



PRÊMIO  
MELHORES  
PRÁTICAS  
**SINDICAIS**





## MELHORES PRÁTICAS SINDICAIS 2016

A realização da 4ª edição do Prêmio Melhores Práticas Sindicais, na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Fiesp, foi uma demonstração de nossa união e da valorização dos projetos desenvolvidos pelos sindicatos, além de uma excelente oportunidade para troca de experiências.

Nesta edição do prêmio, participaram também as Federações das Indústrias de Minas Gerais, do Paraná, do Rio de Janeiro e de Santa Catarina, o que muito contribuiu para fortalecer o incentivo à realização de novas ações.

Este manual, que abrange as áreas de infraestrutura, administrativa, de sistemas e recursos humanos, de comunicação, bem como programas de associativismo e promoção comercial, defesa setorial e responsabilidade socioambiental, é uma ferramenta essencial para aperfeiçoarmos nossa produção e aumentarmos nossa competitividade.

A participação de todos, sua dedicação e interesse reforçam cada vez mais a importância do prêmio Melhores Práticas Sindicais.

Um forte abraço.

**Paulo Skaf**

Presidente





## AGRADECIMENTOS

Agradecemos a participação e o empenho dos executivos e sindicatos que conosco participaram da 4ª edição do Prêmio Melhores Práticas Sindicais.

Agradecemos especialmente as Federações de Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro e Santa Catarina, que somaram esforços em trazer seus sindicatos e suas ações, com o intuito de engradecer nosso portfólio de práticas analisadas, disponibilizadas neste e-book, que é a consolidação de todo o esforço empenhado e de todos as práticas desenvolvidas e analisadas, o qual certamente comporá seu acervo como uma ferramenta de consulta de inestimável valor.

Parabéns aos vencedores de cada uma das três categorias do prêmio. Agradecemos a todos os sindicatos e executivos que participaram desta ação, bem como à equipe da Cser, que mais uma vez se empenhou em transformar este produto em realidade.

O trabalho de cada um, dedicação, ideias e inovações são materiais de excelência para a composição deste e-book, que sem dúvida será utilizado amplamente para consulta, a fim de tornar o trabalho do dia a dia muito mais produtivo. Aproveitem a leitura.

Um abraço.

**Paulo Henrique Schoueri**

Diretor Titular da Central de Serviços

PRÊMIO  
MELHORES  
PRÁTICAS  
**SINDICAIS**



**08.** INTRODUÇÃO

**11.** COMUNICAÇÃO, PROGRAMAS  
DE ASSOCIATIVISMO E PROMOÇÃO COMERCIAL

**97.** DEFESA SETORIAL

**135.** RESPONSABILIDADE SOCIAMBIENTAL

**151.** RELAÇÃO DE SINDICATOS PARTICIPANTES

**153.** CENTRAL DE SERVIÇOS - FEDERAÇÃO  
DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO  
(CSER-FIESP)

## INTRODUÇÃO

A Central de Serviços (Cser) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), fértil embrião da gestão Paulo Skaf, não se distancia de sua positiva parceria com os sindicatos filiados na busca incessante do fortalecimento e do aumento da base sindical.

Neste contexto, elaboramos este Manual, que julgamos ser de suma importância para o desenvolvimento, o aprofundamento e a relevante aplicabilidade no cotidiano das entidades e suas bases.

Para a Cser, as edições do Prêmio Fiesp Melhores Práticas Sindicais têm sido uma experiência enriquecedora, assim como a edição do Manual de Boas Práticas Sindicais, motivo de muito orgulho, o qual certamente não teria o mesmo brilho sem a parceria e a participação de todos os sindicatos filiados à Fiesp.

### **Conceito de Melhores Práticas**

Melhores práticas são ações ou projetos que conduzem a um desempenho superior ao esperado ou ao já praticado, destacando-se ou tornando-se referência.

A identificação de uma boa prática é um processo bastante positivo e proativo para a própria entidade, que consegue avaliar melhor o trabalho realizado.

### **Identificação das Melhores Práticas**

Uma boa prática pode ser avaliada levando-se em consideração os seguintes critérios:

- Realismo com relação às práticas utilizadas;
- Originalidade, criatividade e inovação das ações;
- Integração e relacionamento com o setor, com a sociedade e com a Fiesp;
- Impacto do resultado alcançado na imagem, na produtividade e nos serviços do sindicato;
- Indicadores quantitativos e qualitativos dos resultados alcançados;
- Relação custo-benefício: investimentos realizados e retorno em relação aos resultados obtidos;
- Sustentabilidade financeira e de gestão das ações;
- Potencial de replicação.

### **Origem das Práticas Catalogadas neste Manual**

As práticas catalogadas neste Manual são ações desenvolvidas pelos sindicatos em suas gestões, que foram inscritas para concorrer ao Prêmio Fiesp Melhores Práticas Sindicais.



## **Categorias**

Para melhor identificação, as melhores práticas foram agrupadas de acordo com a categoria pela qual concorreram ao Prêmio:

- Infraestrutura Administrativa, Financeira, de Sistemas e Recursos Humanos;
- Comunicação, Programas de Associativismo e Promoção Comercial;
- Defesa Setorial;
- Responsabilidade Socioambiental.


## **Práticas em Destaque**

Estão em destaque as práticas vencedoras do Prêmio Fiesp Melhores Práticas Sindicais, que foram avaliadas inicialmente por uma universidade parceira da Central de Serviços, levando em consideração os critérios descritos no regulamento do Prêmio, e que ficou com a responsabilidade de eleger as 05 (cinco) melhores práticas sindicais em cada uma das categorias para avaliação final pelos sindicatos.

## **Resultados**

Os resultados esperados com a identificação e disseminação das melhores práticas sindicais são:

- Reconhecer e valorizar as melhores práticas desenvolvidas pelos sindicatos em prol de seu fortalecimento e aumento do associativismo;
- Promover a troca de experiências entre os sindicatos e seus executivos;
- Motivar os sindicatos a realizem novas ações;
- Incentivar a replicação das melhores práticas.



COMUNICAÇÃO,  
RELACIONAMENTO  
COM O ASSOCIADO  
E PROGRAMAS  
DE ASSOCIATIVISMO

# COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO COM O ASSOCIADO E PROGRAMAS DE ASSOCIATIVISMO

## SINDICATOS PREMIADOS

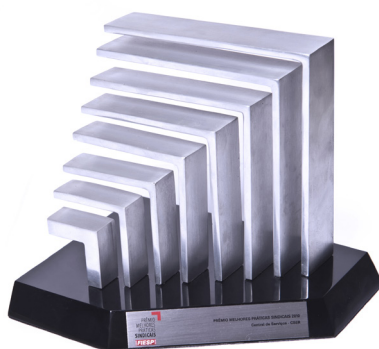
**1º lugar:** Sinbi – Ímpar – Um Passo para o Futuro

**2º lugar:** Sindicalçados Jaú – Coleta e Destinação Coletiva de Resíduos Industriais Gerados pelas Empresas Associadas

**3º lugar:** Sindareia/Sindipedras – Dia de Ação – Relacionamento com o Associado e Programas de Associativismo

**4º lugar:** Sinbevidros – Pesquisa Setorial de PLR e Benefícios

**5º lugar:** Sindareia/Sindipedras – Material Institucional para Melhoria da Comunicação



“PARA CONQUISTAR COISAS  
IMPORTANTES, DEVEMOS NÃO APENAS  
AGIR, MAS TAMBÉM SONHAR, NÃO APENAS  
PLANEJAR, MAS TAMBÉM ACREDITAR”

*Anatole France*

## SINBI

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

### Ímpar – Um Passo para o Futuro

**Objetivo:** Tornar o sindicato e as indústrias associadas parte de uma sociedade inclusiva nacional. O Ímpar – Um passo para o Futuro contribuirá com um grupo que, em sua maioria, é segregado e não tem os mesmos recursos que os demais, denominados unípedes – indivíduos que possuem apenas um pé.

**Descrição:** A inclusão de pessoas que têm apenas um membro inferior, sejam elas amputadas ou deficientes por natureza, é um desafio. Entretanto, o sindicato visa, com este projeto, excelentes resultados em todo o país.

A partir de uma plataforma *on-line* – [www.projetoimpar.com](http://www.projetoimpar.com) –, as indústrias associadas ao sindicato inicialmente farão as doações de calçados, produtos que em outro momento seriam descartados.

A plataforma *on-line* convidará pessoas de todo o Brasil que possuem apenas um membro inferior a se cadastrarem e solicitarem a doação do produto. A plataforma contemplará um sistema administrativo de cadastro dos produtos arrecadados com as principais informações, como numeração, indicação de pé esquerdo ou direito e marca da empresa doadora. As pessoas cadastradas regularmente e que tiverem a combinação das características necessárias para adquirir o calçado receberão a doação no endereço informado.

Além das indústrias associadas ao sindicato, o Projeto Ímpar também oferecerá a oportunidade de qualquer indivíduo da sociedade contribuir com a plataforma, doando pares de calçados novos ou seminovos, que administrativamente e internamente serão separados e cadastrados na plataforma.

Além da contribuição da sociedade em geral, a plataforma gerará a oportunidade dos unípedes possuírem um ponto de troca dos produtos, ou seja, por exemplo, a doação de vários pares esquerdos, não utilizáveis ao longo da vida, por pares do lado direito, beneficiando assim inúmeras pessoas e formando uma rede de solidariedade.

### Pontos Fortes:

- A participação do sindicato em uma atitude solidária, contribuinte para a sociedade como um todo.
- A divulgação das indústrias solidárias doadoras dos calçados como apoiadoras do projeto e participantes ativas de projetos solidários.
- A conscientização da população em geral sobre os desafios diários vividos por indivíduos unípedes e o poder de solidariedade que eles próprios mostrarão.
- A união desta classe – unípedes – a princípio em todo o país e, posteriormente, no mundo. A criação de uma rede solidária, uma corrente do bem.

- O aproveitamento dos descartes, que, além de consciente, será solidário, entre todas as indústrias, indivíduos da sociedade e os próprios unípedes.
- Parceria com os correios, que viabilizará o frete gratuitamente para todos os unípedes beneficiados pelo projeto.

**Pontos Fracos:** Infelizmente, ainda precisamos nos atentar à acessibilidade do público-alvo, principalmente dos unípedes, quanto à falta de acesso à internet, impossibilitando o contato com a plataforma. Como solução para amenizar ou até extinguir esse ponto fraco, criaremos peças impressas e mídias alternativas divulgando a plataforma, por meio das quais será possível que os unípedes sejam indicados por conhecidos ou amigos a participarem do projeto.

**Principais Resultados:** Os resultados esperados pelo projeto são:

- Destinação consciente e social do descarte das principais indústrias da região.
- Adesão de inúmeras empresas e solidários ao projeto para o benefício de unípedes em âmbito nacional.
- Arrecadação inicial de mais de 300 calçados para o lançamento do projeto.
- Parceria do projeto com os Correios, viabilizando os fretes gratuitamente.

## SINDICALÇADOS JAÚ

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

### **Coleta e Destinação Coletiva de Resíduos Industriais Gerados pelas Empresas Associadas**

**Objetivo:** Propiciar às empresas fabricantes a correta destinação de seus resíduos industriais, em conformidade com as normas ambientais vigentes com custos reduzidos.

**Descrição:** Por meio do Certificado de Movimentação de Resíduos de Interesse (Cadri) coletivo, obtido pela entidade junto à Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb), a transportadora habilitada e regularmente contratada efetua a coleta dos resíduos industriais nos respectivos endereços das empresas associadas, pesando-os no local e transportando-os para disposição em aterro industrial licenciado, localizado em Piratininga-SP. As empresas pagam o transporte e a disposição final pelo peso dos seus resíduos gerados.

**Pontos Fortes:** As empresas associadas conseguem reduzir sensivelmente seus custos, tanto financeiros como burocráticos, pelo fato de estarem desobrigadas da obtenção do Cadri individual, cujo custo é elevado, e de contratar individualmente empresa para o transporte até o aterro, sendo que os custos desses serviços são baseados na quantidade de resíduos gerados.

**Pontos Fracos:** Não obrigatoriedade de adesão por parte das empresas e dificuldade na fiscalização por parte da Cetesb, a fim de coibir o não cumprimento das normas ambientais e o descarte de resíduos em terrenos baldios/ermos.

**Principais Resultados:** Correta destinação dos resíduos em mais de 80% dos casos; baixos custos operacionais; fortalecimento do conceito das empresas; aumento em cerca de 50% no número de associados da entidade.

## SINDAREIA

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

3º  
LUGAR

## SINDIPEDRAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Dia de Ação – Relacionamento com o Associado e Programas de Associativismo**

**Objetivo:** A finalidade do Dia de Ação foi a de colocar a entidade mais próxima das empresas associadas ou não associadas e divulgar o trabalho realizado na defesa dos interesses do setor, bem como ouvir suas dúvidas, queixas e questionamentos sobre o trabalho realizado pela entidade.

**Descrição:** O trabalho foi realizado de agosto a novembro de 2015. Utilizamos a divisão administrativa existente no Estado e, a partir daí, nos concentramos em quatro regiões. Separamos os cadastros das empresas do setor – associadas ou não – localizadas nas cidades próximas dentro destas regiões, compatibilizando com o ponto em que nos disponibilizaríamos pessoalmente e iniciamos com uma primeira correspondência, que informava sobre breve ação que a entidade realizaria na região. Feito isto, iniciamos ligações telefônicas confirmando o recebimento da correspondência e, em caso de negativa, solicitávamos o e-mail de diretores para o envio. Num segundo momento, encaminhávamos o lembrete da realização do evento anexado a material institucional da entidade. Feito isto, os técnicos e colaboradores da entidade, acompanhados de algum diretor se dirigiam ao local de realização do evento e ficavam de prontidão para o atendimento dos que comparecessem. Foram contatadas mais de 771 empresas do setor, distribuídas da seguinte forma: 156 empresas da região metropolitana do Estado, utilizando a sede da entidade como base do atendimento; 226 empresas da região de Campinas, utilizando hotel naquela cidade como base do atendimento as empresas; 129 empresas da região de Itapetininga, utilizando como base do atendimento as instalações do auditório de uma empresa associada; 260 empresas da região de São José do Rio Preto, utilizando hotel daquela cidade como base da entidade. Foram computadas 600 horas de trabalho dos colaboradores e técnicos, considerando planejamento, preparação, execução e plantões. Cabe registrar que nos quatro dias que antecediam os eventos, colaboradores da entidade visitavam empresas pelo caminho, lembrando a realização do evento e ouvindo o que as empresas desejavam/questionavam sobre o setor.

**Pontos Fortes:** O objetivo da entidade era fazer-se conhecer e estar disponível às empresas associadas ou não, o qual foi plenamente alcançado. Conseguiu-se a filiação de algumas empresas e a satisfação de empresários que nunca haviam recebido uma visita da entidade, bem como maior conhecimento sobre questões regionais quanto a problemas enfrentados, fundamentando ações para o planejamento estratégico.

**Pontos Fracos:** Alguns poucos empresários entendem que o trabalho da entidade deveria ser mais contundente junto aos órgãos públicos e na relação com trabalhadores nas negociações coletivas. Explicou-se que a convivência harmoniosa entre todos os entes envolvidos na vida sindical são marcas de melhores e mais duradouras conquistas.

**Principais Resultados:** Relacionamento mais pessoal com empresários de empresas associadas ou não, o que melhorou a comunicação e o entendimento quanto aos trabalhos conduzidos pelas entidades. Atualização dos dados cadastrais das empresas e maior número de e-mails na base de divulgação da entidade.



# SINBEVIDROS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BENEFICIAMENTO E TRANSFORMAÇÃO DE VIDROS E CRISTAIS PLANOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

4º  
LUGAR

## Pesquisa Setorial de PLR e Benefícios

**Objetivo:** Fornecer aos associados dados importantes do setor, para auxiliar na tomada de decisões cotidianas das empresas.

**Descrição:** É realizada pesquisa junto às empresas, associadas ou não, para coleta de dados referentes aos valores praticados naquele ano para os principais benefícios: vale-refeição (ou se a empresa possui restaurante), vale-alimentação, convênio médico, participação nos lucros e resultados (PLR) e índice de absenteísmo, bem como as principais justificativas. Após a coleta dos dados, estes são tabulados; após finalizada, a pesquisa é enviada gratuitamente para as empresas associadas participantes.

### Pontos Fortes:

- Exclusividade no mercado.
- Ser considerada uma importante ferramenta pelos associados.
- Boa aceitação no mercado.
- Total sigilo das informações

**Pontos Fracos:** Dificuldade de envio de dados por algumas empresas.

**Principais Resultados:** A pesquisa tem gerado bons resultados. As empresas entram em contato com o sindicato antecipadamente, perguntando quando ficará pronta a próxima edição e nos informam que a pesquisa é uma ferramenta importante para o planejamento das empresas.

## **SINDAREIA**

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

## **SINDIPEDRAS**

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Material Institucional para Melhoria da Comunicação**

**Objetivo:** Ter material institucional informando o papel da entidade frente à sociedade e a outros entes.

**Descrição:** Foram elaborados folders com conteúdo institucional e dados do setor, de maneira a permitir que, ao serem visitados, irmos a órgãos, em entrevistas e em caso de solicitações de acadêmicos e profissionais ligados ao setor, houvesse conteúdo que permitisse, em poucas e objetivas palavras, explicar o papel do sindicato, seu planejamento estratégico, uma visão do mercado consumidor/destinatário do produto, o consumo registrado, bem como o número de empregos gerados pelo setor. Por meio de fotos são mostradas as instalações da entidade com os contatos.

**Pontos Fortes:** Qualidade do material apresentado no que se refere a tamanho, peso, visibilidade, nitidez e conteúdo. Causa excelente impacto.

**Pontos Fracos:** Necessidade de novas tiragens a cada ano em razão da atualização de dados.

**Principais Resultados:** Impacto e divulgação positiva da entidade de modo limpo, leve e de fácil entendimento.

# SIAMFESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE METAIS  
NÃO FERROSOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Projeto de Inovação na Comunicação do Sindicato

**Objetivo:** Reformular a comunicação, consolidar a marca, reforçar a credibilidade e aumentar o associativismo. Desenvolvemos um *site* com visual moderno, profissional, de conteúdo e interativo. Nosso objetivo é ser referência do setor. O projeto também contempla o *e-mail marketing* de conteúdo segmentado.

### Descrição:

- Organização: Dividimos as notícias por conteúdo e deixamos em destaque as principais ações da entidade.
- Compartilhamento: É possível compartilhar notícias do *site* nas redes sociais (Facebook, Twitter e LinkedIn).
- Informativo semanal: Disparados para o todo *mailing* e automaticamente já ficam disponíveis no Facebook e Twitter.
- Informativos Específicos: Segmentamos todo *mailing* por setores (alumínio, metais sanitários, fechaduras, esquadrias e artefatos), função (diretoria, DP/RH, exportação, normalização, financeiro, contabilidade, *marketing*, jurídico), base (Força Sindical, FEM, CUT, Conlutas e CBTE), entre outras, pois estes contatos recebem apenas notícias específicas de seu interesse. Nosso objetivo é levar a notícia certa para cada segmento de forma agradável e rápida, e estreitar o relacionamento com a base.
- Opine: Todas as matérias possuem notas de 1 a 5. Mensuramos a qualidade das notícias para aperfeiçoamento, interação e relacionamento com usuários.
- Cadastro voluntário: A cada novo cadastro coletamos informações de interesse do novo prospecte e apresentamos nossa entidade, ações e serviços prestados.
- Histórico de matérias: Área do *site* com coletânea de todos os informativos, revistas e jornais gerados.
- Revista *Sindicatos em Ação* e *Jornal Arte & Fatos*: Bimensais e enviados pelo correio, disponíveis no *site* e divulgados pelo informativo geral e redes sociais. Conteúdo apresentado refere-se a ações, atuação e participação nos eventos do setor, com objetivo de atrair associados e manutenção dos existentes.
- Assessoria de imprensa: Focada na comunicação empresarial, nos auxilia a consolidar a imagem institucional e divulgar ações junto aos veículos de imprensa, dando maior exposição nas mídias televisivas e impressas.
- Redes sociais: Divulgar as ações, transmitir a marca e a transparência dos trabalhos, e medir o interesse dos internautas através do compartilhamento das matérias.

**Pontos Fortes:**

- Maior visibilidade: com o novo *site* podemos interagir mais com nosso público, mostrar ações e serviços prestados. A divulgação das ações através de informativos, *site* e redes sociais tem atraído o público e aumentou a participação das empresas nos eventos. Com os informativos específicos, atingimos o público segmentado e criamos vínculo com estes usuários. Informativos gerais estão divulgando a entidade e nos tornam fonte confiável de conteúdo, com estudos econômicos, benefícios, cursos/palestras, entre outras informações do setor; atraímos prospects e mantemos a base informada. Estamos no caminho de ser referência do setor de metais não ferrosos. Temos observado, por meio dos relatórios da ferramenta de *e-mail marketing*, ótima aceitação pelos usuários.
- Redes sociais: conseguimos aumento de cliques, seguidores e compartilhamentos. Com isso, atraímos fornecedores do setor, que nos conheceram e se tornaram parceiros, ajudando-nos a dissipar a marca do sindicato para o mercado.

**Pontos Fracos:** Até o momento, não identificamos pontos negativos. Trabalhamos no desenvolvimento do projeto por mais de um ano, de forma que ele foi bem formulado e tem atraído o público direcionado.

**Principais Resultados:**

- Melhoria constante dos serviços, interatividade com os leitores e fortalecimento da marca. Entendemos que nosso *site* é uma extensão *on-line* de nosso cartão de visitas.
- Aumento na participação e integração das empresas, resultando no fortalecimento do setor. Fidelização da base e aumento do associativismo.
- Nosso *site* é nossa identidade. Passamos seriedade, confiabilidade, fazemos nossa propaganda com interatividade e baixo custo, e, assim, demonstramos nosso trabalho pelo setor.

## SIBAPEM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BALANÇAS, PESOS E MEDIDAS DE SÃO PAULO

**Seminário de Segurança Cibernética em Metrologia Legal – SCML 2016**

**Objetivo:** A iniciativa teve como objetivo debater e apresentar tecnologias e perspectivas futuras da segurança de *software* em equipamentos de metrologia legal no país, com medidores inteligentes de energia, balanças e bombas de combustível.

**Descrição:** O Seminário de Segurança Cibernética em Metrologia Legal – SCML 2016 – trouxe importantes pesquisadores que representam o pensamento do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) em Segurança Cibernética para apresentar e discutir com a indústria as tecnologias e

perspectivas futuras da segurança de *software* em equipamentos de Metrologia Legal no Brasil. O SCML inaugurou a série de *workshops* e palestras sobre tecnologia do calendário 2016, com foco em disseminar as tecnologias de criptografia e segurança cibernética para o setor de fabricantes de instrumentos de Metrologia Legal. Os temas abordados apontaram as tendências de segurança de *software* em vários setores da Metrologia Legal no Brasil e discutiram a implementação dessas tecnologias nos instrumentos atuais.

A Segurança Cibernética nos equipamentos aprovados pelo Inmetro está sendo discutida intensamente pelos fabricantes dos setores submetidos ao controle legal metrológico, e resultará em investimentos significativos, bem como na incorporação de tecnologias antifraude, tais como o emprego de criptografia de chave pública na proteção de dados legalmente relevantes.

**Pontos Fortes:** A presença dos principais pesquisadores do Inmetro tornou o SCML 2016 um fórum importante para todas as empresas envolvidas na cadeia de valor de tecnologia de Metrologia Legal.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados pontos fracos.

#### **Principais Resultados:**

- Aproximação entre a entidade sindical e o órgão regulador competente em Metrologia Legal.
- Divulgação e debate das informações sobre os requisitos técnicos do Regulamento Técnico Metrológico.
- Inclusão dos fabricantes na discussão da Segurança Cibernética em *software*.

## **SICAB**

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS DE CACAU, CHOCOLATES, BALAS E DERIVADOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

#### **Plano de Comunicação – Imprensa**

**Objetivo:** Promover os segmentos da entidade na imprensa, a fim de destacar as ações dos associados, estreitar o relacionamento com formadores de opinião e defender as causas setoriais. Isto é desenvolvido com os associados e com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), fortalecendo a entidade como porta voz da indústria de *confectionery*.

**Descrição:** O plano de comunicação da entidade está em execução desde 2011, em conjunto com os associados e a Apex-Brasil. A estratégia desta ação é contratar agência de comunicação para elaborar, principalmente, releases referentes aos setores em que a entidade atua, com base em dados do setor, pesquisas de mercado, estratégias e inovações dos associados, curiosidades e outros. Esta comunicação é feita tanto no Brasil como no exterior.

Algumas atividades são realizadas para fortalecer o relacionamento com jornalistas e formadores de opinião e obter matérias em veículos importantes, como encontro do Vice-presidente com jornalistas de várias regiões do país, envio de *kits* para jornalistas, eventos gastronômicos com produtos do setor e chefs renomados, evento em data sazonal para apresentação de lançamentos, visita de jornalistas internacionais em empresas associadas, divulgação da participação brasileira em eventos internacionais e outros.

Além de promovermos os setores que atuamos, a fim de atingir seus principais *stakeholders* na mídia de TV, rádio, jornal, revistas e *on-line*, também atuamos setorialmente em um espaço mais moderno para interação com o público, como Facebook e Instagram.

Também, para mantermos nossos associados a par de notícias do mercado relacionado aos setores da entidade, diariamente enviamos aos contatos um clipping com notícias. Mensalmente, encaminhamos a todos os públicos de interesse o portal de notícias da entidade. Já no âmbito externo, enviamos um clipping semanal com as principais matérias sobre novidades e tendências do setor no exterior.

No sentido de também divulgar a indústria nacional no exterior, também disparamos newsletter com as principais matérias e notícias, além de destaques de alguns produtos e a divulgação dos eventos internacionais.

Todas as estratégias de comunicação da entidade são construídas com seus associados, para que estes possam nos informar seus objetivos e isto fique alinhado às suas expectativas.

**Pontos Fortes:** Através do fortalecimento da comunicação na imprensa nacional e internacional, muitas empresas de pequeno e médio portes associadas, que não possuem estrutura para financiar um espaço considerável nas editorias, conseguem destaque.

O benefício dos associados é elevado, devido ao fato do retorno qualitativo e quantitativo de matérias em prol do setor se mostrar muito mais expressivo que o custo das ações de fomento (investimento versus retorno muito positivo).

**Pontos Fracos:** Dificuldade em obtermos engajamento, por parte dos associados, principalmente os de pequeno porte, para utilização das ferramentas de comunicação nacional e internacional.

A ação que traz jornalistas internacionais para visitas nas fábricas nacionais, para promoção da imagem nacional no exterior, hoje compreende apenas os países-alvo e acreditamos que poderia ser ampliada para outros países.

#### **Principais Resultados:**

- Promoção dos setores em que a entidade atua.
- Entidade se tornou referência institucional e fonte de informação para a imprensa.
- Resultados do departamento de exportação no ano de 2015 geraram mais de 900 publicações internacionais.

- Resultados dos demais departamentos da entidade no ano de 2015 geraram mais de 1.300 publicações nacionais, representando R\$ 18.600.190,43 em valoração.

## SICETEL

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS FERROSOS

### Prêmio Destaque

**Objetivo:** Prêmio bienal, que tem como objetivo homenagear as indústrias representadas que tenham implementado ações de acordo com o tema de cada ano. O Prêmio Destaque sempre procurará mostrar à sociedade o empenho da indústria do setor quanto à melhoria da qualidade na fabricação dos produtos representados.

**Descrição:** No ano de 2013, realizado em caráter piloto, o Prêmio procurou distinguir e homenagear a empresa industrial dos setores representados pelo sindicato, associada à entidade, que tivesse implementado iniciativa de ação social com resultado significativo para a melhoria da qualidade de vida da comunidade.

Em 2014, o Prêmio concedido distinguiu e homenageou empresas industriais dos setores representados pelo sindicato que implementaram iniciativa ambiental, objetivando o conceito de produção limpa, com reflexos na melhoria da qualidade de vida da comunidade dentro e fora do seu entorno.

Já para 2016, o tema escolhido é Governança Corporativa e *Compliance*, e homenageará as empresas que já tenham instituído na sua administração, mesmo que em fase de projeto, a implantação de modernos conceitos e de boas práticas de Governança Corporativa, objetivando a transparência e a ética das suas ações internas (sócios, diretores/administradores e colaboradores) e de relacionamento com o mercado, com reflexos positivos na sociedade em seu espectro mais amplo. A cerimônia de premiação ocorrerá no final do mês de novembro de 2016.

Ressalte-se que a classificação final dos projetos sempre é feita por uma Comissão Julgadora totalmente independente, composta por membros de entidades e órgãos privados convidados, ligados ao tema daquele ano.

**Pontos Fortes:** Valorização das ações das empresas associadas ao sindicato para melhoria da qualidade na fabricação de produtos derivados do aço, seja pela inovação dos processos ou por atos que reflitam na melhoria da qualidade de vida do seu entorno, ambiental ou socialmente.

**Pontos Fracos:** Ainda não contempla as empresas não associadas ao sindicato, mas pertencentes ao segmento industrial representado.

**Principais Resultados:** A entrega do Prêmio sempre é marcada por uma cerimônia que, além da concessão de Troféu e premiação em espécie aos vencedores, também homenageia personalidades ligadas ao setor ou ao tema daquele

ano. Destaca-se que o valor em espécie, conforme o regulamento, sempre é imediatamente revertido para uma entidade social de inegável reconhecimento nacional. São convidados para essa solenidade os mais importantes nomes ligados ao setor, o que concede excelente visibilidade à entidade.

## SIDOCAL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE DOCES E CONSERVAS  
ALIMENTÍCIAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### No Facebook, uma Página para Fazer o Calcário Brotar

**Objetivo:** A página Calcário Agrícola, no Facebook, tem como objetivo a divulgação do calcário agrícola como importante insumo do agronegócio nacional, sem deixar de atentar para hábitos do produtor rural em sua vida cotidiana e em seus negócios.

**Descrição:** O desafio era construir algo novo no conteúdo, a partir de um instrumento conhecido nas redes sociais – a *fanpage* no Facebook. Para isso, o espaço Calcário Agrícola retrata não apenas o cotidiano do sindical, mas também o que de relevante divulgam geradores de conteúdo sobre gestão, economia, agronegócio e mineração.

Também reforça o associativismo, com práticas como felicitar as empresas associadas ao sindicato patronal em seus aniversários de fundação e repercutir as ações em favor do segmento tomadas por entidades como o próprio sindicato, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Ciesp), entre outros. São lembradas também datas especiais para o segmento, como o Dia do Calcário Agrícola e o Dia da Indústria.

Outro objetivo é atingir o público ligado às revendas de insumos, pontos de venda que estão com equipes cada vez mais profissionalizadas, prática que, simultaneamente, ampliam ofertas para o campo e aumentam a competitividade do setor.

O cenário de atuação ainda envolve fatores como as transformações dos mercados agrícolas, o aumento da demanda por alimentos e a busca por produtividade, entre outros.

Tudo isso fruto de um cenário no qual os produtores rurais estão mais exigentes. Os agricultores têm maior acesso à informação e ao conhecimento globalizado, pois desfrutam de maior conectividade.

Porém, os desafios para tal ferramenta envolvem a gestão de pessoas. A presença dos filhos no negócio e mesmo de colaboradores cada vez mais empoderados faz com que o conteúdo seja constantemente reavaliado. Há ainda falta de tempo do empresário, devido à complexidade crescente dos negócios. A gestão precisa ser mais profissionalizada.

Diante disso, optou-se pela contratação de assessoria de imprensa para geração desse material, que recentemente reformulou a proposta, trazendo conte-



údos que aprimoram o empresário e o cidadão, como questões legais, optando por maior uso de imagens, em vez de textos.

Ainda há espaço para o lazer, com dicas sobre filmes, cuja temática seja o cotidiano rural.

**Pontos Fortes:**

- Surgimento de *players* em função da adoção de novas culturas nas áreas plantadas paulistas, como as de grãos.
- Fácil comunicação com usuários via aparelhos móveis (smartphones, tablets, entre outros), além do uso de ferramentas como vídeos.
- Estabelecimento de diálogo com público interessado, notadamente influenciadores de compras e formadores de opinião.

**Pontos Fracos:** Nenhum.

**Principais Resultados:**

- Aumento do consumo de calcário, fruto da ação integrada com outras práticas comerciais e administrativas.
- Contato com estudantes de cursos na área agrícola.
- Crescimento no número de visitantes.
- Posicionamento do produto perante o público usuário de redes sociais.
- Maior número de reportagens sobre o produto em veículos especializados.
- Maior agilidade no diálogo com público interessado.

## SIESCOMET

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESQUADRIAS E CONSTRUÇÕES METÁLICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**Modernização do Site da Entidade**

**Objetivo:** O objetivo do *site* da entidade é ter uma apresentação mais dinâmica, com informações de fácil localização, *layout* mais claro e de fácil entendimento.

**Descrição:** A ideia da reformulação e modernização do *site* da entidade teve como foco principal a apresentação de uma entidade sindical de forma diferenciada. O universo empresarial não encara a entidade sindical como prestadora de serviço, e sim como responsável apenas por reajustes salariais.

Neste sentido, criamos um *site* com apresentação mais dinâmica, com informações de fácil localização, *layout* mais claro e de fácil entendimento.

No início do processo de modernização do *site*, foram analisados cinco projetos de reestilização da ferramenta. Após a análise das propostas foi escolhido o projeto que mais atendeu aos interesses da entidade.

Ao longo do processo, criou-se uma comissão composta por três diretores, que se reuniam uma vez por semana, para apresentação das fases de construção e o conteúdo a ser inserido no *site*. As expectativas do sindicato foram superadas, resultando em um *site* completo e atualizado.

**Pontos Fortes:** Assim que o *site* foi colocado no ar, traçamos um plano de divulgação para as mais de 9 mil empresas pertencentes à categoria econômica, por meio da ferramenta e de *e-mail marketing*, causando surpresa e reconhecimento pelo trabalho realizado.

**Pontos Fracos:** Para que o *site* atingisse o resultado esperado foram gastas horas de dedicação por parte dos diretores envolvidos.

**Principais Resultados:** O novo *site* propiciou a divulgação das outras ações em andamento da entidade com maior rapidez e qualidade.

## SIETEX

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Criação do Grupo de WhatsApp para Associados

**Objetivo:** Agilizar o envio de informações, notícias e reuniões aos associados, e aumentar o contato entre a diretoria. O Presidente pode se comunicar com todos; além disso, dúvidas e problemas são solucionados mais rapidamente.

**Descrição:** A entidade criou o grupo de WhatsApp com a intenção de aproximar o contato entre os diretores e o Presidente; divulgar informações, notícias e reuniões; atender aos empresários a qualquer momento, mesmo quando o Executivo se encontra fora da entidade; solucionar dúvidas e problemas com mais rapidez; integrar todas as empresas para que possam trocar experiências e resultados; e divulgar as atividades da entidade.

**Pontos Fortes:** Maior contato do Presidente da entidade com os diretores; agilidade para repassar informações de extrema importância; troca de informações entre as empresas, como venda de matérias-primas; maior divulgação da entidade entre os empresários e contato direto com o Executivo.

**Pontos Fracos:** Internet lenta; falta de conexão; mensagens perdidas; muitas mensagens enviadas, dificultando a leitura por parte dos receptores.

**Principais Resultados:** Comunicação eficiente do Presidente com a diretoria da Entidade, agilidade para resolver dúvidas e problemas, maior divulgação da entidade, feedback positivo dos integrantes do grupo.

## SIETEX

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Happy Hour de confraternização

**Objetivo:** Reunir as empresas associadas e filiadas para apresentar as atividades desenvolvidas pela entidade, integrar as empresas, adquirir novos sócios.

**Descrição:** Aproximar as empresas da entidade, divulgar as atividades e parcerias da Entidade, interagir com as empresas filiadas, integrar sócios e não sócios da entidade, criar um ambiente descontraído para as empresas conhecerem os funcionários do sindicato e se aproximarem do Presidente.

**Pontos Fortes:** Ambiente descontraído, facilitando a aproximação das empresas com a entidade; maior divulgação do sindicato; apresentação das ações desenvolvidas pela entidade ao longo dos meses; aquisição de novos sócios.

**Pontos Fracos:** Dificuldade das empresas em se deslocar até a sede da entidade, empresas distantes do centro de São Paulo, marcar um horário que todos possam comparecer.

**Principais Resultados:** Maior interação da entidade com os empresários em um ambiente descontraído; aquisição de novos sócios; aumento da credibilidade do sindicato, apresentando as atividades desenvolvidas.

## SIETEX

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Programa de Visitas às Empresas Filiadas

**Objetivo:** O objetivo das visitas é aproximar a entidade das empresas filiadas, identificar dúvidas ou dificuldades em que a entidade possa atuar juntamente com a empresa, apresentar as vantagens oferecidas para os associados e associar novas empresas para fortalecer a Entidade.

**Descrição:** O programa de visitas tem a intenção de aproximar as empresas da entidade, principalmente os empresários que desconhecem nossa atuação e as vantagens oferecidas aos associados.

Foram designados um executivo da entidade e um representante da Fiesp para visitar as empresas, levando um portfólio da entidade com todas as informações de interesse aos industriais, realizando o preenchimento de uma ficha, com o objetivo de se inteirar das dificuldades das indústrias e apresentar soluções ou parcerias que podem auxiliar o empresário na administração de sua empresa, além de propor a associação, por meio da qual o empresário poderá usufruir de vários benefícios, além de fortalecer a representatividade da entidade.

**Pontos Fortes:** Aproximação da entidade com as empresas representadas e contato direto com os empresários, entendendo as dificuldades do setor e propondo soluções e melhorias. Fortalecimento da representatividade da entidade, obtendo maior número de associados.

**Pontos Fracos:** Dificuldade em agendar um horário para conversar com o empresário. Algumas empresas não atenderam a entidade na primeira visita; com isso, há perda de tempo.

**Principais Resultados:** Aquisição de novos sócios para a entidade; maior contato com empresários; atualização do cadastro, agilizando o envio de correspondências; e maior participação das empresas na Entidade.

## SIFESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FUNDIÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Anuário da Entidade 2015/2016

**Objetivo:** O objetivo desta prática é facilitar a vida do cliente do setor.

**Descrição:** O anuário apresenta empresas, produtos e serviços do setor. O material é apresentado tanto na forma impressa quanto *on-line*, para consulta, no *site* da entidade. Ao mesmo tempo é um compêndio da expressão da pujança do setor do sindicato no Brasil neste difícil ano de transição de retomada do crescimento.

**Pontos Fortes:** Reunir todas as características das empresas do setor; divulgação gratuita voltada para o cliente do setor.

**Pontos Fracos:** Alto custo.

**Principais Resultados:** Popularizar o associado e facilitar negócios.

## SIFESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FUNDIÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Pesquisa de Remuneração Salarial 2016

**Objetivo:** O objetivo da prática é fornecer aos associados subsídios para identificar o próprio nível de competitividade na prática de remuneração frente ao mercado.

**Descrição:** Esta prática consiste em pesquisa de remuneração salarial do setor para ajudar os associados a reduzirem seus custos com mão de obra e se equipararem com as outras empresas do setor, a fim de aumentar a competitividade.

