

T Informativo 80 TRANSLOVATO

Ano: 15 - Nº: 02

Circulação: Março e Abril de 2015

TRANSLOVATO
DESDE 1979

RENOVAÇÃO TRANSLOVATO





EDITORIAL

O PE - Planejamento Estratégico - pode ser definido de forma simples como desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas que proporcionem uma situação viável para avaliar as implicações futuras das decisões frente a tomada de decisão, no futuro, de

modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz.

No segundo semestre de 2014, revisamos nosso PE para o exercício de 2015 a 2020, com consultoria externa junto à diretoria e com apresentação a todas as lideranças de cada unidade, devendo iniciar em 2015 as mudanças propostas nas diretrizes e os projetos estratégicos.

Para a Translovato e no cenário de prestação de serviços em transportes, o PE é fundamental, pois, sendo contínuo, tende a reduzir as incertezas envolvidas nos processos decisórios e, conseqüentemente, provocar o aumento das probabilidades dos alcances dos objetivos traçados.

Em fevereiro de 2015, promovemos um encontro geral com todas as gerências para o fechamento dos projetos estratégicos, já iniciados com cada unidade de negócio separadamente, e, a partir deste encontro, buscamos o comprometimento de todos os líderes para repassar às suas equipes e, com isto, temos o conhecimento e o envolvimento de 100% dos profissionais no foco da empresa para o ano.

O objetivo de todos será manter o crescimento econômico da empresa, promovendo a manutenção do negócio, buscando, para tanto, o crescimento necessário sem perder de vista a qualidade de nossos serviços, nossa principal marca.

Claudemir Groff - Diretor Comercial

Informativo TRANSLOVATO

Expediente: Publicação interna dirigida aos profissionais, clientes e parceiros da Transportes Translovato Ltda. e à comunidade em geral.

Elaboração: Equipe Informativo Translovato

Coordenação: Claudemir Groff

Jornalista: Bernardete Chiesa - Mtb 10.187

Tiragem: 3300 exemplares

Editoração: Marketing Translovato

Impressão: Gráfica Murialdo

Site: www.translovato.com.br

Equipe Informativo Translovato

Andressa Grillo Lovato

Bruna Grillo Lovato

Caroline Tomazzoni Adami

Fernanda Guzzo Silveira

Karina Vessozi da Paixão

Maura Castro Dorigatti

Priscila Damasceno

Rosmeri Magnabosco

Virgínia Boff

Contato

E-mail: informativo@translovato.com.br

03 RESULTADOS DA CAMPANHA COMERCIAL 2014

04 CAMPANHA COMERCIAL
Fechamento 2014 / Apresentação 2015

05 ENTREVISTA COM A NGK

06 SCHULZ

08 ENCONTRO DE GERÊNCIAS 2015

09 DESTAQUES NO ATENDIMENTO

10 COLETA E TRANSFERÊNCIA

11 SETOR DA QUALIDADE OPERACIONAL

12 RENOVAÇÃO TRANSLOVATO

14 ORÇAMENTO FAMILIAR

16 VOLTA ÀS AULAS

17 POLÍTICA E OBJETIVOS DA QUALIDADE

18 UMA QUESTÃO DE ÉTICA

20 NOVOS BITREM

20 VARIEDADES

22 ATIVIDADE - PÁSCOA

22 NOVA SEDE RIP

RESULTADOS DO 3º TRIMESTRE DA CAMPANHA COMERCIAL 2014

Neste, que é o último fechamento de 2014, é gratificante observarmos as evoluções dos profissionais e das equipes comerciais. Ao longo do ano, foram muitos aprendizados, comprometimentos, desafios e superações.

Apresentamos as duplas comerciais destaques dos meses de outubro, novembro e dezembro de 2014 e a equipe comercial destaque do trimestre outubro/novembro/dezembro de 2014.



EQUIPE COMERCIAL DE RIBEIRÃO PRETO - SP
1ª colocada no terceiro trimestre da campanha.



Na foto, da esq. p/ dir.: Marcelo, gerente da centralizadora, Lilian, assistente comercial e Nasser, consultor comercial.

OUTUBRO



1º Raquel e Leonel (BLU)



2º Carine e Claudia (POA)



3º Ana Regina e João Nivaldo (ITA)

NOVEMBRO



1º Acrevi e Francine (JVL)



2º Carine e Claudia (POA)



3º Lucinara e Taimara (CXS)

DEZEMBRO



1º Raquel e Leonel (BLU)



2º Norival e Ana Luiza (SAO)



3º Juliana e Aline (SAO)

CAMPANHA COMERCIAL

Fechamento 2014 / Apresentação 2015

No período de abril a dezembro de 2014, a Translovato realizou a Campanha Motivacional Comercial 2014. Foi um período de construção profissional, na busca de melhorias nos processos de planejamento e de produtividade, em prol de bons resultados. Ao final da campanha, o alto grau de comprometimento e motivação dos profissionais foram as maiores evidências oportunizadas pela ferramenta.

Com orgulho, parabenizamos as duplas e equipes que conquistaram as primeiras colocações no ranking anual. Desejamos que os destaques mantenham o bom nível de trabalho e suas posições na campanha de 2015, bem como, os demais profissionais possam atingir as metas e surpreender durante o ano que se inicia.

Duplas destaque da campanha de 2014



Acrevi e Francine - JVL



Dienifer e Cláudia
POA



Raquel e Leonel
BLU

Equipes destaque da campanha de 2014



Equipe comercial de JVL
Silvana, Acrevi, Márcia, Francine, Fabiane e Rony.

"É gratificante chegarmos ao final de um ciclo tendo a certeza de que as estratégias adotadas ao longo da Campanha foram extremamente positivas, fazendo com que a Centralizadora Joinville fosse o destaque desta 1ª edição da Campanha Comercial. Este foi o resultado de muito trabalho, garra e, acima de tudo, da união desta equipe, que busca uma evolução constante, visando sempre os melhores resultados e reforçando cada vez mais o compromisso assumido junto aos clientes da Translovato."

Rony Arruda - Gerente da Centralizadora Joinville/SC



Equipe comercial de CXS
Carlos, Michele, Marinês,
Tatiana, Lucinara, Taimara,
Roberta e Luciano.



Equipe comercial de SAO
Márcia, Renata, Luciano,
Norival, Letícia, Camila,
Bianca, Juliana, Márcia,
Daniel, Aline, Ana, Bento,
Dayane, Amanda e Grasiela.

