aberto e amplo para o legítimo interesse, a ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) ainda não trouxe uma regulamentação específica para esse tema, razão pela qual é necessário adotar uma postura mais conservadora pelas empresas. Ou seja, somente em casos específicos é possível justificar o tratamento de dados pessoais com base no legítimo interesse.

Diante da grande probabilidade interpretativa que essa base legal poderia gerar, a própria legislação veio limitar o seu uso. Vejamos o dispositivo legal: Art. 10. O legítimo interesse do controlador somente poderá fundamentar tratamento de dados pessoais para finalidades legítimas, consideradas a partir de situações concretas, que incluem, mas não se limitam a:

I - apoio e promoção de atividades do controlador; e - não está, este é para a continuidade abaixo, estava assim na matéria.

II - proteção, em relação ao titular, do exercício regular de seus direitos ou prestação de serviços que o beneficiem, respeitadas as legítimas expectativas dele e os direitos e liberdades fundamentais, nos termos desta Lei.

De tal forma, ficou claro que o legítimo interesse não pode ser utilizado para preencher lacunas de fundamentação legal para o tratamento de dados. Para usar o legítimo interesse como base legal é necessário que exista uma relação concreta e prévia entre o controlador e o titular dos dados. Portanto, deve existir uma legítima expectativa pelo titular de que seus dados poderão ser tratados pelo Controlador (empresa responsável pelo tratamento de dados) devido alguma relação pré-existente. Por exemplo, uma loja de roupas envia aos seus clientes e-mails com promoções e ofertas do mês. Esses dados foram obtidos devido a uma compra que o cliente fez na loja e forneceu o e-mail ao comerciante consciente de que poderia ser utilizado para o envio de ofertas promocionais. Nesse caso, não seria lícito o lojista enviar ofertas por e-mail a pessoas que nunca fizeram compras em seu estabelecimento ou jamais forneceram os seus dados para este fim. Vale ressaltar que é sempre necessário que o Controlador se atente e respeite os princípios trazidos pela LGPD em qualquer operação de tratamento de dados pessoais, especialmente quando se baseia no legítimo interesse.

Fonte: Fecomercio SP



Celebrando Conquistas no Jantar de Final de Ano

Confira agora quem esteve presente

No dia 14 de dezembro marcou o encerramento do ano de 2023 e o início de expectativas e projetos para 2024. Membros da diretoria do Sindilav receberam parceiros-chave, em um jantar que se tornou o centro de celebração e planejamentos futuros. Um momento estratégico de alianças e agradecimentos. A diretoria do Sindilav compartilhou a mesa com parceiros fundamentais, cujo comprometimento e colaboração foram essenciais para as conquistas do setor ao longo do ano.

ATUAÇÕES NOTÁVEIS

Sérgio Kácas, assessor da deputada Carla Morando, cujo empenho na Câmara dos Deputados tem sido crucial para a expansão do número de veículos com circulação permitida no rodízio, foi uma figura de destaque no evento. Sua presença reforçou a importância do diálogo entre o Sindilav e os representantes políticos, visando benefícios que transcendem o setor. Roberto Chikusa, assessor do vereador George Hato, também se fez presente, consolidando a parceria constante na defesa dos interesses do setor perante o poder público. A união de forças entre entidades públicas e privadas promete contribuir para um ambiente mais favorável às demandas do Sindilav.

SUPORTE JURÍDICO E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Os advogados do escritório Duarte Toneti, Wesley Duarte, Eduardo Rodrigues, Débora Picchetti, Fernanda Miranda, Madalena Gonçalves e José Carlos Gonçalves, presentes no evento, reforçam a relevante parceria e suporte jurídico irrestrito proporcionado ao Sindilav e seus associados ao longo dos anos. Uma relação sólida, construída sobre confiança mútua e compreensão das complexidades legais do setor.

Estiveram também presentes os criativos Fabio Malx e Patricia Larocca, da Occa Branding, parceiros de longa data na comunicação e marketing do Sindilav. Com quase duas décadas de colaboração, a agência conduziu a quinta campanha de promoção ao uso de lavanderias, reforçando a importância desse serviço essencial na sociedade.

A diretoria do Sindilav expressou profundos agradecimentos a todos os presentes, reconhecendo o papel vital desempenhado por cada parceiro na construção de um setor mais forte e resiliente. O jantar de final de ano do Sindilav em São Paulo não foi apenas um evento; foi um reflexo do compromisso mútuo e da colaboração que impulsiona o setor rumo a novos horizontes.



Thomas Otonari, José Carlos Larocca, Roberto Chikusa e Sérgio Kácas



Diretores Thomas Otonari, Valmir Campanholi, Marcos Sevieri e Fábio Malx (Occa)



José Carlos Larocca e Arnaldo Arenzano da Tinturaria TerziZZi



Equipe de Advogados do escritório Duarte Toneti

Que tal ser um membro ativo em decisões da Diretoria Sindilav?
Torne-se hoje um Associado Premium Sindilav e participe de mudanças significativas no mercado de lavanderias.
Acesse agora o link www.sindilav.com.br/vantagens

Comércio e Serviços paulistas criaram 336 mil novas vagas formais em dez meses

Números mais recentes já refletem a preparação de ambos os setores para o fim do ano

Entre os meses de janeiro e outubro, os Serviços e o Comércio do Estado de São Paulo abriram cerca de 336 mil novas vagas de trabalho com carteira assinada. Dados elaborados pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) mostram que, no primeiro caso, o saldo foi de 288,3 mil postos de trabalho. No segundo, esse número foi de 47,8 mil.

Um aumento na geração de empregos nesta época do ano era esperado pela FecomercioSP, principalmente por causa da preparação dos estabelecimentos para uma demanda mais elevada, com a injeção do décimo terceiro salário na economia, nos últimos dois meses. Não à toa, em outubro, o comércio paulista registrou o melhor resultado do 2023, com 13,9 mil vagas criadas, mais que o dobro do apontado em setembro. Já o setor de Serviços obteve o segundo melhor número ao ano, criando 44,1 mil postos celetistas.

SERVIÇOS

No acumulado do ano, o setor de Serviços registrou 3,3 milhões de admissões e pouco mais de 3 milhões de desligamentos, conformando um estoque de mais de 7 milhões de vínculos ativos hoje no Estado. Dos 14 grupos de atividades analisados, 13 apontam saldo positivo de janeiro a outubro. O destaque ficou por conta dos serviços administrativos e complementares, com 78,6 mil vagas, e os de transporte, armazenagem e correio, com 44,8 mil postos, em dez meses. Na contramão, empresas de informação e comunicação fecharam 3.749 empregos no período.

Na capital paulista, onde mais de 3 milhões de empregos celetistas estão ativos no setor, foram criados 93,4 mil novos postos de trabalho formais.

COMÉRCIO

Já o setor de Comércio registrou 1,25 milhão de admissões e 1,202 milhão de desligamentos, considerando um estoque de mais de 2,8 milhões vínculos ativos. Nesse caso, o destaque ficou por conta do atacado, que continua influenciando positivamente o setor: 21.438 novas vagas no acumulado do ano. O varejo, por sua vez, criou 15.686 empregos novos entre janeiro e outubro.

Na capital paulista, foram criadas 14.254 novas vagas no setor comercial no mês. A divisão atacadista continua impulsionando o setor, após atingir a marca de 7.572 postos de trabalho criados

Fonte: Fecomercio



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: Everth Alves Bonavolontá
Assessor da Diretoria: Marco Antonio Pires Fernandes

Redação: **Susane V. Almeida**

Periodicidade: **Bimestral**

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