

T Informativo

82

TRANSLOVATO

Ano: 15 - Nº: 04

Circulação: Julho e Agosto de 2015

TRANSLOVATO
DESDE 1979

36

anos

Translovato





EDITORIAL

A CONCRETIZAÇÃO DE UM SONHO...

Há 36 anos se iniciou a realização de um sonho, cheio de esperança, determinação, fé e entusiasmo.

O dia 17 de julho é muito especial! Olhamos para trás e percebemos que foram anos de lutas, trabalho árduo, dedicação e conquistas.

Que alegria! Sinto-me muito feliz em poder celebrar mais um ano de experiências, crescimento e muito aprendizado.

Muitos foram os obstáculos, os desafios e as oportunidades, mas a perseverança, honestidade e amor ao que se faz, fizeram com que chegássemos a mais um ano. E, sinceramente, tudo isto é o que nos move, o que nos faz acordar pela manhã e estar prontos para um novo dia. Outros desafios e oportunidades ainda virão e nós estamos prontos para enfrentá-los com coragem, ousadia e entusiasmo.

Vamos em frente! A cada etapa a vida nos reserva infinitas possibilidades, cabe a cada um atravessar as barreiras com coragem e fé para, ao final, o resultado ser o melhor possível, com a realização de sonhos. O caminho nem sempre é fácil mas, com amor, profissionalismo e muita garra podemos chegar lá.

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus pelas bênçãos!

Agradeço e parablenizo a todos, em especial aos profissionais que estão conosco dia após dia!

Este aniversário é de todos nós!

Um abraço,

Neri Carlos Lovato - Diretor Presidente

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: 3400 exemplares

Editoração: Marketing Translovato

Impressão: Gráfica Murialdo

Site: www.translovato.com.br

Equipe Informativo Translovato

Andressa Grillo Lovato

Annelise Demori Boppsin

Bruna Grillo Lovato

Caroline Tomazzoni Adami

Fernanda Guzzo Silveira

Karina Vessozi da Paixão

Maura Castro Dorigatti

Mirela Lusa Barbosa

Priscila Damasceno

Contato

E-mail: informativo@translovato.com.br

03

CENTRAL DE
RELACIONAMENTO

04

RESULTADOS CAMPANHA
COMERCIAL ABRIL/MAIO

05

ENTREVISTA COM A
CATARINENSE PHARMA

06

CLIENTE - BIOTROPIC

08

DESTAQUES NO ATENDIMENTO

09

MARKETING DE GUERRILHA

10

SÉRIE:
O CAMINHO DA CARGA

11

CENTRAL DE TRÁFEGO (C.T.)

12

36 ANOS TRANSLOVATO

14

PCAD - PROGRAMA DE CONTROLE
AO USO DE ÁLCOOL E DROGAS

15

MULTIPLICADORES INTERNOS

16

ARTIGO: HPV

17

PMOQ – PLANO DE MELHORIA
CONTÍNUA DA QUALIDADE

18

ARTIGO: PERDER E CONTINUAR

21

VARIEDADES

22

ATIVIDADE - DIA DOS PAIS

RECONHECIMENTOS E PREMIAÇÕES

Nesta edição destacamos os reconhecimentos e premiações recebidos dos clientes da Translovato.

VIA BLUMENAU IND. E COM. LTDA.

Centralizadora Translovato Blumenau - SC

A Translovato recebeu o Prêmio Excelência 2014 como transportadora do ano.

Para chegarmos a esse nível de excelência, a Translovato foi avaliada em critérios como: performance de entrega, qualidade de atendimento, pontualidade, estabilidade dos preços, recursos tecnológicos, inovação, segurança, responsabilidade social, entre outros.



"É com muita satisfação que podemos dizer que somos parceiros da transportadora Translovato há mais de 14 anos. A história de sucesso da Via Blumenau possui um alicerce qualitativo idêntico à missão da Translovato, que é: 'Proporcionar movimentação inteligente com eficiência e eficácia dos serviços, garantindo as expectativas dos clientes com crescimento sustentável'.

É imprescindível empresas parceiras terem afinidade em suas missões. A Via Blumenau prima por um atendimento eficiente a seus clientes e, neste quesito, o transporte e a entrega de suas mercadorias nas datas previstas é fundamental para o atendimento das expectativas de nossos clientes garantindo, assim, um crescimento sustentável da nossa operação.

A entrega do quadro de 'Melhor Transportadora do Ano' é o reconhecimento do trabalho feito com excelência, alcançando os maiores e melhores indicadores de qualidade dentre as transportadoras que nos atendem. Certamente, alcançados por uma equipe de profissionais preparados e motivados. Parabéns a toda a equipe da Translovato."

Julio H. Fukakusa

Diretor Presidente da Via Blumenau

CATIVA TEXTIL IND. E COM. LTDA.

Centralizadora Translovato Blumenau - SC

Reconhecimento recebido pelo bom desempenho de performance de entregas, atendimento geral, central de relacionamento e gerência da unidade.



DHL LOGISTICS

Centralizadora Translovato São Paulo - SP

A Translovato recebeu, do Projeto Raízes DHL Logistics – Hub Cumbica, o certificado de satisfação de atendimento pela performance em 2014, pela excelência dos serviços prestados ao cliente Saint Gobain – Norton.



REFRIGELO CLIMATIZAÇÃO DE AMBIENTES LTDA. - MULTI-AR

Centralizadora Translovato Campinas - SP

Em evento ocorrido no dia 11 de abril de 2015, a Translovato recebeu uma placa de reconhecimento no projeto Ranking de Transportadores Multi-Ar.



RESULTADOS DE ABRIL E MAIO DA CAMPANHA COMERCIAL 2015

Com foco voltado na qualidade dos processos comerciais e na excelência do atendimento, a Campanha Comercial vem, mensalmente, surpreendendo e movimentando as equipes.

A disputa é muito sadia, estimula o desenvolvimento profissional e estreita as relações entre as unidades.

Nesta edição, parabenizamos as duplas destaques dos meses de abril e maio de 2015.



