

INFORMATIVO **TRANSLOVATO**

86



**EM 2016,
ACREDITE E COLOQUE
EM PRÁTICA SEUS
OBJETIVOS**

EDITORIAL



Claudemir Groff
Diretor Comercial

Começamos o temido 2016, como se tivesse uma névoa no ar, um sentimento negativo que transparece em muitas pessoas, um pessimismo muito além da conta, na minha opinião. Não devemos achar, em momento algum, que teremos um ano fácil, o famoso ditado "*tampar o sol com a peneira*", se enganar, entendendo que esta crise real que o País vive, pode passar rapidinho, sem muito esforço, dedicação e muito trabalho.

Mas, também compreendo que não devemos nos paralizar, se entregar as notícias negativas, que aparecem todo santo dia, ainda acredito na velha máxima que por trás de toda crise, existem muitas oportunidades, na verdade, criatividade,

talento e evolução que as pessoas e profissionais descobrem que possuem dentro de si e que vem a tona em momentos como estes, que necessitamos de renovação.

Dentro da Translovato temos um time de profissionais que se diferencia, que faz acontecer. Convoco estes diversos colegas para liderarem o otimismo, seguido de atenção ao desperdício, aos custos invisíveis, ao fazer correto na primeira vez, ao bom atendimento, destacando nosso diferencial, a mudança positiva e criativa, para lidarmos com a crise de cabeça erguida e diminuirmos o impacto dentro de nossa empresa.

Vamos enfrentar este ano que se inicia com muita luz.

03 DICAS PARA OS
PROFISSIONAIS DE VENDAS

04 CAMPANHA COMERCIAL

06 USAFLEX

09 PLANO PEDAGÓGICO

10 DESTAQUES NO ATENDIMENTO

11 BOAS PRÁTICAS NO TRANSPORTE
DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS

12 EM 2016, ACREDITE E COLOQUE
EM PRÁTICA SEUS OBJETIVOS

14 SÉRIE: ESTAMOS AQUI
SÃO PAULO E PORTO ALEGRE

15 NA ESCUTA

16 PROMOVENDO SAÚDE E CUIDANDO
DA QUALIDADE DE VIDA

17 NOSSAS EQUIPES JÁ
ESTÃO SE PREPARANDO

18 MARKETING SENSORIAL

20 COMUNICAÇÃO: UMA ARTE
SEM RECEITA MÁGICA

22 VARIEDADES

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

Jornalista: Andressa Grillo Lovato - 0018122/RS
Tiragem: 3300 exemplares
Impressão: Gráfica Bento
Site: www.translovato.com.br

Elaboração: Equipe Informativo Translovato
Coordenação: Claudemir Groff
Editoração: Marketing Translovato
E-mail: informativo@translovato.com.br

Colaboradores desta edição:
Cláudio Antônio Peretto
Graziani Tonin
Márcia Rebolo
Ricardo Henrique Centurião

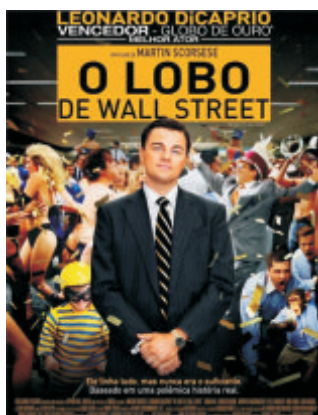
Equipe do Informativo:

Andressa Grillo Lovato
Bruna Grillo Lovato
Caroline Tomazzoni Adami
Fernanda Guzzo Silveira
Ismael Pereira Machado
Karina Vessozi da Paixão
Maura Castro Dorigatti
Mirela Lusa Barbosa
Priscila Damasceno

FILMES E LIVROS QUE TODO O PROFISSIONAL DE VENDAS DEVERIA VER/LER

O profissional de vendas deve utilizar o cinema e a literatura como fontes de inspiração, com olhar crítico podemos tirar das trilhas cinematográficas e dos livros muitas aprendizagens para o crescimento profissional e lições que contribuem na superação dos desafios diários. Pensando nisso, desafiamos os profissionais de vendas a assistirem e a lerem as nossas indicações:

FILMES



O LOBO DE WALL STREET

História de um corretor de ações que aos 26 anos tinha como meta tornar-se milionário. Mas a mensagem que devemos captar como lição é o poder de liderança e as motivações que envolvem a equipe e as levam ao sucesso. (2013, 179 Min.)

O DISCURSO DO REI

O filme proporciona a percepção de importantes e indispensáveis habilidades no mundo das vendas, como comunicação interpessoal, falar em público, argumentar, postura e abordagens. (2010, 118 Min.)