**Pontos Fortes:** Redução no custo da produção, com melhor conhecimento do valor da mão de obra; eliminação das diferenças entre as empresas do setor.

**Pontos Fracos:** Conseguir acesso à informação; omissão do governo.

**Principais Resultados:** Redução do custo do setor e baliza de informações.

# SIMEFRE

SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS

## Relacionamento Social – Site e Facebook

**Objetivo:** O objetivo dessa prática é transparecer as ações dos sindicatos para o setor e melhorar o relacionamento com o associado.

**Descrição:** Para conseguir se aproximar de seus diversos públicos, o sindicato desenvolveu uma nova estratégia de comunicação, que envolveu a criação de uma página no Facebook e o investimento no *site* da entidade. O *site*, assim como a página do Facebook, obedece a um cronograma constante de atualização de conteúdos, com o propósito de gerar atratividade e interatividade com os usuários.

**Pontos Fortes:** Ampliação associativa; consolidação de fonte de informação; agregar valor a serviços e parcerias do sindicato.

**Pontos Fracos:** Rompimento de paradigmas internos.

**Principais Resultados:** Aumento de associados; aumento da colaboração interna/externa.

# SIMEFRE

SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS

## Renovação da Identidade Visual

**Objetivo:** Trazer o sindicato para a realidade atual, com uma nova identidade, de características minimalistas e menos poluída, para que a captação da informação fique mais fácil.

**Descrição:** Para revitalizar a identidade visual, o sindicato renovou sua logomarca e toda a identidade visual. A nova identidade engloba materiais de apresentações, conteúdo para público externo, entre outros.

**Pontos Fortes:** Definir para o associado a marca sindical; menor vulnerabilidade; maior credibilidade.

**Pontos Fracos:** Não há pontos fracos.

**Principais Resultados:** Aumento de confiança e credibilidade na marca do sindicato.

# SIMM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE MIRASSOL

## Campanha Batalha pela Vida

**Objetivo:** Visa à conscientização para doação de medula óssea, atuando como multiplicador nessa ação que atinge o mundo todo.

**Descrição:** Uma parceria entre o Hemocentro de São José do Rio Preto e a Polícia Militar (PM), para cadastramento no Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea (Redome), com visita do Capitão Anderson Nunes da PM às empresas que aderiram para uma palestra, com vídeo explicativo e testemunhos, inclusive do Capitão, que foi um beneficiado com a doação. Deste modo, conseguiu-se fazer a coleta de sangue nas indústrias, com data e horário previamente agendados pelo Hemocentro. Contamos também com o envolvimento dos RH das empresas.

**Pontos Fortes:** A conscientização dos participantes sobre a facilidade desse cadastro e a desmistificação da doação, por meio da aférese, e o cadastramento de aproximadamente 300 pessoas na primeira etapa.

**Pontos Fracos:** Baixa adesão das empresas e limitação do Hemocentro em coletar as amostras, devido ao seu efetivo.

**Principais Resultados:** Visita e apresentação em quatro empresas, com cadastramento de aproximadamente 300 possíveis doadores.

# SIMM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE MIRASSOL

## Parceira Sindicato e Senai-SP

**Objetivo:** O objetivo da parceria consiste em integrar escola-empresa e colaboradores-comunidade e disseminar o conhecimento e a capacitação da mão de obra das empresas dos segmentos moveleiro e metalúrgico.

**Descrição:** Semanalmente, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai-SP) nos envia textos informativos técnicos e nós os repassamos aos empresários e colaboradores, com assuntos pertinentes ao chão de fábrica, melhorias na produtividade, capacitação, etc.

O sindicato lança cursos da grade do Senai-SP a um valor com desconto maior que o praticado diretamente à empresa para formação de turmas com colaboradores de várias empresas.

**Pontos Fortes:** Os eventos que realizamos na escola têm presença considerada ótima – em média 80 participantes. A integração dos colaboradores com a escola e o despertar do interesse em participar das ações propostas pelo sindicato também são pontos considerados positivos.

**Pontos Fracos:** Diminuição das turmas dos cursos devido à crise econômica.

**Principais Resultados:** Capacitação do chão de fábrica; engajamento dos colaboradores em troca de experiências e integração; divulgação da parceria e serviços oferecidos pelo Senai-SP.

## SIMMESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA MALHARIA E MEIAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Melhoria na Comunicação Sindical

**Objetivo:** O objetivo principal desta ação foi melhorar a comunicação do sindicato, a fim de dar mais visibilidade à entidade.

**Descrição:** Foi contratada assessoria de imprensa especializada na área sindical patronal para escrever textos e produzir fotos dos eventos e ações da entidade, gerando mais conteúdo enviado e publicado em mídias próprias e setorializadas. A assessoria de imprensa escreve matérias das atividades da entidade de forma clara e objetiva, retratando temas de alto interesse do setor representado.

**Pontos Fortes:** Profissionais especializados na produção de conteúdos voltados a sindicatos patronais.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados pontos fracos nesta prática.

**Principais Resultados:** Melhoria na comunicação, com consequente aumento na visibilidade da entidade.

## SINAEES

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE APARELHOS ELÉTRICOS ELETROELETRÔNICOS E SIMILARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

## SINDIMAQ

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

### Promoção conjunta de eventos nas áreas jurídica e de recursos humanos para os representados, envolvendo duas entidades sindicais

**Objetivo:** As duas entidades reúnem esforços e recursos para oferecer às suas respectivas categorias econômicas orientações e capacitações acerca de temas atuais e de grande interesse para as empresas envolvidas, por meio da realização de seminários conjuntos de alto nível.

**Descrição:** Em geral, as empresas carecem de orientação e capacitação a respeito de temas cruciais para o adequado desenvolvimento sem risco de sua atividade econômica, especialmente nas áreas jurídicas e de recursos humanos. É neste panorama que os sindicatos patronais devem atuar, provendo aos seus representados programas de treinamento e de orientação acerca de assuntos relevantes, o que deve ser feito de maneira rápida e eficiente.

As duas entidades já contam com grupos de discussão e orientação, frequentados por profissionais de recursos humanos e da área jurídica. Ainda que estes encontros sejam bastante eficientes e produtivos, decidiram os sindicatos reunir esforços e recursos para promover eventos conjuntos e de maior amplitude, envolvendo assuntos de maior relevância e palestrantes externos, com qualificações específicas e grande experiência nas matérias apresentadas.

O objetivo principal é trazer aos representados um grau de qualidade de informação maior e mais dirigido do que aquele que se pode oferecer nos encontros mensais regulares, os quais continuam existindo.

Em 2016, as duas casas já promoveram três seminários. Em fevereiro, houve seminário sobre as exigências e a prática do e-Social, ministrado por pessoal de carreira da Previdência Social e do Ministério do Trabalho e Emprego. Em maio, ocorreu um encontro para a discussão de aspectos relevantes do Fator Acidentário de Prevenção (FAP)/Risco de Acidente de Trabalho (RAT), com a presença de auditores fiscais ligados diretamente à elaboração das normas que regem a aplicação destes encargos. Em 14 de junho houve um seminário acerca da mediação e da conciliação no âmbito da Justiça do Trabalho, evento conduzido por duas Desembargadoras do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª região.

Estes eventos permitem forte interação entre participantes e profissionais externos.

**Pontos Fortes:** Facilitação do acesso das empresas a profissionais e assuntos de grande relevância para o desenvolvimento da atividade econômica das empresas, com a prestação de serviços de capacitação rápida, relevante e objetiva. Aumento da participação conjunta das empresas das duas casas, tanto entre seus representantes, como entre eles e os palestrantes. Prestação de serviços de alto nível para as empresas representadas, com a decorrente percepção das vantagens de associação à entidade sindical patronal.

**Pontos Fracos:** Necessidade de maior investimento para a contratação e deslocamento dos palestrantes.

**Principais Resultados:** Para as empresas, há uma elevação no nível de esclarecimento acerca de assuntos relevantes, com redução dos riscos trabalhistas. Há um aumento da interação entre os dois setores, com troca de experiências e expectativas. Os sindicatos conseguem, com a prestação de serviços de qualidade, incentivar o nível de associativismo. Criam-se canais de comunicação com as entidades governamentais envolvidas, o que se reverte em vantagem para as casas e para os representados.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Empresas Associadas Conquistam o Mercado Internacional**

**Objetivo:** Proporcionar às empresas associadas, todas de capital 100% nacional, a oportunidade de estarem presentes nas feiras de negócios mais impor-



tantes dos países clientes em potencial dos produtos brasileiros para a saúde.

**Descrição:** Em parceria com a Apex-Brasil, o projeto apoia a participação de empresas associadas em 13 feiras internacionais anuais. Organiza o Pavilhão Brasileiro, oferecendo apoio operacional, estande pronto para demonstração de seus produtos e, como contrapartida financeira, as empresas arcam apenas com as suas despesas de viagem.

**Pontos Fortes:** Os países-alvo das participações são eleitos com base, além da tradição comercial, em ações de inteligência de mercado para fornecer todos os dados e informações disponíveis no setor, bem como tendências, análises e movimentos dos principais *players* internacionais. Esse cuidado faz com que se potencializem os resultados do investimento realizado pelo projeto e pelas empresas participantes. Para dar suporte à participação na feira são realizadas diversas ações prévias de *marketing* e *matchmaking*, buscando agendamentos prévios de reuniões com potenciais clientes e potencializando resultados. Uma empresa que participaria sozinha na principal feira do mundo investiria no mínimo R\$ 40 mil, além das despesas de viagem de seus representantes. Com o auxílio destas ações, para um estande de mesmo tamanho e padrão, a empresa gasta apenas com as despesas de viagem.

**Pontos Fracos:** Para uma realização dessa magnitude, é necessário que se custeie integralmente os recursos humanos envolvidos na execução do projeto. Esse investimento é oferecido à Apex-Brasil como contrapartida financeira do que é investido pelas empresas em prol dos mesmos objetivos. Empresas que não estão estruturadas internamente para a exportação terão poucas chances de negócios.

**Principais Resultados:** Em 2015, a participação das exportações das empresas participantes do projeto nas exportações totais do setor obteve um aumento de 9% em relação ao ano anterior, totalizando US\$ 123 milhões de dólares em exportações para 134 países.

Com relação ao ano anterior, em 2015 o número de novos exportadores aumentou em 5% considerando o universo de empresas participantes do projeto. Para empresas que não compõem o projeto, o número de novos exportadores sofreu queda de 10%.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Micro e Pequenas Empresas Marcam Presença em Feira de Negócios

**Objetivo:** Dar oportunidade às micro e pequenas empresas associadas de participar de evento consagrado internacionalmente.

**Descrição:** Estande coletivo na Feira Hospitalar, em São Paulo, recebe micro e pequenas empresas associadas para participar do segundo evento mundial do setor de saúde. Em condições normais, essas empresas não teriam budget para

arcar com os altos custos dessa participação, os quais são bancados pela entidade. Além das despesas, é oferecido todo o suporte operacional, de *marketing* e de comunicação.

**Pontos Fortes:** Às empresas com esse perfil está reservada a oportunidade de participar do evento, expondo seus produtos e iniciando importantes relacionamentos comerciais, inclusive em nível internacional. Podem, com o resultado dessa experiência, avaliar a decisão de novos investimentos, em vista do interesse gerado pelos seus produtos na Feira.

**Pontos Fracos:** Não foram detectados pontos controversos nesta prática, em vista do seu caráter pontual na assistência às empresas com menores possibilidades de investimento em eventos.

**Principais Resultados:** Desde 2013, esta ação já atendeu a mais de 60 micro e pequenas empresas, colocando-as na maior plataforma comercial do setor da saúde do Brasil e segunda maior do mundo. Na edição de 2016, as 12 empresas participantes realizaram 968 reuniões de negócios com potenciais clientes de todo o Brasil e também de 21 países, especialmente da América do Sul, América Central e África, durante os quatro dias de feira. A perspectiva de negócios decorrentes da participação da feira é da ordem de R\$ 6 milhões.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Vendendo e Competindo pelo Mundo Afora

**Objetivo:** Capacitar empresas associadas para competir nos mercados internacionais.

**Descrição:** Em parceria estreita com a Apex-Brasil, empresas associadas incluídas no esforço exportador recebem apoio para que obtenham certificações internacionais necessárias à exportação. Essa ação, premiada pela Apex-Brasil, arca integralmente com os custos de uma consultoria que auxilia as empresas na obtenção de certificações internacionais, especialmente da Food and Drug Administration (FDA) – Estados Unidos –, que hoje é internacionalmente reconhecida como um selo de qualidade e segurança.

**Pontos Fortes:** Ser detentora de certificação internacional é condição essencial para coroar de êxito o esforço exportador da empresa, para que possa participar, em igualdade concorrencial, de missões comerciais, feiras e projetos, como comprador e vendedor.

As empresas do setor, por serem em sua grande maioria de pequeno e médio portes, nem sempre dispõem de budget para esse investimento, uma vez que necessitam priorizar sua adequação às exigências da autoridade regulatória brasileira.

**Pontos Fracos:** O único ponto vulnerável verificado é a limitação da verba dis-

ponível para investimento nessa prática, que não contempla a totalidade de empresas do projeto indistintamente.

**Principais Resultados:** Desde 2013, a quantidade de empresas que possuíam FDA aumentou de 14 para 29, em razão desse projeto. Ainda que não contemple a totalidade das empresas participantes no projeto, a ação aumentou em mais de 50% o número de empresas com certificação FDA, aumentando a competitividade das empresas brasileiras e tornando os Estados Unidos o primeiro destino das exportações das 150 empresas apoiadas pelo projeto em 2015.

## SINALCALIS

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE ÁLCALIS

### Campanha Cloro na Zika

**Objetivo:** Informar a população sobre a eficácia do uso do cloro (água sanitária) no combate à larva do mosquito *Aedes aegypti*. A eficácia da água sanitária é comprovada cientificamente.

**Descrição:** A Campanha Cloro na Zika irá informar, por meio de ações de *marketing* e comunicação, a importância de se combater a larva do mosquito *Aedes aegypti* na higienização das casas e quintais com o uso de cloro (água sanitária), para evitar a proliferação do mosquito transmissor da zika, *chikungunya*, dengue e febre amarela. Mais informações disponíveis no *blog* da Campanha: <http://www.cloronazika.com.br>.

**Pontos Fortes:** A campanha irá atingir um grande público com ações em meios de transporte, praças de pedágios, escolas, empresas e lugares de grande circulação. Serão distribuídos totens com folhetos explicativos das ações, que devem ser tomadas em casa utilizando um produto acessível a todos: a água sanitária! Os principais cuidados com a casa dizem respeito à limpeza de caixas d'água, rega de plantas, limpeza de lixeiras, ralos e canalizações, vaso sanitário e piscinas.

**Pontos Fracos:** Não foram detectados.

**Principais Resultados:** Auxiliar o Brasil a eliminar a ameaça das doenças transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti*, em especial, o zika vírus, grande desafio das autoridades de saúde pública no país atualmente.

## SINBEVIDROS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BENEFICIAMENTO E TRANSFORMAÇÃO DE VIDROS E CRISTAIS PLANOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Convenção de Vendas

**Objetivo:** Oferecer capacitação à equipe comercial das indústrias, em um momento delicado da economia nacional, visando sempre ao aumento no número de vendas.

**Descrição:** O sindicato contratou uma empresa especializada e reconhecida na área de vendas. Após a contratação, a empresa recebeu orientação e direcionamento para conhecer o setor produtivo, a fim de que fosse oferecido um curso personalizado para o setor. O encontro se deu em 2 dias em um hotel no centro de São Paulo, com ótima localização e estrutura. Após o treinamento, o feedback foi extremamente positivo.

**Pontos Fortes:** Importante interação dos participantes durante o evento; feedback muito positivo dos participantes; interesse dos participantes em outros treinamentos organizados pelo sindicato; interesse de alguns participantes em levar esse tipo de treinamento para dentro de suas empresas.

**Pontos Fracos:** Custo elevado. Dificuldade de aceitação por parte das empresas, que acabam cortando investimentos em capacitação, devido à crise que o país enfrenta; por esse motivo, tivemos que conduzir toda a divulgação do evento, enfatizando a importância da capacitação e que isso poderia trazer um diferencial para que a empresa se destacasse perante a concorrência

**Principais Resultados:** Todos os objetivos foram atingidos, os participantes gostaram muito do treinamento; além disso, outro importante resultado foi o interesse dos presentes em participarem de outros treinamentos da entidade.

## SINBEVIDROS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BENEFICIAMENTO E TRANSFORMAÇÃO DE VIDROS E CRISTAIS PLANOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Reuniões Regionais

**Objetivo:** Levar os serviços oferecidos pela entidade às empresas localizadas no interior do estado, além de levantar as demandas dessas empresas e, com isso, aprimorar o leque de serviços oferecidos.

**Descrição:** As empresas são mapeadas de acordo com a região; para isso, contamos com o apoio de algum associado que esteja locado naquela região. A pauta é montada com foco no associativismo, no qual apresentamos os serviços oferecidos pelo sindicato, bem como os serviços prestados pela Fiesp; quando possível, inclusive, levamos um representante da Fiesp para realizar essa apresentação. Além disso, são discutidos assuntos relevantes do setor.

**Pontos Fortes:** Possibilidade de estreitar o relacionamento da entidade com as indústrias de todo o estado, pois elas relatam grande dificuldade de participar do sindicato, pelo fato de estarem distantes e não ter a possibilidade de participar das assembleias de associados, que são realizadas em São Paulo. A participação da Fiesp nesta iniciativa também é um ponto forte, pois agrega credibilidade à ação, bem como gera maior interesse das empresas.

**Pontos Fracos:** Custo elevado; dificuldade de local para realização da reunião em determinadas regiões.

**Principais Resultados:** Aumento no número de associados e maior aproxima-

ção das indústrias junto ao sindicato; deste modo, podemos fazer um trabalho de associativismo mais efetivo.

## SINBI

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

### Fora da Caixa

**Objetivo:** Levar ao colaborador conhecimento e informação atualizada de assuntos atuais e proporcionar a integração no ambiente de trabalho. Contribuir com empresas associadas e departamento de Recursos Humanos, e com a melhoria de relacionamento com seus empregados.

**Descrição:** O projeto tem como foco o trabalho com colaboradores e Recursos Humanos das empresas associadas, levando conhecimento e informações sobre diversos assuntos e temas. A empresa que adere ao Projeto recebe uma caixa com diversos materiais, como jornais, panfletos de campanhas educativas de saúde, trânsito, etc., livros e, em especial, a revista do Instituto Social, que traz variados assuntos da atualidade, sempre acompanhados pela profissional de Psicologia do Instituto. Os colaboradores selecionam o tema desejado e, em dia e horário agendado, realizam um encontro, mediado pela psicóloga, para discutir o tema. Normalmente, tais encontros são agendados em horários de trabalho e/ou intervalos de descanso na empresa.

**Pontos Fortes:** Colaborador motivado; RH próximo ao colaborador; RH conhece a realidade do seu colaborador no ambiente pessoal.

**Pontos Fracos:** Baixa adesão das empresas; empresa reduz o tempo de participação da psicóloga.

**Principais Resultados:** melhora no ambiente de trabalho/convivência/relação; colaboradores relataram que se sentiram valorizados pela empresa; colaborador informou-se sobre onde buscar atendimento para determinadas questões de saúde; relatos de colaboradores que identificaram transtornos nos filhos e buscaram ajuda; colaborador refletiu sobre o tempo que permanece com a família; identificação de mudanças de comportamentos.

## SINBI

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

### Implantação de Laboratório de Inovação e Criatividade

**Objetivo:** Capacitar profissionais de desenvolvimento de produtos, visando prepará-los para atuação como agentes de inovação e *design*; introduzir metodologia no âmbito do *Design* Estratégico como ferramenta de gestão de projetos, conforme novos desafios do mercado; viabilizar o acesso à tecnologia 3D.

**Descrição:** A iniciativa busca estimular a cultura de inovação e a melhoria do processo no desenvolvimento de produtos e serviços, de modo a impulsionar a competitividade e a qualidade frente aos desafios impostos pelo mercado competitivo. O projeto se apoia na visão do *Design* Estratégico como abordagem focada no entendimento ampliado das demandas do negócio, indo além, portanto, do *design* tradicional relacionado mais à fase de projeto de um novo produto.

Estrutura dessa ação: O laboratório está instalado nas dependências do sindicato. Os *workshops* e as demais capacitações e cursos ocorrem também no sindicato, podendo ser em outro local e/ou na empresa, conforme demanda.

De março/2015 a julho/2015: Fase 01 – Transferência metodológica – Formação de 31 profissionais, que se tornaram agentes multiplicadores locais, de modo a garantir a ampliação das perspectivas e do entendimento estratégico do *design* dentro da indústria da região de forma efetiva.

De Março/2015 a setembro/2015: Fase 02 – Implantação do laboratório – Viabilização do acesso à tecnologia 3D de prototipação digital, além de oferecer outras soluções em serviços e produtos para apoiar geração de valor, criatividade, *design* e inovação para as empresas da região.

De Novembro/2015 a novembro/2016: Fase 03 – Desenvolvimento do ciclo de 10 *workshops* de multiplicação voltados a empresários e profissionais da região, sendo conduzidos pelos multiplicadores locais, coordenados e certificados pela Universidade Corporativa do sindicato.

Quem pode utilizar esse recurso: Todos as empresas associadas com valores diferenciados, universidades, escolas técnicas e profissionais autônomos.

O Projeto teve recurso do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), por meio do convênio com o governo do Estado de São Paulo – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação. Este projeto foi protocolado pelo sindicato em 2008; sua aprovação e execução iniciou em 2015.

**Pontos Fortes:** Inserção da tecnologia 3D; apresentação de novas ferramentas práticas de inovação e gestão de processos e produtos; ferramentas e práticas acessíveis para todos os níveis de empresas; instalação e gestão do laboratório no sindicato.

**Pontos Fracos:** Insumos da impressora 3D são importados e sem concorrência no mercado brasileiro, encarecendo a utilização da tecnologia nos processos de desenvolvimento de produtos.

**Principais Resultados:** Conquista dos recursos na ordem de aproximadamente R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) do estado para a implantação do projeto; formação de 31 agentes multiplicadores locais pelo Instituto Europeu de *Design* (IED); realização de 6 *workshops* de *design* estratégico, capacitando até o momento 66 profissionais e empresários; ativação da inovação nos processos e produtos; novos projetos e produtos.

# SINBI

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

## Plataforma Colaborativa de Frete Compartilhado

**Objetivo:** Melhorar a competitividade na negociação de fretes para as micro, pequenas e médias indústrias associadas.

**Descrição:** Utilizando uma plataforma única para cadastro e gerenciamento de embarques das indústrias do grupo optante, o sindicato negocia com as transportadoras o melhor custo de fretes e possibilita também a junção de cargas para o mesmo destino. Por meio da plataforma, a indústria associada poderá acompanhar as entregas e fazer a conferência dos valores cobrados pelas transportadoras.

**Pontos Fortes:** Maior união das pequenas empresas; redução do custo de fretes; melhor relacionamento com o associado; valor agregado ao sindicato pela representação de seus associados; aquisição de novos associados e permanência dos associados mais antigos.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados até o momento.

**Principais Resultados:** Redução das despesas com fretes para as indústrias participantes; aumento da satisfação dos clientes; melhoria do relacionamento das empresas com o sindicato.

# SINBI

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

## Unidade Móvel Odontológica do Sesi-SP no Sindicato

**Objetivo:** Atender à demanda apresentada no Diagnóstico de Saúde e Estilo de Vida (DSEV) do Sesi-SP aplicado nas indústrias associadas ao sindicato. Por meio do diagnóstico foi identificado que 54% dos trabalhadores tinham necessidade de alta complexidade em saúde bucal.

**Descrição:** A unidade do Sesi-SP local não tinha a Unidade Móvel Odontológica (UMO). Com a solicitação do sindicato, a unidade foi contemplada com uma UMO. O contrato de prestação de serviço entre o sindicato e o Sesi-SP iniciou-se em agosto de 2014; a unidade fica instalada na sede do sindicato e os trabalhadores se deslocam até lá para receber o atendimento, que são gratuitos aos trabalhadores das empresas associadas ao sindicato – somente é cobrado da empresa quando o trabalhador agendado falta sem justificativa e sem tempo hábil para reagendamento. O sindicato solicita ao trabalhador agendado que traga por procedimento realizado um quilo de alimento não perecível para o instituto social do sindicato, que se destina às famílias carentes cadastradas e acompanhadas pelos projetos sociais. O valor do contrato é subsidiado 100% pelo sindicato. A UMO funcionada de segunda a sexta-feira, das 17h às 21h, na

sede do sindicato. A divulgação do benefício é realizada pelo sindicato em parceria com os departamentos de Recursos Humanos das empresas associadas. Os tratamentos oferecidos são curativos básicos e preventivos, ou seja, tratamento dos principais fatores causadores de dor e promoção da saúde, com ações preventivas.

- Procedimento da UMO: Consulta inicial; profilaxia (ultrassom e profidente); restaurações de amálgama de 1 a 4 faces; restaurações de resina fotopolimerizável – classes I a VI; exodontia simples.

**Pontos Fortes:** Atendimento gratuito aos trabalhadores; intermediação do serviço para os associados feita pelo sindicato; melhoria da imagem corporativa; melhoria e fortalecimento das relações entre sindicato e empresa; reconhecimento da comunidade da responsabilidade social da indústria.

**Pontos Fracos:** Não atendimento de necessidades mais complexas, como tratamentos de canal. Nesses casos, indica-se outro tipo de atendimento, que o Sesi-SP oferece e passa a ter custo para o trabalhador, porém menor que o custo praticado pelo mercado.

**Principais Resultados:** Conquista de uma unidade móvel local, permitindo que ela atenda a outros segmentos da indústria após o término do contrato com o sindicato; aumento da autoestima dos funcionários; relatos de trabalhadores que perderam o medo de dentista; redução de emergências odontológicas; redução do absenteísmo. Até o momento, a UMO atendeu 417 trabalhadores, realizando 2.561 procedimentos odontológicos e a arrecadação de 2.650 quilos de alimentos.

## SINCER

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE SANTA GERTRUDES

### Grupos de Excelência

**Objetivo:** Reunião de pessoas com o objetivo de debater assuntos que elevam a qualidade total no setor, atualizar e valorizar a qualidade dos profissionais das indústrias do setor.

**Descrição:** Entendemos por grupo um espaço para troca de mensagens relativas a um assunto específico ou para reunião de um grupo com interesse comum em listas de discussões, bem como para tratar da excelência na gestão pela qualidade total do desempenho de qualquer campo da atuação. Promoção sistemática de discussão e reflexão com o propósito de agregar valor aos públicos interessados, porém sem interferir nos interesses particulares das instituições. Fortalecimento dos associados e da coletividade. Buscar representatividade Intercâmbio com o objetivo de melhorar a qualificação. Estimular e valorizar a prática da ética profissional nas relações de negócios.

**São 9 grupos:** *Design*, Industrial/Qualidade; Serviço de Crédito Cerâmico (SCC); Contábil/Fiscal; RH; Saúde e Segurança do Trabalho/Meio Ambiente; Exportação; Compras; Comercial/*Marketing*.



Os grupos atuam: 1. Na simples troca de *e-mails*, com objetivos específicos, como combate ao fogo, auxiliando o corpo de bombeiros da região; pesquisas de serviços; relação de fornecedores; compartilhamento de mudanças da lei; etc. 2. Nas reuniões presenciais, tais grupos tem um coordenador e uma agenda de atividades pré-determinada; os coordenadores são escolhidos pelos próprios profissionais, e não existe tempo mínimo ou máximo para se ocupar a coordenação. Os convites das reuniões e confirmações são uma atividade da entidade. A confirmação de presença é feita pela assinatura em lista; quando necessário, fornecemos certificados para comprovação das ações voltadas às certificações. Não é obrigatório a entrega de ata. 3. Há treinamentos, palestras, fóruns e *workshops*.

Ao todo são 720 contatos, com nome, *e-mail*, telefones celulares e fixos. Estamos implantando o Grupo de Excelência em Compras por WhatsApp, a fim de ter mais agilidade. Todas estas atividades aproximam os profissionais da entidade; sabemos quem é quem dentro das empresas, e, conseqüentemente, ganhamos agilidade para coletar informações ou transmiti-las

**Pontos Fortes:** Aproximação da entidade com seus associados.

**Pontos Fracos:** Dificuldade em manter a participação dos profissionais.

**Principais Resultados:** Em 2015 foram realizadas 38 reuniões com 570 participantes, que somaram 65 horas; e 28 treinamentos com 559 profissionais, que somaram 257 horas. Outras atividades, como 6º Congresso da Indústria Cerâmica de Revestimentos (CICR), tiveram 400 participantes e 39 painéis, que somaram 32 horas de encontro.

## SINCER

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE SANTA GERTRUDES

### **Prêmio Nacional de *Design* e Fórum Nacional de *Design* para Revestimentos Cerâmicos**

**Objetivo:** Valorizar os profissionais das áreas de criação e desenvolvimento das indústrias de revestimentos cerâmicos, incentivar a inovação tecnológica de produtos, fomentar o *design* na cadeia produtiva, estimular a indústria e os profissionais sobre importância do *design* para a competitividade.

**Descrição:** Em 2010, a entidade lançou o Prêmio de *Design*, em parceria com o Centro Cerâmico do Brasil, em virtude de seu sucesso e importância. Em 2013, o Prêmio tornou-se nacional. O Prêmio Nacional de *Design* tem o objetivo de valorizar os profissionais de desenvolvimento das indústrias de revestimentos cerâmicos e incentivar a inovação tecnológica de produtos. Os participantes são, necessariamente, funcionários responsáveis pelos setores de criação e desenvolvimento de produtos de indústrias cerâmicas e fornecedores. O júri é formado por profissionais renomados de diversas áreas: pesquisa e desenvolvimento, construção, *design*, varejo e comunicação. Além das premiações tradicionais, o painel que obtém a maior pontuação recebe como reconhecimento uma viagem internacional para o Salão de Móveis em Milão.

Seu objetivo é o fomento do *design* de revestimentos cerâmicos na indústria nacional, visando à valorização dos profissionais desenvolvedores de produtos e à inovação de produtos, incentivando a indústria e os profissionais sobre importância do *design* para a competitividade.

Em 2015, saltamos para 47 painéis inscritos, representados pelo Nordeste, Sul e Sudeste.

Fórum Nacional de *Design* para Revestimentos nasceu dentro do prêmio, com o objetivo de compartilhar as discussões do júri com os desenvolvedores. É um evento voltado para os profissionais de criação, *marketing* e produção das indústrias cerâmicas e cadeia produtiva. Seu objetivo é fomentar o *design* e provocar em todos os envolvidos – fabricantes, fornecedores, desenvolvedores, *designers*, especificadores, técnicos, revendas, associações e universidades – discussões de temas relevantes que fortaleçam toda a cadeia produtiva.

A edição de 2015 contou com 9 palestrantes e 180 participantes nos seus dois dias de atividade. As ações se fundem, porque unimos o encerramento do prêmio com a abertura do fórum. Criamos uma galeria na sede da associação, aberta para visitação, para apreciação dos trabalhos e valorização dos profissionais das áreas.

**Pontos Fortes:** Valorizar os profissionais das áreas de criação e desenvolvimento das indústrias de revestimentos cerâmicos, incentivar a inovação tecnológica de produtos, fomentar o *design* na cadeia produtiva, estimular a indústria e os profissionais sobre a importância do *design* para a competitividade.

**Pontos Fracos:** Valorizar os profissionais das áreas de criação e desenvolvimento das indústrias de revestimentos cerâmicos, incentivar a inovação tecnológica de produtos, fomentar o *design* na cadeia produtiva, estimular a indústria e os profissionais na importância do *design* para a competitividade.

**Principais Resultados:** Crescimento do número de participantes no prêmio, projeção nacional no Best In Show Ceramic Tiles e, conseqüentemente, no Salão do Mobiliário de Milão. Crescimento dos participantes no fórum, um evento que hoje faz parte do calendário do setor cerâmico de revestimento.

## SINCER

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE SANTA GERTRUDES

**Revista, veículo de comunicação do sindicato, que desde 2004 divulga as principais ações do setor cerâmico de revestimento paulista e de mineração**

**Objetivo:** Divulgar o trabalho institucional realizado pela entidade e pelo sindicato para associados e sócios colaboradores do estado de São Paulo, entidades de classe e governos, além de notícias relevantes do setor cerâmico de revestimento e mineração.

**Descrição:** Com um formato dinâmico e interessante, matérias especiais, novidades em produtos, entrevistas com personalidades, artigos, entre outros, a

revista vem conquistando público e ganhando espaço no mercado pela alta qualidade e projeto diferenciado.

A revista é com certeza a grande vitrine para que os profissionais possam se mostrar para um mercado cada vez mais competitivo. O alcance da publicação abrange: proprietários das cerâmicas, diretores, supervisores, funcionários, fornecedores, entidades de classe e empresariais, prefeituras e imprensa.

A proposta é justamente antecipar tendências e divulgar informações que dizem respeito aos associados e sócios colaboradores, além de tecnologia de equipamentos, movimentação do mercado de exportações, novas perspectivas de ganho, eventos e ações da associação, visando aos benefícios para toda cadeia produtiva e ao incentivo ao debate entre especialistas e empresários sobre temas técnicos, que terão sempre prioridade.

Produzida desde 2004, sua tiragem é de 2.000 exemplares, com periodicidade mensal e distribuição gratuita. Possui apelo comercial com a venda de anúncios.

**Pontos Fortes:** É o principal veículo de comunicação e do sindicato, trazendo em seu conteúdo um apelo institucional, responsável por divulgar os principais eventos das entidades:

- Mérito Cerâmico: premiação aos colaboradores das cerâmicas.
- Forn&Cer: feira de fornecedores do setor cerâmico de revestimento.
- Congresso da Indústria Cerâmica de Revestimento: evento voltado ao aprimoramento teórico dos profissionais das cerâmicas.
- Prêmio Nacional de Design e Fórum Nacional de *Design* para Revestimentos Cerâmicos: eventos que fomentam o *design* no setor.
- Concurso de Desenho Infantil: atividade voltada aos filhos dos funcionários. Os desenhos ganhadores são formatados como o cartão de Natal das entidades.
- confraternização: evento que reúne os profissionais do setor.

Editora-chefe, responsável pela produção e revisão das matérias; Thais Fiório; *designer* gráfico: Eduardo Viana. A Revista possui colaboradores de conteúdo, porém não são fixos.

**Pontos Fracos:** Distribuir a Revista em pontos de vendas de materiais de construção é um projeto futuro da revista. Além disso, integrar à editoria um número maior de artigos técnicos relacionados ao setor cerâmico de revestimento paulista e mineração também é uma pretensão.

**Principais Resultados:** A revista tem alcançado seu objetivo de divulgar o setor cerâmico de revestimento paulista, especialmente o Polo Cerâmico de Santa Gertrudes, para o país, contribuindo com ações positivas para o segmento. Além disso, tem conseguido estreitar seu relacionamento com entidades de classe e órgãos dos governos municipal, estadual e federal, revertendo em ações positivas para o setor.

# SINCOBESP

SINDICATO NACIONAL DOS COLETORES E BENEFICIADORES DE SUBPRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL

## Campanha A Gente Fica com o Osso

**Objetivo:** A campanha tem por objetivo fortalecer a imagem do segmento de forma geral.

**Descrição:** A campanha visa fazer o público ter conhecimento do negócio e do processo industrial das empresas representadas, principalmente dos benefícios do negócio, de forma que se solidarizem com a atividade realizada. Para tanto, a campanha tem um amplo aparato de *marketing*, como *hotsite*, adesivos, publicações específicas nas mídias da própria entidade e divulgação em feiras setoriais. No facebook da entidade é possível ver fotos dos caminhões adesivados com a logomarca criada para a campanha.

**Pontos Fortes:** Aproximação da categoria com o público em geral; *marketing* consistente de valorização das atividades das empresas do setor; aproximação das empresas com as comunidades do entorno; valorização e preservação do meio ambiente.

**Pontos Fracos:** Alto custo da campanha; falta de interesse de algumas empresas.

**Principais Resultados:** Maior conhecimento das atividades do setor por parte da população em geral. Conscientização da sociedade com relação aos benefícios oriundos das atividades desenvolvidas pelos associados da entidade.

# SINCS

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE CAFÉ SOLÚVEL

## Plano de Desenvolvimento Estratégico

**Objetivo:** Proporcionar condições para atingir a meta de aumento de 50% nas exportações e o consumo interno dos nossos produtos nos próximos 10 anos, ultrapassando a barreira de US\$ 1 bilhão de dólares de receita cambial.

**Descrição:** O Brasil, através de suas indústrias, sempre foi líder na produção e exportações mundiais do setor de café, possuindo tecnologias altamente modernas de produção. Exporta para mais de 132 países, o que gerou receitas cambiais de US\$ 600 bilhões em 2015. Porém, nos últimos 10 anos, viu sua participação nas exportações mundiais cair 4,5% percentuais e se manter estagnada.

Neste contexto, tornou-se imperioso enfrentar os conhecidos fatores que prejudicam a competitividade e o desempenho das exportações do seu setor solúvel e partir com um conjunto de estratégias e ações que revertam esse cenário.

O plano foi desenvolvido sob a coordenação do sindicato, com o envolvimento ativo e comprometido de todas as industriais filiadas, juntamente com profissionais estrategistas de reconhecida competência, em uma série de *workshops*, debates e validações ao longo de todo o primeiro semestre de 2015.

O Plano visa proporcionar maior competitividade às indústrias, atuando em demandas cruciais, e apresenta várias ações, estratégias e projetos, composto por seis eixos estratégicos de atuação:

- Negociações de barreiras tarifárias.
- Ajustes Tributários, ICMS, PIS, Cofins e Reintegra.
- Programas de apoio à competitividade das exportações.
- Programas de ampliação de mercados internacionais:
  - ▶ Projeto setorial Apex-Brasil.
  - ▶ Intercâmbio com Câmaras de Comércio Internacionais.
  - ▶ Plano de *Marketing* e Promoção.
- Programas de ampliação do mercado interno.
- Programas complementares:
  - ▶ Apoio à produção.
  - ▶ Pesquisa, desenvolvimento e inovação.
  - ▶ Serviço de inteligência competitiva
  - ▶ Programa de certificação
  - ▶ Ajustes de programas de financiamento

**Pontos Fortes:** Engajamento histórico do setor com todas as suas filiadas debatendo soluções em comum, apesar de fortes concorrentes entre si; debatendo problemas e gargalos que prejudicam a competitividade, construindo e articulando ações e estratégias políticas, institucionais e técnicas.

Segundo depoimentos dos próprios protagonistas, a discussão do plano proporcionou envolvimento e comprometimento nunca antes vistos nos mais de 50 anos de existência do parque de produção no Brasil. Gerou grande motivação, com respectivos investimentos de tempo e recursos por parte das afiliadas.

Diagnósticos elaborados, com visitas a todas as empresas e entrevistas com grande parte dos executivos das afiliadas. Workshops estruturados, dinâmicos e objetivos, realizados por profissionais altamente competentes. Recursos/investimentos disponibilizados pelas associadas para as práticas necessárias à construção do plano.