ABRIL

1º



Bento e Bianca (SAO)

2º



Acrevi e Francine (JVL)

3º



Diego e João Nivaldo (ITA)

MAIO

1º



Tallyne e Anderson (PPY)

2º



Acrevi e Francine (JVL)

3º



Tatiana e Marinês (CXS)

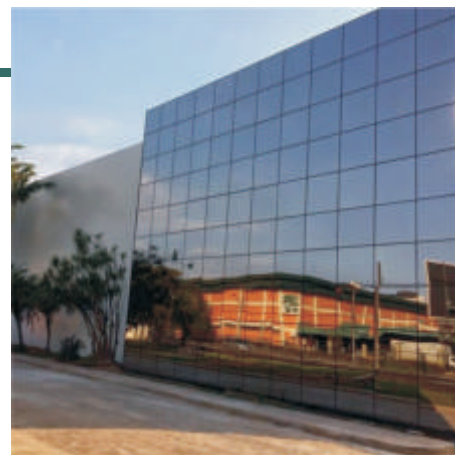
ENTREVISTA COM O CATARINENSE PHARMA



Desde 1919, o Laboratório Catarinense Ltda. exibia um forte potencial para o empreendedorismo, com mais de 50 produtos em seu portfólio, sendo considerada a maior indústria farmacêutica do estado de Santa Catarina.

São 8 milhões de unidades produzidas anualmente, em uma estrutura própria de 18 mil m².

Desenvolvemos e comercializamos medicamentos que têm em comum a aprovação da classe médica e o reconhecimento dos consumidores.



A entrevista desta edição é com **Juliano Engels Kuntz**, Coordenador de Logística no Catarinense Pharma.

Informativo Translovato: Com quase 100 anos de mercado, o Catarinense Pharma conta com uma variada gama de produtos em seu portfólio, muitos com reconhecimento nacional. A empresa considera importante o investimento no desenvolvimento de novos produtos?

Juliano: O Catarinense Pharma sempre trabalhou forte no desenvolvimento de novos produtos para manter-se sempre competitivo e atualizado com as tendências do mercado. Neste ano, serão lançados mais de 30 novos produtos, para que possamos ampliar nossa participação no mercado e oferecer aos nossos clientes mais opções para aumentar suas vendas.

Informativo Translovato: Quais os cuidados que a empresa possui para garantir a qualidade e integridade dos produtos, levando em consideração a estrutura física, técnicos-farmacêuticos, entre outros?

O Catarinense Pharma mantém um sistema de garantia de qualidade com o objetivo de assegurar o cumprimento das boas práticas de fabricação, de tal modo a fornecer produtos em conformidade com os requisitos de qualidade, segurança e eficácia. A empresa

possui um amplo programa de sanitização e higiene englobando seu pessoal, instalações, equipamentos, materiais de produção e recipientes. Mantém seu quadro de pessoal qualificado em quantidade suficiente, com base em educação, treinamentos e experiência para a fabricação de produtos com qualidade, segurança e eficácia. As instalações físicas são projetadas e construídas de forma a minimizar riscos de erros e possibilitar sua fácil limpeza e manutenção, de modo a evitar a contaminação cruzada, o acúmulo de poeira e sujeira ou qualquer efeito adverso que possa afetar a qualidade dos produtos.

Informativo Translovato: De que forma é controlada a rotação do estoque, levando-se em conta o prazo de validade dos produtos?

Temos uma política de estoque bem definida. A maioria de nossos produtos tem dois anos de validade. Isso nos faz ter um controle rigoroso da validade dos produtos, onde nosso sistema mostra com 14 meses de antecedência sua validade, o que nos dá tempo hábil para fazermos as ações comerciais necessárias.

Informativo Translovato: Neste momento, representando os muitos colegas de trabalho, qual é o sentimento de trabalhar em uma empresa centenária, reconhecida e respeitada, que se mantém atualizada no mercado e também conta com produtos que passam de geração para geração?

Com certeza estarei falando por mim e pela grande maioria que trabalha no Catarinense Pharma: Além do orgulho, tenho o privilégio de trabalhar nesta empresa que me acolhe há 24 anos.



Biotropic - Vitória/ES

O Brasil é o terceiro mercado mundial de itens de beleza, atrás apenas dos Estados Unidos e do Japão. O setor de cosméticos no país cresce mais de 10% ao ano, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). Presente no mercado brasileiro desde 2005, a Biotropic Cosmética contribui de forma intensa para a estatística.

Localizada na Grande Vitória, no Estado do Espírito Santo, a unidade da Biotropic possui sua fábrica (AKLA Indústria de Cosméticos) e o prédio administrativo (Biotropic Cosmética e Biotropic Licensing), juntamente com o seu Centro Técnico Biotropic de Pesquisa (CTB). A unidade fabril da Biotropic foi ampliada em 2010, com a inclusão de novas linhas de produção.

A empresa possui exclusividade na fabricação e distribuição de produtos de marcas internacionais e renomadas em linhas de higiene e beleza, com ênfase no público infantil e juvenil, principalmente de produtos capilares e corporal. Shampoos, condicionadores e cremes de pentear representam 80% dos produtos comercializados pela companhia.

Hoje, o portfólio de produtos da empresa compreende mais de 300 itens, entre linha própria (Bebê Natureza) e outras 30 linhas licenciadas, como Barbie, Monster High, Hot Wheels, Fisher-Price, Backyardigans, Carros, Spider-Man, Mickey, Avengers, Star Wars, Minions.

Após sete anos de atuação no mercado, e diante do sucesso das linhas de cosméticos licenciados para o público infanto-juvenil, a empresa decidiu criar uma



marca própria voltada exclusivamente para bebês. Foi então, em janeiro de 2012, que a empresa lançou a marca Bebê Natureza. A linha oferece ativos naturais e proporciona suavidade, segurança e qualidade para os bebês. Além disso, mantendo a filosofia dos produtos oferecidos pela empresa, cada frasco tem um animal como ícone: um peixe azul no shampoo, uma joaninha no condicionador, um leão na colônia, uma ovelha na loção hidratante, um urso no sabonete líquido e um sapo no sabonete em barra, para estimular o bebê a conhecer os animais e fortalecer a sua relação com o meio ambiente.

A companhia vem mantendo um ritmo intenso de crescimento nos últimos dois anos, com constantes lançamentos e fortes estratégias de marketing e de varejo. Em 2013, a Biotropic entrou na categoria de higiene bucal, através de escovas 3D.