O HOMEM QUE MUDOU O JOGO

Baseado em história real de um treinador de beisebol, que monta time imbatível, com baixo investimento, utilizando o método de análise de cada jogador. Inspira aos profissionais de vendas a analisar os dados que podem facilitar as aproximações e os negócios. (2011, 113 Min.)

LIVROS



A BÍBLIA DE VENDAS

Consagrado como o melhor livro de vendas já publicado, é recheado de métodos e técnicas que proporcionam o aumento nas vendas e fidelização de clientes. Ensina os conhecimentos necessários para o alcance das metas e resultados

almejados. O autor é uma autoridade global em vendas e seus livros já venderam mais de 1 milhão de cópias. (Gitomer, Jeffrey. 296 pág.)



ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

8ª ed./2009

O autor descreve as principais ferramentas disponíveis à equipe de vendas para o planejamento, organização, direção e controle na área de vendas, adaptando-se à realidade brasileira. Ensina diversas técnicas que podem

ser utilizadas no treinamento de equipes e gestores, outro fator importante é para a administração de venda pessoal. (Alexandre Luzzi, Las Casas. 312 pág.)



Campanha Comercial

Unindo forças para chegar mais longe

Apresentamos a seguir o fechamento da Campanha Comercial de 2015.
Com o resultado do mês de dezembro, do 4º trimestre e do ano.

DEZEMBRO

1º



Francine e Acrevi (JVL)

2º



Amanda e Patrick (CWB)

3º



Bento e Bianca (SAO)

4º TRIMESTRE - EQUIPES

AZUL



Equipe Comercial de Caxias do Sul, vencedora do grupo azul no 4º trimestre.

LARANJA



Equipe Comercial de Ribeirão Preto, vencedora do grupo laranja no 4º trimestre.

VERDE



Equipe Comercial de Joinville, vencedora do grupo verde no 4º trimestre.

4º TRIMESTRE - CONQUISTA DE NOVOS CLIENTES



Carlos e Michele (CXS).
Dupla comercial com o maior
faturamento de clientes novos.

RESULTADOS DO ANO DE 2015

DUPLAS VENCEDORAS DO ANO DE 2015

1º



Francine e Acrevi (JVL)

2º



Bento e Bianca (SAO)

3º



Jonatas e Aline (CPN)

EQUIPES

AZUL



Equipe Comercial de
Caxias do Sul, vencedora do
grupo azul no ano de 2015.

LARANJA



Equipe Comercial de
Ribeirão Preto, vencedora do
grupo laranja no ano de 2015.

VERDE



Equipe Comercial de
Joinville, vencedora do
grupo verde no ano de 2015.

Usaflex

Fundada em 1998, a Usaflex é a pioneira na fabricação de calçados de conforto e moda, para mulheres de todas as idades. Com uma plataforma multicanal, preparada para atender nossos lojistas mais exigentes, tem forte atuação e é marca líder em calçados femininos de conforto no canal Multimarca e, recentemente, teve início a expansão do canal Franquias, buscando aprimorar o nível de conhecimento de seu consumidor final.

Todas as nossas coleções são desenvolvidas observando o comportamento e a atitude de nosso consumidor, traduzindo-se em calçados, bolsas e acessórios de qualidade, que se utilizam das melhores tecnologias e matérias primas disponíveis.

O novo e moderno complexo fabril, localizado na cidade de Igrejinha (RS), inaugurado em 2007, juntamente com outras sete unidades fabris, está preparado para atender à crescente demanda do mercado. Com quatro lançamentos de coleção por ano, a marca produz 4,3 milhões de pares/ano de calçados e gera mais de 3.200 empregos diretos.



Usaflex - Igrejinha/RS

Sobre a parceria:

"No mês de abril de 2014, foram realizados os primeiros testes com a transportadora Translovato, sendo a parceria efetuada de fato após três meses. Esta mudança ocorreu no início da atual gestão do setor de logística da Usaflex e foi fundamental para nossa consolidação profissional.

Já havia uma relação de confiança devido a serviços bem prestados no passado, apostamos em uma parceria na certeza de sermos bem atendidos, no entanto fomos surpreendidos com um nível de serviço ainda além do que esperávamos, uma empresa séria e comprometida, sempre disposta a bem atender os seus clientes. Percebe-se uma preocupação e um sentimento de compromisso constante. Implantamos uma série de melhorias em conjunto, no intuito de agilizar os processos de coleta, transferência e distribuição das

mercadorias, como, por exemplo, a etiquetagem do rótulo da transportadora ainda dentro da fábrica, assim, eliminando o retrabalho por parte da transportadora, dando agilidade no processo de roteirização, encurtando o prazo e reduzindo a margem de erros, beneficiando, principalmente, o cliente.