**Pontos Fracos:** Como fatores limitantes ou pontos fracos, há que se considerar as ações que dependem de atuação do governo, as quais têm maiores dificuldades de atingirem o atendimento de demandas e de metas em tempo hábil.

**Principais Resultados:** Aumento do volume das exportações em 2015 na ordem de 4%; contratação de consultoria especializada em negociações e relações internacionais para atuar de forma efetiva em barreiras tarifárias; primeiro

projeto setorial do setor com a Apex-Brasil (em andamento); contratação da Universidade Federal de Lavras para a construção de plataformas digitais de informação e banco de dados; maior interação com a Fiesp, tornando o sindicato muito mais eficiente.

## SINDAREIA

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

## SINDIPEDRAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Revista Conjunta dos Setores de Areia e Pedra Britada

**Objetivo:** O objetivo do lançamento da Revista Agregados foi o de juntar em uma mesma publicação o setor de areia e de brita. O nome Agregados para a revista vem do fato de que, mundialmente, não se separam estes dois importantes insumos. São conhecidos como agregados para construção. Tem periodicidade trimestral e tiragem de 2.000 exemplares.

**Descrição:** A revista inicia informando a diretoria das entidades, bem como a palavra dos presidentes, que versam sobre questões setoriais, políticas ou econômicas. Traz também matérias técnicas sobre ambos os setores. Há matérias elaboradas pelos técnicos do setor, bem como por fornecedores. Estas últimas passam pela análise dos consultores técnicos das entidades, a fim de se analisar a veracidade de seu conteúdo. Algumas destas matérias são ilustradas. Também consta no conteúdo informações sobre questões jurídicas, ambientais e de sustentabilidade, além de quaisquer publicações de matérias/providências de interesse. São relatadas as ações que os colaboradores das entidades estão realizando, de modo a defender, fortalecer e divulgar cada vez mais o setor. Fornecedores anunciam seus produtos e, por vezes, parcerias são formadas, de maneira a oferecer vantagens na negociação para as empresas associadas. Também informa sobre cursos voltados para qualificação profissional. Em suma, conteúdo eminentemente focado nos produtos que são para e do setor de agregados.

**Pontos Fortes:** É importante ferramenta de informação do setor de agregados. A revista tem ótima avaliação por parte dos leitores. *E-mails* e telefonemas elogiando a qualidade da revista, seu conteúdo e periodicidade também são registrados. Consegue destaque junto aos diversos destinatários: empresários, políticos, órgãos governamentais nas três esferas (municipal, estadual e federal), universidades, institutos de desenvolvimento, entidades-irmãs e outros entes da sociedade. Sua qualidade de impressão, ordenamento das matérias e ilustrações são muito bem apreciadas. Há ainda a versão eletrônica no *site*. Tanto da última encaminhada como de todas as anteriores.

**Pontos Fracos:** Não sei se deva ser considerado ponto negativo. Sua postagem, embora feita da forma mais econômica possível, gera despesas para a entidade. Seria interessante que todos se habituassem com a versão eletrônica e fosse no *site* para lê-las, todavia, muitos ainda preferem o papel.

**Principais Resultados:** O objetivo de divulgação dos trabalhos e ações das entidades foi plenamente atendido. A lembrança do setor se tornou mais latente no público-alvo, bem como nos diversos entes da sociedade. Sua publicação e envio são aguardados com expectativa pelos destinatários.

## SINDIBOR

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE BORRACHA  
NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Cursos de Formação Inicial e Continuada da Borracha – Parceria Senai Mário Amato**

**Objetivo:** Promover inovação, educação profissional e tecnológica e serviços técnicos voltados aos associados e filiados do setor de artefatos de borracha, contribuindo para a elevação da competitividade da indústria brasileira.

**Descrição:** A parceria firmada com a escola Senai Mario Amato, com um Centro Integrado de Formação Profissional com cerca de 20 laboratórios e 28 oficinas, incluindo áreas recém-renovadas para atendimento exclusivo do setor, concederá novas oportunidades aos empresários e funcionários das indústrias relacionadas ao setor da borracha, notadamente pela criação de cursos e serviços exclusivos.

Os cursos técnicos oferecidos já em 2015 são: cilindros e banburies, extrusoras para borracha, injetoras para borracha, matérias-primas para processamento de borracha, pesagem e manuseio de compostos de borracha, prensas para borracha e processo para adesão metal borracha.

**Pontos Fortes:** A escola possui políticas de gestão de qualidade, saúde, segurança e meio ambiente, dentro de mais de 30 anos de histórico. Atua em constante pesquisa, desenvolvimento e inovação. Assessoria técnica, tecnológica e especializada para atender aos problemas e realizar o diagnóstico com qualidade. Variedade de cursos, desde a matéria-prima até o produto, disponível nos dias de semana e aos sábados.

**Pontos Fracos:** Deslocamento, para muitas empresas, principalmente AS distantes da capital paulista, considerando que a unidade Senai Mário Amato está localizada em São Bernardo do Campo-SP.

**Principais Resultados:** Aproximadamente 30 alunos matriculados desde o lançamento, em fevereiro de 2016.

## SINDIBOR

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE BORRACHA  
NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Cursos técnicos a distância – Parceria com o Instituto Francês de Formação Educacional e Profissional em Borracha (Ifoca)**

**Objetivo:** Promover inovação, educação profissional e tecnológica e serviços técnicos voltados aos associados e filiados do setor de artefatos de borracha, contribuindo para a elevação da competitividade da indústria brasileira.

**Descrição:** A partir da parceria com o Instituto Francês de Formação Educacional e Profissional em Borracha (Ifoca), o Sindibor lançou em 2016 treinamentos técnicos a distância para o setor da borracha. Composto de vídeo aulas, apostilas e questionários disponibilizados na modalidade de ensino a distância (EAD). Inicialmente, os temas abordados serão: O que é borracha, a história da borracha, trabalho na indústria da borracha, mistura, moldagem, borrachas sintéticas, misturas de controle e vulcanização, extrusão de um perfil celular, elastômeros químicos, simulações numéricas e novas tecnologias.

**Pontos Fortes:** Intercâmbio de conhecimento com outros países. Ifoca é uma das mais tradicionais e conceituadas universidades da borracha no mundo. Treinamentos a distância permitem a participação a qualquer hora, e estão disponíveis a todos os funcionários das empresas associadas.

**Pontos Fracos:** Ausência de aulas práticas. Em 2015, esta parceria com o instituto francês renderá um programa composto de aulas teóricas presenciais e laboratoriais, ministradas pela primeira vez na América Latina e realizadas nas instalações da unidade Senai Mário Amato. A partir destes treinamentos a distância, pretendemos oferecer novas oportunidades presenciais em parceria com o Ifoca.

**Principais Resultados:** Os cursos a distância serão inicialmente ofertados na primeira quinzena de agosto. Sem resultados mensurados até o momento.

## SINDIBOR

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE BORRACHA  
NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Renovação de laboratórios, assessoria técnica e tecnológica e serviços para o setor de borracha – Parceria Senai Mário Amato

**Objetivo:** Promover inovação, educação profissional e tecnológica e serviços técnicos voltados aos associados e filiados do setor de artefatos de borracha, contribuindo para a elevação da competitividade da indústria brasileira.

**Descrição:** A parceria firmada com a escola Senai Mario Amato, um Centro Integrado de Formação Profissional com cerca de 20 laboratórios e 28 oficinas, incluindo áreas recém-renovadas para atendimento exclusivo do setor, concederá novas oportunidades aos empresários e funcionários das indústrias relacionadas ao setor da borracha, notadamente pela criação de cursos e serviços exclusivos.

Os serviços oferecidos são: assessoria técnica e tecnológica (atendimento de natureza tecnológica voltado à orientação quanto à implementação de solução de problemas), serviços técnicos especializados (realização de serviços patrocinados de natureza técnica, voltados à implantação e melhoria de produtos e processos produtivos), serviços metrológicos e PDI – Pesquisa, Desenvolvi-



to e Inovação (assessoria técnica tecnológica, orientação para melhoria de processos e desenvolvimento de novos produtos).

**Pontos Fortes:** A escola possui políticas de gestão de qualidade, saúde, segurança e meio ambiente dentro de mais de 30 anos de histórico. Atua constantemente em pesquisa, desenvolvimento e inovação. Assessoria técnica, tecnológica e especializada para atender aos problemas e realizar o diagnóstico com qualidade. Variedade de cursos, desde a matéria-prima até o produto, disponível nos dias de semana e aos sábado.

**Pontos Fracos:** Deslocamento. Para muitas empresas, principalmente distantes da capital paulista, pois a unidade Senai Mário Amato está localizada em São Bernardo do Campo-SP.

**Principais Resultados:** Mais de 20 empresas do setor de borracha já foram atendidas em 2016.

## SINDICAL

### SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE CALCÁRIO E DERIVADOS PARA USO AGRÍCOLA DO ESTADO DE SÃO PAULO

#### No Facebook, uma Página para Fazer o Calcário Brotar

**Objetivo:** A página Calcário Agrícola, no Facebook, tem como objetivo a divulgação do calcário agrícola como importante insumo do agronegócio nacional, sem deixar de atentar para hábitos do produtor rural em sua vida cotidiana e em seus negócios.

**Descrição:** O desafio era construir algo novo no conteúdo, a partir de um instrumento conhecido nas redes sociais – a *fanpage* no Facebook. Para isso, o espaço Calcário Agrícola retrata não apenas o cotidiano do sindical, mas também o que de relevante divulgam geradores de conteúdo sobre gestão, economia, agronegócio e mineração.

Também reforça o associativismo, com práticas como felicitar as empresas associadas ao sindicato patronal em seus aniversários de fundação e repercutir as ações em favor do segmento tomadas por entidades como o próprio sindicato, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (Ciesp), entre outros. São lembradas também datas especiais para o segmento, como o Dia do Calcário Agrícola e o Dia da Indústria.

Outro objetivo é atingir o público ligado às revendas de insumos, pontos de venda que estão com equipes cada vez mais profissionalizadas, prática que, simultaneamente, ampliam ofertas para o campo e aumentam a competitividade do setor.

O cenário de atuação ainda envolve fatores como as transformações dos mercados agrícolas, o aumento da demanda por alimentos e a busca por produtividade, entre outros.

Tudo isso fruto de um cenário no qual os produtores rurais estão mais exigentes. Os agricultores têm maior acesso à informação e ao conhecimento globalizado, pois desfrutam de maior conectividade.

Porém, os desafios para tal ferramenta envolvem a gestão de pessoas. A presença dos filhos no negócio e mesmo de colaboradores cada vez mais empoderados faz com que o conteúdo seja constantemente reavaliado. Há ainda falta de tempo do empresário, devido à complexidade crescente dos negócios. A gestão precisa ser mais profissionalizada.

Diante disso, optou-se pela contratação de assessoria de imprensa para geração desse material, que recentemente reformulou a proposta, trazendo conteúdos que aprimoram o empresário e o cidadão, como questões legais, optando por maior uso de imagens, em vez de textos.

Ainda há espaço para o lazer, com dicas sobre filmes, cuja temática seja o cotidiano rural.

#### **Pontos Fortes:**

- Surgimento de *players* em função da adoção de novas culturas nas áreas plantadas paulistas, como as de grãos.
- Fácil comunicação com usuários via aparelhos móveis (smartphones, tablets, entre outros), além do uso de ferramentas como vídeos.
- Estabelecimento de diálogo com público interessado, notadamente influenciadores de compras e formadores de opinião.

**Pontos Fracos:** Nenhum.

#### **Principais Resultados:**

- Aumento do consumo de calcário, fruto da ação integrada com outras práticas comerciais e administrativas.
- Contato com estudantes de cursos na área agrícola.
- Crescimento no número de visitantes.
- Posicionamento do produto perante o público usuário de redes sociais.
- Maior número de reportagens sobre o produto em veículos especializados.
- Maior agilidade no diálogo com público interessado.

## **SINDICALÇADOS JAÚ**

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

#### **Café do Empresário**

**Objetivo:** Reunir mensalmente os empresários para discutir e trocar ideias sobre fatos pontuais e também tomar ciência dos acontecimentos que envolvem o setor e atuação do sindicato.

**Descrição:** Mensalmente, todos os associados são convidados para um café da manhã denominado Café do Empresário, que ocorre sempre na terceira terça-feira do mês, com duração máxima de 90 minutos, das 7h30 às 9h00, divididos da seguinte forma: 10 minutos iniciais para boas-vindas; 10 minutos para apresentação do resumo dos assuntos tratados na edição anterior e dos encaminhamentos realizados; 20 minutos para apresentação das ações realizadas pelo sindicato no período e da agenda dos próximos eventos, tanto do sindicato como pelas entidades parceiras; 30 minutos para um assunto principal a ser discutido, para o qual geralmente é convidada pessoa ou entidade para esclarecimento; 20 minutos para discussões necessárias.

**Pontos Fortes:** Maior envolvimento das empresas participantes com o sindicato.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados.

**Principais Resultados:** Maior participação dos empresários nas ações desenvolvidas pelo sindicato.

## SINDICALÇADOS JAÚ

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

#### Central de Vagas

**Objetivo:** Fazer a ponte entre empregados e empregadores do setor através da seleção de funcionários de maneira profissional, de modo a reduzir tempo e custos nas empresas associadas da entidade.

**Descrição:** Por meio da campanha de divulgação, que conta com a afixação de cartazes nas recepções das empresas e posts nas mídias sociais, os trabalhadores desempregados são encaminhados ao sindicato, que, através de profissional qualificada, no primeiro momento recebe os currículos e promove a entrevista com os candidatos. Em seguida, as informações colhidas são cheçadas. Somente o responsável pelo departamento liga para empresas em que o profissional trabalhou, garantindo ao prestador da informação total sigilo quanto à divulgação de fatos que desabonem o candidato. As empresas, ao necessitarem de profissionais, entram em contato com a central, que providencia o envio dos currículos dos candidatos previamente selecionados, dando preferência aos candidatos que moram nas proximidades da empresa solicitante. Não há custos para as empresas e tão pouco para os candidatos.

**Pontos Fortes:** Redução de tempo e custo para as empresas; maior oferta de candidatos para as empresas; análise mais criteriosa dos candidatos, de forma a garantir as informações prestadas por eles; melhora na imagem da entidade perante a sociedade; aumento na percepção dos associados quanto à validade de ser associado ao sindicato; condições de organizar cursos com as entidades parceiras Senai-SP/Sesi-SP, para qualificação ou requalificação voltada às vagas deficitárias.

**Pontos Fracos:** Redução nos postos de trabalho em função da crise econômica.

Principais Resultados: Redução no tempo de contratação de funcionários; melhora na imagem do sindicato perante a sociedade; aumento na percepção dos associados quanto à validade de ser associado ao sindicato; recolocação rápida de profissionais qualificados, fazendo com que estes não venham a deixar o setor.

## SINDICALÇADOS JAÚ

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

#### **Incubadora de Capacitação e Preparação para Micro e Pequenas Empresas Participarem de Feiras Nacionais e Internacionais**

**Objetivo:** Dar condições para que a empresa de micro e pequeno porte inicie sua participação em grandes feiras nacionais com pequenos investimentos, com custo até 4 vezes menor que um estande individual.

**Descrição:** Através das parcerias com Sebrae e Prefeitura Municipal, o sindicato realiza o projeto de estande coletivo nas principais feiras nacionais: Francal e Couromoda. O projeto consiste na contratação da estrutura e dos serviços necessários de forma coletiva, com subsídios proporcionados pelas parcerias, sendo estes valores rateados entre os participantes.

**Pontos Fortes:** Propiciar oportunidade de participação de empresas que não teriam condições econômicas para estarem presentes no evento. Os resultados são obtidos em curto, médio e longo prazos, pois os produtos comercializados geram receita, além de outros benefícios que os contatos realizados trazem para a empresa. A veiculação da marca diretamente para seu público-alvo acarreta ganhos ao longo dos anos.

**Pontos Fracos:** Falta de flexibilidade de pagamento por conta das promotoras das feiras; falta de incentivo do governo do Estado de São Paulo.

**Principais Resultados:** Promove o polo calçadista local em cenários nacionais e internacionais, capacitando as empresas para que possam participar das próximas edições com estandes individuais. Noventa por cento das empresas que hoje expõem com estandes individuais já fizeram parte do projeto, o que traz, consequentemente, grandes resultados para o município e para o setor industrial local, gerando emprego e desenvolvimento à cadeia do APL.

## SINDICARNES

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CARNES E DERIVADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

#### **Desenvolvimento de Site**

**Objetivo:** Oferecer uma plataforma mais moderna e dinâmica que agregue valor e se torne um portal de serviços aos associados da entidade. Outro objetivo da prática é que o site atue como uma ferramenta de divulgação do setor e do sindicato para um público geral.

**Descrição:** A prática consiste na criação do *site* do sindicato para aumentar o relacionamento com os associados, por meio da atualização constante de conteúdos e materiais, fazendo com que este se torne mais do que uma página institucional, mas uma fonte de informações sobre o setor.

**Pontos Fortes:** A tecnologia e a internet têm aproximado pessoas de empresas, tornando mais simples e prática a aquisição de documentos e informações em geral; portanto, a criação de um *site* agiliza e viabiliza o contato dos associados e do público em geral com as informações do sindicato.

**Pontos Fracos:** São necessárias atualizações e melhorias pontuais para que a plataforma se torne sempre dinâmica e atenda às necessidades tanto do sindicato como dos usuários.

**Principais Resultados:** Diminuição do tempo de troca de informações entre sindicato e associados, tornando possível acessar de forma mais simples e dinâmica convenções coletivas, notícias do setor, informativos jurídicos, entre outros. Para o sindicato, os dados inseridos no momento de cadastro no *site* viabilizam sua futura utilização em favor dos associados.

## SINDICER

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE PRODUTOS CERÂMICOS DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO DE PORTO FERREIRA

### Convênio com Correios para Vantagens e Descontos aos Associados

**Objetivo:** A parceria tem o objetivo primário de reduzir o custo de postagem para vários serviços dos Correios e diminuir o tempo gasto nas remessas de mercadorias, gerando vantagens para os associados e, conseqüentemente, conquistando novos sócios.

**Descrição:** Este convênio com os Correios obteve de imediato a procura e adesão de empresas associadas, com o objetivo de facilitar seus despachos de mercadoria no tange ao tempo de espera em filas e com relação aos custos das remessas, pois, com o convênio, a empresa associada chega a ter até 25% de desconto em alguns serviços utilizados.

**Pontos Fortes:** Redução em relação aos custos de postagens; fiscalização do convênio pelo sindicato, com relação aos valores cobrados pelos serviços ofertados; geração de interesse nas empresas.

**Pontos Fracos:** Os Correios não oferecem desconto em todos os produtos.

**Principais Resultados:** Aproximação de algumas empresas associadas que estavam distantes do sindicato; associação de empresas (novos associados) no sindicato para utilização do convênio; menor custo para as empresas e redução do tempo em agências dos Correios.

# SINDICOURO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO CURTIMENTO DE COUROS E PELES NO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Assembleia e Happy Hour, Tudo a Ver**

**Objetivo:** Fomentar a integração dos dirigentes dos associados e dos principais *players*; alcançar os 3 Is (integração, interação e interesse).

**Descrição:** O grande desafio está em ser suficientemente criativo para atrair e motivar os associados, a diretoria e o conselho a participar maciçamente das reuniões e assembleias. Temos que lembrar que cada um desses profissionais – microempresário, CEO ou alto executivo – já possui um fardo bastante pesado em seu dia a dia. Então, ser criativo é o caminho para motivar tais profissionais a abdicar de horas em seus negócios ou do descanso no final do dia, para estar em uma reunião em que lhe será exigido tomar mais decisões, além daquelas o dia a dia já lhe obriga.

Nesse sentido, toda pauta que mereça uma participação maior deve ser elaborada com a devida antecedência, dirigida com muita objetividade e, sobretudo, premiada com momentos de descontração e de boa convivência, acompanhada por uma boa bebida e um saboroso petisco.

Pensando nisso, o sindicato, no propósito de apresentar e engajar o maior número de *players* para nosso Plano de Negócio Associativo – gestão 2016/2018 – conciliou a Assembleia Geral com o *Happy Hour* oferecido pelo sindicato em parceria com a Cser.

Essa prática, além de motivar a presença de grande parte de nossos associados, diretores e conselheiros, que, em sua maioria, viajaram mais de 400km para nos prestigiar, ainda deu a oportunidade para uma homenagem a um ex-presidente que dedicou mais de 20 anos de trabalho junto à nossa entidade.

Esse glamour, mesclado com momentos de emoção na homenagem, e a descontração de um ambiente agradável deixam a marca de que uma reunião ou assembleia pode ser bem agradável. Com isso, arregimentamos cada vez mais parceiros para estarem ao nosso lado. Por ser um evento aberto às demais entidades filiadas à Fiesp, a riqueza do network abrihantou ainda mais o evento.

Com essa prática, alcançamos os três pressupostos que consideramos essenciais para o sucesso de uma prática associativa: integração, interação e interesse.

**Pontos Fortes:** O ponto forte é o “alcance do objetivo na proporção do esperado”. Se analisarmos a prática adotada, sob a ótica do pragmatismo de Maquiavel, onde uma ação é boa quando seu resultado final é o esperado, já daríamos por encerrada a questão. Todavia, entendemos que um bom projeto associativo deve atender aos 3 Is:

- **Integração:** A prática foi ótima na medida em que tínhamos a necessidade de integrar e engajar a diretoria, o conselho e os associados em um propósito de novo, numa gestão nova com ideias novas. As condições proporcionaram essa conquista.

- **Interação:** A prática gerou maior incentivo à presença, que resultou em bom quórum. Com isso, tivemos a oportunidade de inteirar mais associados com o novo projeto.
- **Interesse:** A geração de interesse no associativismo está ligada diretamente à participação e ao conhecimento. Desta maneira, com o sucesso dos 2 Is anteriores, foi possível fazer uma boa apresentação e obter interesse e engajamento dos presentes.

**Pontos Fracos:** Apesar do sucesso obtido de maneira geral, no nosso caso em específico, a maior parte das indústrias se situam no interior do estado, o que dificultou a presença de alguns importantes empresários.

**Solução:** Adotaremos a mesma prática no decorrer do ano, sendo uma reunião por trimestre em cada um dos principais polos industriais.

**Principais Resultados:** Engajamento dos associados no alcance dos objetivos propostos para o setor; retomada da prática de reuniões periódicas, para que os objetivos sejam sempre avaliados e trabalhados; busca pelo aumento de associados, com início pelos que estavam afastados e, posteriormente, por novos. Isso será gradativo.

## SINDIFRANCA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA

### Estande Coletivo Espaço Moda Franca®

**Objetivo:** Promover o acesso de pequenas empresas a feiras de calçados atacadistas de porte internacional, com a criação da marca Espaço Moda Franca® e da execução de uma estratégia de *marketing* inovadora, a fim de consolidar o estande como um grupo de indústrias que produz moda, qualidade e alto valor agregado.

**Descrição:** O Projeto foi lançado em 2008, com a criação da marca Espaço Moda Franca®, que passou a ser a responsável pela realização do projeto desde a Couromoda 2009, com o apoio do Sebrae e da prefeitura. O projeto foi realizado desde então, nas feiras Couromoda e Francal, ambas realizadas em São Paulo e consideradas as mais importantes do mercado.

Com nova localização privilegiada na planta das feiras e criações inovadoras a cada edição, o estande se tornou um case de sucesso não apenas pela grande quantidade de visitantes que atrai e pelo volume de negócio gerado, mas principalmente por ter nivelado o grupo a um padrão de alta qualidade de produtores. Além disso, ações como catálogos personalizados, brindes para expositores, recepcionistas bilíngues com coletores de dados, wi-fi e uma equipe à disposição dos expositores em tempo integral fizeram do projeto um sucesso em atendimento, imagem e execução.

Em 2010, o Espaço Moda Franca® atuou junto ao poder público para que o repasse de subsídio anual para as duas feiras, Francal e Couromoda, se tornasse Lei Municipal. Isso só aumentou a parceria com o poder público e, em 2016,

essa parceria pode render mais frutos com a determinação de subsídio para mais duas feiras calçadistas: o Salão Internacional do Couro e Calçado (SICC) e a Zero Grau, ambas realizadas na cidade de Gramado, no sul do país. Em 2016, o projeto do Espaço Moda Franca® abrangerá mais de 70 empresas, propiciando o acesso dos pequenos fabricantes às quatro principais feiras de atacado de calçado do país.

**Pontos Fortes:** Promoção do calçado de Franca; viabilização do acesso de pequenas empresas às feiras de grande porte; fortalecimento do cooperativismo e associativismo, em razão do trabalho em grupo dos expositores e dos novos associados conquistados pelo projeto; fortalecimento das parcerias com o poder público; fomento de novos negócios no setor; promoção de vendas para mercados interno e externo; geração de empregos no setor calçadista.

**Pontos Fracos:** Interferência das oscilações macroeconômicas para o sucesso dos negócios; interferência das promotoras das feiras em sua administração e divulgação, o que pode determinar seu sucesso ou não; dependência do subsídio do poder público; limitações burocráticas impostas pelo Sebrae-SP e a prefeitura.

**Principais Resultados:** Fortalecimento do polo calçadista francano; divulgação das marcas da indústria local; mudança da imagem do estande coletivo para indústrias de qualidade e de produtos com alto valor agregado; realização de novos negócios para o setor, com consequente aumento de faturamento e de empregos. O projeto já atendeu 476 expositores, gerou mais de 102 milhões de reais em negócios e comercializou mais de 1,8 milhões de pares de calçados

## SINDIFRANCA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA

### Implantação de Instituto de Gestão Empresarial dentro do APL

**Objetivo:** Implantar o Instituto com a captação de recursos junto a órgãos governamentais para desenvolvimento de cursos de gestão gratuitos para a indústria calçadista, com toda infraestrutura; levar conhecimento em gestão empresarial; promover o associativismo e a integração do setor calçadista.

**Descrição:** O instituto foi criado para atender às necessidades de capacitação e desenvolvimento dos trabalhadores e empresários das indústrias calçadistas de Franca, de forma totalmente gratuita, financiado por verbas públicas em parceria com município, estado e União. O instituto oferece cursos rápidos e dinâmicos nas áreas de administração, engenharia de produção, planejamento estratégico, gestão comercial e *marketing*, gestão de pessoas, desenvolvimento de produtos e controladoria e finanças – todo o conhecimento necessário para uma boa gestão empresarial. Para mobilização do setor e divulgação destes cursos, trouxemos o palestrante Max Gehringer para a aula inaugural, que aconteceu em 20/10/2015, o que reuniu empresários do setor e cerca de 300 pessoas em um evento gratuito. Abrimos inscrições para os cursos logo após, por meio de formulário no *site* do sindicato. Iniciamos o curso em maio/2016, com 95 alunos frequentes e duração de 70 horas para cada módulo (4 semanas), em um



total de 07 módulos (07 meses).

**Objetivos:**

- Captar recursos junto aos órgãos governamentais e oferecer condições de infraestrutura e de pessoal para desenvolvimento de cursos de gestão: foram realizadas reuniões de planejamento para buscar órgãos governamentais e entidades privadas para parcerias. Inclusive contratamos consultoria especializada para elaboração de projeto de implantação do instituto.
- Levar conhecimento em gestão empresarial: o curso de gestão possui 07 módulos, que abrangem diferentes áreas da indústria calçadista. As empresas indicam um candidato por módulo, de acordo com sua área de atuação, na busca de melhorias no processo de gestão.
- Promover o associativismo e a integração do setor calçadista por meio do relacionamento direto das indústrias com seu sindicato: como público-alvo, priorizamos toda a base de nossa atividade sindical, tendo como agente multiplicador empresas que participam do projeto.

**Pontos Fortes:** Promoção do associativismo; aprofundamento e consolidação de temas relativos à defesa do setor; mudança de paradigma da cultura empresarial amadora; oportunidade para o desenvolvimento de pessoas e processos; consolidação da gestão nas indústrias, a partir de uma visão integrada e sistêmica de todo o processo produtivo; desenvolvimento do talento profissional do funcionário para seu crescimento dentro da empresa.

**Pontos Fracos:** Dificuldade na obtenção de recursos e de apoio estrutural, já que o projeto conta com salas de aula itinerantes; burocracia na aplicação dos recursos; republicação de editais para contratação de empresa de consultoria e consequente atraso em fases importantes do projeto; desinteresse da comunidade pelo alongamento de prazos para início do curso.

**Principais Resultados:** Captação de R\$ 1.000.000,00 em recursos da Secretaria da Micro e Pequena Empresa do Governo Federal para a contratação de consultoria para aplicação dos cursos e de professores especialistas, além da palestra do Max Gehring; captação de R\$ 400.000,00 através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do estado de São Paulo para a infraestrutura das 07 salas de aula, equipadas com multimídia e mobiliário adequados. Na primeira turma, tivemos 95 alunos de diversas indústrias calçadistas frequentando os módulos.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**Preservação da História da Indústria Gráfica a um Clique de Distância**

**Objetivo:** Universalizar informações que dizem respeito à evolução da Indústria Gráfica, deixando disponível todo acervo da publicação Boletim da Indústria Gráfica (BIG) a um clique de distância, por meio do portal do sindicato.

**Descrição:** De grande valor para o setor gráfico, o BIG surgiu em 1949, com o objetivo de estreitar as relações com a família gráfica, além de fornecer informações jurídicas, dados econômicos, cursos e palestras. Sua consulta é de interesse a toda cadeia produtiva, profissionais, empresas e estudantes do setor, pois mostra a história da indústria gráfica e apresenta sua evolução, que pode ser notada por seus próprios efeitos de impressão presentes em suas páginas ao longo dos anos. Para facilitar e universalizar todo acervo, criamos uma página no *site* do Sindicato e disponibilizamos o material gratuitamente.

**Pontos Fortes:** Consulta fácil e gratuita por meio do *site* do Sindigraf-SP; universalização do conteúdo em plataforma digital; valorização da indústria gráfica através de sua própria história, evolução e efeitos de impressão; democratização da informação, pois a plataforma permite, além da consulta, a visualização e o *download* dos arquivos; interesse da comunidade acadêmica – professores e estudantes.

**Pontos Fracos:** A plataforma democratiza e facilita o acesso virtual, mas há efeitos de impressão presentes na obra, os quais podem ser prejudicados no momento da visualização; digitalização simples, feita a partir do impresso, sem interação com os usuários, como em revistas *on-line* presentes no mercado.

**Principais Resultados:** Desde sua implantação, a página criada já contou com a visita de 1.114 usuários; destes, 791 consultaram mais de uma página, visualizaram e fizeram *download* para consulta do acervo *on-line* do BIG.

Tornamos todo conteúdo disponível a um clique, o que deixou a consulta fácil, prática e atrativa ao público acadêmico e mais jovem. O acervo é utilizado como material de apoio aos professores e alunos durante as aulas.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Banco de Empregos – Sistema de Oferta de Vagas e Cadastro de Talentos

**Objetivo:** O banco de empregos do sindicato tem como objetivo facilitar a busca de oportunidades de empregos, bem como candidatos para atuação nas indústrias gráficas do estado de São Paulo. Também é uma ferramenta que auxilia na empregabilidade do setor.

**Descrição:** Criado para auxiliar o mercado de trabalho do setor gráfico, o Banco de Empregos é uma ferramenta gratuita, desenvolvida pelo sindicato. Concebido por volta de 2005, o projeto foi totalmente reformulado em 2013, incorporando como base as áreas e mais de 200 cargos avaliados na Pesquisa de Salários e Benefícios na Indústria Gráfica Paulista, também realizada pela entidade.

**Pontos Fortes:** Banco de currículos exclusivo do setor; facilidade na busca e inclusão de vagas e currículos; gratuidade para empresas e candidatas; sigilo total das informações; adequação dos cargos e salários da pesquisa salarial.

**Pontos Fracos:** Dificuldade por parte dos candidatos de baixa formação em preencher os campos; empresas utilizam para busca de candidatos, porém não incluem a vaga.

**Principais Resultados:** Atualmente, o banco de empregos do sindicato conta com mais de 800 vagas e mais de 8.000 currículos. As áreas de Recursos Humanos estão em constante contato com a entidade, fortalecendo o elo, facilitando a criação de novos produtos e serviços a serem desenvolvidos para as indústrias, principalmente no que diz respeito à capacitação dos profissionais. Citamos, ainda, o aumento de participantes na pesquisa salarial e em eventos destinados aos profissionais de Recursos Humanos entre outros.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Capacitação e Aprimoramento com Foco na Gestão

**Objetivo:** Oferecer aos filiados gratuitamente cursos e palestras de gestão, para capacitar, reciclar e mostrar a importância do recolhimento das contribuições patronais.

**Descrição:** Cursos de gestão com carga horária de 8 horas e certificado de participação para capacitação dos profissionais das áreas de RH, Contas, Tesouraria e Contabilidade das empresas filiadas. Cursos com valor médio de mercado de R\$ 750,00, oferecidos aos filiados em dia, sem nenhum custo. Palestras de gestão em parceria com o Dempfi-Fiesp, bimestralmente, com temas atuais e totalmente relevantes.

**Pontos Fortes:** Grande adesão do público, palestrantes totalmente capacitados e didáticos. Reversão de filiados para associados, por meio de bate-papo, antes e pós evento. Aumento da arrecadação das contribuições patronais. Sorteio de brindes motiva o público a permanecer até o final do evento.

**Pontos Fracos:** Alto custo de divulgação impressa acaba favorecendo a comunicação eletrônica, que, por sua vez, tem perdido eficiência.

**Principais Resultados:** Solidificação da imagem do sindicato como prestador de serviços e benefícios à categoria representada; aumento na arrecadação das contribuições patronais.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Guia Orientativo de Benefícios: Use Mais e Melhor

**Objetivo:** Disponibilizar aos associados de forma detalhada mais de 90 benefícios oferecidos, os canais de atendimento e a forma de usufruir de cada um deles; mostrar ao não associado o amplo leque de serviços e produtos oferecido, bem como o que ele está perdendo.

**Descrição:** Material produzido pela área de *marketing*, com ilustrações, detalhes, logomarca dos parceiros e venda de espaço publicitário. Material impresso encaminhado via correios para todas as empresas da base associada, a fim de que usufruam e vejam os benefícios; e para os não associados, a fim de que percebam o que está perdendo, uma versão eletrônica é enviada por *e-mail*, a qual fica também disponível em nosso *site*.

**Pontos Fortes:** Total transparência, inovação, comunicação assertiva, estímulo ao associativismo. Com a venda de espaço publicitário aos parceiros, o material foi totalmente custeado pela receita dos anúncios. Material eletrônico atualizado constantemente e impresso uma vez por ano, envio feito às empresas sempre em janeiro. Material atrai novos associados, com o envio para base de não associados.

**Pontos Fracos:** Retorno de correspondência por fechamento ou mudança acaba gerando um custo desnecessário.

**Principais Resultados:** Com o aumento na base de associados, o guia virou referência no mercado, com retenção dos atuais associados e aumento significativo na utilização dos benefícios. O material é utilizado como apoio nas visitas às empresas e entregue nos eventos, gerando aproximação das empresas com o sindicato.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini

**Objetivo:** O Prêmio Nacional de Excelência Gráfica tem como principal objetivo avaliar a qualidade técnica e de criação dos impressos.

**Descrição:** O prêmio de excelência gráfica possui certificação ISO 9001:2008 e é constituído por 13 segmentos, 80 categorias e 5 Granpix, distribuídos de acordo com critérios técnicos, mercadológicos ou de processo gráfico utilizado.

Os produtos inscritos passam por dois julgamentos. Na primeira fase, cada segmento será avaliado por um grupo de, no mínimo, cinco jurados. Todos os produtos inscritos no prêmio brasileiro serão avaliados individualmente, de acordo com os critérios estabelecidos por um regulamento, e a eles serão atribuídas notas de um a dez, individualmente, por cada jurado. Os cinco produtos com maior pontuação dentro da sua categoria serão indicados como finalistas da premiação e passarão para a segunda fase. Na segunda fase, todos os jurados avaliarão os produtos finalistas, indicando o ganhador por categoria. Os mais de 150 jurados técnicos, validados por uma comissão de estudos, também indicam o melhor processo de impressão, por tipo de impressão, e o melhor acabamento, por tipo de acabamento, dentre os finalistas.

**Pontos Fortes:** Incentivo à melhoria de qualidade e processos do setor; realização de *benchmarking*; aumento da competitividade; exposição de marca.

**Pontos Fracos:** Baixa conscientização das empresas do benefício de participar da premiação.

**Principais Resultados:** No período de 2007 a 2015, o Prêmio Fernando Pini avaliou mais de 12.000 produtos, e contou com a participação de mais de 1.700 empresas de 18 estados.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Programa de Capacitação Empresarial (PCE)

**Objetivo:** Desenvolver equipes de alta performance nas áreas comercial, de custos e processos gráficos para micro e pequenas empresas. Neste programa, o empresário/gestor/líder gráfico poderá aprender técnicas que poderão garantir maior rentabilidade e produtividade da empresa.

**Descrição:** No cenário atual, as empresas necessitam cada vez mais ser produtivas, obter menos desperdícios, gerenciar finanças, formar corretamente o preço, vender mais, além de ter uma equipe de vendas de alta performance. O tema principal da divulgação do programa é “menos crise, mais transformação”.

Neste programa, as empresas são capacitadas em sala de aula com conceitos importantes para a administração e gestão do negócio. Após ao término dos conceitos técnicos necessários para o entendimento da aplicação do programa, realizamos um diagnóstico industrial na área de produtividade (produção), vendas, custos e formação de preço. Traça-se um planejamento estratégico e um especialista acompanha durante 4 meses a evolução do programa, por meio de indicadores.

**Pontos Fortes:** O programa visa à sustentabilidade da empresa, à competitividade com a consciência de todos os fatores que influenciam no resultado do produto ou serviço oferecido.

Aplicação de plano de capacitação empresarial nos três módulos estratégicos: comercial, precificação e processos, de modo a atender às reais carências das micro e pequenas empresas setor gráfico.

Programa modula: é possível contratar o módulo que a empresa realmente necessita, com valores abaixo do mercado e parcelados.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados.

**Principais Resultados:** O programa empresarial flexibilizou informações para empresários que buscam maior competitividade no mercado. O mercado solicitou *workshops* com o tema é “menos crise, mais transformação”

No primeiro *workshop* realizado em São Paulo, inscreveram-se 34 empresas, com 56 participantes e houve 11 interessados no programa.

A região de Barueri e a prefeitura de Caieiras já solicitaram o evento na região, devido à repercussão do evento anterior.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Programa de Desenvolvimento Estruturado – Semana de Artes Gráficas (SAG)

**Objetivo:** Contribuir para o desenvolvimento da indústria gráfica no estado de São Paulo e outros estados, prestando capacitação de qualidade na difusão do conhecimento.

**Descrição:** Trata-se de um programa de capacitação para profissionais gráficos, com programação pertinente às necessidades de determinada região. Nas cidades do interior de São Paulo contempladas com o programa, faz-se uma pesquisa de qualidade que embasa o desenvolvimento de grade focada nos conteúdos necessários para o aperfeiçoamento dos profissionais gráficos da região. Em uma semana de cursos gratuitos, especialistas gabaritados ministram cursos que atingem toda cadeia produtiva: empresários, gestores, vendedores e operadores.