A Biotropic vai continuar a inovar em embalagens, kits e formulação, visando sempre produtos diferenciados, lúdicos, de qualidade e que proporcionem segurança para os pais e diversão para o banho das crianças.

Vem muita novidade por aí.

Sobre a parceria:

"A parceria Translovato X Biotropic iniciou em meados de agosto de 2014 e vem crescendo desde então. Esta parceria veio para solucionar um problema de atendimento na região do RS e acabou por se estender por todo o sul do país. No final do ano começamos uma nova etapa com o início das atividades em MG. Essa tem se mostrado uma parceria de sucesso. Acreditamos que estamos em um caminho certo e seguro, pois ambas as empresas buscam o mesmo objetivo: atender com qualidade."

Jorge Luiz Domingues
Gerente de Logística Biotropic



Na foto:

Em pé, da esq. p/ dir.:

Renata Pinto, consultora comercial da Translovato,
Gisele Silva dos Santos, devoluções Biotropic,
Viviane Santos de Oliveira, faturamento Biotropic e
Maria do Carmo Santos, faturamento e agendamento Biotropic.

Abaixados, da esq. p/ dir.:

Jorge Luiz Domingues, gerente de logística Biotropic,
Vanessa Aparecida Marinetto, monitoramento Biotropic e
Cristiane Santos Rodrigues, recepção Biotropic.

Ser a transportadora escolhida pela Biotropic é um desafio contagiante, que nos move à excelência que este seguimento exige. A Centralizadora Translovato São Paulo encontra-se a 30 Km da Biotropic em Arujá/SP, atuando com projeto logístico voltado à excelência de atendimento para o seguimento de beleza e saúde, garantindo a integridade da carga e a melhoria contínua dos processos de transporte.

Levamos a nossa parceria como exemplo de crescimento e abrimos portas para ampliações, sem falar na enorme alegria de tê-los conosco no dia a dia. Como é gratificante ver o caminho que já percorremos juntos.

Que o sucesso nos enobreça e nos faça ainda mais consolidados!



DESTAQUES NO ATENDIMENTO



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.

Nesta página do Informativo são elencados, 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!

Os profissionais são indicados pelo setor comercial, através do Diretor Comercial, Gerentes Comerciais ou Gerentes de Centralizadora que respondem comercialmente e Centrais de Relacionamento.

Confira os profissionais que receberam mais indicações:

- Alex Gomes de Franca - Assistente de SQO - São Paulo/SP
- Aline Franchesca Ebertz de Lima - Assistente Operacional - Porto Alegre/RS
- Álvaro Jesus Franzotti - Gerente da Centralizadora Guarulhos/SP
- Ana Flávia Gomes Lourenço - Atendente Operacional - Curitiba/PR
- Arnaldo Borges dos Santos - Gerente Operacional - São Paulo/SP
- Carlos Eduardo de Andrade - Gerente Operacional - Belo Horizonte/MG
- Cleidiane Gonçalves Santos - Assistente Operacional - Belo Horizonte/MG
- Cristiane de Cezare - Unidade de Passo Fundo/RS
- Cristiane Gravina de Lima - Auxiliar Operacional - São Paulo/SP
- Eliane Nunes Pereira - Assistente de Cadastro - Matriz/Caxias do Sul/RS
- Felipe de Bittencourt Hallal - Atendente Operacional - Caxias do Sul/RS
- Gabriel dos Reis Cruz - Unidade de São José dos Campos/SP
- Lucas da Silva Calil - Assistente de SQO - Caxias do Sul/RS
- Luiz Fernando Rodrigues - Unidade de Santos/SP
- Marcelo Silva de Assis - Assistente de SQO - Belo Horizonte/MG
- Márcio Lopes Souza - Coordenador Operacional de Tráfego - Guarulhos/SP
- Meire Roseane Viana - Unidade de Jaraguá do Sul/SC
- Paulo César Fontes Duarte - Assistente Operacional - Caxias do Sul/RS
- Raubes Campelo - Assistente Operacional de Tráfego - São Paulo/SP
- Ronaldo Correia Sousa - Coordenador de Expedição - Guarulhos/SP
- Tatiane Cristine Fiala - Atendente Operacional - Curitiba/PR
- Thiago Antônio da Silva - Assistente de SQO - São Paulo/SP
- Vanessa Cristina Rossa - Analista de Cadastro - Matriz/Caxias do Sul/RS
- Vilson Kunz - Gerente Operacional - Curitiba/PR
- Welder dos Santos - Unidade de Juiz de Fora/MG

MARKETING DE GUERRILHA

O nome chama atenção por ser diferenciado, Marketing de Guerrilha nada mais é do que utilizar ferramentas inusitadas para divulgar um produto, serviço, empresa, etc.

Este módulo de propaganda surgiu na década de 70, com a necessidade de novas formas de divulgação, devido à queda da eficácia das ferramentas tradicionais. Hoje em dia, é amplamente utilizado nos grandes centros do mundo inteiro.

O Marketing de Guerrilha conta sempre com ações criativas e inovadoras, e as maneiras de apresentar são as mais diversas, com ações na rua ou em locais públicos, com a interação ou não do público. Um dos grandes chamarizes destas ações é justamente o fato de intrigar quem passa pelo local onde estão sendo realizadas. Muitas vezes, essas ações são gravadas ou registradas com fotos e acabam se tornando virais nas mídias digitais, atingindo um público muito maior.

Este tipo de ferramenta ajuda, principalmente, na divulgação e reforço da imagem da marca.

Veja alguns exemplos de marketing de guerrilha.



Fontes: www.oficinadnet.com.br, www.marketingemedia.com.br,
www.emailmanager.com, www.ilvirale.wordpress.com,
www.dontbeahayter.com

09

O QUE ACONTECE NAS ESTRADAS,
VOCÊ ACESSA E GERENCIA
EM TEMPO REAL

SINISTRO ON-LINE

Gestão e informação completa do sinistro



- Acompanhamento web em tempo real de todas as etapas do sinistro;
- Informação imediata para a tomada de decisão;
- Download e upload de documentos;
- Histórico e relatórios de sinistros.

