

INFORMATIVO SINCOELÉTRICO

InfoSinco

Edição 30 – setembro/outubro

MOMENTO DE CAUTELA

Com a economia do país em estado de alerta, varejistas e consumidores pisaram no freio, com isso as vendas caíram e o cenário para os próximos meses não é dos melhores

Depois de viver um boom no mercado de consumo, claramente influenciado pelo aumento do poder aquisitivo das classes C e D, o Brasil assiste agora a um momento de cautela. O consumidor está comprando menos, parcelando menos, buscando menos crédito. O varejo está fazendo o que pode: promoções, liquidações, ampliando prazos de pagamentos, mas o crescimento do setor continua baixo. A assessoria econômica da FecomercioSP estimou, para 2014, um crescimento de 3% no faturamento bruto corrente do comércio varejista do Estado de São Paulo. “O arrefecimento do consumo, resultado da queda na confiança dos consumidores devido à pressão inflacionária, alto comprometimento da renda familiar com dívidas já existentes e incertezas sobre a continuidade do ritmo de crescimento de emprego e renda, foi responsável pelo recuo de 1,2% na receita de vendas do varejo paulista no acumulado dos primeiros sete meses de 2014. Consequentemente, o fraco resultado baixou as expectativas para um desempenho melhor no total do ano, que pode chegar, em um cenário pessimista, até mesmo a um recuo nas vendas da ordem



“Cenário de baixa deve se manter”, Jaime Vasconcellos assessor econômico da FecomercioSP

de 2%”, diz Jaime Vasconcellos, assessor econômico da FecomercioSP. Ainda de acordo com a entidade, a Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV), em parceria com a SEFAZ (Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo), avalia dez atividades varejistas no estado paulista. Dentre tais atividades, as vendas das lojas de eletrodomésticos e eletrônicos registraram o pior desempenho, queda de 18,1%

em relação aos primeiros sete meses de 2013. “Este cenário de baixa deve se manter neste segundo semestre e se a confiança do consumidor não retomar uma curva de crescimento, invariavelmente não se espera melhores desempenhos em 2015”, comenta Vasconcellos. Atualmente, o varejo representa cerca de 12% do PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil, sendo responsável por 22% da força formal de trabalho, além disso, as empresas comerciais representam 42% das empresas do país, segundo dados da CNC.

Efeitos da retração

Os segmentos de material elétrico, iluminação e eletrodomésticos também vêm sentindo os efeitos da retração e a espera-se que o cresça 2,5% neste ano. “É um ritmo menor do que o do ano passado (+4,9% em relação a 2012) e inferior à variação esperada para o varejo como um todo (+3,7%). A principal razão para o desempenho mais fraco desse segmento é o encarecimento do crédito. A taxa média de juros ao consumidor subiu muito ao longo de 2014 registrando patamares recordes (43% ao ano) desde 2011”, relata Fábio Bentes, economista da Divisão Econômica da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Em um cenário pouco favorável, o sentimento dos varejistas é de preocupação. “O momento é de baixo crescimento, ou nulo, em alguns casos, o setor de eletrodomésticos, vem sentindo mais que o elétrico que diminuiu o ritmo, tem oscilado muito, mas continua com desempenho razoável. Há um sentimento de preocupação com o futuro diante de um cenário de muita incerteza, que dificulta sobremaneira a tomada de decisões”, diz Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, presidente do SincoElétrico. Da mesma forma que o consumidor vem ajustando e repensando seus gastos o varejo deve tomar algumas medidas para passar por esse momento delicado. Para Rodrigues, a recomendação é de prudência. “É preciso ter atenção redobrada ao ritmo e desempenho do negócio, a chamada “sintonia fina” para não fazer estoques em demasia assumir compromissos que possam comprometer a saúde financeira da empresa”, orienta.

Vale reforçar que os juros não subiram apenas para o consumidor, mas, também para os empresários. “Assim, as encomendas junto à indústria ficaram mais caras e o retorno em termos de vendas tem sido menor ao longo do ano. Portanto, em um cenário de crédito mais caro e real mais desvalorizado, a pesquisa de taxas mais favoráveis é vital as empresas do setor”, recomenda Fábio Bentes.