Durante o ano, atuamos em 8 cidades macro – Sorocaba, Araçatuba, Bauru, São José dos Campos, Ribeirão Preto, São José do Rio Preto, Campinas e Barueri – e 6 estados – Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Espírito Santo, Rio Grande do Norte e Tocantins. Além dos participantes da região, contamos com os interessados de cidades próximas às quais é realizado o evento.

**Pontos Fortes:** A gratuidade do programa flexibiliza informação de qualidade para todos os profissionais da cadeia produtiva em regiões que normalmente não são assistidas. Desenvolvimento do setor; difusão do conhecimento técnico, tecnológico e de gestão empresarial com especialistas renomados do mercado gráfico; conteúdos customizados para cada região. O material didático é impresso nas cidades em que o evento será realizado, gerando produção para local.

**Pontos Fracos:** Algumas empresas com um número considerável de participantes no evento encerram as atividades.

**Principais Resultados:** Resultados do projeto entre os anos de 2013 a 2015:

- Total de participantes = 4.970.
- Total de cursos = 141.
- Cidades atendidas = 08.
- Empresas atendidas = 459.
- Média de satisfação = 98,97%.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Sistema de Indicação de Gráficas (SIG) – Valorizando e Fidelizando o Associado

**Objetivo:** Gerar soluções às necessidades dos nossos clientes e, ao mesmo tempo, gerar demanda maior de tráfego de orçamentos entre as gráficas associadas.

**Descrição:** É um sistema de pontuação por indicação, que funciona através de uma plataforma digital. Diariamente, as gráficas recebem vários pedidos de orçamentos (por *e-mail*, telefone, pessoalmente), tanto de clientes já fidelizados como daqueles que ainda não são fidelizados. Em ambos os casos, naturalmente há ocasiões em que a gráfica não produz determinado impresso ou, ainda, não tem interesse em produzi-lo por diferentes motivos.

Os dados de cada gráfica associada formarão uma planilha única que será enviada de volta àquelas que autorizarem tal procedimento, no formato de plataforma digital, que é um arquivo desenvolvido em Excel. O sistema que foi desenvolvido exclusivamente para o SIG localizará de forma automática e imediata todos os nomes de todas as gráficas que executam o específico serviço solicitado pelo seu cliente, facilitando e agilizando a indicação.

Através dele será possível localizar de forma imediata as gráficas que executam a demanda solicitada pelo seu cliente, facilitando e agilizando a indicação. Por meio das indicações, as gráficas serão pontuadas e poderão, no final de um período, receber o prêmio entre as três que mais indicaram. Além da premiação, o SIG gerará gentileza, que gera gentileza. Gráficas associadas fazendo indicações entre si.

**Pontos Fortes:** Ganha a gráfica que mais indicar e ganham todas as gráficas que indicarem, pois poderão ser retribuídas com outras indicações, vindas das gráficas indicadas por elas.

**Pontos Fracos:** A ideia é nova e alguns associados tem receio em aderir, porém com a grande divulgação de todos participantes poderá gerar sucesso.

**Principais Resultados:** Ganha a gráfica indicada, com o aumento natural da sua demanda (mais orçamentos = mais demanda); ganha o cliente, que resolverá seu problema de forma rápida e fácil; ganha o fornecedor que aderir ao SIG (premiando a gráfica que mais indicou), tendo seus produtos amplamente divulgados pela entidade.

## SINDIJOIAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE JOALHERIA, BIJUTERIA E  
LAPIDAÇÃO DE GEMAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Programa de Desenvolvimento Empresarial (PDE)

**Objetivo:** O programa contempla um processo de fomento e incentivo ao empreendedorismo, à inovação e, conseqüentemente, ao aumento da competitividade.

**Descrição:** Com ações socioterritoriais, o projeto promove a governança, através de um termo de cooperação para o desenvolvimento empresarial, celebrado pelo município e as instituições representativas, entre elas o sindicato.

O PDE criou grupos de trabalho setoriais. Seguem as pautas de projetos para o tema empreendedorismos: Escola de Negócios, Núcleo de Inteligência Competitiva, Núcleo de Atendimento Industrial e Circuito Regional Turístico de Moda Feminina e Comércio Exterior.

**Pontos Fortes:** Atuar como órgão de desenvolvimento e apoio, de forma organizada, promovendo os recursos intelectuais e econômicos das instituições representativas que integram o PDE.

A ação cooperada incentiva a criação da governança local, promovendo sinergia entre os atores institucionais e o poder público, criando um ambiente favorável até então não experimentado em Limeira.

**Pontos Fracos:** Existência de políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento.

**Principais Resultados:** Agenda participativa; participação de vinte instituições no programa; planejamento participativo; público-alvo atingido, com 600 participantes nos programas e palestras em quatro meses; otimização de recursos.

## SINDILEITE

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE LACTICÍNIOS E PRODUTOS DERIVADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Workshop Rotulagem de Leite e Derivados Lácteos**

**Objetivo:** Sanar os erros comuns na solicitação de registro de leite e derivados lácteos junto ao Mapa; capacitar os profissionais da qualidade no registro de leites e derivados lácteos, com base nas normas e legislações vigentes e com a finalidade de dar melhor eficiência a tais procedimentos.

**Descrição:** O *workshop*, realizado em parceria com a Deagro-Fiesp, o Mapa e a Superintendência Federal da Agricultura do estado de São Paulo (SFA-SP), conseguiu abordar, discutir e esclarecer os erros mais comuns cometidos pelas indústrias de leite e derivados lácteos em relação à documentação apresentada e ao preenchimento dos formulários dos processos na solicitação de registro junto ao Mapa. O *workshop* foi gratuito e realizado em único dia, abordando o registro de leite e todos os derivados lácteos. Antes do evento foram encaminhados os objetivos e o programa aos participantes.

Na ocasião foram abordadas as principais legislações, tais como:

- Riispoa.
- Instrução Normativa no 22/2005.
- Ofício circular nº 31, de 14/12/2009.
- Leis nº 11.265/06 e nº 11.474/07.
- Instrução Normativa nº 62/2011.
- RTIQ.



Produtos lácteos e principais ofícios circulares de orientação em relação aos produtos lácteos (requeijão, queijo processado, manteiga, etc.):

- Legislação de outros órgãos – Anvisa/Inmetro/CDC.
- Resoluções RDC nº 360/98 e nº 259/98.
- Resoluções RDC nº 54/12 e nº 03/13.
- Resolução/Portaria SVS/MS 29/98.
- Resolução RDC nº 26/2015.

**Pontos Fortes:** O ponto forte foi a legislação abordada, conforme exemplo abaixo:

- Legislação geral – Mapa.
- Legislação específica – Leite.
- Croqui, composição, processo de fabricação, produtos sem RTIQ.
- Informações/alegações opcionais, adicionais.

**Pontos Fracos:** Disponibilidade para realizar a mobilização das empresas para participação no evento.

**Principais Resultados:** Os principais resultados foram a aproximação com as empresas do setor e a capacitação dos profissionais do setor de qualidade no registro de leites e derivados lácteos.

## SINDILOUÇA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CERÂMICA DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, DA PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Encontro entre Diretores e Associados

**Objetivo:** O objetivo do encontro é promover interação e confraternização entre associados, diretores e suas esposas, bem como traçar um planejamento de atividades para o próximo ano.

**Descrição:** Promovido em um hotel com todo conforto e requinte, o encontro é realizado para que os participantes, sejam eles diretores ou associados, possam discutir e planejar os ramos da entidade e, ao mesmo tempo, desfrutar de momentos de lazer e descontração com suas esposas. A ideia do encontro é unir o útil ao agradável, aprofundando a relação da entidade com seus associados. O encontro se torna um diferencial para trazer mais empresas do setor, aumentando a representatividade.

Na ocasião são descritos os serviços ofertados pela entidade, dando destaque para assessoria jurídica trabalhista, convênios e participações em feiras setoriais. Outros pontos discutidos são a imagem do setor, a conquista de parcerias e descontos para as empresas expositoras em feiras.

**Pontos Fortes:** Definição de metas e parcerias significativas, que façam a diferença para o associado. Para tanto, toda a diretoria foca na busca dessas opções. No encontro, as conversas são muito produtivas, com todos dando suas ideias e sugestões, promovendo a troca de experiências.

**Pontos Fracos:** Custos do evento e adesão de participantes devido aos vários compromissos de trabalhos assumidos pelos empresários convidados.

**Principais Resultados:** Ampliação do relacionamento com os associados, troca de experiências e aproximação dos associados com a diretoria da entidade.

## SINDIMAD

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Boletim Informativo do Sindicato

**Objetivo:** Ter publicação setorizada para aumentar o nível de comunicação com as empresas do setor.

**Descrição:** A instituição implantou um boletim informativo para ganho de comunicação com as empresas representadas. O boletim é produzido pela própria entidade e traz informações relevantes sobre normas dos órgãos públicos, inovações e dados estatísticos do setor.

**Pontos Fortes:** Repasse de informações que colocam a entidade em evidência perante a empresas setor; abertura de comunicação e fonte de informação para associados.

**Pontos Fracos:** Identificar e filtrar as informações inseridas na publicação; manter uma rotina de publicações.

**Principais Resultados:** A realização desta prática trouxe mais visibilidade à instituição, pois, além de repassar informações importantes e de extremo interesse das empresas, acabou colocando a entidade em evidência junta aos seus representados.

## SINDIMOV

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE SÃO PAULO

### Grupo de Estudos para Assuntos Trabalhistas – Integração para o Desenvolvimento

**Objetivo:** Integrar e desenvolver as indústrias e suas contabilidades, bem como o fortalecimento do setor.

**Descrição:** Visa à capacitação, troca de experiências, padronização dos procedimentos praticados na área de gestão de pessoas, bem como à melhor compreensão dos assuntos discutidos.

**Pontos Fortes:** Estimula o interesse, a busca pela excelência, o associativismo, a integração e participação, a troca de experiências, bem como o aumento da conscientização e a busca das melhores práticas.

**Pontos Fracos:** Baixa adesão.

**Principais Resultados:** Estamos na 13ª edição, foram tratados assuntos da CCT e realizadas propostas para negociação; todas as etapas da administração de pessoal; e-Social e seus desdobramentos; padronização de procedimentos e formulários utilizados.

## SINDIPAN

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E  
CONFEITARIA DE SÃO PAULO

### Sampapão Vai até Você

**Objetivo:** Avaliar a satisfação dos associados e mensurar o conhecimento dos serviços prestados pelo sindicato e, assim, estreitar essa relação. Por meio de pesquisa de campo são apresentados e oferecidos todos os serviços existentes no sindicato, agilizando e fortalecendo o relacionamento.

**Descrição:** A equipe é formada por:

- Profissional de relações institucionais: que, através de um cronograma de agendamentos, realiza a primeira abordagem, colhendo dados através da pesquisa e informando sobre serviços disponíveis.
- Nutricionista: incumbida de verificar se a empresa atende às exigências das Resoluções Conjuntas da Anvisa e das demais normas federais, estaduais e municipais no que se refere à higiene, à manipulação e ao controle de qualidades dos alimentos.
- Técnico em panificação: profissional apto a analisar e orientar nos temas de processo de produção, inovação, variedade de produtos, aspectos técnico legais referentes às máquinas e equipamentos (NR-12, etc.).

O profissional de Relações Institucionais vai até as panificadoras com dois tipos de pesquisa de avaliação: para associados e não associados. As pesquisas também servem para atualizar e enriquecer o cadastro. As perguntas são realizadas ao responsável pelo estabelecimento. Ao associado, o conteúdo dessas pesquisas serve para checar a satisfação sobre os serviços que o Sampapão presta, o tipo de comunicação mais ativa para aquele panificador – sendo possível mensurar e acertar mais na maneira de efetivar as ações, nível de conhecimento e classificação dos serviços, cursos e eventos oferecidos – e também para obter um panorama do que é comercializado e do atendimento prestado pela panificadora. Ao não associado, o intuito é oferecer serviços e também verificar o panorama do estabelecimento.

Outra função do profissional é apresentar o agendamento de visitas técnicas realizadas pela nutricionista e o técnico especializados em normas e procedimen-

tos, os quais devem ser seguidos, para evitar problemas com os diversos órgãos de fiscalização, além de eventuais melhorias nos processos de produção.

**Pontos Fortes:** As vertentes desta ação visam integrar o empresário com o setor de maneira a valorizar o sindicato como uma entidade que proporciona serviços realmente interessantes e eficientes ao associado. Isso se realiza por meio do estreitamento dos vínculos em visitas mais detalhadas, nas quais o profissional de relações institucionais pode ouvir e entender melhor as necessidades do panificador, obtendo confiança na organização, que, por sua vez, se mostra presente e atuante diante das normas e melhorias de seu estabelecimento.

Para tal ação, temos como parceira a Trinutri, empresa de assessoria e consultoria nutricional. Possui nutricionistas qualificadas e especializadas, que atuam com o mais moderno e completo método de trabalho, preservando a qualidade de vida, segurança dos alimentos, saúde e bem-estar.

Com essa nova oferta de serviço aos associados, o Sampapão busca, por meio dos resultados, tornar o associativismo atrativo, com vantagens e custo-benefício.

**Pontos Fracos:** Nem sempre nosso profissional de relações institucionais consegue sensibilizar o empresário, pois os sindicatos em geral têm que lutar contra o estigma de não atuantes.

#### **Principais Resultados:**

- Visitas institucionais: Em atividade desde janeiro de 2016, o serviço elevou as visitas de 70 para 120 ao mês, aumentando a procura por serviços e adesões, já que 30% são destinadas a não associados.
- Visitas técnicas: Em atividade desde março de 2016, constatamos em pesquisa que das 16 visitas realizadas no primeiro mês, a classificação foi ótima em 70% dos casos e bom em 30% dos casos. Já para o mês seguinte, o número aumentou para 22 visitas, classificadas em 86% como ótimas e 14% como boas.

## **SINDIPÃO**

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E  
CONFEITARIA DE RIBEIRÃO PRETO

### **Promoção do Curso Como Evitar Problemas Trabalhistas para Empresas**

**Objetivo:** Levar conhecimento aos associados para auxiliar no tratamento das rotinas trabalhistas de uma empresa, e proporcionar a troca de expertises e boas práticas na indústria.

**Descrição:** O curso foi realizado para passar conhecimento aos empresários, visando à melhoria tanto da atuação do sindicato na busca de um ambiente de negócios mais favorável, quanto na preparação dos empresários para gerência de seus negócios.

Os temas abordados versaram sobre conhecimentos das normas e procedimentos que as empresas devem observar desde a admissão de empregados até a rescisão de contratos de trabalho. Outro ponto abordado foi como administrar conflitos por meio das Comissões de Conciliação Prévia e da Justiça do Trabalho.

**Pontos Fortes:** Com a realização do curso, o sindicato entrou em contato com as empresas da base. Além disso, outros pontos fortes são: baixo investimento por parte do sindicato; apoio da Fiesp e desenvolvimento em parceria com outro sindicato.

**Pontos Fracos:** Dificuldades na mobilização dos empresários; dificuldade na emissão dos certificados de participação.

**Principais Resultados:** O principal resultado com a promoção do curso foi a comunicação do sindicato com parte de seus associados e não associados.

## SINDIPEÇAS

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE COMPONENTES PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES

### **Instituto de Educação Corporativa, Solução Educacional para o Desenvolvimento da Indústria de Autopeças**

**Objetivo:** O Instituto de Educação Corporativa busca o desenvolvimento de competências e a complementação da formação de gestores, especialistas e outros profissionais da cadeia automotiva. Seus cursos têm conteúdos práticos e dinâmicos, com estímulo à criatividade e à inovação.

**Descrição:** O Instituto está didaticamente dividido em cinco escolas, por setores do conhecimento. Cada uma delas tem missão específica e pilares que direcionam cursos e palestras aos públicos-alvo. Conheça as escolas e seus pilares:

- **Inovação e Sustentabilidade:** Sua missão é criar cultura e prática de inovação e de sustentabilidade para perenidade e evolução contínua do setor. Seus pilares são pesquisa, desenvolvimento e inovação; meio ambiente e estratégia sustentável; normalização e regulamentação.
- **Gestão de Mercado:** Sua missão é capacitar profissionais das áreas comercial e de *marketing* para atuar no mercado doméstico e externo. Seus pilares são mercado original (OEM), mercado de reposição (aftermarket) e mercado externo.
- **Gestão de Negócios:** Sua missão é aprimorar a formação de empresários e executivos na administração geral, com visão sistêmica do negócio. Seus pilares são formação de gestores, planejamento estratégico, finanças corporativas e custos.
- **Manufatura e Supply Chain:** Sua missão é buscar a excelência operacional. Seus pilares são lean manufacturing, supply chain, engenharia da qualidade e gestão de processos.

- **Gestão de Pessoas:** Sua missão é aprimorar a liderança e a gestão do capital humano para torná-lo diferencial competitivo. Seus pilares são liderança, processos e ferramentas de gestão de pessoas; relações trabalhistas e sindicais; segurança no trabalho e qualidade de vida.

**Pontos Fortes:** Parcerias com profissionais com amplo conhecimento do setor de autopeças, especificamente do setor automotivo em geral e em gestão educacional. Parcerias com instituições reconhecidas, como Fundação Getúlio Vargas (FGV), Universidade de São Paulo (USP), Instituto de Competências Empresariais (ICE), Centro de Estudos Automotivos (CEA).

Os cursos têm como foco a aplicação imediata e prática, com retorno tangível, bem como conteúdo adaptado às necessidades das empresas nos cursos *in company*. Ambiente colaborativo, que favorece a troca de conhecimento com o associado, de forma transparente e democrática. Descentralização e regionalização do conhecimento (cursos *in company* e em diversas localidades do país). Baixo investimento em comparação com outras instituições de ensino.

**Pontos Fracos:** Baixa percepção dos empresários de empresas de pequeno e médio porte, as PMEs, da importância da educação corporativa para o crescimento e, em alguns casos, sobrevivência do negócio. Essa é uma ação de longo prazo.

**Principais Resultados:** O instituto, em seu primeiro ano (2013), realizou 31 cursos abertos e 18 *in company*, com 878 participantes. Em 2014, houve crescimento de 63% na quantidade de cursos realizados e de 50% no número de inscritos. Os cursos *in company* cresceram 24% de 2013 a 2016, apesar da crise que o setor enfrenta, com menos postos de trabalho. No primeiro semestre de 2016, comparado ao mesmo período do ano anterior, houve crescimento de 15% no número total de cursos e 6,6% no número de participantes nesta modalidade.

## SINDIPLAST

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MATERIAL PLÁSTICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Aplicativo Móvel "Entidade"

**Objetivo:** Baseado no conceito da internet das coisas e da indústria 4.0 no relacionamento com os associados, aumentando a interação e levando informação, indicadores, agenda e uma série de variáveis para tomada de decisão no negócio de plásticos e reciclagem, de forma rápida e acessível à palma das mãos.

**Descrição:** Aplicativo para sistemas Android e iOS, que conta com indicadores econômicos do setor, informações institucionais (estatuto, prestação de contas), informações trabalhistas (negociações, índices de reajustes), empresas associadas; eventos do setor e notícias.

**Pontos Fortes:** Pioneirismo, acesso rápido às informações, canal de comunicação instantâneo, mobilidade na informação, fonte de recursos via patrocínios, incentivo ao associativismo, transparência da gestão.

**Pontos Fracos:** Limitação de acesso em função da rede de dados e dos proprietários de smartphone; restrito a 90% das plataformas de smartphone; dificuldade em definir quais informações são amigáveis ao sistema móvel.

**Principais Resultados:** Aumento da divulgação dos produtos e serviços; maior relacionamento com associados; aumento do acesso ao sistema preços de matéria-prima (exclusivo para associados); facilidade de acesso dos diretores e conselheiros aos materiais restritos; maior divulgação da convenção coletiva e segurança de trabalho; exposição da marca do Sindicato

## SINDIREPA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE REPARAÇÃO DE VEÍCULOS E ACESSÓRIOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Mailing Premium, Restruturação Digital**

**Objetivo:** Tornar o *mailing* da entidade confiável, preciso e atualizado através de pesquisas junto à Receita Federal, a *sites* de busca e localização, e utilização de aplicativos de identificação.

**Descrição:** Verificação de todas as empresas constantes em nosso *mailing*, padronizando abreviaturas existentes. Verificação junto à Receita Federal do status de cada empresa, com atualização de dados lá existentes. Verificação individual do Cnae de cada empresa para o correto enquadramento sindical. Através de *sites* de localização geográfica, obtenção da confirmação visual da existência individual de cada empresa e confirmação do endereço. Por meio de *sites* específicos, identificação da existência de empresas de nosso segmento de atuação que não estavam cadastradas em nosso *mailing*.

**Pontos Fortes:** Geração de confiabilidade de dados de nosso cadastro; redução de custos de envio de guias de recolhimento de contribuição sindical urbana; assertividade no envio de correspondências diversas; possibilidade de utilização do *mailing* para ações de *marketing* e atividades afins; possibilidade de captação de novos associados através de contatos objetivamente selecionados entre os contribuintes do segmento.

**Pontos Fracos:** Demanda de mão de obra intensiva por longo período de tempo.

**Principais Resultados:** Ampliação da quantidade de novos contribuintes em aproximadamente 1.000 empresas; redução de custos de envio de correspondência e guias sindicais; redução significativa de devolução, por parte da ECT, de guias emitidas e postadas; redução significativa no tempo de recebimento dos arquivos de retorno da Caixa Econômica Federal.

# SINDITEXTIL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FIAÇÃO E TECELAGEM EM GERAL; TINTURARIA, ESTAMPARIA E BENEFICIAMENTO; DE LINHAS, ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO, DE NÃO TECIDOS E DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Apoio à *Fashion Experience* – Instalação/Campanha na Avenida Paulista**

**Objetivo:** Acompanhar e influenciar a forma e o conteúdo da campanha de sensibilização do consumidor a respeito das práticas trabalhistas e ambientais na cadeia de produção da moda.

**Descrição:** Apoio colaborativo de campanha idealizada pelo Movimento *Fashion Revolution Brazil* e pela ONG Stop the Traffick, patrocinada pelo Ministério Público do Trabalho (MPT) e realizada na calçada da Fiesp, na Av. Paulista. Com a participação ativa do Sindicato e da Fiesp, a campanha foi concebida para conscientização do consumidor às melhores práticas globais em termos trabalhistas, sociais e ambientais na produção de artigos de vestuário.

Conseguimos articular com diferentes atores participantes da ação – ONG, MPT, Fiesp –, muitas vezes com pontos de vista distintos, para realização de uma campanha com tema sensível de fundamental importância para o setor. A participação ativa do Sindicato era necessária para que os pontos de vista da indústria pudessem ser respeitados na campanha que poderia ter sido realizada de outra forma e em outro local sem a influência do setor.

**Pontos Fortes:** Colocar a visão da indústria na campanha, diminuindo rótulos negativos sobre a produção de artigos do setor. Alinhar os atores, fundamental para manter o apoio da entidade e para que as ONG conseguissem realizar o evento na Avenida Paulista, referência internacional. Possibilidade de demonstrar e defender as boas práticas adotadas na produção nacional, em padrão superior àquelas encontradas em muitos países, que acabam concorrendo de forma desleal com a indústria paulista e nacional.

**Pontos Fracos:** Houve pouco tempo para discutirmos e prepararmos a campanha que, uma vez existente, poderia ter contemplado ainda mais pontos positivos e exemplos de boas práticas da indústria nacional.

**Principais Resultados:** Acompanhamento e participação na campanha, garantindo equilíbrio entre a visão dos diferentes atores. Quase 3 mil pessoas (brasileiros e estrangeiros, de perfis distintos) foram sensibilizadas pela ação, que durou 8 dias. Além disso, com o material captado durante o período de exposição, foi elaborado um vídeo, lançado em abril, que já possui quase 5,5 mil visualizações. Isso indica o apoio do setor e demonstra o engajamento pela produção responsável e sustentável.



# SINDITEXTIL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FIAÇÃO E TECELAGEM EM GERAL; TINTURARIA, ESTAMPARIA E BENEFICIAMENTO; DE LINHAS, ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO, DE NÃO TECIDOS E DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

## Convênio Universidade Mackenzie

**Objetivo:** Convênio com renomada instituição de ensino, com o objetivo de estimular a pesquisa aplicada nas áreas de interesse da indústria, inclusive na gestão de custos e pessoas.

**Descrição:** O referido convênio visa à participação do sindicato na análise e escolha dos melhores trabalhos acadêmicos nas diferentes áreas do conhecimento, todas aplicáveis ao setor industrial – Economia, Contabilidade e Administração. A cada semestre são oferecidas pelo sindicato 20 placas de homenagem e reconhecimento aos melhores trabalhos. Participamos também na entrega das honorárias.

Contudo, isso não se restringe apenas à graduação, uma vez que trabalhos de pós-graduação também são estimulados e os próprios profissionais do sindicato são estimulados a serem co-orientadores, de acordo com suas aptidões acadêmicas. Trabalhos de mestrado em ciências sociais aplicadas estão em adiantado estágio por meio dessa iniciativa.

Estimular a pesquisa aplicada e a parceria entre empresas e instituições de ensino, para que soluções possam ser levadas ao cotidiano das indústrias de forma geral. Normalmente, apenas as áreas de engenharia recebem atenção das indústrias. Mas, a carência de conhecimentos e de soluções é bem mais ampla. Assim, estimular pesquisa aplicada em ciências sociais é a linha mestra dessa ação.

**Pontos Fortes:** Baixo investimento de execução; ampliação significativa do interesse do estudante na área industrial, especialmente gestão e internacionalização; participação plena do sindicato em cada fase do processo julgamento dos trabalhos; sugestões de temas de interesse de pesquisa; estímulo aos colaboradores internos para a cooperação acadêmica.

O convênio permite também desconto nos cursos de pós-graduação – além do ensino infantil, fundamental e médio e cursos de línguas estrangeiras – a colaboradores do sindicato e colaboradores de seus associados.

**Pontos Fracos:** Atuação mais próxima com apenas uma única universidade; dificuldades de pessoal e recursos para ampliar essas parcerias. Não atingimos a área do Direito nesse rol de pesquisas, e questões trabalhistas e tributárias são ainda um grande desafio para a indústria.

**Principais Resultados:** Mais de 2.000 trabalhos analisados pelo sindicato, sendo 200 premiados nos últimos 5 anos; pesquisas relevantes foram disponibilizadas às empresas do setor; pesquisas de fontes isentas – confiáveis – puderam ser usados para debater a conjuntura do setor e levar propostas de melhoria aos agentes públicos a partir dessa parceria; disseminação de melhores práticas de gestão por meio da investigação feita pelos estudantes de graduação e de pós-graduação.

## SINDIVERP

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO VESTUÁRIO DE RIBEIRÃO PRETO

### Realização de Curso Como Evitar Problemas Trabalhistas

**Objetivo:** Preparar os pequenos e médios empresários para lidar com as rotinas trabalhistas, que podem causar impacto positivo ou negativo no ambiente de negócios sobre a competitividade da indústria; propiciar a troca de experiência e a propagação de boas práticas da indústria.

**Descrição:** O objetivo é passar conhecimento aos empresários para melhorar a atuação do sindicato na busca de um ambiente de negócios mais favorável. Para tanto, foi realizado um curso sobre os problemas trabalhistas das empresas. Foram abordados conhecimentos sobre normas e procedimentos que as empresas devem observar desde a admissão de empregados até a rescisão de contratos de trabalho. Foi visto também como administrar conflitos por meio das Comissões de Conciliação Prévia e da Justiça do Trabalho. O curso foi realizado em uma sala de aula preparada para receber 30 participantes.

**Pontos Fortes:** Com a ação realizada, foi gerado contato com as empresas da base. A consultora contava amplo conhecimento dos temas. Baixo investimento por parte do sindicato; apoio da Fiesp; desenvolvimento do curso em parceria com outro sindicato.

**Pontos Fracos:** Dificuldade na emissão dos certificados de participação.

**Principais Resultados:** A promoção do curso gerou comunicação do sindicato com parte de seus associados e não associados.

## SINDIVEST

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO FEMININO E INFANTO JUVENIL DE SÃO PAULO

## SINDIROUPAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO MASCULINO DO ESTADO DE SÃO PAULO

## SINDICAMISAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CAMISAS PARA HOMEM E ROUPAS BRANCAS DE SÃO PAULO

### Clube de Vantagens

**Objetivo:** O objetivo deste projeto é oferecer um serviço dedicado exclusivamente aos nossos associados. O Clube de Vantagens surgiu como uma ideia por meio da qual nosso associado pudesse enxergar claramente vantagens em contribuir com o sindicato.

**Descrição:** Temos anualmente duas contribuições: a Sindical, que ocorre sempre no início do ano, e a Assistencial, que é enviada logo após os acordos coletivos. Visto que o número de contribuições é pequeno e pelo fato de a contribuição assistencial não ser obrigatória, decidimos criar o Clube de Vantagens, que é um portal onde reunimos empresas parceiras, que oferecem descontos em produtos e serviços para os associados que estiverem em dia com as contribuições. O associado poderá solicitar sua carteirinha de benefícios pelo próprio *site* do Clube de Vantagens, a qual terá validade de 1 ano e será a comprovação de que o associado está em dia com as contribuições. Caso a empresa queira utilizar o desconto e ainda não tenha recebido a carteirinha, ela poderá solicitar o benefício também através do *site*, recebendo um voucher que servirá como comprovação para a concessão do desconto.

**Pontos Fortes:** Maior valor percebido; incentivo ao associado.

**Pontos Fracos:** Apesar de termos conseguido mais de 15 empresas parceiras antes mesmo de lançar o portal, o número de empresas que respondeu ao contato foi relativamente pequeno.

**Principais Resultados:** No primeiro mês de lançamento, as visitas do *site* saltaram de uma média de 39 mil para 53,5 mil. Esperamos ter maior arrecadação da Contribuição Assistencial e fecharmos cada vez mais parcerias com empresas.

## SINDLEME

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LEME

### Aplicação de Cursos do Programa de Desenvolvimento Associativo (PDA-CNI)

**Objetivo:** Incentivar a ação empresarial de forma coletiva, por meio da representação sindical; sensibilização do empresariado com relação ao impacto do ambiente de negócios sobre a competitividade da indústria; propiciar a troca de expertises e a difusão de boas práticas entre líderes setoriais da indústria.

**Descrição:** Com o intuito de melhorar sua atuação na defesa de um ambiente de negócios mais favorável à competitividade da indústria para alcançar um fortalecimento da representatividade sindical industrial, a entidade realizou, em parceria com a CNI e a Fiesp, cursos voltados para empresas.

Os cursos realizados foram:

- Como evitar problemas trabalhistas?
- Como pagar menos tributos?
- Como atender à fiscalização do trabalho?

- Como se preparar para o mercado internacional?
- Como lidar com as NR que mais impactam a Indústria?
- Como fazer a gestão do SST na era do e-Social?

**Pontos Fortes:** Geração de mobilização e contato constante com as empresas da base; cursos realizados por consultores com amplo conhecimento; baixo investimento por parte do sindicato; apoio da Fiesp; geração de interesse por parte das empresas.

**Pontos Fracos:** Dificuldade na emissão dos certificados de participação.

**Principais Resultados:** A realização destes cursos gerou mais comunicação e visibilidade ao sindicato perante seus associados, não associados, poder público e sociedade empresarial em geral. Foi alcançada também uma rotina de atividades do sindicato, que movimentou a entidade e melhorou sua imagem perante os associados. O desenvolvimento das iniciativas gerou mídia espontânea à entidade, que passou a emitir releases sobre a realização dos cursos.

## SINDMILHO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MILHO E DA SOJA NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Conscientização Ambiental e Responsabilidade Social

**Objetivo:** Divulgar e orientar boas práticas ambientais e incentivar as empresas filiadas/associadas a promover ações de responsabilidade social junto aos *stakeholders*.

**Descrição:** O projeto consiste em frentes de comunicação, como conteúdo de internet (no *site* da entidade há espaço para vídeos educativos, cartilhas e manuais digitais, material promocional de dicas alimentares e vida saudável, jogos interativos), comunicação de eventos, palestras e seminários pertinentes, bem como *e-mail marketing* com divulgação de cursos setoriais. Inclusão nas redes sociais de comunicação especializada em eventos, reuniões temáticas, projetos de lei, consultas públicas e todo material relacionado ao meio ambiente e à qualidade de vida.

**Pontos Fortes:** Trabalho de conscientização ambiental. Assunto de extrema importância para o futuro da sociedade; valorização da marca junto aos *stakeholders*; melhoria na qualidade de vida, ações sociais e enriquecimento pessoal através da solidariedade; incentivo ao clima organizacional das empresas filiadas/associadas.

**Pontos Fracos:** Falta de incentivos fiscais para novos projetos; burocracia e limite de recursos financeiros para implantação de ações de médio/grande porte; pouca vivência de educação ambiental dentro das empresas e público em geral.

**Principais Resultados:** Educação, conscientização e valorização das práticas ambientais; adoção, por parte dos filiados/associados, de ações que resultaram em aumento de responsabilidade social.

# SINDRATAR

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE REFRIGERAÇÃO,  
AQUECIMENTO E TRATAMENTO DE AR NO ESTADO DE  
SÃO PAULO

## Fórum Empresarial

**Objetivo:** Levar informação e novas oportunidades nesse momento econômico atual.

**Descrição:** Apresentação dos cenários econômicos, das vantagens no comércio exterior, das ideias de inovação e da atual relação de trabalho, de forma que o empresário possa acreditar e entender que é possível continuar seu negócio com bons resultados. Apresentação de cases de sucesso, com a participação de empresários que, em algum momento, aceitaram como desafio mudar suas estratégias, focando nas oportunidades destas áreas.

**Pontos Fortes:** Discussão de temas atuais, com depoimentos de empresários que tiveram a iniciativa de avaliar as oportunidades existentes e inseri-las em suas empresas. Tais depoimentos fazem com que o participante avalie as iniciativas que podem ser úteis para sua empresa; ou seja, é possível explorar e/ou reestruturar as áreas, bem como conhecer e implantar novos projetos em busca de melhorias e da sobrevivência empresarial.

**Pontos Fracos:** Talvez diminuir a quantidade de temas no dia seria o ideal, pois tivemos muita participação do público e o horário estava justo.

**Principais Resultados:** O evento teve um público considerável e foi elogiado. Além dos associados do sindicato, tivemos associados de entidades parceiras que tiveram a oportunidade de conhecer nossa atuação. O sindicato alcançou o resultado que almejava: proporcionou um dia produtivo, sem custo adicional, levando informações e oportunidades para as empresas com o objetivo de mostrar que é possível a realização de novos projetos.

# SINDRATAR

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE REFRIGERAÇÃO,  
AQUECIMENTO E TRATAMENTO DE AR NO ESTADO DE  
SÃO PAULO

## Núcleo de Recursos Humanos

**Objetivo:** Integração dos associados com seu sindicato patronal, para que cada vez mais possam usufruir dos serviços prestados.

**Descrição:** O Núcleo de RH é composto pelos profissionais de recursos humanos das empresas associadas. Este Grupo se reúne mensalmente no sindicato para tratar de temas pertinentes à gestão de pessoas, e conta com a participação do nosso consultor trabalhista e sindical. Além disso, as empresas podem trocar experiências e esclarecer dúvidas do seu dia a dia. Em determinadas reuniões, também convidamos palestrantes que possuem domínio sobre o assunto, a fim de levar mais informações aos associados.

**Pontos Fortes:** A cada reunião temos mais participantes e a troca de experiências aumenta, gerando mais aprendizado. Este trabalho tem aproximado bastante o associado do seu sindicato, o presidente, inclusive, faz questão de participar das reuniões.

**Pontos Fracos:** Ainda não conseguimos reunir todos os associados, mas estamos buscando mais participações através de visitas.

**Principais Resultados:** Mantivemos a agenda mensal, com participação significativa das empresas. Por meio das reuniões de RH, há maior proximidade com o associado; mostramos credibilidade, confiança e disposição para atendê-lo sempre que precisar. Dessa forma, o associado sente-se seguro e acolhido por ter respaldo da sua entidade patronal.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### A Entidade na Internet e Redes Sociais: Você Conectado Sempre

**Objetivo:** As mídias sociais têm como principal finalidade inteirar o público da indústria do setor aos acontecimentos da entidade. A atualização conta com informações em tempo real, divulgação de programação, bem como com os principais assuntos do setor na mídia e constante conectividade com o *site* da entidade.

**Descrição:** O acesso à informação é indispensável na vida dos profissionais da indústria farmacêutica para a tomada de decisões. Com isso, a entidade intensificou sua atuação nas redes sociais, divulgando notícias sobre as ações realizadas, álbum de fotos dos principais eventos, documentos e reportagens de seus associados, que são publicadas nos principais veículos de comunicação do Brasil. Atualmente, as redes sociais servem como fonte de informação e debates sobre assuntos diversos, e a indústria farmacêutica, por se tratar de um setor extremamente importante para a economia, está inserida no contexto das mídias sociais.

**Pontos Fortes:** Atualização diária e divulgação em tempo real de eventos, palestras, documentos, seminários, destaques da imprensa, dados econômicos e *workshops* realizados pela entidade, além de muita interatividade entre a entidade e seus seguidores.

**Pontos Fracos:** Aumentar o número de seguidores e aumentar a variedade de conteúdo; ampliar o envolvimento com os usuários e as trocas de interações.

**Principais Resultados:** Com a inserção da entidade nas redes sociais, foi possível aumentar a divulgação dos boletins das atividades, dos eventos da entidade e das reportagens veiculadas na grande imprensa sobre o setor, bem como alavancar a participação das empresas nos eventos e a interação com os profissionais da indústria do setor.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## APP, Toda a Legislação Farmacêutica na Palma da Mão

**Objetivo:** O aplicativo da entidade tem como principal finalidade a consulta fácil e rápida a toda legislação referente à indústria farmacêutica no Brasil.

**Descrição:** Com o aplicativo da entidade, disponível para Android e iOS, a entidade inovou em mais um serviço e aderiu de vez às novas tecnologias. Com a constante busca pela informação, a entidade observou a necessidade de fornecer uma ferramenta exclusiva aos seus associados, segura e ágil, permitindo consultas a legislações e normas publicadas pela Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa), decretos do Ministério da Saúde e de outros órgãos federais e estaduais e a legislação trabalhista.

Além das legislações, que influem diretamente na tomada de decisões dos laboratórios farmacêuticos, o aplicativo também oferece notícias sobre as atividades da entidade e as reportagens do setor farmacêutico veiculadas nos principais veículos de comunicação do país.

O APP também possui uma função Enquetes, que permite à entidade uma interação com os associados, por meio de consultas rápidas sobre temas da atualidade, como índice de confiança, crise política etc.

**Pontos Fortes:** Serviço inédito, amigável, compatível com as principais plataformas móveis no Brasil e eficaz no seu propósito, com informações essenciais para os laboratórios farmacêuticos.

**Pontos Fracos:** Ampliar o número de usuários e de conteúdo e oferecer novos serviços.

**Principais Resultados:** Devido ao conteúdo, o APP tornou-se ferramenta indispensável no cotidiano dos profissionais da indústria farmacêutica e, desde seu lançamento, a entidade recebe importantes feedbacks dos usuários da ferramenta.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Banco de Dados Setorial

**Objetivo:** Reunir, organizar e fornecer informações sobre o setor; constituir-se em referência como a principal fonte informativa para as empresas associadas ao sindicato e para a sociedade em geral.