Com novidades, desde metas reestruturadas e critérios de avaliação reavaliados, a Campanha Comercial 2015 iniciou em janeiro, com novos desafios para as equipes comerciais. O foco agora é na qualidade do processo comercial, mantendo uma disputa saudável e construtiva entre as equipes e aprimorando, cada vez mais, a excelência de atendimento aos nossos clientes. Bons negócios a todos!





A NGK, referência mundial nos setores automotivo, cerâmico e de revestimentos porcelanizados, completou 55 anos de atuação no Brasil em 1º agosto de 2014. Detentora das marcas NGK (Componentes Automotivos), NTK (Sensores e Cerâmicas Técnicas) e Super NGK (Revestimentos Porcelanizados), a empresa conta com um quadro de mais de 1.300 colaboradores e sua fábrica está sediada na região de Mogi das Cruzes (SP), em uma área de 625 mil metros quadrados. Fundada em 1936, em Nagoya, no Japão, a NGK é considerada a maior fabricante e especialista em velas de ignição e possui forte presença em todos os continentes.



A entrevista desta edição é com **Marcos Mosso**, chefe de Marketing da NGK do Brasil. Formado em Engenharia de Controle de Automação, com MBA em Gestão de Projetos.

Informativo Translovato: Em que você acredita que o marketing pode contribuir para o êxito da NGK?

Marcos: Nós acreditamos que o sucesso da NGK está atrelado à integração e aos esforços de todas as áreas. O marketing é uma ferramenta estratégica que colabora com os demais setores para a melhor tomada de decisão. O departamento atua em duas frentes principais: análise de mercado, identificando o posicionamento da empresa, dos concorrentes, demandas, canais de comercialização, entre outros dados. Também, atua na área de propaganda e promoção, fundamental para o fortalecimento da marca, divulgação de produtos e ações junto aos nossos clientes.

Informativo Translovato: Com o mercado financeiro instável, como se comportará a empresa nos próximos meses?

Marcos: No mercado OEM, a NGK é líder no Brasil e está preparada para atender aos novos projetos das fabricantes de veículos. A perspectiva de desaquecimento do mercado de veículos novos, conforme projeções da própria Anfavea, é uma realidade. Para o mercado original, trabalhamos conforme o cronograma dos nossos clientes e podemos afirmar que a empresa está preparada para lidar com qualquer cenário, sem menosprezar as dificuldades que se anunciam. Já no *Aftermarket*, segmento em que a NGK também ocupa posição de liderança, com o aumento da frota circulante que ocorreu nos últimos anos, conseguimos alcançar os resultados esperados e presumimos que a reposição não sofrerá grandes variações, como outros setores do mercado.

Informativo Translovato: Quais são as estratégias de comunicação que a NGK utiliza atualmente?

Marcos: A NGK do Brasil se mantém muito próxima do mecânico e essa é a principal e mais importante ação de marketing da empresa. Nós enxergamos o profissional de reparação automotiva como um elo entre a indústria e o consumidor final e realizamos uma série de ações junto a esse público. Somos próximos das mídias do setor e também estamos presentes nos mais importantes encontros e eventos do mercado. A NGK também apoia e patrocina as principais competições esportivas mundiais, como a Fórmula 1 e o campeonato de Moto GP.



Parque fabril da Schulz – matriz



Alguns produtos que compõem o portfólio da Schulz

SCHULZ

A Schulz tem matriz em Joinville/SC e unidades no Brasil e no exterior. Fundada em junho de 1963 como uma pequena fundição, hoje ocupa posição de destaque nos segmentos em que atua: compressores e peças para o setor automotivo. Sua força de trabalho tem mais de 2500 pessoas, que atuam em duas unidades industriais.

A Divisão Compressores nasceu em 1972, com modelos de 1 e 2 HP. Cinco anos depois, o crescimento exigiu uma expansão, que levou a Schulz de suas instalações originais, na área central, ao Distrito Industrial de Joinville. Em uma década, a marca alcançava a liderança do mercado brasileiro de compressores de ar e, mais tarde, da América Latina – posição que sustenta até os dias de hoje.

Atualmente produz compressores de ar de pistão de ¼ a 30 HP, compressores de diafragma de ¼ a 1/3

HP e compressores a parafuso de 5 a 250 HP, consolidando-se como fornecedora mundial de soluções para ar comprimido e equipamentos para uso doméstico, serviços e industrial.

A entrada no segmento automotivo se deu em 1980. Hoje, a Divisão Automotiva fornece para as principais marcas do segmento, estando presente no mercado global de caminhões, ônibus, máquinas agrícolas, tratores e equipamentos de construção, e produzindo soluções completas em autopeças de ferro nodular e cinzento, componentes usinados e componentes pintados, submontados e montados.

Instalada num complexo industrial de 359 mil m² em sua matriz, a Schulz conta ainda com centro de distribuição em Atlanta/EUA, escritório de vendas em São Paulo/SP, apoio comercial e técnico em Frankfurt/Alemanha e unidade em Xangai/China.

Sobre a parceria:

“A Translovato passou a integrar o rol de parceiros comerciais da Schulz no início de 2014, transportando fracionados, expedidos de Joinville para o interior de São Paulo e para todo o estado de Minas Gerais. ‘Trata-se de uma parceria saudável e transparente que vem crescendo, pois temos o mesmo ideal: clientes sempre satisfeitos’, avalia Henry Teuber, gerente de Compras da Divisão Compressores da Schulz.”



A parceria entre a Schulz e a Translovato iniciou em março de 2014 para o estado de São Paulo, em seguida, o atendimento na região foi ampliado e iniciou-se o trabalho em Minas Gerais.

A Translovato atende as divisões Automotiva e Compressores. Atualmente, a coleta é feita em três pontos: na matriz e em dois centros de distribuição.

Para nós, é uma honra fazer parte da história dessa empresa que está entre as 500 maiores da região Sul, e entre as 20 maiores empresas de Santa Catarina.

Possuímos uma linha de atendimento dedicada e extremamente focada para atender esse cliente.

Temos um longo caminho a percorrer e esperamos poder consolidar, cada vez mais, esta parceria.



Na foto, da esq. p/ dir.:

Alexsandra Cordova, compradora Schulz Compressores, Henry Teuber, gerente de compras Schulz Compressores, Acrevi de Oliveira, consultora comercial Translovato, Roberto Matheus, supervisor de compras Schulz Compressores, Robeson Salles analista de logística Schulz Compressores e Luis Garcia Bonnacarrere, supervisor de transportes Schulz.