“Cenário de baixa deve se manter”, Jaime Vasconcellos assessor econômico da FecomercioSP

EDITORIAL

DEMOCRACIA REPRESENTATIVA

Vivemos em uma democracia representativa, ou seja, cada um dos brasileiros elege, escolhe alguém para representá-lo nas câmaras, municipais, estaduais e na federal. Este é o princípio da representação popular. Assim, imagino que ao escolher alguém para nos representar estamos em busca de alguém igual, ou melhor preparado do que nós, que seja possuidor de ideais semelhantes as do representado, caso contrário não é uma representação, mas sim uma outorga incondicional e assim sendo não há o que esperar ou reclamar do representante.

Ao designar uma tarefa a alguém, em qualquer nível, sempre buscamos postulados de eficiência e correção. Assim ao contratarmos uma faxineira, o pressuposto é que ela faça a limpeza com primor e não haja com desonestidade. O mesmo quando de um alto executivo, quando cremos que desempenhará sua tarefa com habilidade, competência, honestidade e ética. Para tal em ambos os casos buscamos referências do candidato a emprego onde for possível, realizamos entrevistas antes de tomar a decisão de contratar.

Porque então grande parte dos brasileiros vota com tamanha displicência em seus representantes e governantes elegendo pessoas despreparadas, sem qualificações para o cargo, e por vezes até com graves suspeitas de desonestidade? O congresso é a representação do povo, e como dizia um ex-ministro: "lá tem de tudo, menos bobo". Mesmo assim nada justifica a magnífica votação que alguns representantes alcançam. A única justificativa é o desprezo do eleitor para consigo mesmo, quando considera a eleição uma palhaçada.

Eleição é coisa séria, quando levamos em conta que estamos escolhendo alguém que falará por nós, que irá gerir nossos destinos, de nossos filhos e netos. Confiaria o eleitor que o detentor de seu voto fosse um preceptor, tutor ou babá de seus filhos por algumas horas que fossem?

Agora nos vemos diante do segundo turno para os cargos do executivo, em alguns estados e na união, uma decisão importante onde decidimos não só o futuro próximo, cuja amplidão do mandato permite, mas um futuro mais longínquo, onde os erros e acertos repercutirão por muitos anos, gerações até em alguns casos, onde não se pode pensar só na "boquinha" que faremos jus, mas nas oportunidades que a próxima geração poderá contar com um país mais justo, socialmente mais equilibrado mais ético e honrado, e que haja o império da Ordem e Progresso, que a corrupção escandalize e não mereça o conformismo e a tolerância da nação.

A democracia é uma relação de direitos e deveres, o dever de votar conscientemente confere ao eleitor o direito de exigir dos governantes o cumprimento de seus compromissos, da Constituição e das leis, que honre o mandato recebido, respeite o cargo que lhe foi conferido.



Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues

É presidente do SincoElétrico e também exerce funções como: vice-presidente na Fecomercio SP e no Centro do Comércio do Estado de São Paulo (CECOMERCIO); diretor na Confederação Nacional do Comércio – CNC; Associação Viva o Centro e Associação Comercial de São Paulo – ACSP; Conselheiro no SENAC Nacional e SEBRAE – SP; Membro dos Conselhos: Varejista, Assuntos Tributários, Varejista - Coordenadoria Metropolitana, Assuntos Sindicais, Administração.

Esta publicação é destinada a proprietários, executivos, gerentes, compradores, vendedores e profissionais de marketing das empresas varejistas e atacadistas de material elétrico e aparelhos eletrodomésticos em todo o Estado de São Paulo. Os artigos assinados não refletem necessariamente a opinião do Sindicato. Proibida a reprodução total ou parcial sem autorização do editor.