**Descrição:** Criado em 2000, o Banco de Dados contém atualmente 54 tabelas e 85 gráficos de séries estatísticas da atividade econômica do setor, entre elas: vendas do mercado total e segmentadas por áreas específicas, emprego indus-

trial, comércio exterior, produção física, taxas de câmbio, indicadores financeiros, índices de preços gerais e segmentados. Além disso, há a disponibilização de diversas publicações, como relatórios, boletins e manuais. As informações são atualizadas diariamente.

**Pontos Fortes:** Facilidade de consulta; informações atualizadas; envio semanal, por *e-mail*, da Tabela de Indicadores Seleccionados para conjunto significativo de profissionais das empresas associadas; banco de dados de referência, constituindo-se como principal fonte de informações do setor.

**Pontos Fracos:** Em face da rotatividade dos profissionais nas empresas, a *mailing list* para o envio da Tabela de Indicadores Seleccionados fica desatualizada, ocorrendo muitas devoluções. Caso as empresas se empenhassem em manter a *mailing list* atualizada, alcançaríamos maior número de pessoas.

**Principais Resultados:** Acesso fácil e rápido às informações; manter a classe empresarial atualizada; serviço de qualidade, usado como indicativo de novos negócios; atrativo para captação de novos associados.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Jogos da Entidade

**Objetivo:** A ação visa à interatividade e competição entre colaboradores de laboratórios farmacêuticos, que se inscrevem em diversas modalidades esportivas. Promover a prática de atividades física, motivação, qualidade de vida, engajamento e comprometimento do profissional.

**Descrição:** Os Jogos da Entidade foram instituídos em 2007, com o objetivo de incentivar a prática desportiva, contribuindo para melhorar a qualidade de vida, bem como fortalecer o relacionamento entre os participantes, independentemente de cargos ou posição ocupada nas empresas.

Mais do que incentivo à prática do esporte, os Jogos Sindusfarma também promovem a responsabilidade social. Todos os anos, com a abertura das competições, é realizado o Encontro da Solidariedade, que visa arrecadar doações a entidades beneficentes que carecem de auxílio, escolhidas a dedo pelos organizadores do evento.

**Pontos Fortes:** Os Jogos da Entidade são o evento esportivo mais tradicional do setor industrial farmacêutico, reunindo os mais expressivos representantes. É momento de confraternizar, trabalhar o networking, interagir com colegas de profissão, e tudo isso cuidando do corpo e da mente por meio da prática de atividade física.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** O número de participantes e a quantidade de alimentos arrecadados comprovam o sucesso da iniciativa, tanto do lado esportivo



quanto da benemerência. São mais de 1.300 atletas inscritos por ano e aproximadamente 1.800 quilos de alimentos arrecadados.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Manual de Atendimento ao Consumidor – Aplicado à Indústria do Setor

**Objetivo:** Atuar em uma área sensível, com normas rigorosas de relacionamento com profissionais da saúde e pacientes, a comunicação e a interação da indústria do setor com prescritores e usuários de medicamentos exige procedimento específico.

**Descrição:** O manual contém a reprodução integral do Código de Defesa do Consumidor (CDC), promulgado pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a análise detalhada das responsabilidades das empresas industriais do setor para integral atendimento aos usuários e pacientes de medicamentos. A análise e a interpretação são de grande relevância aos profissionais que se ocupam das atividades do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) em indústrias do setor. Inclui modelo de questionário resumido para a condução de auditoria interna e constitui uma importante ferramenta de monitoramento da qualidade do serviço.

**Pontos Fortes:** O compêndio foi elaborado pela Gerência de Assuntos Regulatórios, contando com a colaboração de voluntários do corpo associativo da entidade.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Valorizar este importante segmento da indústria do setor, diferenciado em relação aos demais, por contar com a presença de profissionais de saúde no atendimento ao paciente. Auxiliar as empresas na implementação das melhores práticas de bom atendimento.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Pós-Graduação em Gestão de Negócios com Ênfase no Mercado do Setor

**Objetivo:** Desenvolver gestores para atuar no mercado farmacêutico, que se encontra em constante mudança e cada vez mais competitivo, oferecendo ferramentas necessárias para análise, planejamento, implementação e controle das estratégias empresariais.

**Descrição:** A entidade oferece aos seus associados a possibilidade de um curso de pós-graduação na ESPM em Gestão de Negócios com ênfase no mercado do setor, financiado pelos próprios alunos, com 50% de desconto para associados da entidade.

O curso possui uma estrutura que busca promover o desenvolvimento de competências essenciais para a gestão de negócios. A matriz curricular proposta é composta por disciplinas complementadas por atividades extraclasses para execução de um projeto de conclusão e, eventualmente, palestras a serem proferidas por especialistas convidados que ocorrerão ao longo do curso de forma integrada às disciplinas regulares.

**Pontos Fortes:** A entidade oferece aos seus associados a possibilidade de um curso de pós-graduação na ESPM em Gestão de Negócios com ênfase no mercado farmacêutico, financiado pelos próprios alunos, com 50% de desconto para associados da entidade.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Formar profissionais com capacidade de liderar e aplicar conhecimento em situações novas e não familiares, habilitados a adaptar e inovar para lidar com eventos imprevistos e gerenciar ambientes complexos e em transformação.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**Prêmio da Entidade de Qualidade – Uma premiação na qual a indústria farmacêutica reconhece os fornecedores que se destacaram nos quesitos qualidade, prazo e preço**

**Objetivo:** Promover a melhoria contínua e a busca da excelência no fornecimento à indústria do setor; reconhecer e premiar os melhores fornecedores pelos esforços realizados para alcançar os padrões de qualidade exigidos pelo setor.

**Descrição:** Esta premiação transcende a simples avaliação da qualidade do produto ou do serviço oferecido para a indústria do setor. Destina-se a avaliar a evolução e a compreensão da importância do Sistema de Segurança da Qualidade por parte dos parceiros da indústria do setor.

As indústrias do setor representadas pelos setores de qualidade e compras, que são as áreas envolvidas em 100% das qualificações de fornecedores (requisito das Boas Práticas de Fabricação) elegem, através de votação por *site* específico, aqueles que consideram o melhor fornecedor de determinado produto ou serviço.

As três empresas mais votadas em cada categoria são consideradas finalistas e são convocadas para uma auditoria documental, realizada na sede da entidade, por profissionais especializados da própria indústria do setor para avaliação do sistema de qualidade de cada empresa fornecedora.

Diante do resultado obtido por cada empresa, considerando a nota obtida na votação inicial e a alcançada na auditoria, é eleito o melhor fornecedor, que é reconhecido durante uma cerimônia de premiação com um troféu. Os demais finalistas recebem um troféu de menção honrosa.

**Pontos Fortes:** O Prêmio da Entidade de Qualidade já está em sua 20ª edição, e a cada ano tem visto aumentar o número de empresas que se inscrevem para concorrer. Isso tudo ocorre devido ao reconhecimento das empresas envolvidas, tanto concorrentes como avaliadoras, e à grande repercussão na mídia especializada. O Prêmio da entidade de Qualidade é considerado um selo de certificação de qualidade pelo mercado.

**Pontos Fracos:** Não detectados.

**Principais Resultados:** O Prêmio da Entidade de Qualidade a cada ano propicia a evolução do sistema de qualidade das empresas parceiras da indústria do setor, fator que impacta positivamente na qualidade dos produtos desta. Assegura a tomada das providências necessárias para que produtos e serviços cumpram seu papel e garante que os medicamentos atendam às recomendações sanitárias.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Prêmio Educacional da Entidade (PES)

**Objetivo:** Reconhecimento das empresas associadas que mais investiram em desenvolvimento e educação profissional.

**Descrição:** O PES é um conjunto de eventos educacionais oferecido pelo sindicato aos seus associados, contemplando matérias de diversas áreas do conhecimento de interesse da indústria do setor, com o objetivo de promover aprimoramento profissional contínuo e atualização dos funcionários das empresas associadas. Estes eventos são classificados como oficinas de trabalho (*workshops*), palestras, seminários, simpósios, conferências e cursos, realizados durante todo o ano, organizados pelo sindicato ou por suas entidades parceiras.

Todos os profissionais que participam dos eventos recebem créditos educativos denominados Créditos de Desenvolvimento e Educação Continuada (CDEC), que serão contabilizados para cada profissional, bem como para a empresa que o inscreve. Cada hora aula presencial corresponde a 1 CDEC. Quando o ministrante pertence ao quadro de funcionários de uma empresa, ele recebe 2 CDEC por hora aula.

Os créditos constam no certificado de participação do evento e são inseridos no banco de dados do PES. Ao final do ano-calendário, são apurados os CDEC referentes a cada empresa associada. A empresa que contabilizar o maior número de CDEC receberá o troféu e será declarada vencedora do Prêmio Educacional do sindicato no ano, enquanto as duas imediatamente abaixo receberão menção honrosa.

**Pontos Fortes:** O sistema de créditos instituído pelo sindicato constitui uma inovação pioneira e exclusiva no âmbito do setor industrial no Brasil. Os participantes do programa que adquirem maior número de CDEC são considerados mais qualificados/atualizados em processos de seleção.

**Pontos Fracos:** Considera-se ponto fraco a abrangência territorial do programa, que se limita, em grande parte, às atividades desenvolvidas na sede do sindicato.

**Principais Resultados:** Expressivo reconhecimento por parte das empresas associadas, que investem e continuam investindo no desenvolvimento do quadro de colaboradores e utilizam os dados para recrutamento e seleção de novos colaboradores.

Os dados estatísticos de CDEC contribuem para o fortalecimento e estímulo ao associativismo. Os CDEC de 2013, 2014 e 2015 foram 19.754, 16.976 e 25.768 respectivamente. No entanto, a mais relevante contribuição do PES consiste no contínuo processo de atualização dos profissionais.

## SINDUSFARMA

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

#### Reuniões Plenárias de Economia, Tributos e de Finanças

**Objetivo:** Apresentar ao quadro associativo do sindicato os temas que estão sendo discutidos e analisados no sindicato, por meio dos grupos de trabalho e das comissões nas áreas de regulação de mercados, economia, tributos e de finanças, esclarecendo dúvidas e agregando possíveis pontos de interesse.

**Descrição:** Com cronograma previamente definido, preparam-se e realizam-se mensalmente reuniões plenárias, com a participação exclusiva dos profissionais das áreas de economia, tributos e de finanças das empresas associadas ao sindicato, oferecendo apostila com todos os assuntos abordados, incluindo a atualização da legislação publicada no mês. Na ocasião, há a apresentação de, pelo menos, uma palestra sobre assunto da atualidade, ministrada por profissional especializado no tema.

**Pontos Fortes:** Dar a oportunidade a todos os profissionais das áreas de economia, tributos e de finanças das empresas associadas ao sindicato de participarem de reunião plenária informativa, possibilitando esclarecimento e enriquecimento de informações. Oferecer material para consulta da legislação. Propiciar a aproximação dos profissionais das empresas com especialistas nas áreas afins. Manter os profissionais atualizados. Discutir possíveis soluções para dificuldades do setor.

**Pontos Fracos:** Rotatividade entre os participantes.

**Principais Resultados:** Disseminar informações de forma ágil; aumentar conhecimentos; aumentar habilidades para competir; trocar experiências; formar grupos de trabalho e/ou comissões.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Reuniões Plenárias Mensais de Assuntos Regulatórios em Vigilância Sanitária

**Objetivo:** Promover reuniões técnicas plenárias mensais para discussão e avaliação do impacto de regulamentos, consultas públicas e capacitação do corpo associativo para o cumprimento da legislação.

**Descrição:** Atualização dos atos regulatórios publicados dentro do mês. Proporciona oportunidade para treinamento em atualização regulatória para analistas e estagiários das empresas associadas.

**Pontos Fortes:** Total integração dos representantes das indústrias farmacêuticas que compõem nosso quadro associativo, para posicionamentos, questionamentos e esclarecimentos de atos regulatórios. Destinamos espaço também para especialistas palestrarem sobre temas relevantes ao setor.

**Pontos Fracos:** Muitas vezes, a carga horária torna-se insuficiente para as dúvidas apresentadas. Entretanto, funciona como um termômetro para agendamento posterior de reuniões com carga horária estendida.

**Principais Resultados:** Participação média de 80 pessoas a cada reunião. No ano de 2015, recebemos em nossa sede 854 representantes. A cada ano registramos um aumento na ordem de 8% a 10% de público presente.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Seminários e Workshops de Legislação Industrial do Setor

**Objetivo:** Promover programas educacionais destinados ao treinamento, esclarecimento e aperfeiçoamento de representantes de áreas específicas das indústrias farmacêuticas que compõem o quadro associativo da Entidade.

**Descrição:** Os principais temas abordados em 2015 foram:

- ISOP basics in pharmacovigilance and new developments.
- Seminário: Pesquisa clínica – Paralelo entre a regulamentação no Brasil e experiência na FDA e na Europa.
- Seminário: Regulamentação para produtos de origem animal.
- II Fórum de Ensaios Pré-clínicos.
- Anexação de Documentos: Anvisa – Início da sistemática eletrônica de peticionamento junto aos postos locais de importação.
- Seminário: Avaliação de qualidade do sistema de farmacovigilância.

- *Workshop*: Introdução da indústria do setor para médicos.
- Seminário: Doenças negligenciadas – Critérios para registro
- Seminário: Atualizações e perspectivas sobre medicamentos biossimilares.

Total envolvimento dos ministrantes com o público para esclarecimentos a cada dúvida apresentada, visando harmonizar e facilitar a compreensão do tema abordado para a disseminação de conhecimento e capacitação dos profissionais que atuam na área correspondente das empresas associadas. No ano de 2015 foram realizados 9 seminários/*workshops* e 770 profissionais foram beneficiados.

**Pontos Fortes:** A Entidade possui um eixo educacional muito forte; desta forma, exerce importante colaboração por prover espaço para: discussões e treinamentos; orientação em relação às dificuldades mais comuns; contribuição para o desenvolvimento de especialistas em legislação sanitária.

**Pontos Fracos:** Não foram detectados.

**Principais Resultados:** Aprimoramento dos profissionais que atuam em áreas específicas da indústria do setor, como farmacovigilância, comércio exterior, registro de medicamentos, pesquisa clínica, tecnovilância, entre outras.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Simpósio – Novas fronteiras do setor nas ciências, tecnologia, regulamentação e sistema da qualidade**

**Objetivo:** Promover a disseminação de conhecimentos inovadores através de conferências de alto nível com especialistas nacionais e internacionais sobre ciências, tecnologias, regulamentação e sistemas da qualidade aplicados ao setor industrial do setor.

**Descrição:** Este projeto é realizado sob forma de simpósio, distribuído em eixos temáticos, com exposição dos mais recentes conhecimentos de pesquisas e de regulamentação, visando descortinar campos de ação que podem contribuir para o aperfeiçoamento da regulamentação, o desenvolvimento de profissionais e do setor industrial do setor.

O simpósio, com 16 horas de duração, conta com apresentações de especialistas nacionais e internacionais, tanto de órgãos governamentais como do setor industrial e de serviços, que interagem com os agentes da regulamentação sanitária, pesquisadores e dirigentes do setor industrial, contribuindo para a assimilação de conceitos, bem como para a potencial convergência de boas práticas internacionais.

**Pontos Fortes:** Apresentação de temas inovadores no contexto nacional e internacional, relacionados com ciências, tecnologias e regulamentação farmacêutica de interesse amplo para os órgãos de regulamentação, para profissionais do

setor industrial farmacêutico e de empresas que atuam como fornecedores de bens e serviços do segmento do setor. Além disso, promove a oportunidade de interação de profissionais e dirigentes do segmento do setor com os órgãos de regulamentação.

O aperfeiçoamento da regulamentação e o desenvolvimento de profissionais possibilitam inserir as empresas que atuam no Brasil no contexto da competição nacional e internacional no suprimento de insumos e medicamentos com nível de qualidade, segurança e eficácia convergentes com os requisitos das melhores práticas internacionais. Desta forma, contribui com maior celeridade para o acesso da população aos produtos e insumos inovadores.

**Pontos Fracos:** Evento realizado em Brasília, limitando a participação de maior contingente de profissionais. Apresentações de curta duração, limitando a amplitude e o aprofundamento dos temas expostos relacionados com as melhores práticas das ciências regulatórias e tecnologias.

**Principais Resultados:** Expressivo reconhecimento favorável extraído das fichas de avaliação, que reflete a aquisição de novas competências para o desenvolvimento profissional, promove sinergia no contexto da regulamentação sanitária no Brasil e convergência com a regulamentação internacional.

A somatória das 4 edições já realizadas no auditório da Anvisa, em Brasília, registrou a presença de mais de 1.000 cientistas e profissionais inscritos, mais de 100 empresas associadas, mais de 300 funcionários da Anvisa, etc.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Workshop Internacional sobre Excipientes do Setor: Atualizações e Tendências do Cenário Internacional**

**Objetivo:** Fruto de Acordo de Cooperação entre a Entidade e o International Pharmaceutical Excipient Council (Ipec) apresentou as últimas atualizações internacionais sobre excipientes para profissionais das áreas de pesquisa e desenvolvimento de produtos, controle de qualidade, entre outros.

**Descrição:** Foram abordadas as últimas atualizações internacionais e nacionais sobre excipientes: Thais Mesquita, Coordenadora de Inspeção de Insumos Farmacêuticos, Saneantes, Cosméticos e Alimentos da Anvisa, falou sobre a nova regulamentação das Boas Práticas de Fabricação (BPF) de excipientes; Ali Rajabi Siahboomi, Vice-presidente e Chief Scientific Officer da Colorcon, falou sobre o gerenciamento de umidade em formas farmacêuticas sólidas orais; David Schoneker, Vice-presidente do Ipec e Diretor Global de Assuntos Regulatórios da Colorcon, falou sobre as impurezas elementais.

**Pontos Fortes:** O evento contou com a participação de palestrantes internacionais de alto nível. Propiciou o debate e a apresentação de cases, e envolveu baixo investimento por parte das empresas participantes, considerando o nível do treinamento e ministrantes.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Evento de grande valor para os associados, tanto do ponto de vista de aprimoramento e atualização profissional, quanto do econômico, já que proporciona acesso a informações e conhecimento de assuntos que estão sendo discutidos internacionalmente sem que as empresas necessitem deslocar seus profissionais para participar de eventos no exterior. Diante do conhecimento adquirido, as empresas podem tomar decisões estratégicas adequadas ao cenário mundial.

## SINDUSTRIGO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO TRIGO NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Seminário Vendas – Relacionamentos e Fundamentos (FGV)

**Objetivo:** O principal é fornecer aos participantes as noções técnicas de vendas, bem como apresentar os benefícios decorrentes de uma política de relacionamento com os clientes, buscando meios e alternativas na venda com valor agregado. Em suma, tirar o foco das vendas no preço, agregando valor à negociação.

**Descrição:** Ao todo foram 16 horas de aulas presenciais divididas em 2 dias, com a participação de cerca de 40 colaboradores da área comercial dos moínhos associados ao sindicato, ministrado pelo corpo docente da Fundação Getúlio Vargas, com conteúdo programático: simulação prática; tirando o foco do preço; valor percebido pelo cliente; relacionamento – conceito e características; vantagens do relacionamento; comunicação – emissor-receptor e ruído; simulação 2 – o caso do voo # 917; perfil do vendedor contemporâneo – elo humano no relacionamento; passos para uma venda efetiva; técnicas de *up selling* (venda superior) e *cross selling* (venda cruzada); curva ABC de clientes e sua interpretação; noções de semiótica em vendas; importância da automação (ferramentas de TI) de vendas nos dias de hoje; técnicas de vendas desafiadoras; discussão do papel do vendedor na indústria do trigo e derivados;

**Pontos Fortes:** Os temas abordados foram: conhecimento dos ministrantes em relação aos temas; adequação das instalações à realização do evento; metodologia, didática e material; casos discutidos.

**Pontos Fracos:** Maior carga horária, aulas aos sábados e professores com experiência profissional de mercado de trigo.

**Principais Resultados:** Revisar e repensar atitudes e formas de enxergar o processo de vendas e negociação; fundamentação da importância do relacionamento na negociação; pela identificação das variáveis do ambiente e necessidades do cliente, o vendedor perceberá e conseguirá aplicar valor ao produto; confrontar situações do dia a dia com as técnicas e teorias demonstradas.



# SINICESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO PESADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Diagnóstico: Indústria da Construção Pesada e Consolidação de Trabalhadores com Deficiência**

**Objetivo:** Identificar as características do setor, as barreiras e os aspectos facilitadores que impactam na contratação, retenção, gestão e promoção de trabalhadores com deficiência pelas empresas, bem como constatações e recomendações para os próximos passos, visando consolidar o processo de inclusão.

**Descrição:** Juntamente com o Amankay Instituto de Estudos e Pesquisas e sob a orientação da Superintendência Regional do Trabalho e Emprego do Estado de São Paulo (tem), o sindicato realizou um amplo estudo para identificar quais são as atuais barreiras para o cumprimento da Lei de Cotas e encontrar soluções para a efetiva inclusão de profissionais com deficiência. O Diagnóstico pautou-se nas seguintes etapas:

- Análise da cultura institucional: Identificar barreiras e aspectos facilitadores que impactam na inclusão de pessoas com deficiência na construção pesada do ponto de vista da cultura institucional.
- Análise de dados estatísticos: Traçar o perfil das pessoas com deficiência no Brasil, considerando as características demográficas, utilizando as bases de dados do IBGE e Rais.
- Análise de postos de trabalho: Elaborar a análise descritiva de 208 postos de trabalho, com fotos e recomendações de possibilidades de desempenho por trabalhadores com vários tipos de deficiência.
- Metodologia de cadastramento de pessoas com deficiência: Aplicar a metodologia de cadastramento em um município-piloto, a fim de identificar o perfil pessoal e profissional de pessoas com deficiência interessadas em trabalhar na área da construção pesada e capacitar os profissionais, inclusive das demais empresas, para aplicar a metodologia.
- Material informativo sobre legislação e documentos normativos: Elaborar texto informativo sobre leis e documentos normativos para orientar o trabalho dos profissionais de Recursos Humanos, Saúde e Segurança do Trabalho.
- Relatório final: Organizar os produtos criados no escopo do diagnóstico e disponibilizar o histórico do processo de trabalho, caracterização da área da construção pesada, barreiras ainda existentes que dificultam o cumprimento das cotas, constatações e recomendações para os próximos passos, visando consolidar o processo de inclusão.

**Pontos Fortes:** Proporcionar uma visão geral e sintética do cenário atual da indústria da construção pesada e uma visão geral do perfil das pessoas com deficiência por meio de dados em escala nacional e regional. Desmistificar afirmações frequentes, mediante apresentação de dados estatísticos, permitindo

identificar alternativas e possibilidades para recrutamento, seleção e retenção de trabalhadores com deficiência. Capacitar profissionais para aplicação da metodologia de cadastramento-piloto, a fim de identificar o perfil pessoal e profissional de pessoas com deficiência interessadas em trabalhar na construção pesada. Apresentar recomendações para subsidiar a tomada de decisões das empresas e sindicato em questões relacionadas ao tema. Fortalecer a conscientização sobre a importância da inclusão, com qualidade, de pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

**Pontos Fracos:** Entendemos não haver pontos fracos.

**Principais Resultados:** Constatações das barreiras encontradas, aspectos facilitadores e sugestões para a inclusão de pessoas com deficiência. Identificação de possibilidades para recrutamento, seleção e retenção de pessoas com deficiência. Capacitação de profissionais para aplicação da metodologia de cadastramento-piloto, a fim de identificar o perfil de pessoas com deficiência interessadas em trabalhar no setor. Aumento no número de contratações de trabalhadores com deficiência e cumprimento da Lei nº 8.213/91.

## SINICESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO PESADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Expansão Social – Captação de Novos Associados

**Objetivo:** Aumentar o quadro associativo, visando fortalecer ainda mais a representatividade do setor exercida pelo sindicato.

**Descrição:** No atual momento de turbulência política e econômica do país, acreditamos que o espírito associativista deve prevalecer no desenvolvimento de ações conjuntas e integradas para superar a crise. Dessa forma, o sindicato investiu na captação de novos associados. Em junho de 2015 foi contratada uma profissional com vivência em entidades sindicais e experiência comercial. A partir daí, foi criado o Departamento de Expansão Social, responsável pela criação e implementação de estratégias voltadas à busca de novas empresas associadas. Foi analisado o perfil de cada empresa do nosso banco de dados e foram efetuados filtros com as seguintes classificações: Em dia com a contribuição sindical; que recolhe a contribuição assistencial; que solicita nossa consultoria jurídica; por capital social; por cidade. Após a análise, foram elencadas as principais empresas com potencial para a abordagem, cujo procedimento foi realizado da seguinte forma: Primeiro há um contato via *e-mail*, enfatizando brevemente as vantagens em associar-se ao sindicato e sugerindo uma visita para maiores esclarecimentos; não havendo retorno em aproximadamente 4 dias, é efetuado um contato telefônico para confirmar o recebimento do *e-mail* e uma tentativa de agendamento de visita. Cabe destacar que a realização de visita pessoal tem se mostrado ser a ação mais eficaz; acompanhamento pós-visita. Caso a empresa não opte por associar-se de imediato, é realizado um novo contato aproximadamente 5 dias depois para aquelas que demonstraram interesse, e após 60 dias para as que não se manifestaram. Caso haja algum evento na sede do sindicato, essas empresas são convidadas a participarem e a

conhecerem nossa estrutura, na tentativa de estreitar o relacionamento e finalizar o processo de associação. Concomitantemente, as empresas que entram em contato para enquadramento sindical, orientadas pela Fiesp, são contatadas pelo Departamento de Expansão, que esclarece a diferença entre filiar-se, associar-se e as vantagens em integrar o quadro associativo.

**Pontos Fortes:** Reconhecimento e fortalecimento do sindicato como legítimo órgão sindical patronal na defesa dos interesses do setor; aumento na receita financeira do sindicato; aumento do número de empresas associadas; relacionamento mais estreito com a Fiesp; criação de folder institucional, enfatizando os serviços e benefícios prestados às empresas associadas; aumento na representatividade do sindicato junto aos poderes executivo, legislativo e judiciário, em especial aos órgãos da administração pública estadual; ampliação na gama de serviços oferecidos em atendimento às demandas, bem como na criação de novos produtos e serviços.

**Pontos Fracos:** Entendemos não haver pontos fracos.

Principais Resultados: Essas ações foram iniciadas em junho de 2015 e continuam a todo vapor. Em comparação a 2014, houve em 2015 um aumento de 71% no número de novas empresas (2014 = 7; 2015 = 12) em 7 meses; em 2016, foram 10 novas empresas até maio, sem contar as que estão preenchendo a documentação. A meta para 2016 é superar o número atingido em 2015, confirmando nossa crença de que mesmo em momentos de crise é possível criar estratégias para a busca de melhores resultados. A partir da crise geramos oportunidade! Excluímos a letra s da palavra CRISE! CRIE!

## SINPROQUIM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS QUÍMICOS  
PARA FINS INDUSTRIAIS E DA PETROQUÍMICA DO ESTADO  
DE SÃO PAULO

### Guia da Indústria de Produtos Químicos do Estado de São Paulo

**Objetivo:** Divulgar dados sobre o setor químico paulista, a cadeia produtiva, a importância dos produtos químicos no cotidiano e na qualidade de vida. Alavancar os negócios informando sobre potenciais fornecedores de matérias-primas e novos clientes, bem como subsidiar pleitos junto ao governo e aos órgãos intervenientes.

**Descrição:** O Guia é composto por duas partes. A primeira consiste no relato da história da indústria química paulista nos últimos 85 anos de fundação do sindicato, traçando um paralelo do momento político-econômico e a evolução da indústria química e da entidade. A segunda parte consiste em um cadastro de empresas com unidades fabris instaladas no estado dividido em três itens: o primeiro com nome dos produtos químicos fabricados, em ordem alfabética e as empresas que os produzem (produtos/empresas); o segundo apresenta os dados cadastrais dos fabricantes, por ordem alfabética dos nomes fantasias, contendo ainda os produtos químicos fabricados pela empresa, suas principais matérias-primas, setores de aplicação e, quando informado, as capacidades

instaladas de produção (empresas/produtos) e o terceiro item composto por municípios e empresas ali instaladas (municípios/empresas).

**Pontos Fortes:** Trata-se de uma publicação inédita que apresenta dados quantitativos e qualitativos, tais como linha de produtos e matérias-primas para produzi-los, os quais podem ajudar empresas associadas a desenvolverem novos fornecedores e identificar potenciais clientes.

Para a entidade é um cadastro que serve de base para a expansão do número de associados, visando ao aumento da receita de contribuição e à melhoria na prestação de serviços aos seus associados e contribuintes. A publicação é autossustentável, pois seu custo é coberto pela receita gerada pela venda de anúncios.

**Pontos Fracos:** Por ser uma publicação pioneira do gênero no estado de São Paulo, houve dificuldade de adesão de algumas empresas, as quais deixaram de responder o questionário com informações para elaboração do Guia. Houve também no decorrer da pesquisa grande rotatividade dos profissionais de contato com as empresas, o que dificultou as respostas.

**Principais Resultados:** O objetivo foi conhecer a indústria química paulista. O resultado obtido demonstra a importância do setor na cadeia produtiva nacional; é o maior parque produtivo químico do país, com faturamento de R\$ 46,4 bilhões, em 2014, e R\$ 50,2 bilhões, em 2015, sendo um terço do faturamento do total de produtos químicos do país. Foi identificado potencial de produção de químicos utilizando como matéria-prima produtos renováveis e aumento de empresas terceirizadas de produção, ambos objetos de estudo complementar.

## SIPATESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PERFUMARIA E ARTIGOS DE TOUCADOR NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Projeto Cooperativo de Desenvolvimento de Rotas Tecnológicas de Nano Encapsulação de Ativos Cosméticos

**Objetivo:** O objetivo do projeto, de caráter inédito, foi desenvolver rotas tecnológicas de nano encapsulação de ativos cosméticos e fomentar a inovação aberta entre associados, compartilhando conhecimentos de nanotecnologia entre instituições parceiras e empresas associadas, além de capacitar as empresas.

**Descrição:** Esta entidade de classe, em parceria com uma instituição de pesquisa, desenvolveu um modelo de negócio de inovação aberta, que reuniu diversos atores em torno de um propósito comum para o desenvolvimento de um projeto que acelerasse o processo de inovação do setor.

Além desta entidade de classe, a estrutura do projeto permitiu a participação de instituição de pesquisa, instituição de fomento e empresas concorrentes do setor de variados portes entre médias e grandes companhias, visando ao desenvolvimento de um projeto cooperativo de nanotecnologia, uma tecnologia ainda embrionária no país e no mundo.

A nanotecnologia é vista como uma nova revolução industrial, devido à ampla gama de aplicações comerciais e grande perspectiva de crescimento. Estima-se que os negócios da indústria global da nanotecnologia alcancem USD 75,6 bilhões em 2020<sup>1</sup>.

O projeto cooperativo, iniciado em outubro de 2013 e concluído em julho de 2015, foi estruturado em duas etapas. Na primeira etapa, pré-competitiva, os pesquisadores desenvolveram duas rotas de nanoencapsulação de ativo cosmético, cujo conhecimento foi compartilhado com os parceiros. Nessa fase, as empresas amadureceram o conceito de nano encapsulação, tendo acesso a conhecimentos de diferentes rotas que poderiam ser utilizadas como plataforma tecnológica para o desenvolvimento de novos produtos, permitindo à empresa não se limitar ao desenvolvimento do produto deste projeto. Na etapa seguinte, sigilosa e customizada, as equipes de cada empresa, atendendo a seus interesses individuais, trabalharam no desenvolvimento de um produto específico.

Ao longo do projeto, foram promovidos cursos e reuniões com o compartilhamento de informações entre as empresas. Um dos pontos altos do projeto foi a viabilização de um instrumento contratual vantajoso para todos. Foram compartilhados conhecimentos, informações, riscos, além da redução dos custos do investimento.

#### **Pontos Fortes:**

- Atuação da entidade: Atua na prospecção de oportunidades na área de inovação para seus associados; foi assim que surgiu a ideia, o marco zero do projeto.
- Modelo de negócios: Criação por meio de inovação aberta foi essencial para dirimir riscos tecnológicos, reduzir custos, otimizar investimentos, compartilhar conhecimentos e capacitar empresas do setor de diferentes portes econômicos. O modelo atendeu às questões de sigilo de cada companhia, sem o que as empresas não iriam aderir ao projeto.
- Mudança de paradigma na cultura da inovação: O projeto representa quebra de paradigma na cultura dos empresários, demonstrando ser possível o trabalho em parceria, mesmo entre concorrentes, indo além dos projetos de inovação aberta mais tradicionais que ocorrem entre não concorrentes.
- Plataforma tecnológica: Sob o conceito de plataforma, as empresas irão valer-se da tecnologia de nanoencapsulação de ativos para desenvolver novos produtos, além do produto específico deste projeto

**Pontos Fracos:** Pelo próprio ineditismo do projeto e do modelo de negócios, houve inicialmente certa relutância em aceitar a negociação conjunta do projeto por parte das empresas, uma vez que se tratavam de empresas diretamente concorrentes. Por essa razão, demandou-se grande articulação desta entidade de classe e da instituição de pesquisa para assegurar o sigilo e a confidencialidade das empresas por meio de instrumentos legais e contratuais.

**Principais Resultados:** O projeto obteve diversos resultados: plataforma tecnológica para desenvolvimento de novos produtos pela nanoencapsulação de ativos, com obtenção de formulações cosméticas mais eficazes, sensorial dife-

<sup>1</sup> Fonte: [http://www.reportlinker.com/p02162665\\_summary/Nanotechnology\\_Market\\_Outlook.html](http://www.reportlinker.com/p02162665_summary/Nanotechnology_Market_Outlook.html). Acesso em: 05/2016.

renciado e maior valor agregado aos produtos; otimização de investimentos, redução de custos, compartilhamento de conhecimento, capacitação das empresas; aceleração do processo de inovação; e modelo inovador de negócios, tornando-se referência a ser seguida em ações futuras de cooperação.

## SITIVESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE TINTAS E VERNIZES NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Olitintas – Olimpíada das Indústrias do Setor

**Objetivo:** Promover a integração da cadeia produtiva do segmento industrial, envolvendo seus fabricantes e fornecedores de matérias-primas e embalagens

**Descrição:** O objetivo da Olitintas é o conagraçamento entre os colaboradores das empresas associadas e sua cadeia de fornecedores de matérias-primas e embalagens, por meio de práticas esportivas, reunindo empregados e empregadores, desde o chão de fábrica até diretoria. As provas têm duração de quatro meses.

**Pontos Fortes:** No evento, os colaboradores envolvidos têm a oportunidade de reproduzir o clima esportivo das Olimpíadas e da Copa do Mundo, em uma disputa sadia. O modelo adotado reproduz as mesmas modalidades de uma Olimpíada.

Outro ponto forte é que as instalações utilizadas são cedidas pelo Sesi-SP, que apoia o evento por meio da Divisão de Esportes e Qualidade de Vida, e também pelas empresas participantes, o que permite maior conagraçamento entre os atletas, deixando de lado o caráter concorrencial, comum no dia a dia das empresas.

Na última edição de 2015 tivemos um total de 21 modalidades disputadas: Atletismo, Basquete *Street*, Bocha, Boliche, Ciclismo, Damas, Dominó, Futebol de Campo, *Futsal*, Futebol *Society*, Nataçãõ, Pebolim, Pesca, Prova Pedestre, Sinuca, Tênis de Campo, Tênis de Mesa, Truco, Voleibol, Vôlei de Areia e Xadrez. Visibilidade na imprensa especializada do setor e mídias próprias são outro ponto forte.

**Pontos Fracos:** O ponto fraco percebido é que nem todas as empresas envolvidas neste evento possuem a cultura implantada da prática de esportes e desconhecem seus benefícios, como melhores resultados de produtividade, saúde e bem-estar.

**Principais Resultados:** Os níveis alcançados de integração e relacionamento com o setor proporcionaram interação de aproximadamente 1.000 atletas e dezenas de empresas participantes. Algumas modalidades da Olitintas são validadas por árbitros profissionais federados, e os recordes se aproximam aos obtidas por atletas profissionais que disputam provas do Troféu Brasil e jogos do Sesi-SP.

# SNIEE

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE EXTRAÇÃO DO ESTANHO

## **Mudança da Sede, a fim de aumentar a representatividade e ficar mais próximo dos associados**

**Objetivo:** A mudança da sede entidade para São Paulo tem como objetivo ficar mais próximo das empresas do setor, tendo em vista que a maioria está instalada no estado de São Paulo.

**Descrição:** Esta ação iniciou-se quando foi identificado que a maior parte das empresas que a entidade representa estão localizadas no estado de São Paulo. Após esta constatação, a diretoria da entidade deu início ao processo de mudança da sede, inclusive com a contratação de um funcionário para a sede nova de São Paulo. Este funcionário cuidou da parte burocrática da mudança. Finalizada a alteração, o sindicato passou a ficar mais perto de seus representados e associados, inclusive com sede para reuniões e atendimentos.

**Pontos Fortes:** Proximidade das empresas do setor; aumento no relacionamento com associado.

**Pontos Fracos:** Dificuldades com a burocracia da mudança da sede de estado.

**Principais Resultados:** Aumento da visibilidade do sindicato; aproximação com empresas associadas e não associadas; aproximação da Fiesp; maior representatividade do setor; facilitação na organização e participação de reuniões do setor; aumento significativo no relacionamento com associados.

DEFESA SETORIAL





## DEFESA SETORIAL

### SINDICATOS PREMIADOS

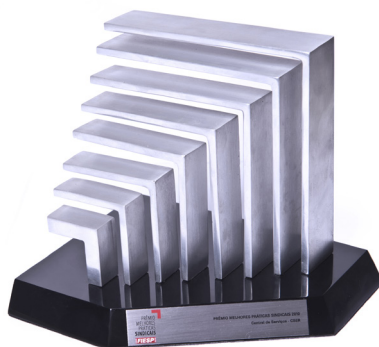
**1º lugar:** Sindusfarma – Iniciativa para regulamentação sobre o compartilhamento de áreas produtivas entre produtos para saúde, produtos de higiene, cosméticos e suplementos alimentares.

**2º lugar:** Sindicel – Garantia da conformidade dos produtos do setor às normas e aos regulamentos.

**3º lugar:** Sinaemo – Proteção à indústria nacional de seringas descartáveis.

**4º lugar:** Sindigraf – Grupo para disseminação de soluções e tecnologias para impressão digital.

**5º lugar:** Sindigraf – Análise setorial e prospecção mercadológica.



“OS GRANDES FEITOS SÃO  
CONSEGUIDOS NÃO PELA FORÇA,  
MAS PELA PERSEVERANÇA”

*Samuel Johnson*

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Iniciativa para regulamentação sobre o compartilhamento de áreas produtivas entre produtos para saúde, produtos de higiene, cosméticos e suplementos alimentares**

**Objetivo:** Autorização para a fabricação compartilhada de medicamentos, determinados cosméticos, determinados alimentos e determinados produtos para a saúde.