A Apisul Reguladora trabalha com agilidade e eficácia no atendimento e regulação de sinistros em todo o país. Com divisões especiais para emergências e investigações, e uma equipe distribuída estrategicamente, garante o atendimento imediato no menor prazo do mercado.

Grupo Apisul, 30 anos movidos pelo seu crescimento
www.apisul.com.br | (51) 2121-9000



SÉRIE: O CAMINHO DA CARGA CARREGAMENTO E MANIFESTO

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

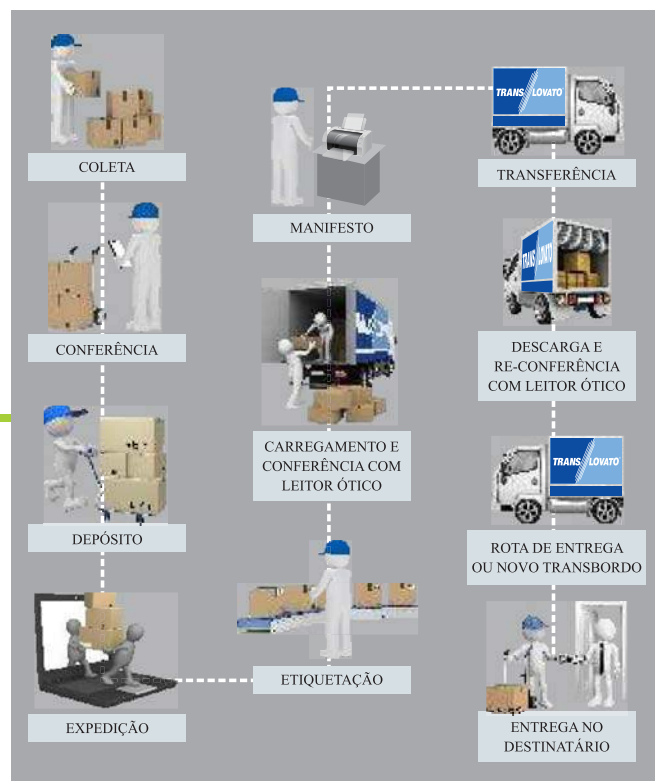


CARREGAMENTO E
CONFERÊNCIA COM
LEITOR ÓTICO

Com a análise no fluxo de carga e com as rotas pré-estabelecidas, são definidos os percursos que a carga irá realizar. Para escolha do veículo mais adequado, são levados em conta o peso e a volumetria.

Com a mercadoria já previamente separada por rota/destino, é realizada a abertura do veículo em sistema para que se inicie efetivamente o carregamento. Os volumes são novamente lidos com o leitor óptico de código de barras, individualmente, ou, em alguns casos, unitizados. Na unitização, o sistema mais utilizado é o de paletização, onde há melhor aproveitamento de espaço, possibilitando a redução do tempo de movimentação, agilizando o controle e a conferência.

Havendo divergência ou inconsistência física ou documental, são providenciadas as tratativas em BO. A leitura está sincronizada com o sistema, que, imediatamente, registra o embarque do CTe no manifesto ao qual será designado. Após a finalização física do carregamento, o veículo é lacrado. Este laque contém código para registro em sistema.



MANIFESTO

Manifesto Eletrônico de Documentos Fiscais (MDF-e) é a relação de carga por veículo. É o documento emitido e armazenado eletronicamente para vinculação de documentos fiscais transportados.

O MDF-e contempla a impressão de um documento em papel, chamado de Documento Auxiliar do Manifesto Eletrônico de Documentos Fiscais (DAMDFE), cuja função é acompanhar o transporte e, assim, informar o trânsito dos documentos da carga, possibilitando a otimização dos processos.

O MDF-e também é responsável pela redução de tempo na parada dos veículos de cargas em postos fiscais.

No manifesto são inseridos dados como rota, motorista, ficha de viagem, entre outras informações documentais e é realizado simultaneamente ao carregamento. A ficha de viagem é item obrigatório para a emissão do manifesto e é o comprovante para acertos com motoristas. Na ficha de viagem também é possível mensurar o custo de transferência, para melhor aproveitamento e análises pertinentes.

A partir da vinculação da ficha de viagem ao manifesto, a relação de CTe's manifestados é enviada para a seguradora. Após a liberação da seguradora, a carga segue para a transferência segura.

CENTRAL DE TRÁFEGO (C.T.)



As atividades principais da C.T. são as seguintes:

Controle de carregamento:

Acompanhamento do horário de saída dos veículos das unidades de origem;

Controle do tempo de viagem:

Acompanhamento do tempo em movimento e tempo de paradas, baseado nas legislações trabalhistas vigentes;

Controle do tempo de transbordo:

Acompanhamento do tempo de parada dos veículos nas unidades, aguardando transbordo;

Controle do custo de transferência:

Análise de peso, valor de frete e custo médio por viagem;

Programação de carregamento:

Verificação e atendimento da demanda diária de veículos por unidade, alocando os conjuntos de transferência.

A partir dos dados gerados pelos controles acima, são realizadas ações corretivas e planos de melhoria contínua para que a movimentação seja realizada com inteligência, garantindo o serviço firmado e atendimento excelente aos nossos clientes.

Em acompanhamento às mudanças de diretrizes ocorridas no início de 2015, desde o mês de março, a Translovato conta com uma nova estrutura de monitoramento de seus processos dentro do setor de Frota, chamada C.T. - Central de Tráfego.

A Central de Tráfego tem como objetivo monitorar o fluxo das mercadorias transportadas no que se refere à eficiência de motoristas e veículos. Este trabalho tem o intuito de garantir o bom andamento e agilidade das viagens de transferência, dando condição de recebimento da carga nas unidades de destino em tempo hábil para liberação das mercadorias para entrega, conforme os prazos acordados.





"A simplicidade é o DNA da Translovato."

Neri Carlos Lovato
Diretor Presidente Translovato

36 anos Translovato

Em um mundo cheio de mutações e desafios, a evolução é requisito básico para a sobrevivência. E é evoluindo constantemente que a Translovato, no ano de 2015, completa 36 anos.