PRESIDENTE:

Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues

DIRETORIA - VICE-PRESIDENTE:

Manoel Coyado Reverte

1º SECRETÁRIO:

Ubirajara José Pasquotto

2º SECRETÁRIO:

Carlos Ferreira Rodrigues

1º TESOUREIRO:

Sílvio Moreira Barboza

2º TESOUREIRO:

Joaquim Carlos Martins

CONSELHO FISCAL EFETIVO:

Valdo de Moraes

Virgílio Cansino Gil

Wildman Rojas de Carvalho

CONSELHO FISCAL SUPLENTE:

Felipe Gannam Bernaba Abduch

Sergio Monteiro Camelo

Sylvio Rodrigues Covas Junior

Delegados Representantes junto a FECOMERCIO-SP:

Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues - Efetivo

Abduch Bernaba Jorge - Suplente

GERENTE EXECUTIVA:

Roseli Anchieta Silveira

EDITORA E JORNALISTA RESPONSÁVEL:

Adriana Bruno (MTB 26 109) -

e-mail: adriana.reportagem@gmail.com

PROJETO GRÁFICO:

Alfaataria Digital

SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL ELÉTRICO E APARELHOS ELETRODOMÉSTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

RUA CONSELHEIRO CRISPINIANO, 398 - 9º ANDAR - CENTRO

SÃO PAULO – SP - CEP 01037-001

TEL: (11) 3333-8377 FAX: (11) 3333-8370

SEDE REGIONAL GUARULHOS

RUA JOSÉ MAURÍCIO, 24 – CENTRO

CEP 07011-060

TEL: (11) 2229 6141

WWW.SINCOELETRICO.COM.BR

E-MAIL: SINCOELETRICO@SINCOELETRICO.COM.BR

GESTÃO

EQUIPE AFINADA

Investir em treinamento e na capacitação do grupo de trabalho é a melhor estratégia para ganhar competitividade no mercado

Por mais avanços que a tecnologia possa agregar às empresas e ao nosso dia a dia, o investimento no capital humano nunca pode ser colocado em segundo plano. Empresas que buscam manter-se competitivas no mercado devem ter, em seu planejamento estratégico, metas ligadas ao desenvolvimento e capacitação de seus profissionais. Para Gilberto Santos, consultor da GSC Consult Desenvolvimento e Capacitação, o ser humano sempre foi e sempre será o maior capital das organizações. “O desenvolvimento e a capacitação dos profissionais é o melhor investimento para buscarmos a excelência em nossos trabalhos e fidelizarmos ainda mais nossos clientes. Sempre digo que investir tempo e recursos requer esforços e deve ser entendido com seriedade por todos os envolvidos, afinal de contas, uma empresa é feita por todos os departamentos e setores”, diz. Ainda segundo Santos, o profissional treinado e motivado se relaciona mais, se comunica melhor, administra melhor processos, procedimentos e equipamentos, faz um marketing maior, divulgando mais seus produtos e serviços e gera muito mais resultados.



Gilberto Santos é consultor de varejo

Foco no cliente

O varejo é um segmento muito dinâmico e associado a essa característica temos as mudanças de comportamento do consumidor e os movimentos do mercado. Estar sempre em dia com tudo isso nem sempre é tarefa fácil, mas para empresas interessadas em aprimorar-se em temas como relacionamento com o cliente, vendas e negociação, trabalho em equipe, inteligência emocional e tratativas de conflitos, gestão e liderança, compras e administração eficaz do tempo, além de outros como visual merchandising, vitrinismo e gestão de estoque, o caminho pode ter menos pedras. Aliás, de acordo com Gilberto Santos os temas citados acima são bastante procurados por varejistas. “É importante reforçar os conceitos e técnicas através de um processo contínuo do desenvolvimento das competências dos profissionais. Isto pode ser feito com treinamentos dirigidos, programas de desenvolvimento individual e coletivo, e coachings”, finaliza Santos.

Exemplo de empresa varejista que investe em treinamento, a Irmãos Salfatis realizou, em setembro, um treinamento na sede do SincoElétrico com foco na melhoria de seus processos e procedimentos. “A empresa certificou-se na Norma ISO 9001 e investe no desenvolvimento das competências da sua equipe como um todo”, conta Gilberto Santos.