**Descrição:** Após quatro anos de estudos e intensas negociações, a diretoria colegiada da Anvisa concordou com uma proposta inicial do sindicato (que posteriormente envolveu outras entidades), publicando a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 33, que altera a RDC nº 17, de 16 de abril de 2010, que dispõe sobre as boas práticas de fabricação de medicamentos, e a Instrução Normativa nº 2/2015, que autoriza o compartilhamento de instalações e equipamentos para a fabricação de medicamentos, cosméticos, produtos para a saúde e suplementos alimentares.

Ao longo do processo de deliberação no âmbito da Anvisa, o grupo de trabalho, formado por especialistas das empresas associadas e coordenado pela Gerência de BPAF, forneceu à agência argumentos técnicos que fundamentaram a viabilidade de produção de determinados produtos nas mesmas instalações farmacêuticas.

Inicialmente, em março de 2011, o sindicato discutiu com a Anvisa a possibilidade de fabricação de medicamentos veterinários juntamente com medicamentos de uso humano, que resultou em abril de 2012 na publicação da Nota Técnica em que se descreve: “É tecnicamente aceitável, do ponto de vista de risco sanitário, a produção de produtos de uso veterinário nas mesmas instalações licenciadas para fabricação de medicamentos de uso humano, nos casos em que os produtos veterinários contenham insumos aprovados para uso humano”.

Ao longo de 2012, a proposta avançou para a produção compartilhada entre medicamentos, cosméticos, suplementos alimentícios e produtos para a saúde. Todos os estudos, preparados com pelo Grupo de Trabalho, foram reunidos em documentos enviados à Anvisa em junho, setembro e novembro daquele ano.

As propostas do sindicato foram incorporadas, em julho de 2013, à Consulta Pública no 26, de 12 de julho de 2013, que tratava de Proposta de Resolução que dispõe sobre alteração do Artigo 252 da RDC nº 17/2010.

Finalmente, em julho de 2015, a Diretoria Colegiada da Anvisa aprovou a fabricação compartilhada.

**Pontos Fortes:** O trabalho do sindicato, coordenado pelo Gerente de BPAF, Jair Calixto, foi considerado pela Agência reguladora na construção do texto proposto nas Consultas Públicas que precederam a publicação das novas regulamentações.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Principais benefícios que a publicação das normativas RDC nº 33/2015 e IN nº 2/2015 proporcionaram ao setor industrial farmacêutico: criou possibilidades de racionalizar as atividades produtivas; propiciou o desenvolvimento de novas oportunidades de negócios; diminuiu as diferenças regulatórias no âmbito global, demonstrando maturidade e avanço por parte da Anvisa e equiparando-a às principais agências internacionais.

## SINDICEL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CONDUTORES ELÉTRICOS, TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS NÃO FERROSOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Garantia da conformidade dos produtos do setor às normas e aos regulamentos**

**Objetivo:** Garantir a qualidade de componentes de instalações elétricas, evitando o risco de choques, queimaduras e morte de pessoas, além de danos ao patrimônio e à continuidade de serviços. Uniformizar o nível de qualidade dos fornecedores do setor para atender aos regulamentos técnicos nacionais.

**Descrição:** As ações foram desenvolvidas ao longo de mais de 10 anos, envolvendo fabricantes associados, órgão regulador (Inmetro), entidades normalizadoras (ABNT e Cobei), entidades certificadoras de produto (Ipem). O programa teve início com a adequação dos fabricantes aos requisitos das normas técnicas de produtos, com a realização dos ensaios prescritos, qualificação de pessoal interno, investimento em processos, equipamentos e materiais. Os regulamentos técnicos foram publicados pelo Inmetro. O setor criou, ainda no âmbito de seus associados, uma entidade que monitora o nível de qualidade do setor em todo o país, de associados e não associados, e realiza denúncia pública sobre as não conformidades de má-fé, que colocam a segurança dos usuários em risco e criam condições desiguais de concorrência no setor.

**Pontos Fortes:** Envolvimento de todos os associados nas ações, com a coordenação do sindicato. Apoio à normalização técnica do setor, pela atuação nas comissões de estudo da ABNT. Participação desde o início do Inmetro, dos laboratórios e das certificadoras de produtos em ações de divulgação, treinamento e discussão de custos dos processos. Programas de divulgação da importância da qualidade versus preço.

**Pontos Fracos:** Pela característica do órgão regulador, só foi possível desenvolver o programa na área de energia e não na área de telecomunicações. Nesta área, foram desenvolvidas ações mais individuais pelas próprias empresas, em conjunto com a Anatel. O alto custo para a manutenção dos monitoramentos deixa os resultados dependentes de recursos dos participantes, que já sofrem com as crises econômicas, tributação e concorrência desleal.

**Principais Resultados:** Melhoria do nível de qualidade dos produtos medido pelo atendimento aos requisitos das normas técnicas. Esta evidência se baseia nos resultados das certificadoras e do próprio Inmetro. Além disso, o próprio sindicato apoiou a criação de uma entidade que adquire produtos diretamente no mercado, a Qualifio, que há mais de 20 anos adquire produtos diretamente no mercado distribuidor e revendedor, realiza ensaios em laboratórios acreditados e apresenta denúncias ao Inmetro e ao Ministério Público.

# SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

3º  
LUGAR

## Proteção à Indústria Nacional de Seringas Descartáveis

**Objetivo:** Proteger as empresas brasileiras da concorrência destrutiva de seringas descartáveis vindas da China.

**Descrição:** O grande volume de importação de seringas descartáveis chinesas a preços irrisórios veio ameaçar o equilíbrio da indústria nacional, a qual está perfeitamente apta a atender a nossa demanda interna e contribuir para que o Brasil seja considerado referência mundial no quesito imunização. Para preservar a integridade das empresas e dos empregos por elas gerados foi conquistada, inicialmente em 2009, medida antidumping para proibir esse tipo de importação por 5 anos. Além do impacto econômico e social causado por esses malefícios, a indústria nacional assume inteira responsabilidade pela distribuição dos produtos em todo o extenso território nacional, inclusive para as compras públicas, o que não acontece com os fornecedores impedidos. O pedido de renovação dessa medida foi atendido, mantendo-se seus efeitos às empresas associadas e aos verdadeiros interesses do país por mais 5 anos.

**Pontos Fortes:** O Conselho de Ministros da Câmara de Comércio Exterior, órgão do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), que, em 2009, já havia reconhecido o caráter anormal da operação de importação, concedeu renovação da medida antidumping por mais 5 anos.

**Pontos Fracos:** O país impedido tem tentado realizar operações triangulares de remessas com outros países asiáticos para ludibriar e dificultar a fiscalização. O país impedido é grande importador de commodities brasileiras, tornando delicada a decisão de impor sanções comerciais.

**Principais Resultados:** As importações de seringas descartáveis chinesas estão proibidas por mais cinco anos, por prática de dumping, preservando as empresas instaladas no Brasil e os empregos diretos e indiretos gerados pela atividade.

**4º**  
LUGAR

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Grupo para Disseminação de Soluções e Tecnologias para Impressão Digital

**Objetivo:** O principal objetivo do Digitec é disseminar informações do segmento de impressão digital, por meio de capacitação de todos os profissionais do setor: empresários, vendedores, gestores, operadores e estudantes.

**Descrição:** O Digitec é um grupo técnico, voltado à disseminação de soluções e tecnologias para o segmento digital, e à promoção de ações de disseminação de soluções, conhecimento e tecnologias para o segmento digital.

Trata-se de um grupo aberto, formado por profissionais de toda a cadeia produtiva, os quais cooperam para apresentar as boas práticas de fabricação e produção e as tendências do mercado. Tem como objetivo partilhar e divulgar tecnologia, e como missão ser referência técnica no segmento digital no Brasil.

O grupo tem como base de trabalho uma agenda de reuniões em que podem comparecer profissionais, representantes de fabricantes, fornecedores, interessados e envolvidos com a tecnologia digital em geral, que são bem-vindos para sugerir e participar de atividades que venham a atender aos objetivos do grupo.

O Digitec promove regularmente cursos, seminários e palestras, além da publicação de cartilhas e artigos em revistas especializadas.

**Pontos Fortes:** Grupo técnico de profissionais envolvidos no segmento; ações direcionadas para alavancar o segmento de impressão digital; seminários gratuitos com alto índice de participantes; cursos regulares com valor do investimento reduzido em relação ao mercado; disseminação e conscientização deste segmento para discentes e docentes de faculdades/universidades; capacitação segmentada da cadeia produtiva; lançamento e distribuição gratuita de manuais/cartilhas direcionadas para o setor; artigos técnicos em revistas do setor.

**Pontos Fracos:** Baixa conscientização dos profissionais da área gráfica; profissionais não buscam qualificação no setor de impressão digital.

**Principais Resultados:** Nos últimos quatro anos, tivemos um total de 5.761 participações nos eventos, 1.186 empresas e 21 estados envolvidos.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

5º  
LUGAR

## Análise Setorial e Prospecção Mercadológica

**Objetivo:** Disponibilizar aos empresários e aos profissionais das áreas de planejamento de mercado das empresas, que pertencem à indústria gráfica, dados econômicos nacionais e internacionais, índices de custos, projeções econômicas e análises sobre o setor e sobre toda a cadeia produtiva.

**Descrição:** Levantamento e disponibilização de informações econômicas sobre a indústria gráfica nacional e internacional e fornecedores de insumos e equipamentos.

**Pontos Fortes:** Transparência de informações – todos dos dados econômicos são disponíveis às 20 mil gráficas existentes no país; atualização diária das informações; lógica simples de busca dos dados econômicos do *site*; por fichário, todas as opções de dados disponíveis estão em uma só página. O usuário visualiza todas as opções disponíveis de uma só vez e encontra rapidamente o que necessita.

**Pontos Fracos:** Dificuldade em atualizar algumas informações por conta dos navegadores e da versão do *site*.

**Principais Resultados:** Dificuldade em atualizar algumas informações por conta dos navegadores e da versão do *site*. Reconhecimento das empresas que utilizaram as informações para planejamento estratégico, fusões e aquisições.

# SIPAN

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E  
CONFEITARIA DE SANTO ANDRÉ

## Conflitos e Soluções

**Objetivo:** Eliminar os litígios trabalhistas na esfera sindical.

**Descrição:** Chamamento das partes (reclamante e reclamada) acompanhadas/ assistidas de seus representantes (empregado e empregador) para sentarem e oferecer composição amigável do litígio, com pagamentos de referidas reivindicações pecuniárias. Acordo com valor jurídico. Caso não aceito, o processo segue para a justiça trabalhista (Lei nº 9.958, de 12 de janeiro de 2000).

**Pontos Fortes:** Diminuição dos atendimentos pelo Departamento Jurídico.

**Pontos Fracos:** Descrédito da validade jurídica perante o empresário.

**Principais Resultados:** Diminuição dos litígios trabalhistas.

# SICETEL

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE TREFILAÇÃO E  
LAMINAÇÃO DE METAIS FERROSOS

## Defesa Comercial

**Objetivo:** Defesa do setor industrial representado contra importações irregulares/aviltadas.

**Descrição:** O sindicato promove defesa comercial em setores ameaçados por importações irregulares, tanto no que se refere aos preços declarados pelos importadores quanto à qualidade do produto que adentra ao país, disseminando o conceito da obrigatoriedade de respeito aos regulamentos técnicos ou às normas técnicas de fabricação. Nesse sentido, mantém a prática de treinamentos (palestras/reuniões) com os auditores fiscais (agentes aduaneiros) e engenheiros peritos alocados em portos selecionados pelo sindicato. Essa ação é realizada tanto isoladamente quanto em conjunto com outras entidades de classe, quando organizada pelo Derex-Fiesp. Para tanto, o sindicato mantém um contínuo rastreamento das operações de importação dos produtos representados, através das ferramentas oficiais disponibilizadas pelo Governo Federal (Sistema Alice do MDIC e *site* da Receita Federal do Brasil). Quanto aos preços praticados nas importações, os mesmos são cotizados através das informações disponíveis, advindas do nosso mercado, bem como de publicações técnicas especializadas que divulgam os preços internacionais de cada produto e/ou de suas matérias-primas. Em relação ao quesito qualidade, o sindicato procura sempre atualizar/elaborar, dentro das regras da ABNT, as normas técnicas de fabricação dos seus produtos ou, ainda, atuar junto ao Inmetro para a elaboração/atualização dos respectivos regulamentos técnicos, difundindo o seu conteúdo junto às autoridades responsáveis pelo controle das importações brasileiras. Essas ações são executadas tanto perante aos diversos órgãos do Ministério do De-



envolvimento, Indústria e Comércio Exterior quanto aos órgãos vinculados à Receita Federal do Brasil.

**Pontos Fortes:** Manutenção da perfeita harmonia do mercado, procurando fazer com que seja obedecido o regime de livre e plena concorrência, salvaguardando as indústrias representadas das práticas desleais de comércio.

Quando se trata de produto importado, se o mesmo adentrar ao país obedecendo as normas técnicas de fabricação editadas pela ABNT ou o regulamento técnico publicado pelo Inmetro, bem como ingressar com valores compatíveis com os praticados no mercado internacional, com certeza essa livre concorrência será minimamente exercida e os objetivos do sindicato serão atingidos.

**Pontos Fracos:** Não existe no país consenso quanto a obrigatoriedade de o produto importado obedecer às normas técnicas editadas pela ABNT, embora o Código de Defesa do Consumidor determine isso no Inciso VIII do Artigo 39, ao estabelecer que "é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços ... colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais ou, se normas específicas não existirem, pela ABNT ou outra entidade credenciada pelo Conmetro.

**Principais Resultados:** Direcionada a produtos específicos como cabos, telas e arames de aço, essa prática tem garantido excelentes resultados, como a apreensão e destruição, pela Receita Federal, de mercadorias desconformes importadas e nivelamento das mesmas aos preços internacionais vigentes. Há, ainda, a possibilidade de estabelecimento de convênio entre o sindicato e a Receita Federal, onde a entidade será o polo consultivo daquele órgão para operações de importação e exportação de produtos derivados do aço.

## SIETEX

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Análise de Atividade Preponderante em Empresa Associada**

**Objetivo:** A presente prática objetivou demonstrar e definir as atividades preponderantes desenvolvidas por uma empresa associada à esta entidade, a fim de lhe fornecer os subsídios necessários para contestar uma ação em debate no poder judiciário.

**Descrição:** Inicialmente, o trabalho foi realizado com base na vistoria do processo de fabricação e na divisão das atividades industriais desenvolvidas pela empresa associada. Em seguida, foram coletados dados e informações técnicas para o desenvolvimento de índices que auxiliaram na apuração da influência das atividades envolvidas na obtenção do produto final.

**Pontos Fortes:** Demonstração do processo de fabricação através de uma reportagem fotográfica rica em detalhes com a apresentação de índices para verificação da influência de cada atividade envolvida na forma de tabelas e de gráficos comparativos.

**Pontos Fracos:** Dificuldade no levantamento de dados por parte da empresa.

**Principais Resultados:** O trabalho de assistência técnica permitiu a obtenção de informações e a elaboração de um laudo de engenharia para subsidiar a contestação da empresa associada junto ao poder judiciário.

## SIFESP

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FUNDIÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Redução do Imposto de Importação do Níquel Metálico

**Objetivo:** O objetivo dessa ação foi reduzir o imposto de importação do níquel metálico.

**Descrição:** Processo junto ao MDIC e à Secex, visando evitar o desabastecimento do setor.

**Pontos Fortes:** Redução de custos da produção; consolidação política da entidade.

**Pontos Fracos:** Custo do processo.

**Principais Resultados:** Continuidade e redução no custo de produção dos associados.

## SIMEFRE

SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS

### Ferramentas de Pesquisa (DW e AliceWeb)

**Objetivo:** Levar ao conhecimento da indústria o potencial mercado brasileiro, com a finalidade de mapear seu potencial e a abrangência do seu produto.

**Descrição:** A entidade oferece ferramentas de pesquisa dos órgãos da Receita Federal do Brasil e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (DW e Alice Web) para fazer com que os associados estudem possibilidades de defesas comerciais, contribuindo para a competitividade do setor.

**Pontos Fortes:** Participação proveitosa; fortalecimento do sindicato; estreitar relacionamento.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados pontos fracos.

**Principais Resultados:** Despertou no associado possibilidades de defesa comercial (por exemplo, medidas antidumping); aumento de competitividade no setor; monitoramento do mercado não visto anteriormente.

# SIMM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE MIRASSOL

## **Design Lab Mirassol**

**Objetivo:** O laboratório terá como foco a inserção e aplicação de conceitos de *design* como ferramenta estratégica de gestão para desenvolver soluções inovadoras e criativas que possibilitem a expansão dos negócios no segmento.

**Descrição:** Foi montado um laboratório de *design* em convênio com a Secretaria de Desenvolvimento, Ciência, Tecnologia e Inovação de São Paulo, em parceria com a Fiesp e o Sebrae-SP, para atender às empresas do segmento moveleiro e outros, com atendimento personalizado e serviços como desenvolvimento de produtos, programação visual, impressão em 3D e plotagem.

**Pontos Fortes:** Criação de identidade própria dos produtos, impulsionamento da competitividade local e disseminação da cultura do *design thinking*.

**Pontos Fracos:** Não há pontos fracos, pois o projeto está em plena expansão das atividades.

**Principais Resultados:** Atender ao maior número de empresas possíveis. Até o momento, firmamos 4 contratos e prestamos serviços individualizados para 7 empresas.

# SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Empresas Associadas Livres de Reajuste Abusivo de Taxas**

**Objetivo:** Livrar as empresas associadas de arcar com pesado reajuste de tarifas imposto pela Anvisa.

**Descrição:** Em vista de a indústria de equipamentos para a saúde ser um setor fortemente regulado e formado por empresas de pequeno e médio portes, em sua grande maioria, o reajuste de tarifas aplicado pela Anvisa em setembro de 2015 causou grande impacto nas empresas associadas, uma vez que as majorações atingiram 195%. Buscou-se, então, a Justiça para corrigir essa distorção tributária, conquista patrocinada com recursos internos, sem a participação das empresas associadas no seu financiamento direto.

**Pontos Fortes:** A Justiça reconheceu a validade do pleito apresentado e concedeu medida liminar obrigando que a Anvisa voltasse a praticar os preços cobrados anteriormente ao reajuste de setembro de 2015 unicamente às empresas associadas. A formulação do pleito foi tão consistente, que uma tentativa da Anvisa de cassação já foi negada pela Justiça.

**Pontos Fracos:** Em se tratando de medida liminar, existe a possibilidade de cassação da decisão e seus efeitos.

**Principais Resultados:** A medida vem, até o presente momento, garantindo exclusivamente às empresas associadas taxas de serviços não oneradas pelo reajuste de setembro de 2015. No caso de eventual cassação, não caberá exigência de atualização dos valores já pagos na vigência da liminar.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Empresas do Setor Pagam Menos Imposto**

**Objetivo:** Renovar convênio que isenta diversos produtos para a saúde do ICMS.

**Descrição:** A entidade vem trabalhando com vistas às renovações do Convênio 001/99, que isenta da incidência de ICMS uma extensa lista de produtos para a saúde. Neste ano, a tradicional renovação automática não ocorreu, exigindo forte gestão política para sensibilizar as autoridades fazendárias da importância da renovação.

**Pontos Fortes:** O Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz) do Ministério da Fazenda reconheceu a importância do teor do convênio e renovou a medida.

**Pontos Fracos:** Como se trata de medida que implica renúncia fiscal, sua aprovação fica dependente de esforços políticos extraordinários, mais ainda em cenário econômico crítico como o vivido atualmente.

**Principais Resultados:** A isenção desse imposto está possibilitando às empresas do setor oferecer preços mais vantajosos nas suas vendas, atendendo melhor ao mercado interno, especialmente. Ao oferecer melhores preços, a medida otimiza o poder de compra das verbas do sistema público de saúde e, por outro lado, aumenta as possibilidades de vitória das empresas do setor nos processos licitatórios.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICO E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Parceria com o Poder Público para Melhor Atender ao SUS**

**Objetivo:** Atualizar e ampliar a lista de produtos considerados estratégicos para o Ministério da Saúde.

**Descrição:** A entidade vem trabalhando continuamente para a atualização e o incremento da lista de produtos considerados estratégicos para o SUS, que são aqueles necessários às ações de promoção, prevenção e recuperação da saúde, com aquisições centralizadas ou passíveis de centralização pelo Ministério da Saúde.

**Pontos Fortes:** Em vista de essa lista definir as prioridades anuais para a apresentação de propostas de projeto de parcerias para o desenvolvimento produtivo (PDP), a presença do maior número possível de produtos do setor incentivará as empresas associadas a desenvolver projetos de interesse do Ministério da Saúde e ampliar suas possibilidades de fornecimento para o SUS.

**Pontos Fracos:** Não foram identificados pontos fracos, além da necessidade de monitoração constante e empenho político quanto às possibilidades de ampliação da lista de produtos.

**Principais Resultados:** Esses projetos têm impulsionado as empresas fabricantes a investir em inovação tecnológica e novos processos para atender às expectativas do Ministério da Saúde, sendo que já existem projetos de parceria em pleno funcionamento com grande sucesso.

## SINCS

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE CAFÉ  
SOLÚVEL

### Missão Comercial para a Tailândia

**Objetivo:** Defender os interesses das indústrias do setor no que tange às barreiras tarifárias.

**Descrição:** A missão ocorreu no período de 22 a 30/05/16, e foi organizada pela Embaixada Real da Tailândia em Brasília, visando ao fortalecimento comercial entre os dois países através de reuniões com representantes do alto escalão do governo, agência de promoção de comércio, etc.

**Pontos Fortes:** Constatou-se a grande importância de contatos diretos e diálogos de caráter político e comercial para esclarecimentos de dúvidas e promoção de produtos do setor. Foi a primeira vez que esta entidade e representantes de seus associados participaram conjuntamente em uma missão empresarial, o que fortalece o setor.

**Pontos Fracos:** Temos um longo caminho a percorrer para reduzir as barreiras tarifárias, em razão da visão distorcida do nosso produto.

**Principais Resultados:** Esta missão foi o primeiro passo para início das negociações entre os dois países (Brasil e Tailândia), a qual possivelmente gerará um acordo bilateral.

## SINDAN

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
PARA A SAÚDE ANIMAL

### Como uma comissão sindical pode contribuir para o crescimento ordenado do mercado pet?

**Objetivo:** Estruturar um ambiente de intercâmbio de informações e ideias, pro-

pondo e executando ações que estimulem o desenvolvimento do mercado pet brasileiro, em especial nas áreas ligadas à saúde animal.

**Descrição:** Desde 2007, a entidade vem executando ações em prol da indústria de produtos para a saúde dos animais de companhia (cães e gatos) e, consequentemente, da profissionalização do setor pet por meio das seguintes ações:

- Avaliação do real potencial do mercado nacional:
  - ▶ Obtenção e organização dos dados da indústria veterinária;
  - ▶ Avaliação de diversos dados mercadológicos; cruzamento e interação com indústrias e entidades afins;
  - ▶ Análise de tendências.
- Abrir canais de comunicação com diferentes atores do segmento, com o objetivo de influenciar, propor e conduzir ações conjuntas de apoio e estímulo ao crescimento ordenado do setor:
  - ▶ Associações de veterinários e lojistas;
  - ▶ Universidades;
  - ▶ Consumidores;
  - ▶ Mídia especializada e grande mídia;
  - ▶ Governo e autoridades.
- Servir de referência de dados, ações e posicionamento da indústria no segmento.
- Influenciar o uso racional dos produtos e combater o uso de produtos ilegais e desestimular o uso de medicamentos humanos e de outras espécies no segmento.
- Informar sobre os benefícios da relação entre os animais de estimação e o homem, bem como sobre a importância do médico veterinário na prevenção de doenças e na manutenção da saúde dos animais, valorizando a medicina veterinária e seus profissionais.
- Promover ações efetivas de apoio e estímulo ao crescimento ordenado do mercado pet, participando e promovendo eventos de capacitação, parcerias estratégicas com instituições de ensino, associações, entidades e autoridades.

**Pontos Fortes:** Pesquisas de mercado realizadas anualmente com o varejo (médicos veterinários, universitários e proprietários de clínicas veterinárias, pet shops, megalojas, etc.) e com o consumidor (tutores de cães e gatos) que detalham a atual situação do setor e propiciam a construção de uma série histórica da evolução do mercado. Os dados são também apresentados aos *stakeholders* do setor pet em congressos, workshops e eventos, levando conhecimento aos profissionais, com o objetivo de orientá-los para tomadas de ação mais assertivas. Realização de *benchmarking* entre as indústrias. Ações de divulgação de

dados e da promoção da relação entre animais e o ser humano através de assessoria de imprensa.

**Pontos Fracos:** A comissão é parte integrante e indissociável do sindicato; desta forma, respeita integralmente suas regras, fundamentos jurídicos e código de ética, condição que impede a associação de forma integral de empresas do setor de petfood e serviços interessadas na troca de informações.

**Principais Resultados:** Pioneira na construção de uma árvore de valor que identifica numericamente a percepção do consumidor sobre os serviços veterinários; informações sobre o tamanho do mercado de saúde animal por meio de estudos de caracterização, dimensionamento e indicadores de demanda realizados pela FGV; pioneira na construção do índice de medicalização de cães e gatos por unidade da federação (Brasil), em parceria com a FGV.

## SINDAREIA

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Obtenção de Alíquota de Imposto Reduzida

**Objetivo:** Reduzir a carga tributária incidente sobre o produto, de maneira a permitir a oferta de produto mais barato frente aos consumidores.

**Descrição:** Trabalho que se arrastava há anos e que, após muitas reuniões, demonstrações econômicas, exemplos de outros países e situações adotadas em diversos estados do Brasil, obteve a redução do percentual do ICMS incidente sobre a base de cálculo em 33,33%.

**Pontos Fortes:** Redução feita através de Decreto do Governo de Estado, sem prazo máximo de vigência. Com isso, o produto comercializado apresentou redução de seu valor na percentagem de sua participação no custo que esta redução proporcionou. Desta forma, as empresas ofertaram melhores valores ao mercado consumidor.

**Pontos Fracos:** O desgaste ocasionado pela demora desta obtenção afetou, de forma superficial, embora já superada, os relacionamentos pessoais com empresários da entidade que, não entendendo a morosidade do estado em algumas decisões, culpavam a entidade na execução de seus trabalhos.

**Principais Resultados:** Melhoria nos valores de oferta do produto junto ao mercado consumidor e demonstração do trabalho dedicado e persistente da entidade para sua obtenção.

## SINDAREIA

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

## SINDIPEDRAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Agenda Permanente de Trabalho com Órgãos Públicos

**Objetivo:** Criar uma agenda de trabalho permanente com órgãos públicos, tanto na esfera executiva como legislativa.

**Descrição:** A entidade tem conseguido a criação/participação em grupos de trabalhos junto a órgãos como Cetesb, DNPM, Secretaria de Meio Ambiente, Assembleia Legislativa e outros entes governamentais nas esferas municipais, estaduais e federal, de maneira a serem ouvidas suas reivindicações e defesas técnicas sobre questões que afetam diretamente as empresas do setor. Ao agilizar prazos, diminuir burocracias, diminuir exigências que já constem de outros documentos emitidos por outros órgãos, busca-se maior celeridade nas ações destes órgãos, evitando problemas para as empresas do setor.

**Pontos Fortes:** O reconhecimento da importância do setor para a economia e o desenvolvimento social e do significativo número de empresas representadas pela entidade tem sido uma das razões pelas quais a iniciativa tem sido bem recepcionada em todos os órgãos. Fruto de trabalho técnico executado por profissionais de reconhecida capacidade e embasado nas melhores práticas adotadas.

**Pontos Fracos:** Nem sempre os profissionais de outras partes envolvidas detêm o conhecimento técnico suficiente para debater as questões de forma profissional e eficaz. São movidos por questões momentâneas e pontuais.

**Principais Resultados:** Tem se conseguido, aqui e acolá, revisão de normas existentes que passam a tratar de questões de forma técnica e não emocional. Também tem se obtido a melhoria na redação, de maneira a evitar entendimentos confusos e que acabariam por prejudicar as empresas do setor.

## SINDICALÇADOS JAÚ

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

### Ações jurídicas coletivas em nome das empresas associadas – Defesa setorial

**Objetivo:** Garantir os direitos das empresas, que, por vezes, devido à falta de regularização, não são respeitadas pelos agentes de cobrança e fiscalização do governo nas áreas tributária, trabalhista e previdenciária.

**Descrição:** Através de consultor jurídico próprio ou por parcerias, são ajuizadas ações para garantir direitos das empresas associadas ao sindicato em todas as áreas e esferas da Justiça.



**Pontos Fortes:** Reduzir custos das empresas; vantagens para as empresas associadas.

**Pontos Fracos:** Lentidão no trâmite das ações.

**Principais Resultados:** Percepção pelos associados de que a entidade está cumprindo seus objetivos de defesa de seus interesses. Até o momento, a entidade obteve mandado de segurança junto à 1ª Vara da Justiça Federal em Bauru, que isenta todas as empresas associadas do recolhimento das contribuições previdenciárias sobre os primeiros 15 quinze dias de afastamento de seus empregados por motivo de doença ou acidente do trabalho.

## SINDICARNES

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CARNES E DERIVADOS  
NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Controle de Qualidade da Mortadela em Temperatura Ambiente

**Objetivo:** O objetivo dessa prática é aumentar a segurança microbiológica do produto.

**Descrição:** A prática consiste em elaboração de um estudo junto com o Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital), com a finalidade de avaliar o efeito da atividade de água e do teor de nitrito adicionado à mortadela para armazenagem em temperatura ambiente; ou seja, com conservantes, a mortadela embalada consegue se preservar por mais tempo (60 dias) sem o uso de refrigeradores. Os dados obtidos com o estudo foram encaminhados para o Ministério da Agricultura, que estabeleceu o protocolo para a produção da mortadela conservada em temperatura ambiente.

**Pontos Fortes:** Redução de custos com aquisição de maquinário e armazenagem para os associados.

**Pontos Fracos:** Alto custo de elaboração da pesquisa.

**Principais Resultados:** Garantia de órgãos respeitados que asseguram a qualidade do produto; redução de custos do setor; equiparação do setor, tornando-o mais competitivo.

## SINDICARNES

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CARNES E DERIVADOS  
NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Pesquisa de Substituição Tributária

**Objetivo:** Diminuir a carga tributária dos produtos derivados de carne.

**Descrição:** A entidade, sempre que solicitado pela Secretaria da Fazenda, contrata os serviços da Fipe, em conjunto com a Deagro-Fiesp, para fazer pesquisa de mercado na tentativa de reduzir a carga tributária dos produtos.

**Pontos Fortes:** Mostrar às associadas que a entidade está sempre tentando a menor carga de impostos.

**Pontos Fracos:** Na última pesquisa, os índices foram maiores do que os anteriores.

**Principais Resultados:** Algumas empresas se associaram para poder participar de algum benefício pleiteado pela entidade em prol dos associados.

## SINDICER

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE PRODUTOS CERÂMICOS DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO DE PORTO FERREIRA

### Alternativas para Correto Descarte de Resíduos Sólidos

**Objetivo:** Identificar alternativas na condução desses resíduos indústrias, fazendo com que o descarte ou o reaproveitamento do produto possa minimizar danos ambientais, neutralizando risco de autuação por órgãos fiscalizadores.

**Descrição:** A entidade buscou parceiros e especialista para identificar propostas de reaproveitamento e/ou correto descarte dos resíduos sólidos. Após essa fase, a entidade apresentou as alternativas às empresas do setor, de acordo com a necessidade de cada indústria. Na sequência, as empresas aderentes às iniciativas passaram a destinar seus resíduos de forma regular, inclusive com certificação de correta destinação.

**Pontos Fortes:** Alto interesse das empresas; parceiros de outros setores interessados no recolhimento desses resíduos.

**Pontos Fracos:** Falta de consciência de alguns empresários; falta de respaldo por parte do poder público; alto custo no descarte; órgão fiscalizador atento ao descarte irregular.

**Principais Resultados:** Com a correta destinação dos resíduos sólidos, as empresas eliminaram um problema e conseguiram ter segurança jurídica de que não iriam sofrer sanções do órgão fiscalizador.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Projeto Bibliotecas – Leitura para Todos

**Objetivo:** Revitalizar bibliotecas, acreditando que a leitura contribui para educação, cultura e lazer, além de promover a valorização da Campanha de Valorização do Papel e da Comunicação Impressa.

**Descrição:** Concebido em 2005 pelo sindicato, o Projeto Bibliotecas – Leitura para Todos já inaugurou 22 bibliotecas em todo estado de São Paulo. É realiza-

do em parceria com as prefeituras municipais, que cedem espaços reformados para que possamos equipar as bibliotecas com computadores e uma extensa variedade de livros selecionados pela Secretaria da Cultura do Governo do Estado de São Paulo. Uma de suas principais metas é zerar o número de cidades paulistas sem bibliotecas públicas. Indubitavelmente, o lema do projeto só poderia ser: Incentivar a Educação. É assim que a indústria gráfica paulista investe no futuro.

**Pontos Fortes:** Incentivo à leitura, formação de pessoas mais capacitadas, contato com cultura geral e envolvimento com a comunidade local.

**Pontos Fracos:** Falta de estímulo inicial à leitura para que as cidades tivessem acesso aos livros.

**Principais Resultados:** O Projeto Bibliotecas já inaugurou 20 bibliotecas no Estado de São Paulo, doando mais de 20 mil livros para incentivar a leitura e promover, conseqüentemente, a valorização da comunicação impressa, difundindo informações corretas sobre o uso do papel e seus benefícios junto à sociedade. Neste ano, reinauguramos mais duas bibliotecas nas cidades do interior de São Paulo.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **ONS 27 – Organismo de Normalização Setorial de Tecnologia Gráfica – Defesa Setorial 2012**

**Objetivo:** Estabelecer padrões técnicos para a indústria gráfica brasileira; contribuir para o avanço tecnológico através da disseminação desses padrões; contribuir com a formação profissional através da publicação de cartilhas.

**Descrição:** Através de fóruns de discussão específicos a cada etapa da produção gráfica, com a participação voluntária dos profissionais da cadeia produtiva, são criados padrões técnicos e boas práticas para a produção de impressos e serviços gráficos. Esses documentos baseiam-se em normas e padrões internacionais, práticas reconhecidas como *benchmarking* ou a partir de pesquisa e desenvolvimento dos envolvidos.

As normas técnicas são publicadas pela ABNT, e as cartilhas são publicadas no âmbito do sindicato e têm sua distribuição gratuita (através de cópias impressas ou *download* no *site* da entidade).

Todos os documentos são produzidos com a participação de vários profissionais ao longo de diversas reuniões. As normas técnicas são publicadas após período de consulta nacional pela ABNT. Já as cartilhas são concluídas após consenso entre todos os membros participantes.

As reuniões são canais de intercâmbio técnico, aprimoramento profissional e disseminação de boas práticas de produção. Há a participação ativa no Comitê Internacional de Tecnologia Gráfica da ISO (TC 130) e Secretaria do Comitê de Tecnologia Gráfica Mercosul (CMN 18).

**Pontos Fortes:** Trabalho voluntário; participação gratuita; âmbito nacional; acesso às normas e práticas internacionais; intercâmbio com associações técnicas internacionais (ISO, DIN, BSI, Fogra, GATG, ANSI, ASTM, RIT, MIT, etc.); participação de toda a cadeia produtiva (fornecedores, produtores, clientes, estudantes e outros interessados); disseminação de conhecimento; troca de experiências; proteção contra pirataria, fraudes e falsificações de documentos; regulação do mercado através da publicação de padrões técnicos; facilitação ao acesso de informações técnicas internacionais em português; facilitação das empresas gráficas ao acesso a certificações; queda de barreiras técnicas na exportação de produtos gráficos.

**Pontos Fracos:** Concentração da participação dos profissionais de São Paulo; muitas empresas ainda não reconhecem os benefícios da normalização e da padronização.

**Principais Resultados:** 63 normas brasileiras publicadas; 05 normas do Mercosul publicadas; criação de 13 cartilhas técnicas, guias e manuais práticos gratuitos para o mercado gráfico; difusão da cultura da padronização por meio de cursos, palestras, treinamentos, consultoria e artigos técnicos; mais de 1.000 profissionais envolvidos durante o período; mais de 300 empresas de toda a cadeia produtiva engajadas.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Seminário CSI Brasil – Crimes e Segurança da Informação Impressa e Digital

**Objetivo:** O evento tem como objetivo explorar duas etapas relacionadas aos crimes e à segurança da informação impressa e digital – combate à falsificação de documentos de segurança e proteção de produtos contra pirataria.

**Descrição:** Pirataria, reproduções não autorizadas e adulteração de produtos e documentos têm se mostrado práticas crescentes em vários segmentos. Identificamos uma carência na informação sobre documentos falsificados e promovemos seminário específico para o segmento.

O CSI Brasil é um evento internacional que apresenta tecnologias para impedir o crime, experiências de órgão públicos, conceitos de segurança, normalização e cases relacionados ao mundo da fraude em segurança da informação, tendo como principal parceira a polícia científica de documentoscopia do estado de São Paulo.

Os participantes, principalmente peritos científicos e gráficas de segurança e sigilo, interagem e debatem com especialistas técnicas de combate ao crime. A identificação dos participantes é de suma importância; por este motivo, eles são validados criteriosamente pela polícia.

**Pontos Fortes:** Fortalecimento de informações de segurança em combate ao crime; visibilidade para sindicato; desenvolvimento de identidade e disseminação de segurança na cadeia produtiva.

**Pontos Fracos:** Não identificamos pontos negativos.

**Principais Resultados:** Desenvolvimento de serviço de qualidade, de suma importância para a polícia científica; contribuição com o combate ao crime; profundidade de informações técnicas e tecnológicas para dar subsídios para peritos; capacitação e desenvolvimento do segmento gráfico na área de segurança. Capacitamos mais de 150 peritos e gráficas de segurança com 99,8% de satisfação; com este evento, houve solicitação para desenvolvermos um evento para comunidade comercial de combate à falsificação de documentos e cédulas.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Sondagem da Indústria Gráfica Nacional – Qual o Sentimento do Empresário?**

**Objetivo:** A sondagem da indústria gráfica tem como objetivo gerar indicadores de tendência passada e futura e de satisfação do empresário. Os indicadores permitem a empresários e profissionais da área acompanhar a evolução recente da indústria gráfica, bem como conhecer o sentimento do empresário e prever sua evolução.

**Descrição:** A sondagem da indústria gráfica brasileira é uma sondagem de opinião empresarial, realizada trimestralmente pela Abigraf Nacional, a fim de monitorar a evolução da atividade industrial, da confiança do empresário e, conseqüentemente, da evolução futura da indústria.

A amostra é probabilística e a pesquisa é feita trimestralmente a partir de uma população de empresas com 1 empregado ou mais. O questionário da sondagem é dividido em dois blocos, o primeiro contém questões fixas para identificar a formação estrutural das empresas (UF, quantidade de funcionários e segmento) e para a construção do Índice de Confiança do Empresário Gráfico. Este último mede o sentimento dos empresários quanto a situação atual dos negócios em relação a seis meses atrás e as expectativas para os próximos seis meses. No segundo bloco, a cada trimestre são abordados temas específicos de relevância para o setor, a fim de assimilar a opinião do empresário e identificar possíveis demandas do setor gráfico.