Fundada em 17 de julho de 1979, a empresa desenvolveu-se de forma sólida, traçando sua caminhada sempre rumo ao sucesso.

Atualmente, conta com mais de 2.800 funcionários e 21 centralizadoras próprias, além da matriz, dispondo de terminais modernos, com suporte tecnológico, sistema *cross docking* e equipes extremamente treinadas e preparadas para atender com excelência cada um dos clientes. A boa performance da Translovato é resultado de um modelo de gestão voltado à qualidade e melhoria contínua.

Ao comemorarmos nossas conquistas, é inevitável e imprescindível olharmos ao redor e reconhecermos os responsáveis por propiciar tamanho crescimento. Gostaríamos de agradecer a cada cliente, parceiro e profissional que esteve conosco nesta caminhada. Que tenhamos a capacidade de continuar evoluindo e crescendo juntamente com vocês.

1979 - 2015



PCAD - PROGRAMA DE CONTROLE AO USO DE ÁLCOOL E DROGAS



Inegáveis são as consequências nocivas do álcool e das drogas no ser humano. Atuam diretamente no cerebelo, afetando a percepção de espaço, equilíbrio, etc. A ingestão de álcool e o uso de drogas ocasionam distração e perda de foco por parte do trabalhador, provocando acidentes com repercussões nefastas tanto para o acidentado e sua família, como para toda a sociedade.

Por valorizar as pessoas, sua marca e por acreditar que os profissionais do volante têm uma grande responsabilidade em suas mãos, ao dirigir pelas ruas e estradas, surgiu na Translovato o PCAD – Programa de Controle ao Uso de Álcool e Drogas. As ações abrangem os motoristas de carreta. Após, vão abranger os motoristas de coleta e entrega e motoristas agregados. A ideia é tornar a novidade uma atividade de rotina, e aos poucos expandir aos outros motoristas até introduzir os exames toxicológicos.

Para a implantação do programa, houve um estudo anterior com base na legislação, evidenciando a seriedade e compromisso da empresa. Em todas as etapas os setores corporativos de RH e Frota / Tráfego foram parceiros.

“Desde a estimativa de investimentos, planejamento, divulgação e adesão dos profissionais estive-

mos juntos, garantindo a comunicação assertiva e a transparência de todo o processo. (...) Fizemos questão de viajar e treinar pessoalmente a equipe de operadores e acompanhar as primeiras inspeções realizadas.” – afirma Maura Dorigatti, Supervisora do RH Corporativo.

Para Adriano Moura, Gerente de Frota / Tráfego Corporativo, após a etapa de aprovação dos investimentos, a preocupação foi com receptividade dos motoristas. *“Tudo o que é novo pode gerar desconforto, mas ocorreu conforme prevíamos, de forma tranquila. Conseguimos demonstrar a preocupação com o bem-estar das pessoas, familiares, empresa e clientes.”*

Na prática, os profissionais participam de inspeções com etilômetro ao sair e entrar das unidades de controle da empresa. O processo é conduzido em local reservado, por um operador treinado, após o consentimento do motorista, na presença de duas testemunhas.

Os equipamentos utilizados nas inspeções são Etilômetros Alco Sensor – IV, aferidos e certificados pelo Denatran e Inmetro.

“As empresas estão inovando e este programa pra mim é bom, pois pode evitar vários acidentes. O jeito que foi explicado pra nós foi claro, fácil de aprender, bem ilustrativo. A forma que os colegas abordam os motoristas nas unidades está sendo conforme o combinado. (...) Os clientes podem ter um olhar diferente sobre nós motoristas e sobre a empresa, pois os motoristas de hoje têm outra postura e aqui não bebem durante o trabalho.”

Edy Carlos Casagrande da Silva
Motorista de Carreta

“Eu acho bom. Vejo muita imprudência por aí nas estradas e iniciativas assim trazem maior segurança para todos, motoristas, empresa e clientes. Essas questões de drogas e álcool vão muito de cada um, mas o programa ajuda a controlar. Acredito que fica uma boa imagem para empresa.”

Vanderlei de Jesus Machado Ramos
Motorista de Carreta

PROGRAMA DE MULTIPLICADORES INTERNOS DE TREINAMENTO

"Novas habilidades e conhecimentos por si só não agregam valor; ambos têm que ser aplicados, então nutridos até que um desempenho melhorado possa ser contabilizado de forma consistente para produzir resultados importantes no trabalho." (Brinkerhoff & Apking, 2001, p.4).



No mês de maio ocorreu o primeiro treinamento de Multiplicadores Internos 2015 e, para o segundo semestre estão previstas novas turmas.

Respeitando os princípios da Andragogia, que é a arte ou ciência de orientar adultos a aprender - segundo a definição creditada a Malcolm Knowles - os treinamentos são bem dinâmicos e orientam os participantes a esta prática.

A necessidade de trabalhar com planejamento, análise e indicadores foi amplamente discutida, de forma a promover mudanças positivas na atuação dos Multiplicadores. Acreditamos que profissionais bem qualificados conseguem criar ambientes e práticas adequadas para aprendizagem, influenciando os resultados organizacionais.



Revestimento em ACM
Tec Bond



54 3229 1360

www.ciadoletreiro.com.br



Este artigo é de
**Dra. Maderlei Vaccari
Rockenbach,**
Ginecologista/Obstetra,
Residência Médica na PUC/RS



Quando se fala em Doença Sexualmente Transmissíveis (DST), o vírus do papiloma-vírus humano (HPV) é o tipo mais frequente.

Em torno de 80% das pessoas com vida sexual ativa (parceiro fixo ou não) já tiveram contato com alguma variação do HPV.

O câncer do colo de útero é resultado de uma complicação rara da infecção pelo (HPV). Estima-se que nove de cada dez mulheres que entram em contato com o vírus se livram dele sem necessidade de intervenções terapêuticas. *"Basta melhorar a imunidade para dificultar a persistência do (HPV)"*.

Diante da infecção, recomenda-se que as pacientes parem de fumar, evitem álcool e drogas, adotem uma dieta balanceada, durmam bem e procurem manter o mesmo parceiro sexual.