Reposição para linha pesada: compressores e componentes de freios

ENCONTRO DE GERÊNCIAS 2015

Nos dias 22, 23, 24 e 25 de fevereiro, os profissionais da Translövato se reuniram para o Encontro de Gerências 2015.

Durante o evento, as lideranças das diversas áreas da Translövato foram instruídas quanto ao foco que deve ser seguido no ano de 2015.

Neste ano o encontro contou com a presença de Pedro Blos, consultor da empresa SINBrasil, que abordou diversos assuntos tais como gerenciamento de rotina, liderança, PDCA, etc.

Além disso, diversas atividades foram realizadas, desde dinâmicas em grupo, até um show humorístico com Cris Pereira.



Encontro de
Gerências



DESTAQUES NO ATENDIMENTO

Nesta nova página do Informativo vamos elencar, a cada edição, alguns dos profissionais que se destacam por fazerem a diferença na interação entre os diversos setores e unidades da empresa. São pessoas que demonstram agilidade, disponibilidade, dedicação ao seu trabalho, ações diferenciadas, pró-atividade, pronto atendimento, confiabilidade, visualização das informações registradas, conhecimento dos processos, utilização das ferramentas disponíveis no sistema (registro de informações, registro das ocorrências corretas e completas, etc.), uso das ferramentas de comunicação (chat, e-mail, sistema), agilidade nos retornos, acompanhamento e compromisso!

Neste primeiro momento, os profissionais foram indicados pelo setor comercial, através das Centrais de Relacionamento. Confira os profissionais que receberam mais indicações.

- Álvaro Jesus Franzotti - Ger. da Centralizadora - Guarulhos/SP
- Ana Claudia de Oliveira Menoni - Unidade de São José do Rio Preto/SP
- Ana Flávia Gomes Lourenço - Atend. Operacional - Curitiba/PR
- Antônio Edson Roxo - Assist. Operacional - Porto Alegre/RS
- Arnaldo Borges dos Santos - Ger. Operacional - São Paulo/SP
- Carlos Eduardo de Andrade - Ger. Operacional - Belo Horizonte/MG
- Cindy Lacy Andrade - Assist. Operacional - Itajaí/SC
- Cristiane de Cesaro - Unidade de Passo Fundo/RS
- Emmanoel German das Neves - Atend. Operacional - Porto Alegre/RS
- Franciellen Lorena Maia - Assist. de SQO - Belo Horizonte/MG
- Gabriel dos Reis Cruz - Unidade de São José dos Campos/SP
- Luis Fernando Rodrigues - Unidade de Santos/SP
- Márcio Lopes Souza - Coord. Oper. de Tráfego - Guarulhos/SP
- Maria de Lourdes F. do Nascimento - Unidade de Juiz de Fora/MG
- Meira Rosiane Viana - Unidade de Jaraguá do Sul/SC
- Renan Nunes Ferreira - Assist. de Cadastro - Matriz/Caxias do Sul/RS
- Tânia Mara Prada Oliveira - Unidade de Santos/SP
- Tatiane Cristine Fiala - Atend. Operacional - Curitiba/PR
- Vilson Kunz - Ger. Operacional - Curitiba/PR

* Lista em ordem alfabética.



**PARABÉNS
E OBRIGADA!**

A Translovato parabeniza e agradece estes profissionais e suas gestões pela dedicação e pelo empenho.

O trabalho em equipe é uma ação muito abrangente e vocês demonstram saber colocá-la em prática na interação com os profissionais das diversas unidades para a prestação de um serviço de qualidade, que depende de todos.

09

Só quem entende os seus negócios pode entregar mais eficiência e rentabilidade.

A Scania compreende os seus negócios de forma integral, oferecendo as melhores soluções para a expansão das suas atividades. Com conforto, economia de combustível e maior desempenho, os Caminhões Rodoviários Scania entregam os melhores resultados, por todas as estradas do Brasil.

Faz diferença ser Scania.



SÉRIE: O CAMINHO DA CARGA COLETA E CONFERÊNCIA

No caminho da sua carga, começamos com a primeira de uma série de matérias para conhecermos os caminhos na operação que a carga percorre até a efetiva entrega e satisfação do cliente.



COLETA

A coleta é solicitada através do contato do cliente com o setor de coleta/entrega administrativo. Durante o contato são levantados dados quanto à solicitação como peso, quantidade de volumes, NF, tipo de frete, entre outros. Todas estas informações são de suma importância para o envio do veículo adequado para realização da coleta com a qualidade e padrão Translovato.



CONFERÊNCIA

A coleta é solicitada através do contato do cliente com o setor de coleta/entrega administrativo. Durante o contato são levantados dados quanto à solicitação como peso, quantidade de volumes, NF, tipo de frete, entre outros. Todas estas informações são de suma importância para o envio do veículo adequado para realização da coleta com a qualidade e padrão Translovato.

Uma das etapas mais importantes do procedimento logístico é a coleta, onde práticas como a *just in time* visam reduzir o tempo que a carga leva até o destino. (*Just in time* é um sistema de administração da produção que determina que nada deve ser produzido, transportado ou comprado antes da hora certa. O termo *just in time* é em inglês e significa "na hora certa").

A movimentação dos volumes coletados é realizada em nossos terminais conforme a natureza, tipo e classe dos volumes, assegurando a qualidade do serviço e contando com ferramentas de suporte tecnológicas tais como coletor de dados, empilhadeiras, esteiras estendíveis, terminais automatizados, profissionais qualificados e treinados regularmente.

A conferência é um procedimento que se repete várias vezes durante o processo do transporte da mercadoria coletada.

A primeira etapa de conferência é realizada no momento em que a coleta é efetuada no cliente embarcador. Para garantir a qualidade do serviço prestado é refeita após a chegada do material em nossos terminais. Assim, assegura-se a assertividade e se pode seguir para os próximos caminhos.



No próximo Informativo, você irá conhecer as etapas do depósito, expedição e manifesto da carga.

SETOR DA QUALIDADE OPERACIONAL



Os SQO's estão vinculados à área operacional e são responsáveis pelo acompanhamento e gerenciamento das não-conformidades ocorridas durante o processo de transporte da carga, analisando causas, construindo e executando planos de ações corretivas para evitar reincidências.

A Translovato conta, atualmente, com dezoito SQO's vinculados às filiais e outros quatro SQO's com atendimento exclusivo.