**Pontos Fortes:** Levantar indicadores de confiança somente do setor gráfico; abordar assuntos relevantes para o setor; âmbito nacional; viabilizar aos empresários gráficos um indicador que os auxilie na tomada de decisões; possibilidade de confrontar os resultados com outras indústrias.

**Pontos Fracos:** Falta de cultura e baixo interesse dos empresários e profissionais do setor em participar de pesquisas setoriais.

**Principais Resultados:** Desenvolvimento e divulgação de relatório com os principais resultados da pesquisa, apontando indicador de confiança do empresário gráfico dividido por região, segmento de atuação e porte da empresa.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Summit de Comunicação – A Força da Mídia Impressa**

**Objetivo:** O *Summit* de Comunicação tem como objetivo reunir importantes nomes do mercado para disseminar informações, tendências e cases de criações impressas inovadoras e vencedoras. Idealizado para os profissionais de marketing e publicidade, o evento aborda temas como estratégia, ROI e construção de marcas.

**Descrição:** Cerca de 300 profissionais de publicidade, propaganda e marketing estiveram reunidos na primeira edição do Summit de Comunicação – A Força da Mídia Impressa, que aconteceu no dia 02 de dezembro de 2015, das 8h30 às 16h30, no Hotel Pullman Vila Olímpia, localizado no bairro da Vila Olímpia, em São Paulo. O evento foi promovido pelo jornal Propmark, com patrocínio da entidade e associação, Abro, Fedrigoni, HP, Plural Indústria Gráfica e Two Sides Brasil. Contou com a participação de grandes nomes do marketing e da atualidade, como Federico Sader – Diretor de Marketing da Nielsen Brasil, Sergio Maria – Google, Michel Péroni – Consultor de Marketing e Varejo, Jacques Claude – Presidente do Conselho da Gutenberg Networks, Luiz Lara – Presidente da Lew Lara/TBWA, Andrea Costa do Nascimento – Gerente da Área de Inteligência e Pesquisa de Mercado da Editora Abril, Marjorie Fryszman – Assessora de Desenvolvimento de Mercado dos Correios, Nizan Guanaes – Sócio-fundador do Grupo ABC.

O evento promoveu um ambiente para a geração de informações, fortalecimento das relações com clientes e prospecção de novos negócios. Foram abordados temas como: Estratégias eficazes para um cenário de mídia e desenvolvimento; não se constrói uma marca apenas com mídia digital; mídia impressa como estratégia de vendas; agências e anunciantes não devem desprezar a força da mídia impressa; na Mídia Impressa, ser criativo é ainda mais importante.

**Pontos Fortes:** Trazer relatos de experiências, através de representantes de grandes multinacionais, de que a mídia impressa é essencial na comunicação; destaque ao evento em grandes veículos de mídia; lançamento da Revista Print Power no Brasil, uma revista com cases nacionais e internacionais, pesquisas e atualidades sobre o uso de impressos; avaliação positiva do evento, de acordo com as pesquisas de satisfação.

**Pontos Fracos:** Pouco tempo para divulgação do evento; maior participação de publicitários; painel de anunciantes não foi viabilizado; pouco tempo para discussão e painel de debates; falta de interesse das gráficas no fomento do evento.

**Principais Resultados:** Nizan Guanaes trará grandes campanhas televisivas em formato impresso em 2016; participantes avaliaram evento como excelente; participantes se disseram dispostos a participar da próxima edição; Jornal Propmark continuará como parceiro; palestrantes reconheceram em suas falas a importância da mídia impressa; patrocinadores se sentiram prestigiados no evento; gerou grande interesse de imprensa em torno dos temas tratados.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Two Sides Brasil

**Objetivo:** Two Sides promove a valorização da comunicação impressa e difunde informações que provam a sustentabilidade da comunicação impressa para os públicos de interesse; coíbe o greenwashing, que se apodera de argumentos ecológicos para justificar medidas de economia na substituição do impresso pelo eletrônico.

**Descrição:** Ao longo das últimas duas décadas, multiplicaram-se os vaticínios sobre o fim de revistas, jornais e livros físicos. Em nome da sustentabilidade, eles seriam substituídos por versões *on-line*, supostamente mais democráticas (em tese, qualquer pessoa poderia produzir conteúdo e a informação ficaria mais barata e acessível) e sustentáveis (por dispensarem papel, tinta, transporte). Argumentos esmagadores como pedra, porém insustentáveis.

E, vale acrescentar, o impresso é totalmente sustentável ao longo de sua cadeia, como mostram os números. 100% do nosso papel e da celulose vêm de florestas plantadas; 45% do papel que utilizamos é reciclado; 64 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>, um dos gases do efeito estufa, são anualmente absorvidas pelas florestas plantadas pelo setor papelero; 1,1% das emissões de gases de efeito estufa deve-se à cadeia da comunicação impressa, contra 14,7% da indústria em geral e 13,8% da agricultura.

Por outro lado, 30 minutos de leitura *on-line* causam o mesmo impacto ambiental de um jornal impresso; o envio de um e-mail com anexo de 400 kb para 20 pessoas equivale a uma lâmpada de 100 watts acesa por 20 minutos; o descarte global de produtos eletrônicos cresce rapidamente e já está entre 20 e 50 milhões de toneladas ao ano, com acúmulo de materiais de alta toxicidade.

O objetivo é difundir a sustentabilidade da comunicação impressa pela divulgação de informações e pesquisas que comprovam os ganhos econômicos, ambientais e sociais propiciados por essa cadeia de valor. A campanha envolve anúncios customizados para diferentes mídias e publicações para sensibilizar formadores de opinião, setor público, academia e consumidores. O apoio de toda a mídia impressa será fundamental para o sucesso da Two Sides no Brasil, como, inclusive, demonstra a adesão de duas das mais expressivas entidades do setor – a Associação Nacional de Jornais (ANJ) e a Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner).

**Pontos Fortes:** Forte apoio das entidades de jornais; forte apoio dos membros na divulgação de informações; ações em parceria com Sesi-SP, Senai-SP e Fiesp; grande interesse da mídia em artigos relacionados a Two Sides; ampla divulgação da campanha em eventos do setor; apresentações para órgãos governamentais, que são importantes clientes da indústria gráfica; defesa do material gráfico perante agências de publicidade e departamentos de marketing, principais clientes dos associados; divulgação da campanha e da importância da comunicação impressa em escolas e universidades; curadoria de uma pesquisa

de mercado que traçou um raio X do comportamento do brasileiro em relação ao papel e à comunicação impressa; palestras para equipes de vendas das indústrias gráficas, aumentando seu relacionamento com a entidade patronal.

**Pontos Fracos:** Falta de apoio da entidade representativa de papel e celulose; difícil acesso a informações setoriais sobre papel e celulose; staff reduzido; falta de estratégia a longo prazo; falta de apoio das editoras de revistas.

**Principais Resultados:** 40.000 livretos sobre mitos e fatos distribuídos nacionalmente; 36 cartas contra greenwashing enviadas para 17 empresas multinacionais; 12 newsletters sobre sustentabilidade da comunicação impressa enviadas para 40.000 contatos; 137 inserções na mídia, equivalentes, em valores de tabela, a R\$ 1.300.000,00; 15 anúncios em jornais de grande circulação, equivalentes, em valores de tabela, a R\$ 1.800.000,00; 12 anúncios em revistas setoriais equivalentes, em valores comerciais de tabela, a R\$ 133.000,00.

## SINDINSTALAÇÃO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE INSTALAÇÕES  
ELÉTRICAS, GÁS, HIDRÁULICAS E SANITÁRIAS DO  
ESTADO DE SÃO PAULO

### Índice de Reajuste Setorial e Correção dos Contratos de Obras

**Objetivo:** Criação do índice setorial através de fórmula paramétrica para possibilitar reajustes em contratos, principalmente os a médio e longo prazos, assim como acompanhamento mensal da variação de mercado dos custos dos insumos aplicados em obras.

**Descrição:** Atores: Consultores da FGV/lbre, diretores da entidade patronal, comitês setoriais, além de proprietários e gestores de engenharia e orçamento das empresas associadas.

Projeto em 4 fases: Questionário aplicado às empresas para identificação dos insumos aplicados nas obras e dos seus respectivos pesos na estrutura dos custos setoriais; definição da metodologia para determinação dos pesos da cesta de insumos; apresentação da estrutura de pesos obtida a partir da metodologia; apresentação da fórmula paramétrica obtida a partir do sistema de pesos e da correspondência entre os insumos da cesta e itens dos índices periódicos da FGV.

Compôs ainda o projeto um anexo com a descrição dos índices periódicos apurados pela FGV que integram a fórmula paramétrica e a apresentação da evolução do novo indicador obtido nos últimos 5 anos.

Para análise, o novo indicador foi comparado ano após ano com outros índices divulgados no ambiente da construção civil e que não exprimem a realidade do nosso segmento específico.

**Pontos Fortes:** Equilíbrio financeiro, preço justo e competitivo nos contratos de obras das empresas; índice próprio e da realidade do segmento de atividade; aceitação por parte dos contratantes, sabendo a realidade do que irão pagar; in-



serção de cláusula específica da utilização do índice em contratos; minimização de perdas econômicas; melhora na gestão e na participação em licitações e concorrências; projeto elaborado pela FGV – entidade acadêmica de credibilidade; fortalecimento da participação das empresas no sindicato e no associativismo.

**Pontos Fracos:** Nenhum.

**Principais Resultados:** Uma realidade esperada, na qual agora se estipula preços justos e competitivos e que refletem a realidade dos serviços prestados, além da extrema importância na evolução dos negócios das associadas (custos x lucro).

Num ambiente de inflação como o do Brasil, o índice garante equilíbrio nos contratos e transparência para os contratantes.

Como principal resultado, destacamos a viabilização da segurança financeira do negócio e fortalecimento da parceria entre as empresas associadas e seus contratantes

## SINDIPEDRAS

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA  
BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Permanência da Alíquota de Imposto Reduzida**

**Objetivo:** Reduzir a carga tributária incidente sobre o produto, de maneira a permitir a oferta de produto mais barato frente aos consumidores.

**Descrição:** Trabalho que se repete há anos e que – após muitas reuniões, demonstrações econômicas, exemplos de outros países e situações adotadas em diversos estados do Brasil – consegue manter a redução do percentual do ICMS incidente sobre a base de cálculo em 33,33%.

**Pontos Fortes:** Redução feita através de decreto do governo do estado, com aprovação pelo Confaz. Com isso, o produto comercializado apresentou redução de seu valor na porcentagem de sua participação no custo que esta redução proporcionou. Desta forma, as empresas ofertaram melhores valores ao mercado consumidor.

**Pontos Fracos:** A necessidade de sempre estar se justificando com novo pedido para a continuidade da redução do percentual da base de cálculo a cada proximidade de vencimento da validade do decreto.

**Principais Resultados:** Melhoria nos valores de oferta do produto junto ao mercado consumidor e demonstração do trabalho dedicado e persistente da entidade para sua renovação.

# SINDITEXTIL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FIAÇÃO E TECELAGEM EM GERAL; TINTURARIA, ESTAMPARIA E BENEFICIAMENTO; DE LINHAS, ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO, DE NÃO TECIDOS E DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Criação de um grupo técnico para discussão da relação entre indústria e varejo**

**Objetivo:** Promover maior integração da cadeia de suprimento, estimulando o diálogo direto entre produtores e varejistas com foco em programas de auditorias para melhoria das condições sociais e trabalhistas.

**Descrição:** Grupo técnico de trabalho criado em 2015 dentro de um comitê setorial da entidade para discutir a relação entre a indústria e o varejo, com foco na certificação estabelecida pelo varejo.

Formado pelo sindicato, empresas do setor, varejistas, Associação Brasileira do Varejo Têxtil (Abvtex), empresas privadas que trabalham com certificação e representantes da Superintendência Regional do Trabalho e Emprego do Estado de São Paulo.

Seguindo uma grande tendência existente no mercado mundial, grandes varejistas do setor passaram a exigir uma certificação de seus fornecedores, o que pode gerar dúvidas de interpretação e implementação, levando até a inviabilização do fornecimento.

A iniciativa do sindicato foi colocar em uma única mesa todos os atores envolvidos nessa temática, para que um grande número de questões pudesse ser esclarecido/debatido, promovendo o aumento da confiança entre os envolvidos.

Uma das principais discussões do grupo está em torno da interpretação das autoridades públicas em relação a pontos específicos da regra de certificação e da legislação trabalhista. Além disso, há um importante debate entre fornecedores e varejistas sobre as auditorias privadas.

**Pontos Fortes:** Capacidade de articulação do sindicato para reunir atores diversos para discutir questões sensíveis. A tendência mundial é de aumento de ações públicas/privadas para a promoção do trabalho digno, mas a iniciativa de unir esses atores em um fórum formalmente estabelecido para o alinhamento de entendimentos é inovadora.

Propiciar ambiente em que todos possam apresentar suas opiniões e dúvidas; viabilizar consenso entre as partes, adaptando as práticas, quando necessário, e garantindo a continuidade do fornecimento de empresas, que, sem esta ação, poderiam perder seu cliente varejista.

**Pontos Fracos:** Dificuldade para coordenar a agenda do grupo, tendo em vista o grande número de participantes; elevado número de atores também faz com que as discussões se estendam, dificultando a inclusão mais rápida de novos temas na agenda.

**Principais Resultados:** Desde junho de 2015, foram realizadas quatro reuniões; esclarecimento de questões pontuais, como moradia e hora extra; contribuição no aumento da confiança nas relações público-privadas e entre compradores/fornecedores, o que fortalece a cadeia brasileira têxtil e de confecção; engajamento dos representantes do Ministério do Trabalho e Previdência Social, com importante papel orientativo, que ajuda na diminuição dos atritos entre os atores.

## SINDITEXTIL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FIAÇÃO E TECELAGEM EM GERAL; TINTURARIA, ESTAMPARIA E BENEFICIAMENTO; DE LINHAS, ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO, DE NÃO TECIDOS E DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Frente Parlamentar Setorial

**Objetivo:** Reforçar a representatividade do setor no âmbito da Assembleia paulista e, com isso, facilitar a adoção de políticas públicas de estímulo ao crescimento da indústria.

**Descrição:** Com uma agenda de trabalho voltada à competitividade, o setor atua na articulação com o Legislativo do estado de São Paulo. Dessa forma, leva ao Executivo, por meio da Frente Parlamentar, as demandas e propostas para a melhoria das condições de produção e de emprego no setor. Por meio dessa ação, o sindicato tem conseguido uma agenda ampla, que envolve também os sindicatos laborais.

Com esse trabalho, levamos propostas concretas para o desenvolvimento da economia paulista, por ocasião da melhoria de condições de competitividade da indústria presente no Estado. Fomento ao debate amplo multipartidário, constante e na busca de soluções dos problemas reais da indústria paulista.

**Pontos Fortes:** Alto envolvimento dos empresários e de representantes dos trabalhadores, além dos políticos do Legislativo paulista; melhoria na interlocução com o Executivo, sempre que o assunto já se fez debatido e acordado no Legislativo; possibilidade de os parlamentares tomarem conhecimento da conjuntura da indústria paulista, uma vez que sempre se mostram os números oficiais do setor aos participantes da Frente.

**Pontos Fracos:** Demora na realização dos debates em ações concretas, pois o processo legislativo é muito mais moroso que as necessidades do mundo concorrencial enfrentado pelas indústrias; impactos do cenário político atual e incertezas, que tornam toda a máquina do estado mais lenta e indecisa que o normal; poucos encontros presenciais ao longo do ano.

**Principais Resultados:** 26 integrantes, entre membros e apoiadores de todas as correntes partidárias presentes no parlamento; em 2015, ocorreram quatro encontros com a Secretaria de Fazenda, com a presença do próprio secretário em dois deles, a fim de debater assuntos do setor, com a participação efetiva

de parlamentares da frente setorial; demanda para levantamento do ICMS em estados “concorrentes”.

## SINDITEXTIL

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FIAÇÃO E TECELAGEM EM GERAL; TINTURARIA, ESTAMPARIA E BENEFICIAMENTO; DE LINHAS, ARTIGOS DE CAMA, MESA E BANHO, DE NÃO TECIDOS E DE FIBRAS ARTIFICIAIS E SINTÉTICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Mapeamento do ICMS no Setor – Estados Selecionados

**Objetivo:** Contratação de estudo de mapeamento da guerra fiscal em 7 estados da federação – CE, SC, RS, MG, MS, PR e RJ –, com vistas a verificar e alertar as autoridades do estado de São Paulo para práticas anticoncorrenciais, com o intuito de atrair empresas e empregos contra a economia paulista.

**Descrição:** Por ocasião das discussões feitas no Parlamento Paulista – com a Frente Parlamentar –, o setor foi instado a contratar um estudo para amparar a tomada de decisão em relação às ações a serem feitas para mitigar a guerra fiscal da qual a economia paulista é vítima.

Diante disso, o sindicato, com recursos próprios, abriu um processo de tomada de preços em três concorrentes; ao final do certame, contratou escritório de advocacia especializado na área tributária para esse levantamento. O estudo final tem quase 100 páginas, com dados relativos aos incentivos, seus aspectos controvertidos, a alíquota efetiva de ICMS nesses estados e até mesmo questões de inconstitucionalidade que podem ser impugnadas pelo governo paulista.

Com essa ação, estamos defendendo os interesses do setor contra a concorrência desleal e mesmo ilegal por parte de outros estados da federação. Para tanto, o mapeamento da legislação de ICMS desses estados membros é ponto central para pautar as autoridades e alertar todos os interessados, inclusive os sindicatos laborais

**Pontos Fortes:** Contribuir com o governo do estado na defesa dos interesses das indústrias e dos trabalhadores de São Paulo; entregar aos parlamentares e ao Executivo estudo que mostre a falta de isonomia que as empresas do setor enfrentam em relação a outras instaladas fora do estado de São Paulo; baixo volume de recursos financeiros envolvidos, por conta de disputa entre os participantes do certame, o estudo completo saiu por apenas R\$ 4 mil.

**Pontos Fracos:** Dada a complexidade do assunto e a queda da arrecadação por conta da crise econômica pela qual passa o país, dificilmente ações a curto prazo poderão ser tomadas para diminuir a assimetria concorrencial da qual sofrem as empresas do setor instaladas em São Paulo; a própria dinâmica de novas políticas de atração de investimentos de outros estados faz do estudo um documento que deva ser atualizado com frequência, portanto custoso.

**Principais Resultados:** Documento detalhado entregue à Frente Parlamentar e ao governo do estado; debates e apresentação do resultado do estudo para

o próprio empresário paulista, de forma que se possa avaliar alternativas para investimentos futuros e atuais.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Intensificação da farmacovigilância ativa no monitoramento dos eventos adversos das vacinas da gripe**

**Objetivo:** Propor mudança na regulamentação brasileira atual, visando fortalecer as atividades de farmacovigilância através de dois eixos principais: Foco no fortalecimento das atividades de monitoramento pós-registro; acompanhamento contínuo do perfil de risco/benefício da vacina.

**Descrição:** Em janeiro de 2014, a EMA anunciou que estudos clínicos para suporte à atualização anual de cepas não seriam mais conduzidos a partir de 2015/16. O racional para esta decisão se baseia no entendimento de que estes estudos não são considerados suficientemente preditivos em relação à eficácia e segurança esperadas antes da aprovação da atualização de cepas. Esta é também a conclusão de estudos publicados e revisões que analisaram o valor de pequenos estudos clínicos realizados neste contexto.

A principal razão para a isenção da realização de estudos clínicos é o longo histórico de uso seguro e eficaz em populações muito grandes. Em termos de eficácia é improvável que haja impacto significativo no perfil de imunogenicidade de vacinas inativadas ou atenuadas. Da perspectiva de segurança, a premissa é de que o nível de evidência que pode ser obtido a partir de tais estudos é limitado.

Propor a alteração dos requerimentos brasileiros para a atualização da(s) cepa(s) de produção da vacina *influenza*, de modo a excluir a necessidade de apresentação de estudos clínicos realizados com a vacina produzida com a(s) nova(s) cepa(s), em alinhamento com os critérios adotados pelas autoridades sanitárias de referência para esta agência.

A vigilância pós-comercialização (farmacovigilância) apresenta-se como o melhor instrumento de avaliação de segurança para eventos raros, graves e/ou inesperados. Desta forma, a proposta do sindicato foi intensificar a troca de informações de segurança entre detentor de registro e Anvisa, em substituição à realização dos estudos clínicos, uma vez que tais estudos: não são representativos da população-alvo de vacinação; não possibilitam a detecção de eventos adversos raros e graves; somente fornecem informações de segurança conhecidas; não têm a capacidade de controlar fatores que podem influenciar na resposta imune; não permitem identificar vacinas de baixa imunogenicidade.

**Pontos Fortes:** A proposta apresentada está alinhada às discussões internacionais sobre o tema. Os estudos clínicos até então requeridos para suportar as petições para atualização anual de cepas no contexto do uso da vacina sazonal não deverão ser rotineiramente submetidos (aplicável a partir da campanha de 2015/2016), pois, com base no conhecimento atual, não são considerados suficientemente informativos acerca da eficácia e segurança esperadas da vacina antes da aprovação da alteração anual de cepas.

**Pontos Fracos:** Não foram detectados.

**Principais Resultados:** Publicação em 18 de dezembro de 2015 de nota técnica relacionada à intensificação das atividades de farmacovigilância para a vacina influenza sazonal pela Anvisa. Agradecimentos da Anvisa ao sindicato pela condução da discussão técnica e envolvimento de todas as empresas detentoras de registro. Evitou-se atrasos na disponibilização das vacinas. Economia de recursos por parte das empresas, que puderam ser direcionados no fortalecimento das ações de farmacovigilância, reconhecidamente mais efetivas.

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Liminar favorável obtida pelo sindicato na contestação do reajuste de taxas da Anvisa

**Objetivo:** Obter a suspensão da exigibilidade da Taxa de Fiscalização da Vigilância Sanitária (TFVS), instituída pelo art. 23 da Lei nº 9.782/1999, com reajuste determinado pela Medida Provisória nº 685/2015 e realizado através do Ministério da Fazenda por meio da Portaria Interministerial nº 701, de 31/8/2015.

**Descrição:** A Medida Provisória no 685/2015 autorizou o Executivo a corrigir monetariamente a TFVS, competência que o Decreto nº 8.510/2015 delegou ao Ministro da Fazenda e da Saúde e que a Portaria Ministerial nº 701/2015, ao final, corrigiu monetariamente.

Em defesa de seus associados, o sindicato entrou com ação liminar contra o reajuste previsto na Portaria nº 701/15, na qual o menor percentual de variação foi de 153,43% e o maior foi de 193,55%.

Decisão do TRF, 1a região, em 15/12/2015, suspendeu a exigibilidade da TFVS com os valores estipulados na Portaria Interministerial no 701/2015, e manteve os valores adotados pela Lei nº 9.782/1999 e suas alterações para os associados do sindicato.

**Pontos Fortes:** Ser uma entidade representativa do setor, com 230 associados, que correspondem a 90% do mercado farmacêutico. A multiplicidade de associados com distintos perfis destaca nossa imparcialidade na defesa dos interesses do nosso corpo associativo.

**Pontos Fracos:** Não foram detectados.

**Principais Resultados:** É uma decisão provisória, mas, em especial neste momento de grave crise econômica e política, deu fôlego às empresas com fabricação de alguns produtos menos rentáveis para manter funcionários que poderiam ser dispensados caso as linhas de produção fossem reduzidas.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Livro *Rastreabilidade de Medicamentos: Elementos para monitoramento e segurança***

**Objetivo:** Padronizar a nomenclatura adotada nacional e internacionalmente, descrever tecnologia disponível e etapas por onde circulam os medicamentos até os estabelecimentos do varejo e hospitais, com mecanismos de registro e armazenamento de dados, para fins de controle, indispensáveis ao gerenciamento.

**Descrição:** Resultante da parceria entre o sindicato e a Gestão em Automação & TI (Gaesi) do Departamento de Energia e Automação Elétrica da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, o livro *Rastreabilidade de Medicamentos: Elementos para monitoramento e segurança* contém ampla conceituação aplicada ao segmento farmacêutico, com ferramentas específicas para o gerenciamento e a rastreabilidade dos medicamentos através da cadeia de distribuição.

Além de apresentar um compêndio teórico com a compilação de normativas nacionais e internacionais, conceitos e exemplos internacionais já consolidados, este livro descreve um projeto-piloto, faz uma análise de seus resultados e propõe uma metodologia para o processo de implementação do Sistema Nacional de Controle de Medicamentos (SNCM) nas empresas.

**Pontos Fortes:** Participação intensa e constante de profissionais especializados do setor.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Este é o resultado de exaustivo trabalho e visa ser utilizado como guia para consultas e instrumento no processo de implementação do SNCM nas empresas. Diante do conhecimento divulgado, as empresas podem tomar decisões estratégicas adequadas ao cenário.

# SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS  
FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## **Organização de *showroom* e ciclo de palestras sobre cadeia fria de medicamentos: uma contribuição para a seleção adequada de fornecedores**

**Objetivo:** O sindicato realizou um evento para apresentar aos associados a evolução técnica em nível mundial na área de produtos sensíveis à temperatura e ao tempo (PSTT).

**Descrição:** Evento para demonstrar a evolução técnica em nível mundial na área PSTT, através de palestras técnicas e da exposição de equipamentos, materiais, serviços e produtos destinados à operação com produtos de cadeia fria.

Adicionalmente, o evento ofereceu atualização aos profissionais de indústrias farmacêuticas, distribuidores, operadores logísticos, transportadores de medicamentos, bem como aos demais envolvidos na operação com os medicamentos de cadeia fria.

O encontro contou com palestras do especialista internacional Rafik Bishara, entre outros palestrantes nacionais e internacionais. Durante o evento, também foi lançado o livro *Cadeia Fria: Guia para a indústria farmacêutica*, que visa harmonizar os requerimentos técnicos para armazenagem, manuseio e transporte de produtos sensíveis à temperatura não só no âmbito da indústria, mas também da logística de distribuição.

**Pontos Fortes:** Em um único evento, as empresas tiveram acesso a várias soluções tecnológicas que propiciam o atendimento as necessidades de seus produtos, possibilitando a escolha do que melhor atende as necessidades da empresa e ainda uma melhor negociação para a contratação de serviços voltados à proteção de produtos que devem ser mantidos à temperatura de 2 a 8°C, notadamente produtos biológicos.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

**Principais Resultados:** Antecipação de tendências da área; difusão de informações importantes sobre um tema de grande relevância para o setor farmacêutico na atualidade; economia de recursos das indústrias farmacêuticas.

## SINDUSFARMA

### SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

#### **Simpósio Internacional: Análise de Risco da Contaminação Cruzada na Indústria Farmacêutica**

**Objetivo:** Discutir o atual estágio da tecnologia de contenção incorporada aos processos farmacêuticos de manufatura, visando à prevenção de potencial contaminação cruzada entre produtos diferentes e a exposição do operador a níveis de contaminação acima de limites cientificamente determinados como seguros.

**Descrição:** O Simpósio foi realizado na sede da Anvisa e, em seguida, na sede do sindicato. Cerca de 90 técnicos da Anvisa e de órgãos estaduais e municipais, além de colaboradores das indústrias farmacêuticas, puderam participar de apresentações de especialistas internacionais que expuseram a regulamentação dos EUA e da Europa sobre boas práticas de fabricação, com foco na análise de risco para evitar a contaminação cruzada na produção compartilhada de medicamentos. Apresentando conceitos e metodologias utilizadas na construção de análise de riscos baseada em dados, com exercícios práticos e estudos de casos reais.

Também participou do evento o gerente geral de Inspeção da Anvisa, Nélcio César de Aquino, que afirmou que a tendência é o Brasil acompanhar o que se faz na Comunidade Europeia e Estados Unidos (EUA), onde há maior flexibilidade para compartilhamento.



**Pontos Fortes:** Participação de profissionais especializados e autoridades sanitárias que valorizam as atividades e o trabalho do sindicato. Reconhecimento de autoridades reguladoras, em razão da contribuição da entidade na implementação e no monitoramento do cumprimento da legislação e regulamentação.

**Pontos Fracos:** Inexistentes.

Principais Resultados: Evento de grande valor para os associados, tanto do ponto de vista de aprimoramento e atualização profissional, quanto do ponto de vista econômico, já que proporciona acesso a informações e conhecimento de assuntos discutidos internacionalmente, sem que as empresas necessitem deslocar seus profissionais para participar de eventos no exterior. Diante do conhecimento adquirido, as empresas podem tomar decisões estratégicas adequadas ao cenário mundial.

## SINIEM

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE ESTAMPARIA DE METAIS

### **Sindicato é Aliado para Superar Barreiras na Exportação**

**Objetivo:** O setor de tubos para aerossóis e bisnagas de alumínio tem enfrentado dificuldades no comércio com a Argentina. O sindicato patronal atua em parceria com Derex-Fiesp para ações na área de defesa comercial.

**Descrição:** O setor de bisnagas de alumínio, destinadas a medicamentos e itens cosméticos, enfrenta agora barreira técnica que abrange diversos produtos impressos. As tintas para impressão das embalagens devem obedecer ao limite inferior de 0,06% de chumbo. Todos os produtos devem ser obrigatoriamente certificados por organismo certificador argentino, não sendo aceitas certificações do Brasil ou do exterior. Empresas associadas deste setor relataram ao sindicato situações críticas com clientes argentinos, devido ao atraso da importação. A nova imposição gera atrasos e custos adicionais para fabricantes e clientes.

**Pontos Fortes:** O sindicato patronal atuou com agilidade e contou com a assessoria experiente da área de Defesa Comercial do Derex-Fiesp para orientar e esclarecer as empresas associadas sobre os procedimentos para buscar soluções. Por meio do sindicato estão em andamento ações para tornar flexível essa exigência, de forma que sejam aceitos também os laudos de certificação emitidos no Brasil.

**Pontos Fracos:** A demanda dos fabricantes brasileiros foi encaminhada ao Inmetro, com apoio do Derex-Fiesp. Aguarda-se posição do Inmetro para questionar a exigência do país vizinho, e esse processo é demorado.

**Principais Resultados:** Caso não seja aceito um órgão certificador brasileiro, o sindicato deverá argumentar perante as autoridades e defender a política de reciprocidade. Com o volume expressivo de tubos de aerossóis provenientes da Argentina exportados para o Brasil desde o ano de 2008, caberia a contrapartida de que tais produtos fossem validados por certificação obrigatória no Brasil. O

sindicato, na condição de sindicato nacional, pode exercer esse nível de interlocução diante das autoridades brasileiras e argentinas.

## SINPEC

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE PNEUMÁTICOS, CÂMARAS DE AR E CAMELBACK

### Ações para a Defesa da Indústria de Pneumáticos – Medidas de Defesa Comercial

**Objetivo:** Aplicação de direito antidumping para pneus de passeio, carga e moto, com o propósito de se proteger contra o comércio desleal, caracterizado pela importação de produtos a preços de *dumping* no mercado nacional, de forma a neutralizar os danos causados por estes à indústria de pneumáticos.

**Descrição:** O painel se propõe a explorar as investigações de antidumping promovidas pelo setor para, por meio de casos práticos, discutir os seguintes aspectos que caracterizam as ações adotadas: histórico e estatísticas; atuação da associação; desafios para se obter alinhamento da indústria doméstica; relevância sobre cuidadosa definição do produto objeto das investigações; análise da entrada de produtos abaixo do preço praticado em mercados internos para ganhar o mercado brasileiro; avaliação do sucesso dos instrumentos utilizados; impacto das medidas para ajudar o crescimento e melhorar as condições de competitividade do setor frente aos atuais desafios do comércio internacional.

#### Pontos Fortes:

- Oportunidades: Possibilidade para que outros setores adotem a mesma medida no cenário atual de crise; identificação das lições aprendidas nos casos que podem ser divididos com outros setores.
- Particularidades: êxito nas diversas medidas pleiteadas; esclarecimento sobre a motivação para um número expressivo de casos; esclarecimento sobre a coordenação das diversas empresas participantes.

**Pontos Fracos:** Dificuldades: demora na gestação das ações e implementação das medidas; ações adotadas para burlar as medidas aplicadas (desvio de comércio, alteração de produtos, práticas ilegais como triangulação, fraude de origem e outras).

**Principais Resultados:** As investigações realizadas pelo governo identificaram dumping nas importações e danos às fabricantes locais, aplicando direito antidumping de 5 anos para pneus de passeio (Resoluções Camex nº 56 e nº 114/13; nº 1/14), carga (Resoluções Camex nº 107/14 e nº 32/15) e moto (Resolução Camex nº 108/13). Através dessas medidas foi possível coibir práticas desleais de comércio em importações originárias de países que praticavam o *dumping* (África do Sul, China, Coreia do Sul, Taipé Chinês, Tailândia, Ucrânia)

# SINPROCIM

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS DE CIMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO

## Isonomia Competitiva Técnica Concorrencial

**Objetivo:** O Projeto, já exitoso melhora a isonomia competitiva das empresas ligadas a entidade através da análise de licitações públicas para aquisição de produtos de cimento, produtos em conformidade com as normas técnicas, licenças ambientais para funcionamento, entre outros aspectos técnicos e legais.

**Descrição:** Há um vigoroso trabalho para o aprimoramento da normalização técnica no Brasil, através da ABNT e ISO. Destaca-se nesse processo a importante participação das entidades no Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H) através dos Programas Setoriais da Qualidade (PSQ).

Trata-se de iniciativa própria da entidade de monitorar, avaliar e tomar as medidas cabíveis para combater o uso de produtos fora dos padrões mínimos de qualidade, a especificação de produtos de cimento em desacordo com as normas em licitações públicas e a fabricação de produtos em canteiro de obras sem as devidas licenças e exigências de uma unidade fabril regular.

A demanda é feita pelas empresas do setor através do nosso Disk Denúncia (0800 17 11 12), sem a necessidade de se identificar, mantendo assim o sigilo da empresa.

A denúncia é avaliada pelos técnicos (engenheiros) da entidade, que verificarão a procedência da irregularidade; se necessário, são realizadas visitas técnicas ao local para inspeção visual com registro fotográfico e posterior encaminhamento ao departamento jurídico da entidade para a notificação aos órgãos competentes.

A concorrência justa é o principal foco do programa, porém redução de desperdícios e resíduos, aumento de produtividade, qualidade e competitividade são resultados alcançados pelo projeto.

Já foram realizadas dezenas de ações voltadas ao combate à não conformidade, seja na impugnação de licitações, no embargo de obras, na paralisação de fabricação de produtos de cimento em canteiro de obras ou substituição de produtos fora de norma das obras já executadas. Essas ações são necessárias para garantir que todo o setor concorra em condições de igualdade.

**Pontos Fortes:** O contínuo monitoramento das licitações públicas, das irregularidades de obras públicas e do uso de materiais não conformes propiciam um ambiente concorrencial saudável. A organização setorial da entidade é fundamental para desenvolver esse tipo de projeto, principalmente com a participação de todos os fabricantes, independentemente do porte, com a mesma autonomia e, principalmente, com o sigilo assegurado.

A coordenação de uma entidade forte e representativa, com dirigentes atuantes, garante isenção, imparcialidade, confiabilidade e segurança do projeto. Corpo técnico e jurídico próprio altamente especializado e capacitado garantem dinâmica, acompanhamento e efetividade das ações.

**Pontos Fracos:** O pouco comprometimento de alguns órgãos públicos, seja no âmbito da gestão ou do cumprimento da fiscalização (poder de polícia) quanto à qualidade de produtos, licitações e obras, faz com que o programa avance de maneira não tão célere quanto o esperado. A falta de estrutura dos órgãos específicos de defesa do consumidor, bem como a burocracia geram lentidão na efetividade de algumas ações jurídicas.

**Principais Resultados:** Programa autossustentável, proporcionando defesa e representação setorial, aumento de associados, receita e visibilidade, bem como respeitabilidade da entidade perante a cadeia produtiva da construção, melhoria substancial da especificação e qualidade dos materiais.

Jurisprudência positiva com dezenas de processos propostos, adequação de diversas licitações, paralização de diversas obras irregulares, fortalecimento do parque industrial, contribuindo na geração de emprego e capacitação de mão de obra.

## SINDIVINHO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VINHO DE JUNDIAÍ

### Relacionamento Institucional para Implementação do Envase Móvel de Vinho no Brasil

**Objetivo:** Aprovar junto ao Ministério da Agricultura a regularização de prática inovadora no Brasil para o engarrafamento de vinho nas pequenas vinícolas com veículo adaptado com uma linha de envase, melhorando as condições de produção e garantindo qualidade do produto e viabilidade econômica.

**Descrição:** Da observação de que os pequenos produtores de vinho da região de Jundiaí utilizavam técnicas muito rudimentares para o engarrafamento de seus vinhos e conhecendo soluções que vários países do mundo já empregavam para essa mesma finalidade, os membros do sindicato deram início ao projeto de envase móvel de vinho, que certamente exigiria a aceitação de todos e a regularização dessa prática junto ao Ministério da Agricultura, uma vez que não existia no Brasil.

Por ser técnica pioneira no Brasil, a operação de engarrafamento móvel foi devidamente regulamentada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, através de Instrução Normativa nº 17, de 23 de junho de 2015.

Contando com uma tecnologia inovadora, que garante boas práticas de fabricação e total assepsia do processo, a envasadora móvel foi instalada em um baú de caminhão, o qual percorre as propriedades dos produtores de vinho para realizar o envase de pequenas quantidades de garrafas.

O projeto de envase móvel de vinho teve apoio do Sindicato da Indústria do Vinho de Jundiaí em todas as suas fases, ou seja: difusão da ideia junto aos fóruns que tratam da revitalização da vitivinicultura no Estado de São Paulo, desenvolvimento de fornecedor para construção da envasadora móvel e articulação com o Ministério da Agricultura para regulamentação da técnica de envase móvel de vinho no Brasil.

**Pontos Fortes:** Articulações para implantação e regulamentação de nova técnica para engarrafamento de vinho no Brasil, que beneficiará muitas regiões que contam com pequenas vinícolas, principalmente ligadas ao turismo.

Essa nova tecnologia desenvolvida para vinhos em pequena escala também terá aproveitamento em outros segmentos da indústria de bebidas, e seu uso já está em curso para engarrafamento de licores e cachaças de pequenos produtores.

**Pontos Fracos:** A aquisição do veículo com a linha de envase exige recursos que pequenos produtores normalmente não têm; por isso, eles devem se organizar em cooperativas ou contar com um capitalista para bancar o investimento.

**Principais Resultados:** A técnica revolucionou a atividade econômica dos pequenos produtores, já que eliminou dificuldades operacionais/logísticas, e também ofereceu melhores condições para preservação das características organolépticas do vinho. Permitiu o desenvolvimento de novos produtos, como espumantes, que exigem equipamento especial para a preservação do gás. Também dinamizou o turismo, uma vez que produtores, que só produziam para consumo, passaram a oferecer seus produtos para o público.