A incubação do HPV, conhecida como fase de latência, pode durar de uma semana a nove meses, mas, na maioria dos casos, prolonga-se por até dois anos e meio. Essa informação é importante porque ajuda a preservar os casais. A associação entre HPV e traição conjugal, no momento do diagnóstico, não deve ser obrigatória.

O HPV está intrinsecamente associado a neoplasia cervical. Estudos demonstram que, aproximadamente, 70% das mulheres infectadas por HPV eliminam a infecção em um ano, chegando a 91% em dois anos. A infecção pelo HPV, por si só, não leva ao câncer. É necessário que haja infecção persistente por um tipo de HPV de alto risco oncogênico, além da

presença de outros fatores de risco.

No homem, constata-se a presença do HPV em 50% dos pacientes com câncer de pênis. Na mulher o vírus está associado ao câncer de colo de útero (99%), vagina (50%), vulva (50%), entre outros.

Existem mais de 120 tipos virais de HPV, dos quais pelo menos 35 são encontrados no trato anogenital e 15 a 20 destes são indutores de câncer. Os tipos 6 e 11 causam principalmente verrugas genitais (condilomas). Já os tipos 16 e 18 possuem forte relação com a gênese do câncer cervical e, por isso, são classificados como de alto risco oncogênico.

Atualmente, há duas vacinas aprovadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa):

- Vacina papilomavírus humano 6, 11, 16 e 18 (recombinante).
- Vacina papilomavírus humano 16 e 18 (recombinante).

Sexo seguro:

- * Usar preservativo (camisinha) em todas as relações.
 - * Parceiro fixo (ideal).
 - * Conversar primeiro com seu parceiro, procure certificar-se que ele não tem nenhuma DST.
 - * Consultar seu médico regularmente e fazer os exames periódicos.
 - * No caso de lesões suspeitas procurar imediatamente atendimento médico especializado, não espere.
- SEXO SEGURO, ADOTE ESTA IDEIA.**

PMCQ – PLANO DE MELHORIA CONTÍNUA DA QUALIDADE

PMCQ – Plano de Melhoria Contínua da Qualidade existe desde 2009 na Translovato. É uma ferramenta da qualidade que auxilia nas causas fundamentais, eliminando, reverendo, verificando e registrando as não-conformidades.



- Não-conformidade: Não atendimento a um requisito ou qualquer desvio das normas, práticas, procedimentos, requisitos legais, etc.

- Ação preventiva: é um método para a prevenção da ocorrência de uma não-conformidade.

- Ação corretiva: é um método para a eliminação de uma não-conformidade constatada, atuando na CAUSA RAIZ do problema para evitar sua repetição.

Identificação da não-conformidade.

Identificar a causa raiz da não-conformidade.

Definir o plano de ação (5W2H).

Realizar as ações para eliminar a não-conformidade.

Follow-up (acompanhamento) das ações a serem implementadas.

Análise de eficácia das ações implementadas.

A análise da causa raiz de uma não-conformidade é um estudo que tem por objetivo descobrir se existe uma causa ou um conjunto de fatores que desencadearam a não-conformidade.

As metodologias utilizadas para essa atividade são:

- **5 Por quês;**
- **Diagrama de Causa e Efeito;**
- **Plano de Ação – 5W2H.**

Na gestão das não-conformidades, é possível identificar pontos de melhoria que podem aperfeiçoar os processos ou métodos de trabalho. A melhoria contínua é a busca da perfeição, indo além dos conceitos de qualidade que é sempre fazer corretamente o trabalho, mas tendo como objetivo satisfazer os clientes internos e externos.

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.



PERDER E CONTINUAR



Este artigo é de
Adriano Prestes,
Gerente de Intermediação com
Prestadores de Serviço no
Fátima Saúde e Professor de
Pós-graduação na Faculdade Ideau.
Mestre em Administração de Empresas com
ênfase em Inovação e Competitividade
pela UCS, Psicólogo pela UCS e
Bacharel em Ciências da Computação
pela UFRGS



Sei que para muitos que estiverem lendo este texto, o que vou dizer vai parecer estranho, mas lá vai: percebi que recentemente passei a ler a seção de obituário no jornal local. Sim, aquela parte que informa quem morreu nos últimos dias... Mórbito? Tomara que não! Reflexo da idade? Sim, admito que já não sou nenhum garoto.

Dei-me conta de que, durante a infância e em parte da minha adolescência, a sensação de perder alguém estava muito distante da minha realidade. Pura sorte na verdade, pois muitos têm que lidar com perdas de forma bem precoce. Gradualmente, esta percepção tornou-se bem mais nítida e o significado da morte passou a ser bem claro para mim.

Mas a perda não está somente relacionada ao conceito de morte. Quantas vezes ouvimos a frase: “*só deu valor depois que perdeu*”? Ela serve de consolo, por exemplo, para quem foi deixado pela namorada ou pelo namorado, e dá a exata dimensão do efeito da perda em nossos sentimentos: ela é a contrapartida da sensação prazerosa de ter alguém. Assim, sinto mesmo que perdi quando me dou conta que tinha algo que dava valor.

O que fazer, então, para não nos entristecermos demais com as inevitáveis perdas? O que fazer para perder e continuar?

Só um minuto... meu filho acaba de quebrar em pedacinhos uma xícara jogando bola aqui em casa. Ele me olha assustado e pergunta: “a gente pode montar de novo, papai?”. Não, não, filho. Esta perda não tem como recuperar... Mas enquanto nossa vida

continuar, independentemente de quantas xícaras se quebrarem pelo caminho, vamos pegar a vassoura e a pazinha, recolher os cacos e seguir em frente.

“Eu não quero te perder, papai”. É assim, com a voz meiga e melodiosa característica de um menino de três anos, que meu filho expressa que já entendeu a importância de preservar as relações que tem em sua vida, mesmo que esta ainda seja bem curtinha. Para meu filho, como ele mesmo explica, me perder significaria se desencontrar de mim e “ficar sozinho pela cidade”.

Chega a surpreender a forma direta e franca com que ele fala sobre isso, pois a possibilidade de não continuar próximo a alguém querido é algo que comumente não é falado. Para quem é pai recente como eu, o assunto incomoda bastante, pois realmente gostaria de permanecer com meu filho para sempre. Doce ilusão! Tenho que aceitar minha finitude e ainda enfrentar o temor de ter que me afastar dele prematuramente, sem garantias de que estarei ao seu lado para ajudá-lo a enfrentar o mundo.