As não-conformidades abrangem avarias, extravios e trocas, e são tratadas a partir da ferramenta chamada B.O.

Além das não-conformidades internas, os SQO's também são responsáveis pelo gerenciamento das cargas retidas originadas de desacordos comerciais, mantendo contato com o cliente e auxiliando na solução das divergências até a solução.

Este setor possui ainda a responsabilidade de gerenciar os B.O's e ACR's das bases operacionais dos municípios atendidos, com dedicação no atendimento aos clientes e sendo responsáveis por informações interligadas em tempo real.

Todo o processo segue rotinas e regras parametrizadas, inclusive com prazos para solução.

Siglas:

SQO – Setor da Qualidade Operacional

ACR – Aviso de Carga Retida: trata-se de informações geradas através de uma tentativa de entrega na qual mercadorias foram recusadas devidas ou possuam divergências entre remetente e destinatário.

B.O – Boletim de Ocorrência: volumes com avarias, extravios, sobras e/ou trocas, gerados pela Translovato.

"O Setor da Qualidade Operacional (SQO) tem como finalidade monitorar toda demanda de não conformidades ocorridas com a carga executando tratativas e promovendo soluções, prestando informações ágeis e precisas ao cliente, assim, proporcionando um relacionamento mais transparente e com qualidade. Hoje, o setor tem atividade essencial e está diretamente ligado à competitividade e ao sucesso da Translovato com funcionários capacitados e treinamentos periódicos, nos permitindo ter um diferencial competitivo e positivo."

Marcelo Alves Acosta
Supervisor de SQO Corporativo



RENOVAÇÃO TRANSLOVATO

Neste ano de 2015, a Translovato passa por uma repaginação que irá impactar tanto internamente, quanto externamente.

Durante o ano de 2014, a empresa trabalhou em um planejamento estratégico completo, com a consultoria de uma empresa terceirizada que trabalhou, juntamente com os gestores internos, no levantamento das questões a serem trabalhadas e no planejamento das ações, que terão como foco o período de 2015 a 2020.

Nos mais diversos setores da empresa, foram levantados os pontos fortes e fracos e as oportunidades e ameaças. A partir disto, foram elencados os projetos a serem desenvolvidos e colocados em prática.

Sendo que, para cada projeto, foi escolhido um líder que, juntamente com uma equipe de pessoas, desenvolverá o plano de ação para o seu projeto e colocará em prática as mudanças.

Dentro desta renovação, a Translovato apresenta as novas diretrizes, que seguem abaixo:

NEGÓCIO

Movimentação com inteligência.

VISÃO

Crescer de forma sustentável garantindo o serviço firmado e com atendimento excelente aos nossos clientes.

MISSÃO

Proporcionar movimentação inteligente com **EFICIÊNCIA** e eficácia **DOS SERVIÇOS**, **GARANTINDO** as expectativas dos clientes **COM CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL**.

VALORES/PRINCÍPIOS

CREDIBILIDADE: compromisso assumido;

VALORIZAÇÃO: dos clientes, da marca, do capital, das pessoas e das conquistas;

COMUNICAÇÃO: confiável e objetiva;

EXCELÊNCIA: aperfeiçoamento contínuo;

INTEGRAÇÃO: união e trabalho em equipe.

* Também faz parte da mudança nas diretrizes a renovação da Política da Qualidade, conforme você pode verificar na página 17 desta edição do Informativo.

ORÇAMENTO FAMILIAR



Este artigo é de **Leonardo Pilla**, graduado em Economia, com especialização em Economia Empresarial. Atua como gerente de planejamento na Translovato.

Ao falarmos de orçamento familiar, nada mais estamos falando do que uma maneira de organizar nossos recursos de uma forma que possamos evitar dificuldades e realizar nossos sonhos sem entrarmos em armadilhas que dificilmente conseguimos sair.

A primeira coisa que devemos fazer é reunir nossos recursos, ter claro o quanto recebemos por mês. Se moramos sozinhos, nossos recursos somos nós mesmos, mas se moramos em família e as pessoas dessa família colaboram entre si, então podemos somar os recursos de todos que possuem renda (em geral se trata da renda do marido e da esposa).

Em seguida, precisamos saber o quanto gastamos com aquelas despesas recorrentes, que são aquelas despesas que todo o mês se repetem, que em geral são: água, luz, aluguel, condomínio, gasolina, escola, supermercado, internet, remédios, etc. Até esse ponto, praticamente todos nós já calculamos, sabemos o quanto ganhamos e o quanto gastamos por mês, mas não sabemos então por que a conta não fecha.

A conta não fecha porque temos muitas outras despesas que não acontecem todos os meses, são despesas que encaramos como eventuais e, por isso, não colocamos na conta, só que são essas despesas eventuais que, muitas vezes, se tornam maiores que as despesas do mês.

Essas despesas são as roupas que compramos, são os passeios que fazemos aos finais de semana, o restaurante, os presentes de aniversário dos amigos e



familiares e dezenas de outras. É para essas despesas que devemos pensar bem sobre elas e cada um de nós terá uma conta diferente. Por exemplo: para vestuário precisamos estimar aproximadamente o quanto vamos gastar em um ano e daí dividir por 12 meses e considerar o resultado como uma despesa mensal como luz e aluguel. O mesmo devemos fazer para todo o mobiliário das nossas casas, como televisão, máquina de lavar, móveis, eletrodomésticos, etc. Se pretendemos trocar a televisão a cada 10 anos, devemos verificar o preço da televisão e dividir por 120 meses (10 anos) e incluir o valor nas despesas do mês. Se vamos trocar o micro-ondas a cada 5 anos, então dividimos o valor dele por 60 meses e também colocamos nas despesas do mês e assim por diante, para todos os itens da nossa casa que queremos um dia substituir.

E o carro? O carro é uma conta um pouco diferente, pois ele tem valor de revenda. Então, devemos considerar o preço que compramos o veículo menos o

valor que esperamos vendê-lo após o uso, e então devemos dividir a diferença pelos meses de uso. Ex: Se compramos um veículo por R\$ 35 mil e daqui a 5 anos esperamos vendê-lo por R\$ 20 mil, significa que o carro perderá R\$ 15 mil de valor em 60 meses, o que dá R\$ 250,00 por mês, os quais também devemos somar nas despesas mensais.

E o 13º salário? Essa é uma remuneração que acontece uma vez ao ano e, por isso, devemos guardá-la para as despesas que também acontecem uma vez por ano, quais são elas? O IPTU da nossa casa, o IPVA do carro, a compra de material escolar, o seguro do veículo, as compras de Natal, etc. Se sobrar, podemos utilizar para alguma despesa extra ou fazer uma poupança.