NEGOCIAÇÃO  
COLETIVA



# NEGOCIAÇÃO COLETIVA

## SINDICATOS PREMIADOS

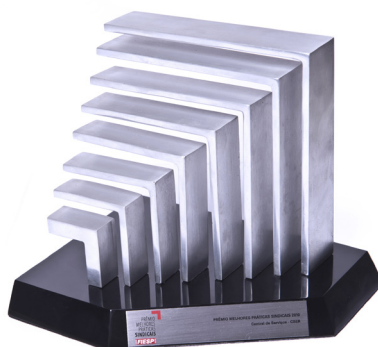
**1º lugar:** Sindusfarma – Conciliação Voluntária de Divergências.

**2º lugar:** Sindicalçados Jaú – Fórum de Resolução de Conflitos Trabalhistas.

**3º lugar:** Sinaemo – Novo Rumo para as Negociações Salariais.

**4º lugar:** Sindifranca – Palestra Informativa sobre Dados Econômicos para a Negociação Salarial 2016.

**5º lugar:** Sictel – Negociação Trabalhista Individualizada.



“NÃO HÁ CONQUISTAS FÁCEIS.  
SÃO AS ESTRADAS SINUOSAS QUE LEVAM  
AO CAMINHO CERTO. O PROFISSIONAL,  
EM QUALQUER OFÍCIO, ALCANÇARÁ O  
TRIUNFO A PARTIR DE UM ESPÍRITO TENAZ,  
FORTE, OBSTINADO”

*Afonso Opazo*

## SINDUSFARMA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Conciliação Voluntária de Divergências

**Objetivo:** Cláusula constante da Convenção Coletiva de Trabalho objetivando conciliar divergência entre empregados e empresas no caso de conflito ou divergência no cumprimento e aplicação da convenção coletiva de trabalho.

**Descrição:** Como as demandas perante a Justiça do Trabalho vêm aumentando excessivamente, o sindicato instituiu a cláusula Conciliação de Divergências, visando mediar os conflitos entre sindicatos dos trabalhadores e empresas farmacêuticas, evitando o acirramento das relações entre as partes.

A cláusula vem sendo suscitada pelos sindicatos de empregados quando não obtêm êxito em solução amigável diretamente com a empresa. O sindicato patronal intervém, de forma a facilitar o diálogo e as negociações, evitando desgastes e conflitos entre empregados, sindicatos e a empresa.

**Pontos Fortes:** Melhora da imagem do nosso sindicato, reforçando sua função de conciliador e representante da categoria; quebra de paradigma entre empresa e sindicato de trabalhadores, para sentarem e aprenderem a negociar dentro de um clima de respeito entre as partes; pioneiros em incluir na Convenção Coletiva de Trabalho uma cláusula de Conciliação Voluntária de Divergências, o que proporcionou um avanço nas relações do trabalho.

**Pontos Fracos:** A forma como lidamos com os problemas no Brasil. Tradicionalmente, não temos o costume de tentar resolver as questões de forma amigável. Para tudo se utiliza o Judiciário. Tanto que foi necessária a instituição dessa Comissão de Conciliação Voluntária de Divergências, visando resolver nossas divergências dentro de casa e não deixar que terceiros decidam por nós.

**Principais Resultados:** Defesa do nosso setor, que vê no sindicato patronal um apoio para solução de divergências; fortalecimento do nosso setor, que passa a ter nesta medida mais uma ferramenta para controle e redução de passivos sindicais e trabalhistas; aprimoramento do relacionamento com os sindicatos profissionais, que passam a confiar ainda mais na seriedade do nosso trabalho e do nosso setor.



# SINDICALÇADOS JAÚ

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

2º  
LUGAR

## Fórum de Resolução de Conflitos Trabalhistas

**Objetivo:** Dirimir dúvidas e resolver questões relacionadas à relação entre trabalhadores e empresas, de maneira a eliminar o conflito judicial, reduzindo tempo para o empregado e custos extras para a empresa.

**Descrição:** Os executivos dos sindicatos (trabalhadores e patronal), com o auxílio de advogados, quando necessário, reúnem-se mensalmente ou, dependendo da urgência, a qualquer momento, para analisar problemas relacionados a questões trabalhistas. Após análise da situação e quando necessário, convida-se a empresa a encontrar, de forma conjunta, uma solução.

**Pontos Fortes:** Redução no número de ações e melhor relacionamento com os trabalhadores.

**Pontos Fracos:** Não aceitação de algumas empresas em discutir as questões.

**Principais Resultados:** Melhora no relacionamento com o sindicato profissional; redução no conflito judicial entre sindicato profissional e empresas.

## SINAEMO

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICOS E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Novo Rumo para as Negociações Salariais

**Objetivo:** A grave crise econômica atual veio reforçar a necessidade de a parte patronal redefinir parâmetros balizadores de negociações salariais calcadas na realidade e circunstâncias de mercado, que possam, na medida do possível, atender aos interesses das partes envolvidas.

**Descrição:** Temos proposto aos nossos pares e empresas filiadas a discussão da desindexação dos parâmetros para negociações salariais, pois a tradicional fórmula representada pela reposição da inflação acrescida de ganho real não mais se aplica em conjunturas em que as perdas e a inadimplência atingem as empresas inapelavelmente, como vêm acontecendo nestes dias. Trata-se de um grande passo para que se sensibilize e convença a parte laboral a abdicar da atual fórmula, cultura típica dos anos de inflação descontrolada, e negociar sob circunstâncias e exigências ditadas pelo panorama econômico e das reais possibilidades das empresas.

**Pontos Fortes:** Nas assembleias gerais convocadas para definir o rumo das negociações, tem-se discutido o livre arbítrio das empresas para as concessões salariais, já que vivenciam as dificuldades do delicado momento econômico financeiro atual. Essa postura demonstra a preocupação patronal para que os efeitos de uma decisão coletiva não onerem ainda mais as empresas do segmento. A adoção dessa linha de conduta requer também o estreitamento das relações das empresas com seus colaboradores para atualizá-los sobre a tendência das negociações e as possibilidades da empresa, visando diminuir o risco de adesões a paralisações e outras medidas radicais prejudiciais aos negócios.

**Pontos Fracos:** Em vista de tratar-se de passo inicial para sensível mudança cultural, essa conduta vai requerer persistência, firmeza e prontidão das empresas frente à insatisfação dos representantes laborais, manifestada através de propostas de acordos coletivos de interesse unilateral e eventuais medidas de retaliação.

**Principais Resultados:** As empresas associadas têm demonstrado assimilação dessa prática, concedendo reajustes adequados às suas possibilidades, o que se constatou através de pesquisa recentemente realizada. Não se tem notícia de paralisações ou outras ocorrências significativas colidentes com seus interesses.

# SINDIFRANCA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA

4<sup>o</sup>  
LUGAR

## **Palestra Informativa sobre Dados Econômicos para a Negociação Salarial 2016**

**Objetivo:** Proporcionar às empresas associadas e não associadas conhecimentos e elementos necessários para tomada de decisões referentes a índices para a correção salarial da categoria.

**Descrição:** Diante do início da negociação coletiva de categoria, desenvolveu-se um projeto com a participação da Fiesp, visando facilitar a tomada de decisão, tanto nas assembleias como na comissão de negociação nas rodadas de negociação com o sindicato laboral. O primeiro passo do projeto consiste no recebimento da pauta de reivindicações e avaliação dos itens apresentados, ou seja, os pedidos que envolvem tanto partes econômicas como sociais. Em seguida, em reunião com a diretoria, é necessário traçar estratégias de apresentação de dados para, posteriormente, ser apresentada para a assembleia. Com estas informações, organizamos um encontro empresarial entre os empresários em assembleia e 02 gerentes do Desin-Fiesp. Os gerentes convidados apresentaram o cenário econômico do setor nas esferas nacional, estadual e municipal, bem como o cenário geral da situação econômica do país, com análises e dicas de outras negociações e decisões tomadas por outras categorias em outras bases territoriais, dando uma visão geral para os empresários sobre as tendências para fechamento de acordos. Este trabalho foi fundamental para nortear os rumos da negociação coletiva, dando elementos para que os industriais do setor pudessem opinar com relação a índices e orientar a equipe de negociação com argumentos concisos para se chegar a um acordo com o sindicato laboral. Foram realizadas seis rodadas de negociação, duas delas com a participação do Presidente: uma no início, com a apresentação do cenário econômico, dados da Fiesp e sindicato patronal; e outra no final, para encerramento e fechamento do acordo. Foram realizadas também três mesas redondas no Ministério do Trabalho e Emprego local para manutenção da data base, alinhamento de índices e encerramento. Ao final, o acordo foi fechado com o índice definido em assembleia – 11,08% que consiste no INPC acumulado do período.

**Pontos Fortes:** Maior participação de empresários nas assembleias e maior clareza para a definição de números e estratégias.

**Pontos Fracos:** Falta de adesão em massa do empresariado do setor, embora tenha havido aumento de participantes.

**Principais Resultados:** A participação da Fiesp em forma de palestra, iniciativa bastante elogiada pelos associados, trouxe informações vitais para ajudar os empresários na tomada de decisão para o acordo coletivo, com mais unidade por parte da assembleia, que votou consciente pelo reajuste mais adequado ao nosso cenário econômico. Houve acordo coletivo dentro do prazo e evitou-se o dissídio retroativo.

## SICETEL

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS FERROSOS

### Negociação Trabalhista Individualizada

**Objetivo:** Possibilitar à empresa associada a devida adequação do acordo coletivo de trabalho firmado às suas condições econômicas e operacionais.

**Descrição:** O sindicato realiza negociações individualizadas entre a indústria associada e o respectivo sindicato de trabalhadores, obedecendo os parâmetros da legislação e do acordo coletivo firmado pela categoria representada, mas respeitando a condição particular da sua filiada, de modo que ela possa manter sua atividade industrial em regime de harmonia econômica, financeira e de responsabilidade social com seus colaboradores, sempre objetivando sua necessária redução de custo.

Após a assinatura do acordo coletivo de trabalho, a empresa pode procurar diretamente o sindicato, manifestando suas pretensões de negociar particularmente e de forma diferenciada algum ponto do acordo coletivo de trabalho, de forma a adequá-lo às suas condições econômicas. O sindicato, então, se encarrega de mediar os entendimentos entre a empresa e o respectivo sindicato de trabalhadores, de modo a salvaguardar os interesses da sua associada, sem ferir a legislação vigente ou o acordo homologado. Isso pode ser feito, inclusive, em relação a pleitos de itens não constantes em norma coletiva de trabalho.

**Pontos Fortes:** Possibilita que a empresa atenda às cláusulas do acordo coletivo firmado ou de itens não constantes em norma coletiva dentro das suas condições econômicas, mantendo a qualidade da sua produção, bem como a harmonia das suas relações com seus colaboradores. O foco principal é possibilitar que a empresa não sofra movimento paretista (greve).

**Pontos Fracos:** Não identificamos pontos fracos.

**Principais Resultados:** Todas as empresas que contataram o sindicato nesse sentido tiveram suas pretensões atendidas e puderam operacionalizar o acordo coletivo firmado dentro da sua vigência. Em períodos de crise, esse processo é muito solicitado no sentido de negociações lay off (suspensão do contrato de trabalho), banco de horas, redução da jornada de trabalho com redução de salário e PLR.

# SICETEL

SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS FERROSOS

## Negociação Coletiva de Trabalho

**Objetivo:** Possibilitar aos sindicatos patronais adequações na convenção coletiva de trabalho.

**Descrição:** Oferecer aos sindicatos patronais estudo demonstrativo de tudo o que é negociado hoje, mas que, na realidade, já é contemplado pela legislação vigente nas áreas: econômico-financeira; segurança e medicina do trabalho; garantias em geral.

**Pontos Fortes:** Possibilita aos sindicatos patronais elaborarem um pleito patronal dentro da possibilidade de cada setor.

**Pontos Fracos:** Não identificamos pontos fracos.

**Principais Resultados:** Permite às empresas representadas redução real nos seus custos e também garante sua segurança jurídica.

# SIETEX

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

## Curso de Negociação Coletiva

**Objetivo:** O objetivo do curso é a capacitação do presidente e do executivo da entidade para realizar reuniões e mediações coletivas.

**Descrição:** Adquirir conhecimentos e prática necessária para realizar uma negociação coletiva; desta forma, a entidade terá mais força nas negociações, por ter o conhecimento necessário, que é essencial para se ter um bom resultado que seja benéfico ao setor. O curso ofereceu conhecimentos de economia, comportamento, técnicas para negociar, além de atividades práticas que vivenciam uma situação real de negociação.

**Pontos Fortes:** executivos e presidentes de entidades com melhor preparo para enfrentar uma negociação coletiva.

**Pontos Fracos:** Falta de um curso de reciclagem, para que se renovem os conhecimentos adquiridos.

**Principais Resultados:** Resultado positivo para o setor na última negociação coletiva, sem que se desgastasse muito o relacionamento com os sindicatos laborais.

# SIMEFRE

SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS

## Comissão de Relações Industriais

**Objetivo:** Minimizar possíveis divergências no período dos acordos coletivos, observando a melhoria para os trabalhadores.

**Descrição:** A entidade se reúne mensalmente com representantes das indústrias, a fim de evoluir e entender as dificuldades e oportunidades que cada um enfrenta.

**Pontos Fortes:** Participação proveitosa; fortalecimento do sindicato; estreitamento do relacionamento; fortalecimento nas negociações no momento dos acordos coletivos.

**Pontos Fracos:** Não houveram pontos fracos.

**Principais Resultados:** Suavidade no período das negociações por parte do associado; melhoria nos diálogos com os sindicatos dos trabalhadores.

# SINAEES

SINDICATO DA INDÚSTRIA DE APARELHOS ELÉTRICOS, ELETRÔNICOS E SIMILARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

## Aumento da Eficiência do Processo Negocial com FEM-CUT

**Objetivo:** Melhorar a interlocução com os sindicatos profissionais de metalúrgicos e com as respectivas federações e/ou centrais sindicais; permitir maior espaço para conversações; capacitar pessoas; e obter resultados finais mais adequados à realidade do setor.

**Descrição:** O atual modelo de negociações coletivas, que prevê que as partes se encontrem apenas às vésperas da data base de cada ano, não mais tem a capacidade de atender às necessidades e aos anseios dos sindicatos envolvidos. Os prazos exíguos não permitem adequada análise da realidade tanto do setor econômico como dos trabalhadores. De outro lado, as pautas de reivindicações dos empregados não são adequadamente analisadas, não sendo possível, de modo geral, apreciar em que medida seria possível atender ou melhor adaptar as pretensões dos trabalhadores. A negociação acaba por se revestir de alto nível de tensão, o que culmina, em inúmeras ocasiões, em negociações individualizadas e apartadas da mesa e/ou em movimentos grevistas. Buscando resolver estes tipos de problemas, os sindicatos propuseram às centrais sindicais uma ampliação do processo de negociação relativo às datas bases de 2016. Neste modelo, as negociações tiveram início já em janeiro de 2016 e se estenderão por pelo menos mais seis reuniões antes da próxima data base.

Um primeiro passo, que só é possível dentro deste modelo de negociações estendidas, implicou revisão ampla e detalhada da convenção coletiva em vigor.

Nesta etapa, foram revistas as disposições da norma coletiva, analisando-se devidamente diversas condições ali previstas e retirando-se matérias vencidas ou desnecessárias. Ainda nesta etapa, a redação de diversas cláusulas foi revista e melhorada, retirando-se o que fosse contrário à lei ou que já contasse com previsão legal.

Em etapa posterior haverá análise antecipada das pautas dos trabalhadores e das empresas, especialmente no que tange às condições sociais. A proposta é chegar à data base de 1º/09, restando apenas a discussão das questões de natureza econômica, evitando-se a prolongação desnecessária das negociações.

Para colocar em prática este processo, foi negociada com a FEM-CUT uma ampliação do número de ausências dos dirigentes, exclusivamente para a participação nestas negociações.

**Pontos Fortes:** O processo de negociação ampliada permite maior envolvimento pessoal e profissional dos representantes dos setores envolvidos, o que se consegue por meio de contatos mais frequentes e prolongados. Estas reuniões mais espaçadas no tempo permitem também diluição das tensões, que são características de processos negociais concentrados e premidos pelas pressões econômicas e políticas imediatas (o que ocorre próximo à data base). Permite-se, igualmente, discussão mais ampla de todas as cláusulas não só da convenção coletiva presente, como também das pautas dos trabalhadores e do setor econômico, o que leva, inevitavelmente, à melhor compreensão das necessidades e limitações das categorias envolvidas.

**Pontos Fracos:** Aumento do número de ausências justificadas dos dirigentes sindicais diretamente envolvidos nas negociações e possível aumento dos custos em decorrência da ampliação do número de reuniões, com uso de mais profissionais em número maior de horas.

**Principais Resultados:** Revisão da CCT, eliminando as condições contrárias à lei ou que a repetem. Aprimoramento e melhoria na interpretação das cláusulas. Capacitação dos envolvidos. Redução da tensão para a data base de 9/2016, pela discussão antecipada dos assuntos sensíveis. Melhoria no convencimento do setor profissional acerca das dificuldades das empresas. Aumento dos níveis de familiaridade e confiança mútua entre os envolvidos. Melhoria nos níveis de eficiência do processo negocial.

## SINDAREIA

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO SINDIPEDRAS – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

### Convenção Coletiva de Trabalho – Percentual Parcelado

**Objetivo:** Minimizar impacto no caixa das empresas.

**Descrição:** Nas reuniões de negociação salarial, em razão da data base, o setor conseguiu parcelar o aumento salarial em dois momentos. Tendo a data base

em agosto, o setor conseguiu ter sua proposta acatada junto ao sindicato dos trabalhadores de parcelamento do percentual de 10%, sendo 7% em agosto de 2015 e 2,8% em janeiro de 2016. Sem aumento real para o piso da categoria, tendo este as mesmas correções anteriormente mencionadas.

**Pontos Fortes:** Permitiu folego às empresas, aliviando parte do percentual negociado (2,8%) para janeiro do ano seguinte, não recaindo sobre o 13º salário, além da economia gerada por 5 meses (agosto a dezembro). Permitiu também que os valores de cesta básica e outras benesses sociais, que têm lastro no percentual, fossem amenizadas em momento tão retraído de mercado.

**Pontos Fracos:** Do ponto de vista econômico-financeiro, não foram registrados pontos negativos, uma vez que o percentual foi bem absorvido por sindicatos e trabalhadores das empresas do setor, por entender o momento vivido e lembrando que, no passado, aumentos reais se davam em razão da forte demanda.

**Principais Resultados:** Fortalecimento na parceria com o sindicato dos trabalhadores, que soube entender e passar esta questão aos trabalhadores, de modo a não gerar ambientes desagradáveis para as empresas.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Exame Nacional de Avaliação para Capacitação dos Profissionais Gráficos (Enac)

**Objetivo:** É um sistema de avaliação digital, gratuito, para identificação das competências técnicas dos profissionais gráficos. Permite que as empresas direcionem corretamente os recursos em capacitação, além de obter um banco de dados e um panorama atualizado da mão de obra do setor para sindicato.

**Descrição:** O Enac é uma ferramenta digital que possui avaliações específicas do segmento gráfico, com base nos principais cargos da indústria gráfica nacional. Servirá tanto para as empresas avaliarem seus colaboradores quanto para os próprios profissionais analisarem seu nível de conhecimento. Todo o processo é *on-line* e gratuito. A empresa ou profissional interessado fará um cadastramento e indicará as provas que deseja realizar.

Os resultados virão em formato de relatório detalhado, trazendo a média do grupo e as notas individuais em cada conteúdo avaliado. Elaboradas de acordo com a metodologia de ensino, com base em competências. As provas serão capazes, inclusive, de indicar o nível do conhecimento do profissional em cada área, de acordo com seu desempenho em perguntas de diferentes graus de dificuldade. O principal objetivo do relatório é apresentar os resultados obtidos nas avaliações técnica e teórica efetuadas junto à equipe, diagnosticando necessidades de treinamento.

Cada avaliação possui 30 questões, entre conhecimentos específicos e gerais, e geram os seguintes dados: avaliação geral da empresa; avaliação geral da empresa em relação às outras empresas de mesmo setor, porte e localidades; aná-



lise técnica dos departamentos; análise técnica individual dos profissionais, que identifica conteúdo específico em que o profissional não possui conhecimento. O conteúdo do relatório é sigiloso, somente o responsável terá acesso, por meio de cadastro.

O Enac oferece dados valiosos para a empresa direcionar seus investimentos em capacitação, facilitar o recrutamento e permitir que os profissionais da indústria conheçam suas forças e fraquezas, tornando-se importante ferramenta para o crescimento profissional.

Com a disseminação do Enac, é possível, ainda, verificar a capacitação do gráfico em todo o Brasil, balizando ações de empresas e organizações corporativas no sentido de qualificar a mão de obra e mapear dados dos profissionais do segmento.

**Pontos Fortes:** Banco de dados do setor; direcionamento dos investimentos da empresa em capacitação; focar conteúdos que os colaboradores não dominam; realocar recursos humanos entre departamentos; contratar pessoal de forma mais assertiva; implantar ou melhorar o plano de carreira da empresa gráfica; possibilidade de alterar o nível de complexidade de cada avaliação, assim a empresa pode evoluir com o desenvolvimento dos funcionários; conhecer as forças e fraquezas dos profissionais da indústria, ou seja, suas competências profissionais, sendo possível que eles se capacitem de acordo com seus conhecimentos; tomar medidas que aumentem a produtividade em setores-chave; mapeamento dos resultados da empresa separados por estado, região, localização, porte de empresa, setor e departamento; avaliação dos conhecimentos técnicos específicos dos usuários; diagnosticar quais conteúdos técnicos cada funcionário necessita; sistema inteiramente *on-line* e gratuito.

**Pontos Fracos:** Baixa conscientização dos profissionais da área gráfica em se atualizar/reciclar; não é possível avaliar habilidades e atitudes, apenas conhecimentos teóricos necessários para os profissionais gráficos.

**Principais Resultados:** O sistema Enac é um sucesso. Em dois anos, temos: 1.264 usuários; 75 empresas; 14 estados atendidos gratuitamente; 213 avaliações agendadas para serem realizadas nos próximos dias.

Com o relatório do Enac, a maioria das empresas cadastradas estão realizando um plano de ação para capacitar os profissionais de maneira mais assertiva, as escolas técnicas gráficas estão revisando conteúdos em que não houve bom aproveitamento e as entidades possuem dados para analisar o setor.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Encontro Nacional de Sindicatos da Indústria Gráfica

**Objetivo:** O evento tem como objetivo levar informações para melhorias no aprimoramento e na capacitação de presidentes sindicais e seus executivos. A programação é elaborada de modo a abranger todos os temas, que se relacionam com o cotidiano do dirigente sindical.

**Descrição:** O evento foi criado em 2013 como uma das ações comemorativas aos 90 anos de história da entidade. Teve sua primeira edição realizada em 16 de setembro do mesmo ano, e desde então conta com uma edição a cada ano; atualmente, está em sua 4ª edição. Os temas abordados são: Planejamento Estratégico Sindical, Economia, Negociação Coletiva, entre outros.

**Pontos Fortes:** União das entidades sindicais brasileiras para alinhamento de ações; conteúdo programático; apoio e participação de deputados em prol da indústria gráfica brasileira.

**Pontos Fracos:** Dificuldade de captação de recursos; dependência do sindicato para custeio do evento; falta de recursos nos sindicatos de menor porte para compra de traslados.

**Principais Resultados:** Sua programação aborda temas atuais no cenário econômico, alinhamento nacional e adequação regional das negociações coletivas de trabalho, entre outros.

Atualmente, o evento vem sendo realizado em Brasília e ganhou apoio de políticos importantes, resultando na criação de uma Frente Parlamentar da Indústria Gráfica, que enfatiza a missão e a importância das entidades de classe para o fortalecimento de um setor de atividade e a economia do país como um todo.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### **Estudo de Remuneração, Benefícios e Práticas de Gestão de RH na Indústria Gráfica**

**Objetivo:** Balizar as empresas na avaliação de suas práticas de remuneração, benefícios e políticas de RH frente ao mercado da indústria gráfica paulista. Mais do que informar os valores de salários praticados pelo mercado, o estudo permite mensurar como as ações de RH impactam nos resultados da empresa.

**Descrição:** A estrutura da empresa é adequada? Os salários são competitivos? A remuneração é capaz de reter os profissionais necessários aos objetivos do negócio? Os custos com pessoas são sustentáveis? As políticas que alinham os objetivos empresariais aos objetivos dos profissionais são adequadas? O estudo permitirá que a empresa responda estas perguntas, avalie suas práticas e projete planos para melhorar seus resultados na área de RH e sua organização. O processo tem início no segundo semestre do ano, com o convite para as empresas gráficas participarem da elaboração do estudo, fornecendo seus dados. A empresa que participa da elaboração recebe o estudo sem custos. Os trabalhos são coordenados pelo Dejur, com apoio técnico de empresa especializada na questão, responsável pela revisão dos cargos, se for o caso, e pela tabulação dos dados fornecidos pelas empresas. No mês agosto são disponibilizados os materiais para coleta de dados, os quais são tratados com absoluto sigilo pela referida empresa. No mês de novembro, mês da data base da categoria gráfica, finalizada a negociação coletiva, os salários informados são atualizados e o estudo é finalizado. Até meados de dezembro, o estudo é disponibilizado para as

empresas que participaram fornecendo seus dados; no início do próximo ano, ele é disponibilizado para as demais empresas interessadas em adquiri-lo. O material é gerado *on-line*, sistemática mais ágil e dinâmica, por meio da qual é possível realizar diversas comparações por cargo, porte e segmento pelo período de até onze meses. Os dados genéricos – ou seja, apresentação, metodologia, relação das empresas participantes distribuídas por segmento e porte, gráficos analíticos do Estudo e descrição dos cargos – são disponibilizados em CD.

**Pontos Fortes:** Fornecimento de informações precisas sobre o mercado de trabalho do setor; possibilidade de verificação das médias salariais pagas; informações sobre desvio percentual em torno da média salarial; *ranking* entre as empresas participantes; porcentagem dos salários pagos que estão acima, abaixo e dentro do mercado; identificação de como a administração dos salários da empresa está em relação a cada área/departamento pesquisado; possibilidade de comparação com outras empresas do setor.

Informações salariais de 266 cargos de vários níveis: gerentes, supervisores, analistas, assistentes, técnicos, operadores e auxiliares das áreas administrativa, comercial, industrial e de apoio. Informações sobre 12 benefícios, bem como sobre práticas e tendências de gestão de RH.

**Pontos Fracos:** Baixa participação das empresas, mesmo com custo zero. Como a maioria das empresas é de micro e pequeno porte, em que o funcionário do RH é o mesmo do DP, ocorrendo, muitas vezes, a terceirização destas atividades, as empresas acabam por não ter quem se envolva no estudo. Por outro lado, a participação das empresas é essencial; sem elas, não há estudo.

**Principais Resultados:** A 24ª edição do estudo, antes denominado pesquisa salarial, realizada no ano de 2015, contou com a participação de 47 empresas dos diversos segmentos da indústria gráfica. Verifica-se que as empresas participantes contam com o material na administração de seu negócio; caso contrário, não estaríamos caminhando para a 25ª edição.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Plano de Trabalho Anual

**Objetivo:** Organizar, estruturar, apresentar e aprovar as ações que deverão ser realizadas no período de 12 meses, através de um instrumento que atenda às necessidades de planejamento e gestão.

**Descrição:** Mediante as diretrizes definidas no planejamento estratégico da entidade, deve-se identificar com clareza objetivos, metas, problemas, obstáculos e fontes de recursos financeiros e humanos necessários para alcançar os resultados desejados. Em seguida, os departamentos apresentam e estruturam suas demandas, e descrevem através do plano de trabalho todas as ações pretendidas e possíveis de realização para o período de 12 meses, inclusive com as respectivas necessidades orçamentárias. Após ajustes e aprovação pela alta direção da entidade, o plano de trabalho será o guia das ações que deverá ser executado por cada departamento.

**Pontos Fortes:** Excelente ferramenta de controle e acompanhamento gerencial; maior autonomia dos departamentos; agilidade na realização das ações; organização na distribuição de funções e tarefas; simplificação do monitoramento financeiro orçado versus realizado; compartilhamento de informações por toda a entidade; definições claras de metas e objetivos; mensuração dos resultados alcançados.

**Pontos Fracos:** Necessidade de inserção de novas ações e atividades que não constam no plano de trabalho vigente, durante seu transcorrer, pode comprometer a previsão orçamentária e sua respectiva realização, ou seja, tudo que não foi previsto gera necessidade de revisão mais ampla.

**Principais Resultados:** Aprimoramento do planejamento a longo prazo, mediante controle do que já foi realizado e da necessidade de inserção de novas demandas em edições futuras; melhor organização e distribuição das tarefas nos departamentos; visão sistêmica promove maior inter-relação entre departamentos; continuidade no desenvolvimento das ações em caso de troca de colaborador; facilidade e mais rapidez na adaptação de novos colaboradores; cronograma de execução pré-estabelecido; negociações feitas.

## SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

### Política de Capacitação e Retenção de Talentos

**Objetivo:** Definir a política de treinamentos e cursos dos colaboradores do sindicato em suas áreas de atuação, visando à capacitação, à qualificação e ao desenvolvimento profissional dos colaboradores, em conjunto com a melhoria contínua dos processos internos.

**Descrição:** A política de capacitação e retenção de talentos é aberta a todos os colaboradores da entidade que tenham, no mínimo, um ano de vínculo empregatício e que pretendam aprimorar seus conhecimentos e habilidades em sua área de atuação. O sindicato custeará de 40% a 100% dos custos do colaborador que tiver interesse em capacitação, treinamento, cursos técnicos e de curta duração em sua área de atuação ou mesmo cursos de especialização holística, MBA e pós-graduação, visando ao crescimento profissional, à excelência na prestação de serviço ao segmento e ao aperfeiçoamento da formação pessoal e profissional para áreas específicas.

**Pontos Fortes:** Capacitação, qualificação e retenção de colaboradores da entidade; subsídio/reconhecimento econômico, conforme segue: treinamentos ou cursos de curta duração na área de atuação (o sindicato subsidiará 100% do valor do treinamento); cursos de especialização na área de atuação (o sindicato subsidiará 60% do valor do treinamento); curso de especialização holística (o sindicato subsidiará 40% do valor do treinamento).

**Pontos Fracos:** Não identificamos nenhum ponto fraco.

**Principais Resultados:** Comprometimento do colaborador com os serviços prestados à entidade, bem como qualificação, aprimoramento e reciclagem destes colaboradores.

# SINDIGRAF

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Sistema Integrado de Gestão (SIG)

**Objetivo:** Integrar todas as ferramentas necessárias para desempenho das atividades em um único sistema. Cadastro, financeiro, contábil, compras, CRM – Relacionamento com filiados/associados, cursos e projetos.

**Descrição:** Ao implantar um sistema totalmente integrado, buscamos a concentração das informações e o compartilhamento delas com todos os departamentos.

**Pontos Fortes:** Otimização dos processos, compartilhamento de informações, segurança e monitoramento na extração de dados; facilidade na criação de relatórios; elaboração e acompanhamento de proposta orçamentária; controle total de cursos; envio de e-mail marketing segmentado e personalizado; aprovação via sistema dos processos de compras e pagamentos; controle de estoque; perfil de acesso definido por usuário e permissões; integração de dados, processos e compras, contas a pagar, contas a receber e contabilidade em um único sistema, tudo na mesma linguagem.

**Pontos Fracos:** Alto custo de investimento; dificuldade de conscientização do usuário no sentido de eliminar controles paralelos fora do sistema. Uma ação errada reflete em todos os departamentos.

**Principais Resultados:** Facilidade para informar associados diversos relatórios em apenas um clique; disparo de e-mail marketing geral ou segmentado; acompanhamento *on-line* de saldo bancário, despesas, receitas, controle de consultas e principais demandas; qualificação total do banco de dados; linguagem padronizada entre usuários; aumento na produtividade, com diminuição em alimentação de planilhas paralelas.

# SINDILOUÇA

SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CERÂMICA DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, DA PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO NO ESTADO DE SÃO PAULO

## Controle de Reajustes e Cláusulas Sociais

**Objetivo:** Monitorar e realizar uma negociação coletiva que atenda aos anseios e às necessidades de empresas e empregados, sem gerar desequilíbrio na relação capital e emprego.

**Descrição:** Para realização de uma boa negociação coletiva, a entidade conta com consultoria jurídica especializada, que monitora e elabora contrapropostas aos representantes das categorias laborativas, sempre visando manter os melhores reajustes possíveis, regulando de forma precisa a relação entre os reajustes salariais e a competitividade das empresas.

Dessa forma, a entidade pode manter total controle de sua categoria de trabalhadores, não gerando conflitos e desconforto entre as partes, uma vez que os trabalhadores saem satisfeitos por terem seus direitos respeitados sem comprometer a saúde econômico-financeira das indústrias representadas.

**Pontos Fortes:** Convenções coletivas de trabalho ajustadas às necessidades do setor, sem comprometer nenhuma das partes envolvidas.

**Pontos Fracos:** Necessidade de convencimento entre as partes interessadas.

**Principais Resultados:** Harmonia e confiança na relação entre empregadores e empregados.

## RELAÇÃO DE SINDICATOS PARTICIPANTES

**SIAMFESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE METAIS NÃO FERROSOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIBAPEM** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BALANÇAS, PESOS E MEDIDAS DE SÃO PAULO

**SICAB** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS DE CACAU, CHOCOLATES, BALAS E DERIVADOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SICETEL** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS FERROSOS

**SIDOCAL** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE DOCES E CONSERVAS ALIMENTÍCIAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIESCOMET** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESQUADRIAS E CONSTRUÇÕES METÁLICAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIETEX** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ESPECIALIDADES TÊXTEIS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIFESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE FUNDIÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIMEFRE** – SINDICATO INTERESTADUAL DA INDÚSTRIA DE MATERIAIS E EQUIPAMENTOS FERROVIÁRIOS E RODOVIÁRIOS

**SIMM** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE MIRASSOL

**SIMMESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DA MALHARIA E MEIAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINAEES** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE APARELHOS ELÉTRICOS, ELETRÔNICOS E SIMILARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINAEMO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS ODONTOLÓGICOS, MÉDICOS E HOSPITALARES DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINALCALIS** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE ÁLCALIS

**SINBEVIDROS** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE BENEFICIAMENTO E TRANSFORMAÇÃO DE VIDROS E CRISTAIS PLANOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINBI** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO CALÇADO E VESTUÁRIO DE BIRIGUI

**SINCER** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE SANTA GERTRUDES

**SINCOBESP** – SINDICATO NACIONAL DOS COLETORES E BENEFICIADORES DE SUBPRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL

**SINCS** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE CAFÉ SOLÚVEL

**SINDAN** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA A SAÚDE ANIMAL

**SINDAREIA** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE EXTRAÇÃO DE AREIA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIBOR** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE ARTEFATOS DE BORRACHA NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDICAL** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE CALCÁRIO E DERIVADOS PARA USO AGRÍCOLA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDICALÇADOS JAÚ** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE JAÚ

**SINDICAMISAS** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CAMISAS PARA HOMEM E ROUPAS BRANCAS DE SÃO PAULO

**SINDICARNES** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CARNES E DERIVADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDICEL** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CONDUTORES ELÉTRICOS, TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS NÃO FERROSOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDICER** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE PRODUTOS CERÂMICOS DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO DE PORTO FERREIRA

**SINDICOURO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO CURTIMENTO DE COUROS E PELES NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIFRANCA** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE FRANCA

**SINDIGRAF** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS GRÁFICAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIJOIAS** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE JOALHERIA, BIJUTERIA E LAPIDAÇÃO DE GEMAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDILEITE** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE LACTICÍNIOS E PRODUTOS DERIVADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDILOUÇA** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CERÂMICA DE LOUÇA DE PÓ DE PEDRA, DA PORCELANA E DA LOUÇA DE BARRO NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIMAD** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE SERRARIAS, CARPINTARIAS, TANOARIAS, MADEIRAS COMPENSADAS E LAMINADAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIMAQ** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS

**SINDIMOV** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MOBILIÁRIO DE SÃO PAULO

**SINDINSTALAÇÃO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE INSTALAÇÕES ELÉTRICAS, GÁS, HIDRÁULICAS E SANITÁRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIPAN** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO

**SINDIPÃO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE RIBEIRÃO PRETO

**SINDIPEÇAS** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE COMPONENTES PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES

**SINDIPEDRAS** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MINERAÇÃO DE PEDRA BRITADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIPLAST** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE MATERIAL PLÁSTICO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIREPA** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE REPARAÇÃO DE VEÍCULOS E ACESSÓRIOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIROUPAS** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO MASCULINO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDITEXTIL** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DE FIAÇÃO E TECELAGEM DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDIVERP** – SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO VESTUÁRIO DE RIBEIRÃO PRETO

**SINDIVEST** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO FEMININO E INFANTOJUVENIL DE SÃO PAULO

**SINDIVINHO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO VINHO DE JUNDIAÍ

**SINDLEME** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO E DO MOBILIÁRIO DE LEME

**SINDMILHO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO MILHO E DA SOJA NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDRATAR** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE REFRIGERAÇÃO, AQUECIMENTO E TRATAMENTO DE AR NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDUSFARMA** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINDUSTRIGO** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DO TRIGO NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINICESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO PESADA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINIEM** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE ESTAMPARIA DE METAIS

**SINPEC** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE PNEUMÁTICOS, CÂMARAS DE AR E CAMELBACK

**SINPROCIM** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS DE CIMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINPROQUIM** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS QUÍMICOS PARA FINS INDUSTRIAIS E DA PETROQUÍMICA DO ESTADO DE SÃO PAULO

**SIPAN** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SANTO ANDRÉ

**SIPATESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PERFUMARIA E ARTIGOS DE TOUCADOR NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SITIVESP** – SINDICATO DA INDÚSTRIA DE TINTAS E VERNIZES NO ESTADO DE SÃO PAULO

**SINIEE** – SINDICATO NACIONAL DA INDÚSTRIA DE EXTRAÇÃO DO ESTANHO



# CENTRAL DE SERVIÇOS - FIESP

## **Diretor Titular**

Paulo Henrique Schoueri

## **Diretores Titulares Adjuntos**

Márcio Giusti

Nelson Ferreira Dias

Aliomar Nogueira Teixeira

## **Diretores**

Carlos Afonso Pierantoni Gambôa

Celso de Freitas Gonçalves

Christian Steyer

Denis Perez Martins

Fabio Arruda Mortara

José Rogélio Miguel Medela

Marielza Pinto de Carvalho Milani

Paulo Cesar Abrantes de Aguiar

Rodrigo Ayrton Vogel Soares Neiva

Ronald Moris Masijah

Rosa Maria Gandara Canosa

## **Coordenação**

Adriana Carletti Fonseca

## **Equipe Técnica**

Flávia Veloso

Gustavo Ribeiro

João Leonardo

Luana Cruz

Mariana Siqueira

## **Estagiários**

Leticia Lidier e Silva

Marcos Guilherme Pereira Fagundes

Paula Costa

**Fiesp**

Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

**Cser**

Departamento Central de Serviços

---

Av. Paulista, 1313 – 5º andar

CEP 01311-923 - São Paulo - SP

**Fone:** (11) 3549-4675

**Fax:** (11) 3549-4237

*[www.fiesp.com.br/central-servico](http://www.fiesp.com.br/central-servico)*