6 razões para investir em treinamento de equipe

- Maiores indicadores de faturamento
- Maior satisfação, retenção e fidelização de clientes
- Diminuição de custos variáveis
- Melhores processos de relacionamento, comunicação e administração do tempo, evitando conflitos e retrabalhos
- Aumento de elogios e diminuição de reclamações
- Diminuição de faltas, atrasos e turnover

Fonte: Gilberto Santos, consultor da GSC

ESPAÇO DEDICADO



O SincoElétrico investiu na estruturação de sua sala de eventos para melhor atender nossos filiados e associados em suas necessidades, seja uma palestra, treinamento, pequena convenção, entre outros. Nosso auditório conta com 45 lugares, dois banheiros independentes, mini copa e sala de estar. A sala que ainda dispõe de microfone, data show e tela de projeção está disponível para locação de segunda a sexta-feira em horário comercial. Para saber como locar o espaço entre em contato com nosso setor de produtos e serviços pelo telefone (11) 3333 8377 ou envie um e-mail para servicos@sincoeletrico.com.br

CURTAS

Convenção Coletiva

Informações sobre as CCTs já assinadas estão no site do sindicato

O SincoElétrico já fechou uma série de Convenções Coletivas de Trabalho 2014-2015. As informações já estão disponíveis em nosso site – www.sincoeletrico.com.br

Além disso, o sindicato enviará o caderno com as CCTs para todos associados e filiados. Confira, no site, os acordos já firmados com:

- Federação dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo (interior) – assinada em 03/10
- Sindicato dos Contabilistas de Santos e Região – assinada em 23/09
- Sindicato dos empregados no Comércio de Guarulhos – assinada em 23/09
- Sindicato dos Empregados no Comércio de Franco da Rocha e Região – assinada em 23/09
- Sindicato dos Empregados no Comércio de Cotia e Região – assinada em 18/09
- Sindicato dos Comerciantes de São Paulo – assinada em 16/09
- Sindicato dos Empregados de Vendedores e Viajantes no Comércio do Estado de São Paulo – assinada em 13/08
- Sindicato das Secretárias no Município de Campinas e Região assinada em 29/07
- Sindicato dos Profissionais de Secretariado dos Municípios de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra (Sinsec – ABC) – assinado em 10/07
- Sindicato dos Técnicos de Segurança do Trabalho no Estado de São Paulo – assinada em 01/07
- Sindicato das Secretárias do Estado de São Paulo – assinada em 28/05
- Sindicato dos Engenheiros no Estado de São Paulo – assinada em 27/05

CNC

Antônio Oliveira Santos é reeleito presidente da entidade



Direção da CNC reunidos para a votação.

Em votação seguida de apuração em reunião do Conselho de Representantes, no dia 25 de setembro, na CNC em Brasília, o empresário Antonio Oliveira Santos foi reeleito presidente da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) para o período 2014-2018. A Chapa 1, de Oliveira Santos, obteve 26 dos 28 votos válidos das 27 Federações do Comércio dos Estados e do Distrito Federal e das sete Federações Nacionais filiadas. Estas, pelo Regimento Interno, têm, em conjunto, direito a um voto. Houve, ainda, um voto para a Chapa 2, encabeçada pelo presidente da Fecomércio/RJ, Orlando Diniz, e um voto em branco. A nova diretoria tomará posse no dia 19 de novembro, em Brasília. Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, presidente do SincoElétrico, foi eleito diretor, 2º Tesoureiro.

CONTRIBUIÇÃO SINDICAL

A tabela de Contribuição Assistencial já está disponível e foi aprovada em Assembleia Geral Extraordinária em 13 de agosto. Dúvidas e informações: (11) 3333 8377.

CONHEÇA NOSSOS PARCEIROS

Saiba mais sobre serviços e empresas parceiras do SincoElétrico em www.sincoeletrico.com.br



Assessoria Jurídica



Medicina e Segurança do Trabalho



Assessoria Jurídica Tributária - Cursos



Assistência Médica - Adesão



Assistência Médica - Planos Empresariais



Assistência Odontológica



Capacitação e Consultoria Empresarial



Cursos



Guia Fácil de Lojas



Cursos



Ensino à Distância



Escola de Idiomas



Escola de Negócios



Faculdades e Universidades



Laboratório



Lazer



Previdência Associativa



Recuperação de Crédito



Saúde e Lazer



Sistemas de Informações Comerciais



Mervale Automação Comercial



Cabanellos Schuh Advogados



Nova Chevrolet

EVENTO

DA CHINA PARA O BRASIL

Primeira edição da China Brand Show vai reunir expositores de segmentos como eletrodomésticos e eletrônicos de consumo

De 18 a 20 de novembro o Palácio das Convenções do Anhembi vai ganhar um sotaque diferente. O espaço, berço do samba brasileiro, vai receber a primeira edição da China Brand Show, organizada pelo Grupo China Trade Center, pela Fiera Milano e pela China Chamber of Commerce for Import and Export of Machinery and Electronic Products (CCCME), uma entidade ligada ao Ministério do Comércio da China que atua diretamente na promoção e representação dos importadores exportadores e fabricantes chineses de máquinas e equipamentos, produtos eletroeletrônicos, ferramentas e autopeças.