E o salário de férias? Muito cuidado, nunca se esqueça que o salário de férias é simplesmente um adiantamento, ou seja, ao invés de recebermos o salário após um mês de trabalho, recebemos antes de sairmos de férias o que comumente coincide com o recebimento do salário do mês anterior, o que nos dá a sensação que recebemos dobrado. Mas, na verdade, devemos saber que quando voltarmos de férias nada teremos a receber, pois já recebemos antecipadamente. A única parte do salário de férias que podemos utilizar a mais é o adicional de 1/3, ou seja, se o nosso salário é de R\$ 1.500,00 por mês o que receberemos adicionalmente nas férias será R\$ 500,00 e é isso que teremos a mais para gastar nesse mês. Por isso, lembre-se: ao receber o salário de férias, guarde-o na caderneta de poupança para o próximo mês e utilize adicionalmente ao seu salário normal apenas o adicional de 1/3.

Financiamentos, parcelamentos e juros: Sempre que fizermos um financiamento, significa que alguém (bancos, financeiras, cartão de crédito) está nos

emprestando dinheiro e esse alguém vai nos cobrar por isso. Muitas vezes quando parcelamos uma compra, ela acaba nos custando o dobro ou mais do que o valor original. Por isso faça as contas, verifique o que você e sua esposa ou família recebem por mês, desconte todas as despesas mensais e eventuais (já divididas por mês) e veja se sobra e o quanto sobra. Se não sobrar, será preciso se readequar, se não você não vai conseguir evitar as dificuldades. Planeje, mas antes ajuste o seu orçamento e conquiste os seus sonhos de maneira inteligente e sem pagar o dobro por eles. Quem planeja, atinge mais fácil os objetivos, pois paga mais



ApisulLog 2.0



Gestão de risco e logística em uma única plataforma.

A nova versão 2.0 do ApisulLog garante maior segurança, produtividade, visibilidade e assertividade, reduzindo custos operacionais. Tudo isso para facilitar ainda mais o dia a dia do seu negócio, com a qualidade dos serviços oferecidos pela Apisul.



www.apisul.com.br
(51) 2121.9000

VOLTA ÀS AULAS



Este artigo é de
Maibe Castro Dorigatti,
Pedagoga, especialista em
Psicopedagogia Clínica,
Escolar e Interdisciplinar.

Contato:
maibecd@bol.com.br

Mais um ano letivo iniciou, e com ele muitas expectativas para os pais, e principalmente para os filhos, sejam crianças ou adolescentes.

Pode não parecer, mas esse momento gera ansiedade, dúvida, medos, pois é sabido que irão enfrentar mais uma etapa escolar, onde é necessário superar desafios e realizar conquistas. Os pais, em geral, cheios de desejos para que os filhos sejam bem sucedidos, demonstrem boa conduta e bom desempenho. De acordo com Yves de La Taille: “...crescer, desenvolver-se, é superar limites.” (Limites: Três Dimensões Educacionais, 3ª edição)

O diálogo e o encorajamento dos pais são fundamentais, já que momentos de fraqueza e dificuldade irão surgir. É importante destacar que a supervisão e o acompanhamento dos pais com as tarefas, horário de estudos, fazem sim a diferença, pois crianças e adolescentes necessitam sim de incentivo e controle. Neste caso, supervisionar não é fazer pelo outro, mas sim, estar junto, próximo, demonstrando interesse e valorização. É possível afirmar que para existir um desempenho escolar satisfatório, a parceria da família e da escola será importante. Depois da família, a escola é o segundo “lar” dos filhos, um novo grupo social, no qual existem rotinas, regras e pessoas diferentes, então, tão importante quanto a frequência escolar, é qualidade do estudo, é a parceria formada entre filhos, pais e escola.

Desde o início do ano letivo algumas regras precisam ser combinadas e mantidas, mesmo que isso

signifique, em alguns momentos, desgaste! Horário para estudar e horário do lazer (computador, vídeo game, televisão) precisam estar claro, reforçando a importância de cada atividade. O hábito da leitura, também deve ser estimulado e passado aos filhos pela família, podendo ser feito através de jornais, revistas, e não somente livros.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração, desde o início, é o olhar da família às dificuldades dos filhos quanto aos estudos, não deixando para buscar uma solução ao final do trimestre ou, ano letivo. Manter contato com o Setor de Coordenação e Orientação Escolar, comparecer com interesse nas reuniões, ou talvez buscar acompanhamento com profissionais da área da Psicopedagogia, Psicologia, e outros, poderão contribuir para um final de ano letivo sem desgaste emocional.

Vale lembrar que as crianças e adolescentes são únicos, diferentes uns dos outros, tendo mais habilidades para algumas áreas do conhecimento que outras. Isso não deve ser motivo de comparações e de frustrações e sim, motivo para amar, respeitar e compreender. A família deve dar uma educação, ajudando os filhos a “identificar seus limites, motivá-los e instrumentalizá-los, para assim, superá-los.” (Limites: Três Dimensões Educacionais, 3ª edição)



POLÍTICA E OBJETIVOS DA QUALIDADE TRANSLOVATO



A política da qualidade retrata as intenções e diretrizes globais de uma organização, relativas à qualidade. Geralmente é consistente com as diretrizes da empresa e deve expressar o comprometimento da organização com a satisfação dos clientes e com a melhoria contínua de seus produtos/serviços e processos.

A política da qualidade da Translovato sofreu revisões e alterações para alinhar-se às novas diretrizes:

“Prestar serviços em movimentação com qualidade e credibilidade visando satisfazer os compromissos firmados com nossos clientes, através da melhoria contínua dos processos e capacitação dos profissionais.”

Entendendo a política da qualidade:

Prestar serviços em movimentação com qualidade e credibilidade

Seguir os procedimentos da empresa focando na qualidade dos serviços.

visando satisfazer os compromissos firmados com nossos clientes

Visar a satisfação dos nossos clientes, cumprindo com o prometido.

através da melhoria contínua dos processos e capacitação dos profissionais

Melhorar constantemente os processos e desenvolvimento dos profissionais.

Como forma de medir os resultados e melhorar continuamente, a Translovato estabeleceu quatro objetivos da qualidade, mensuráveis e coerentes com a política:

PROCESSO	INDICADOR
Comercial	Satisfação de clientes.
Recursos Humanos	Treinamento dos profissionais.
Operacional	Performance de avarias e faltas.
Qualidade	Performance do sistema de gestão da qualidade.