Assim, percebo que a mesma insegurança que o meu filho de três anos sente, provavelmente eu, você, seu colega da mesa ao lado, enfim, todos também sentimos. Seguramente não queremos perder aqueles que nos são próximos.

Na vida adulta, quem tenta falar sobre perdas desta forma é normalmente calado por frases do tipo: “*Para! Não presta falar sobre isso!*” ou “*Bate na madeira que dá azar falar assim!*”. Creio que vamos nos acostumando a não falar sobre isso desde peque-

nos; falar sobre perder alguém (ou algo) importante é até certo ponto proibido, pois faz com que tenhamos que pensar em nossas próprias mortes.

Aí, quando alguém traz o assunto à tona, ficamos chocados, pois estamos despreparados para lidar com isso. E talvez nunca nos preparemos efetivamente para perder, pois perder alguém significa abandonar parte de nós mesmos. Assim, quando perco um parente ou um amigo, ou até mesmo quando um colega querido sai da empresa, sofro de tal forma que preciso de tempo para me reorganizar. Esta desorganização mostra a falta que a pessoa nos faz e pode até nos paralisar, tirando-nos o ânimo para retomar as atividades cotidianas.

Não há separação completa entre vida pessoal e profissional, e são esperadas dificuldades no trabalho para quem passa por alguma perda. Afinal, como trabalhar com o mesmo entusiasmo quando há morte na família ou desilusões amorosas? Preciso ter formas de expressar a dor desta perda, a fim de poder superá-la.

É fundamental perceber que ter um trabalho, ajuda na superação. Não há receita mágica para aceitarmos o que não queremos, porém, posso destacar duas ações que me parecem ser construtivas em momentos assim:

Inicialmente devemos evitar o isolamento, não deixando de compartilhar problemas com as pessoas mais próximas. Passamos ao menos oito horas no trabalho e, sem conversar com alguém sobre algo tão importante, fica difícil aguentar! Entretanto, também é importante evitar a exposição demasiada, não sendo recomendável dividir as angústias com todos, pois na empresa haverá pessoas que não saberão acolher fraquezas alheias.



Depois, é preciso procurarmos ajuda. Fingir que os problemas não existem não é solução, e nem sempre as pessoas da empresa poderão ajudar, visto que, muitas vezes, nosso sofrimento ultrapassa o contexto de trabalho.

Perdas, enfim, fazem parte de nosso cotidiano. Minha esposa e eu reforçamos para nosso filho que estamos e estaremos juntos, mas no fundo sabemos que se usarmos "*sempre*" faremos uma promessa que não será cumprida.

Sempre está longe demais para ser alcançado, mas sermos felizes hoje com o que temos e com quem está conosco é bem mais viável. Despeço-me porque agora quero brincar com meu filho.

Obrigado pela leitura!



MILHÕES DE QUILÔMETROS RODADOS,
MILHARES DE ENTREGAS E
INCONTÁVEIS CLIENTES SATISFEITOS!



TRANS//LOVATO®

Nosso destino é servir melhor você.

TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS.

www.translovato.com.br

BELO CLICK



CHUVA CHEGANDO EM FRANCA

Lorraine Rosa de Souza
Base Operacional Translovato de Franca/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?



EXPRESSÕES POPULARES

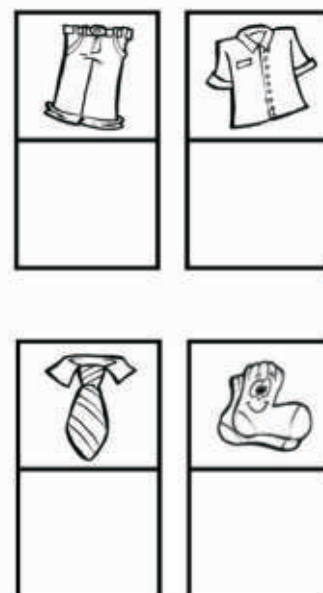
DE MÃOS ABANANDO

Na época da intensa imigração no Brasil, os imigrantes tinham que ter suas próprias ferramentas. As “mãos abanando” eram um sinal de que aquele imigrante não estava disposto a trabalhar. A partir daí, o termo passou a ser empregado para designar alguém que não traz nada consigo. Uma aplicação comum da expressão é quando alguém vai a uma festa de aniversário sem levar presente.

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

ATIVIDADE - DIA DOS PAIS

VAMOS CONTAR AS ROUPAS DO PAPAÍ!



QUAL PEÇA DE ROUPA O PAPAÍ TEM MAIS? _____

QUAL PEÇA DE ROUPA O PAPAÍ TEM MENOS? _____

CORAÇÃO PARA O PAPAÍ.

VOCÊ PODE COLORIR, DESENHAR, COLAR FIGURAS OU ESCREVER UMA MENSAGEM.