A China Brand Show é um evento de negócios e irá reunir expositores dos segmentos de Eletrodomésticos e Eletrônicos de Consumo; Tecnologia da Informação (TI) e Produtos de Comunicação; Máquinas e Equipamentos; Ferramentas e Ferragens; e Painéis Solares e Produtos de Iluminação.

O evento foi oficialmente lançado em agosto em um encontro em que participaram lideranças e representantes das organizadoras. “Antigamente, os produtos chineses eram bem aceitos pelo preço baixo. Porém, as empresas e produtos chineses adquiriram novas características: com o uso de equipamentos e tecnologia avançada para aperfeiçoar sua produção. É este tipo de empresas e produtos que estarão à disposição dos visitantes da feira. Queremos também usar o evento como plataforma para desenvolver parcerias nas quais as empresas chinesas venham fabricar seus produtos no Brasil. Nosso propósito não é apenas vender, queremos também estabelecer acordos de cooperação”, disse Wang Guiqing, vice-presidente do CCCME.

Em 2013, o volume de comércio bilateral China-Brasil atingiu US\$ 90,3 bilhões, um aumento de 5,3% em relação ao ano anterior. “De janeiro a julho de 2014, o volume de comércio entre os dois países chegou a US\$ 51,6 bilhões, mantendo um crescimento de 3,2%. Atualmente, o Brasil é o nono maior parceiro comercial da China, sendo o maior parceiro comercial da China na América Latina. Em contrapartida, a China se mantém como o principal parceiro comercial do Brasil, ou seja, o maior destino das exportações e das importações brasileiras. Nos últimos anos, o investimento acumulado da China no Brasil atingiu mais de US\$ 20 bilhões”, comentou Yu Yong, cônsul Comercial do Consulado da República Popular da China.

Mais de cem expositores confirmados

Os organizadores da China Brand Show esperam receber em torno de cinco mil visitantes durante os três dias do evento. A feira já tem 90% dos espaços comercializados, ou seja, 114 estandes. “Entre diversas ações que estamos avaliando, vamos oferecer um serviço de tradução para que o comprador e o expositor tenham uma comunicação mais eficaz e promover pequenos cursos e palestras orientando os visitantes sobre como negociar com a China”, declara Marco Antônio Mastrandakakis, diretor geral da Fiera Milano.



“Queremos desenvolver parcerias para que empresas chinesas venham fabricar seus produtos no Brasil”, Wang Guiqing, vice-presidente do CCCME

O SincoElétrico é um dos apoiadores do evento e vê na feira uma oportunidade para firmar novas parcerias e fechar negócios. “Ao participar de um evento desse porte e importância também estamos proporcionando aos nossos associados e filiados a oportunidade de conhecer novas empresas do segmento que somadas às que já atuam no Brasil, venham ampliar o leque de fornecedores e assim oferecer preços e condições mais atraentes ao nosso setor”, comenta Manoel Coyado Reverte, vice-presidente do SincoElétrico. A China Brand Show acontece de 18 a 20 de novembro, das 14h às 20h, no Palácio das Convenções do Anhembi, em São Paulo. Maiores informações sobre o evento: www.chinabrandshow.com.br

ARTIGO

A LEI ANTICORRUPÇÃO E OS SEUS IMPACTOS NO AMBIENTE CORPORATIVO

Por Luiz Henrique Cabanellos Schuh

Está em vigência, desde fevereiro do corrente ano, a Lei número 12.846, de 01 de agosto de 2013, que dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, além de outras providências contempladas naquele texto.