Devemos entender o significado da política da qualidade e saber como nosso trabalho contribui para seu atendimento, sempre buscando a melhoria.

QUALIDADE, UM COMPROMISSO DE TODOS!

* A renovação da Política da Qualidade faz parte da mudança nas diretrizes, oportunizada pelo planejamento estratégico, conforme você pode verificar nas páginas 12 e 13 - matéria central desta edição do Informativo.



www.postossquizzato.com.br

Há mais de 30 ANOS OS POSTOS SQUIZZATO seguem entregando QUALIDADE E AGILIDADE em todos os serviços que oferecem a seus clientes.

Av. Alexandre Rizzo, 877
Bairro Desvio Rizzo - Caxias do Sul/RS
(54) 3227.1611 | (54) 3223.1541

Rod. RST 453 Rota do Sol, 41573
KM 71+200 - Caxias do Sul/RS
(54) 3223.2123 | (54) 3224.6946 | (54) 3224.6924



UMA QUESTÃO DE ÉTICA:

Os novos desafios da conduta ética no ambiente corporativo



O artigo desta edição é de
Ivana Werner de Oliveira e Denise Fontanella,
Psicólogas e Consultoras Organizacionais do
GAPEM - Gabinete de Psicologia Empresarial

Definir ética não é uma tarefa fácil. Definir o que é “ser ético” é ainda mais complexo, porque todos sabem o que é ética, mas poucos conseguem explicá-la na prática. No conceito filosófico, ética é o que diferencia o bom do mau, o correto do incorreto, o justo do injusto. Estes conceitos, porém, variam de pessoa para pessoa, ou seja, a noção de ética é pessoal e flexível e muda conforme o ponto de vista do indivíduo sobre cada situação, com base em percepções próprias e únicas. Apesar disso, não podemos ignorar que as pessoas nascem desprovidas de uma escala de valores, a qual vai se definindo e solidificando no decorrer da vida.

A cultura da sociedade em que cada ser humano está inserido, suas crenças e costumes, assim como a religião e a educação que recebem em casa e na escola, formam conceitos de direitos e deveres que vão sendo assimilados pelas pessoas desde o nascimento. Assim sendo, existem preceitos éticos que se tornam universais e que norteiam o comportamento de grande parte das pessoas no mundo. Aristóteles chamou estes preceitos éticos universais de Virtudes Éticas, sendo as mais relevantes para o SER ÉTICO: a franqueza, a generosidade, a firmeza, a temperança e a responsabilidade.

Na atualidade, porém, essas virtudes ou valores estão sendo desvalorizados e pouco cultivados. Vive-se uma “crise de valores” e as organizações têm se

preocupado com a repercussão desta crise nos ambientes corporativos.

Nestes quase 30 anos de experiência como consultoras organizacionais, foi possível observar uma série de transformações nas relações de trabalho e no comportamento das pessoas no universo empresarial. Nos últimos anos, porém, a ética passou a ser um dos temas mais abordados, porque os valores essenciais do ser humano estão se perdendo. O que antes era certo, hoje não é mais e o que antes era considerado “errado”, hoje já é considerado normal. Novos valores estão surgindo e novos padrões de comportamento também, sendo necessário que as empresas se reciclem e se adaptem a essas mudanças, criando um novo padrão de comportamento ético. Dirigentes e líderes empresariais já estão atentos a estas mudanças e, cada vez mais, o meio organizacional busca revelar valores que passam a ganhar formato através dos chamados códigos de ética.

O código de ética surge como um meio de tornar evidentes os valores da empresa e sinalizar formas de conduta coerentes com estes valores, tornando as relações internas, assim como as relações com o mercado, mais claras, honestas e transparentes. Mas, este conjunto de valores é apenas um instrumento



gerado após a identificação dos reais valores organizacionais, os quais são definidos através do levantamento das percepções dos dirigentes, líderes e colaboradores da empresa. O que se busca é definição de uma ética corporativa, que é a maneira de “ser” de uma organização.

A conduta da empresa orienta-se por princípios de valor obtidos através de consenso entre as pessoas que dela fazem parte, caracterizando um perfil único. A ética corporativa retrata a cultura organizacional e, através dela, as organizações revelam os seus valores tanto para seus funcionários como também para a sociedade. O resultado de uma ética corporativa sólida, confiável e transparente é o efetivo engajamento das pessoas com a organização e o orgulho de pertencer ao quadro da empresa. É imprescindível o sentimento de admiração para que exista uma identificação com a causa.

Para que as organizações mantenham sua conduta ética, são necessárias algumas atitudes e cuidados especiais, entre eles:

- Comunicação interna transparente: transmite segurança aos profissionais sobre os rumos da organização;
- Cultivar e divulgar valores essenciais para a ética, tais como: honestidade, sigilo, prudência, humildade, competência e imparcialidade;
- Formar líderes que liderem pelo exemplo;
- Eliminar comportamentos e atitudes que fogem dos valores éticos estabelecidos.

Para finalizar, é importante salientar que um modelo de gestão ética começa por uma profunda revisão da cultura corporativa. É vital a identificação de todos (dirigentes, líderes e colaboradores) com os valores saudáveis que existem na empresa. As pessoas



engajam-se em um projeto por empatia e participação e não pela tecnologia. Sabe-se que hoje vivemos uma grande fantasia tecnológica, onde há forte sedução do ter sobre o ser. A corporação do ser - apesar de muitas evidências contrárias - todavia, ganha cada vez mais espaço.

DICAS:

- Agir eticamente sempre foi e será uma decisão pessoal. Nunca se esqueça, porém, de que esse costume ser um caminho sem volta, tanto, para o bem ou para o mal.
- Agir corretamente hoje não é só uma questão de consciência. É um dos quesitos fundamentais para quem quer ter uma carreira longa e respeitada.
- Lembrar sempre que o diálogo e o respeito são essenciais, através deles poderemos fazer do mundo um lugar melhor para todos nós.

«A ética é a estética de dentro.»

Pierre Reverdy



**Pintura de Letreiros em Furgões
Fachadas
Revestimento em ACM**

54 3229 1360
www.ciadoleteiro.com.br

TRANSLOVATO ADQUIRE QUATRO NOVOS VEÍCULOS BITREM



A Translovato aumentou a sua frota com a aquisição de quatro veículos bitrem.