RIO GRANDE DO SULALEGRETE - ALE
Fone: (55) 3422-4737BAGÉ - BAG
Fone: (53) 3242-7796CAMAQUÃ - CMQ
Fone: (51) 3671-0455**CAXIAS DO SUL e MATRIZ
CXS/MTZ**
Fone: (54) 3026-2777ERECHIM - ERE
Fone: (54) 3522-9159FREDERICO WESTPHALEN - FRW
Fone: (55) 3744-8035IBIRUBÁ - IBA
Fone: (54) 3199-8488IJUÍ - IJU
Fone: (55) 3332-9915LAGOA VERMELHA - LGV
Fone: (54) 3358-3238LAJEADO - LAJ
Fone: (51) 3748-6459NOVO HAMBURGO - NHA
Fone: (51) 3587-5773OSÓRIO - OSO
Fone: (51) 3601-2263PASSO FUNDO - PFU
Fone: (54) 3311-9183PELOTAS - PEL
Fone: (53) 3283-2009**PORTO ALEGRE - POA**
Fone: (51) 3026-2777QUARAÍ - QUI
Fone: (55) 3423-1856SANTA CRUZ DO SUL - SCS
Fone: (51) 3715-3262**SANTA MARIA - SMA**
Fones: (55) 3211-1500
(55) 3211-1599SANTA ROSA - SRO
Fone: (55) 3512-4061SANTANA DO LIVRAMENTO - LIV
Fone: (55) 3242-3302SANTIAGO - SNT
Fone: (55) 3251-5070SÃO GABRIEL - SGB
Fone: (55) 3232-1156SARANDI - SAR
Fone: (54) 3361-2445URUGUAIANA - URU
Fone: (55) 3413-3588VACARIA - VAC
Fone: (54) 3231-4226VERANÓPOLIS - VER
Fone: (54) 3441-8000**SANTA CATARINA****BLUMENAU - BLU**
Fone: (47) 3036-2777BRUSQUE - BRQ
Fone: (47) 3350-0759CHAPECÓ - CHA
Fone: (49) 2049-0000CRICIÚMA - CRI
Fone: (48) 3468-5777**FLORIANÓPOLIS - FLN**
Fones: (48) 3341-3455**ITAJAÍ - ITA**
Fone: (47) 3045-2777JARAGUÁ DO SUL - JGS
Fone: (47) 3372-0121JOAÇABA - JBA
Fone: (49) 3521-3111**JOINVILLE - JVL**
Fone: (47) 3435-1007LAGES - LGS
Fone: (49) 3222-4619RIO DO SUL - RDS
Fone: (47) 3525-1611SÃO BENTO DO SUL - SBS
Fone: (47) 3633-6606TUBARÃO - TUB
Fone: (48) 3628-3200**PARANÁ**AMPERE - AMP
Fone: (46) 3547-1846APUCARANA - APU
Fones: (43) 3308-1800 /
(43) 3423-6206CASCAVEL - CAS
Fone: (45) 3097-8085CIANORTE - CNT
Fone: (44) 3018-4747**CURITIBA - CWB**
Fone: (41) 3033-8686FOZ DO IGUAÇU - FOZ
Fone: (45) 3522-2892FRANCISCO BELTRÃO - FBL
Fone: (46) 3524-0963GUARAPUAVA - GVA
Fone: (42) 3629-5194LARANJEIRAS DO SUL - LDS
Fone: (42) 3635-6737**LONDRINA - LDA**
Fone: (43) 3025-2777MARINGÁ - MGA
Fone: (44) 3028-6836MEDIANEIRA - MED
Fone: (45) 3264-6047PARANAVAÍ - PVI
Fone: (44) 3423-6900PATO BRANCO - PTB
Fone: (46) 3225-1433PONTA GROSSA - PTG
Fone: (42) 3236-5098RIO NEGRO - RNG
Fone: (47) 3645-0359TOLEDO - TLD
Fone: (45) 3226-0306UMUARAMA - UMU
Fones: (44) 3624-8945UNIÃO DA VITÓRIA - UVV
Fone: (42) 3522-8726**SÃO PAULO**ARARAQUARA - ARA
Fone: (16) 3472-3208AVARÉ - AVR
Fone: (14) 3733-5983**BAURU - BAU**
Fone: (14) 3312-2600**BIRIGUI - BIR**
Fone: (18) 3644-2842**CAMPINAS - CPN**
Fone: (19) 3515-0900FRANCA - FCA
Fone: (16) 3701-3360**GUARULHOS - GRU (Entregas)**
Fone: (11) 2303-0934ITAPETININGA - ITP
Fone: (15) 3271-0779MARÍLIA - MAR
Fone: (14) 3221-2727OURINHOS - OUS
Fone: (14) 3026-7270PENÁPOLIS - PEN
Fone: (18) 3652-6640PIRACICABA - PIR
Fone: (19) 3434-7700PORTO FERREIRA - PTF
Fone: (19) 3588-6144PRESIDENTE PRUDENTE - PRU
Fone: (18) 3908-1790**RIBEIRÃO PRETO - RIP**
Fone: (16) 3603-6599SANTOS - SAN
Fone: (13) 3493-6801SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - SJP
Fone: (17) 3218-6961SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SJC
Fone: (12) 3939-9776**SÃO PAULO - SAO (Coletas)**
Fone: (11) 2413-2727**SOROCABA - SOR**
Fone: (15) 3228-3882TUPÃ - TUP
Fone: (14) 3491-1180**MINAS GERAIS****BELO HORIZONTE - BHZ**
Fone: (31) 2564-9400CURVELO - CVL
Fones: (38) 3721-3666
(38) 3721-4189DIVINÓPOLIS - DIV
Fone: (37) 3244-2424GOVERNADOR VALADARES -
GVR
Fones: (33) 3271-1116
(33) 3278-4502GUANHÃES - GUA
Fone: (31) 3424-6166IPATINGA - IPN
Fone: (31) 3821-4282JOÃO MONLEVADE - JML
Fone: (31) 3851-1449JUIZ DE FORA - JDF
Fone: (32) 3221-4005MONTES CLAROS - MOC
Fone: (38) 3212-3275NOVA SERRANA - NSE
Fone: (37) 3226-6668PASSOS - PSS
Fone: (35) 3021-2940POÇOS DE CALDAS - POC
Fone: (35) 3721-3936**POUSO ALEGRE - PPA**
Fone: (35) 3449-3019SETE LAGOAS - STL
Fone: (31) 3772-2899TEÓFILO OTONI - TEO
Fone: (33) 3522-2727UBERLÂNDIA - UDI
Fone: (34) 3212-6043VARGINHA - VAG
Fone: (35) 3222-8047

TRANSLOVATO

No estado do Paraná



Abrangendo os estados do RS, SC, PR, SP e MG, a Translovato trabalha fortemente no estado do Paraná, com unidades estruturadas e preparadas para atender a demanda deste e dos outros estados de atuação.

No estado do Paraná, são 20 unidades estrategicamente localizadas, sendo 2 centralizadoras e 18 bases operacionais.



A planejada distribuição de unidades, as modernas estruturas com terminais equipados e preparados para assegurar maior eficiência nos processos e a qualificação constante dos profissionais, permitem a excelência no atendimento, sempre com o foco principal nas operações.

O capital humano recebe periodicamente, treinamento, sendo que os objetivos principais são o desenvolvimento e a capacitação, tendo como resultado ações inovadoras e qualificação dos serviços.