Dita norma legal, de recente convívio e ainda não consolidada, especialmente no âmbito da atividade privada empresarial, passou a ser conhecida como “Lei Anticorrupção”, notadamente pelo conteúdo legislativo chancelado nos seus artigos, que tratam, fundamentalmente, da responsabilização objetiva administrativa e civil das pessoas jurídicas pela prática de atos lesivos à Administração Pública.

A novidade, e aqui o destaque, trazida pela Lei número 12.486 é, de fato, a mudança de perspectiva dada pelo legislador no combate aos crimes contra a Administração Pública, substituindo o direito penal e a persecução do agente pessoa física, pelo direito administrativo sancionador, que visa à pessoa jurídica, ainda que continue a se valer de conceitos e instrumentos oriundos do direito criminal. Em realidade, o que se quer atingir, agora, é a empresa favorável a quem atuou como corruptor.

Inovação relevante trazida pela Lei Anticorrupção, que merece atenção, refere-se à questão da responsabilidade objetiva atribuída à pessoa jurídica, conforme texto do seu artigo 2º. Por meio desse dispositivo, a nova lei permite a punição da pessoa jurídica, independentemente da comprovação de dolo ou culpa por parte da companhia. Agora, na vigência desta Lei, a pessoa jurídica poderá ser punida independentemente da sua efetiva concordância com a infração.

As sanções se dividem em administrativas e judiciais. As primeiras abrangem as multas, no valor de 0,1% a 20% do faturamento bruto do último exercício anterior ao da instauração do processo administrativo, excluídos os tributos, que nunca poderão ser inferiores à vantagem auferida, e a publicação extraordinária da decisão condenatória.

Na hipótese de não ser possível calcular o montante referente ao valor do faturamento bruto, a Lei prevê a aplicação de multa no valor de R\$ 6 mil a R\$ 60 milhões.

Com relação às sanções judiciais, a lei prevê a possibilidade de perdimento de bens, direitos ou valores, suspensão ou interdição parcial das atividades da empresa, dissolução compulsória da pessoa jurídica ou proibição de receber incentivos, subsídios, subvenções, doações ou empréstimos de órgãos ou entidades públicas e de entidades financeiras públicas ou controladas pelo

poder público.

Importante referir ainda, o “acordo de leniência”, previsto na Lei. Por este mecanismo, que segue a mesma linha da Lei de Defesa da Concorrência, a pessoa jurídica poderá celebrar acordos de leniência, que efetiva colaboração da pessoa jurídica responsável pela prática da infração, ou parte dela, nas investigações. Cumpridas as exigências previstas na referida Norma, o “acordo de leniência”, isentará a pessoa jurídica da sanção de publicação extraordinária da decisão condenatória, bem como de proibição de receber incentivos, subsídios, subvenções, doações ou empréstimos de órgãos ou entidades públicos e de instituições financeiras públicas. Ademais, reduzirá em até 2/3 o valor da multa aplicável.

A nova Lei cria, ainda, o Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), que reunirá e dará publicidade às punições aplicadas segundo a Lei 12.846, facilitando, assim, a consulta de informações sobre instituições empresariais.

Por fim, é fundamental que as empresas privadas, atentem para as mudanças trazidas pela “Lei Anticorrupção”. O conceito de compliance, importado do direito Americano, é um procedimento a ser implantado por pessoas jurídicas para garantir a conformidade de suas condutas às exigências de determinada jurisdição ou setor.

O principal objetivo de um programa de compliance é o planejamento de atividades, tais como a revisão de políticas internas, código de ética e conduta e gestão de risco, para obter uma difusão da cultura da integridade no ambiente da empresa.

O momento propõe aos empresários uma tarefa intrasferível: - Adaptarem-se às inovações trazidas pela “Lei Anticorrupção”, implantando suas ferramentas e mecanismos de prevenção e planejamento estratégico, para, assim, monitorarem seu relacionamento com a Administração Pública. Ademais, o mecanismo ligado à integridade permitirá alcançar um novo patamar de cultura cidadã e empresarial de transparência e honestidade, que reforçará o conceito de cidadania e sociedade.



Luiz Henrique Cabanellos Schuh

é advogado e sócio-fundador do Escritório Cabanellos Schuh/ Advogados Associados

Foto: Divulgação