Este tipo de veículo comporta maior volume de carga em uma única viagem, pois possui dois baús carreta acoplados em um único cavalo.

A aquisição visa aumentar a produtividade, baixar o custo de transferência, melhorar a performance de atendimento, otimizar o tempo de viagem, de descarga e de carregamento, entre outras melhorias.



BELO CLICK



RIO CAMANDUCAIA **Cidade de Jaguariúna/SP**

Alexandre Fermoseli das Neves - Centralizadora Campinas/SP

Este espaço é destinado para clicks feitos por funcionários da Translovato. Para participar, envie uma foto tirada por você para informativo@translovato.com.br, com a legenda da foto, o seu nome completo e filial. Obs.: Fotos posadas não serão consideradas.

VOCÊ SABIA?

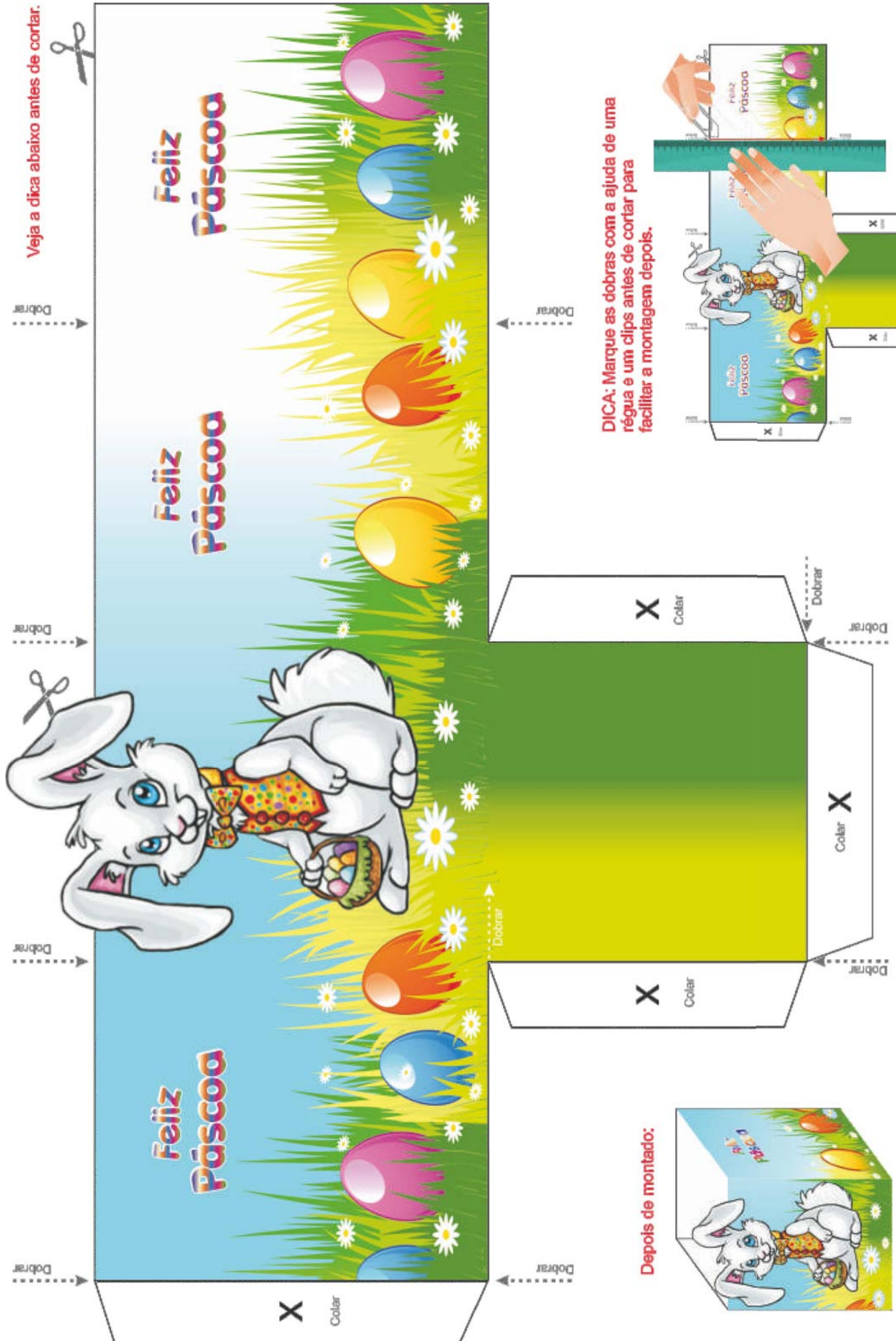
ONDE JUDAS PERDEU AS BOTAS

Esta expressão é usada para designar um lugar distante, desconhecido e inacessível. Existe uma história não comprovada que relata que, após trair Jesus, Judas enforcou-se descalço em uma árvore, porque havia posto o dinheiro que ganhara por entregar Jesus dentro de suas botas. Quando os soldados viram que Judas estava descalço, saíram em busca dos mesmos e do dinheiro da traição. Nunca ninguém ficou sabendo se as botas foram achadas. Acredita-se que foi assim que surgiu tal expressão.

Fonte: <http://www.vocesabia.net>



CORTE E COLE - CESTA DE PÁSCOA



DICA: Marque as dobras com a ajuda de uma régua e um clipe antes de cortar para facilitar a montagem depois.



Depois de montado:



UNIDADES TRANSLOVATO

RIO GRANDE DO SUL

ALEGRETE - ALE
Fone: (55) 3422-4737

BAGÉ - BAG
Fone: (53) 3242-7796

CAMAQUÃ - CMQ
Fone: (51) 3671-0455

**CAXIAS DO SUL - MATRIZ
CXS/MTZ**
Fone: (54) 3026-2777

ERECHIM - ERE
Fone: (54) 3522-9159

FREDERICO WESTPHALEN - FRW
Fone: (55) 3744-8035

IBIRUBÁ - IBA
Fone: (54) 3324-8488

IJUÍ - IJU
Fone: (55) 3332-9915

LAGOA VERMELHA - LGV
Fone: (54) 3358-3238

LAJEADO - LAJ
Fone: (51) 3748-6303

NOVO HAMBURGO - NHA
Fone: (51) 3587-5773

OSÓRIO - OSO
Fone: (51) 3601-2263

PASSO FUNDO - PFU
Fone: (54) 3311-9183

PELOTAS - PEL
Fone: (53) 3283-2009

PORTO ALEGRE - POA
Fone: (51) 3026-2777

QUARAÍ - QUI
Fone: (55) 3423-1856

SANTA CRUZ DO SUL - SCS
Fone: (51) 3715-3262

SANTA MARIA - SMA
Fones: (55) 3211-1500 /
(55) 3211-1599

SANTA ROSA - SRO
Fone: (55) 3512-4061

SANTANA DO LIVRAMENTO - LIV
Fone: (55) 3242-3713

SANTIAGO - SNT
Fone: (55) 3251-5070

SÃO GABRIEL - SGB
Fone: (55) 3232-1156

SÃO SEBASTIÃO DO CAÍ - CAI
Fone: (51) 3748-6459

SARANDI - SAR
Fone: (54) 3361-2445

URUGUAIANA - URU
Fone: (55) 3413-3588

VACARIA - VAC
Fone: (54) 3231-4226

VERANÓPOLIS - VER
Fone: (54) 3441-8000

SANTA CATARINA

BLUMENAU - BLU
Fone: (47) 3036-2777

BRUSQUE - BRQ
Fone: (47) 3350-0759

CHAPECÓ - CHA
Fone: (49) 3324-0651

CRICIÚMA - CRI
Fone: (48) 3468-5777

FLORIANÓPOLIS - FLN
Fones: (48) 3341-3455 /
(48) 3298-0190

ITAJAÍ - ITA
Fone: (47) 3045-2777

JARAGUÁ DO SUL - JGS
Fone: (47) 3372-0121

JOAÇABA - JBA
Fone: (49) 3554-8787

JOINVILLE - JVL
Fone: (47) 3435-1007

LAGES - LGS
Fone: (49) 3225-6275

RIO DO SUL - RDS
Fone: (47) 3525-3284

SÃO BENTO DO SUL - SBS
Fone: (47) 3633-6606

TUBARÃO - TUB
Fone: (48) 3628-3200

PARANÁ

AMPERE - AMP
Fone: (46) 3547-1846

APUCARANA - APU
Fones: (43) 3426-6206

CASCAVEL - CAS
Fone: (45) 3226-9085

CURITIBA - CWB
Fone: (41) 3033-8686

FOZ DO IGUAÇU - FOZ
Fone: (45) 3522-2892

FRANCISCO BELTRÃO - FBL
Fone: (46) 3524-0963

GUARAPUAVA - GVA
Fone: (42) 3629-5194

LONDRINA - LDA
Fone: (43) 3025-2777

MARINGÁ - MGA
Fone: (44) 3028-6836

MEDIANEIRA - MED
Fone: (45) 3264-6047

PARANAGUÁ - LPR
Fones: (41) 3642-0922

PATO BRANCO - PTB
Fone: (46) 3225-1433

PONTA GROSSA - PTG
Fone: (42) 3236-5098

RIO NEGRO - RNG
Fone: (47) 3645-0359

UMUARAMA - UMU
Fones: (44) 3624-8945

UNIÃO DA VITÓRIA - UVV
Fone: (42) 3522-8726

SÃO PAULO

ARARAQUARA - ARA
Fone: (16) 3472-3208

AVARÉ - AVR
Fone: (14) 3733-5983

BAURU - BAU
Fone: (14) 3312-2600

BIRIGUI - BIR
Fone: (18) 3644-2842

CAMPINAS - CPN
Fone: (19) 3515-0900

FRANCA - FCA
Fone: (16) 3701-3360

GUARULHOS - GRU (Entregas)
Fone: (11) 4963-9330

ITAPETININGA - ITP
Fone: (15) 3271-0779

MARÍLIA - MAR
Fone: (14) 3221-2727

OURINHOS - OUS
Fone: (14) 3026-7270

PENÁPOLIS - PEN
Fone: (18) 3652-6640

PIRACICABA - PIR
Fone: (19) 3434-7700

PRESIDENTE PRUDENTE - PRU
Fone: (18) 3908-2316

RIBEIRÃO PRETO - RIP
Fone: (16) 3603-6599

SANTOS - SAN
Fone: (13) 3493-6801

SÃO CARLOS - SCA
Fone: (16) 3307-8400

SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - SJP
Fone: (17) 3218-6961

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SJC
Fone: (12) 3939-9776

SÃO PAULO - SAO (Coletas)
Fone: (11) 2413-2727

SOROCABA - SOR
Fone: (15) 3228-3882

TUPÃ - TUP
Fone: (14) 3491-1180

MINAS GERAIS

BELO HORIZONTE - BHZ
Fone: (31) 2564-9400

CURVELO - CVL
Fones: (38) 3721-3666 /
(38) 3721-4189

DIVINÓPOLIS - DIV
Fone: (37) 3212-2800

GOVERNADOR VALADARES - GVR
Fones: (33) 3271-1116 /
(33) 3278-4502

GUANHÃES - GUA
Fone: (31) 3424-6166

IPATINGA - IPN
Fone: (31) 3821-4282

JOÃO MONLEVADE - JML
Fone: (31) 3851-1449

JUIZ DE FORA - JDF
Fone: (32) 3221-4005

MONTES CLAROS - MOC
Fone: (38) 3212-3275

NOVA SERRANA - NSE
Fone: (37) 3226-6668

PASSOS - PSS
Fone: (35) 3021-2940

POUSO ALEGRE - PPY
Fone: (35) 3449-3019

SETE LAGOAS - STL
Fone: (31) 3772-2899

TEÓFILO OTONI - TEO
Fone: (33) 3522-2727

UBERLÂNDIA - UDI
Fone: (34) 3226-8480

VARGINHA - VAG
Fone: (35) 3222-8047

TRANSLOVATO RIBEIRÃO PRETO

Rua Ana Amado, 559
Jardim Zara - Ribeirão Preto/SP

CEP: 14092-330

Telefone: (16) 3603-6599

A Centralizadora Ribeirão Preto encontra-se em nova sede, com área de 5.720 m². O moderno terminal conta com ótimas instalações e sistema *crossdocking* com 18 plataformas para operação simultânea de veículos.

Com uma localização estratégica, o terminal está a 500 metros da Rodovia Anhanguera, SP-330, com saídas para o Triângulo Mineiro e a capital São Paulo.

Com o objetivo de aprimorar cada vez mais o atendimento deste importante pólo, este investimento foi planejado e executado pensando em nossos clientes, afinal, eles merecem. Faça-nos uma visita!



Os percursos deste mapa podem sofrer alterações.