Translovato e Usaflex, uma parceria que busca sempre fortalecer nosso compromisso com a melhoria contínua, buscando oferecer, cada vez mais, uma entrega de qualidade e confiabilidade ao nosso maior patrimônio, o cliente final.

Deixamos aqui os nossos agradecimentos a toda a equipe Translovato, operação, atendimento, gerência e comercial, em especial, ao Sr. Fernando Werlang, que é quem atua diretamente como representante desta excepcional empresa."

Márcio A. Roos
Gerente de Logística Usaflex



Usaflex



Da esq. p/ dir.: Marcelo de Souza Bueno, Supervisor Usaflex, Márcio Ademar Roos, Gerente de Logística Usaflex, Fernando Werlang, Consultor Comercial Translovato e Andrei Fabiano Vicente, Analista Usaflex.

A Translovato, através da Centralizadora de Porto Alegre/RS, iniciou as operações com o cliente Usaflex em 2014. Uma parceria que vem crescendo de forma sólida e transparente, trazendo ganhos de produtividade para ambas as empresas. A Usaflex é uma empresa que possui foco na qualidade e respeito no atendimento aos seus clientes, aspectos que convergem com os valores da Translovato.

Hoje, atuamos com coletas diárias no CD em Igrejinha, com transporte para a região Sul e para o estado de São Paulo. A integração das empresas em termos de tecnologia e a estreita comunicação entre os profissionais vem propiciando o fortalecimento da parceria. É uma satisfação muito grande fazermos parte da história desta empresa que está entre as maiores do setor calçadista do estado do RS.

Agradecemos o apoio da área de operações e logística da Usaflex, em especial, ao Sr. Márcio Roos e ao Sr. Andrei Vicente.





Da esq. p/ dir.: Dilmar da Silveira Nunes, Auxiliar, Milton Gomes de Souza, Auxiliar e João Carlos Oliveira da Rocha, Motorista Translovato





Aproveite esta facilidade.

Agora você pode visualizar os números da NOTA FISCAL e do PEDIDO diretamente na CONSULTA DE COLETAS, que está disponível para acesso através do PORTAL DE SERVIÇOS.

 Acesse o site
www.translovato.com.br

 Clique no ícone
'Portal de Serviços'

 Faça login com seu
CNPJ e senha

 Pesquise na opção
'Consulta de Coletas'



TRANS//LOVATO®

* Se a sua empresa não possui senha para acessar o Portal, solicite para a Central de Relacionamento da Centralizadora Translovato que lhe atende.

Preocupado em inovar e aperfeiçoar sempre seus processos e técnicas, o Comercial Corporativo Translovato divulgou no final de 2015 um novo programa: Plano Pedagógico Comercial.

Este programa, ao ser construído, foi criteriosamente pesquisado via conceitos facultativos e cases de sucesso do mercado. Posterior aos levantamentos, traduzimos os processos para o nosso negócio.

Conheça mais sobre este programa:

Assim como no mercado de trabalho, criou-se na Translovato a necessidade de desenvolver um novo perfil profissional: com habilidades, potencialidades e competências, tornando assim necessário uma nova metodologia de seleção, contratação, treinamento e monitoramento de produtividade. Na área Comercial esta necessidade de apoio, motivação e acompanhamento do desenvolver profissional torna-se ainda mais relevante e específico, pois diariamente um profissional de vendas e/ou atendimento passa por provações adversas de reclamações e insatisfações, onde precisa agir e reagir com postura segura e positiva, trabalhando fortemente sua resiliência e motivação.



PLANO PEDAGÓGICO Comercial

“Busquei trazer para empresa contribuições a partir de meus estudos, por cursar e me identificar muito com a Pedagogia Empresarial. Em conjunto com o Comercial Corporativo construímos, então, este programa estratégico que volta sua atenção às necessidades de treinamento específico da área Comercial, planejando, ministrando, apoiando e avaliando os processos de construção do saber, bem como, aplicar recursos motivacionais como dinâmicas e material interativo para valorizar os profissionais de vendas e atendimento, aplicando injeção de ânimo e motivação para que possam estar sempre renovados e dispostos a enfrentar a realidade do competitivo mercado.”

Annelise Demori Boppsin
Supervisora Comercial Corporativo



HÁ 30 ANOS O GRUPO APISUL É MOVIDO PELO OBJETIVO DE OFERECER AS MELHORES SOLUÇÕES EM SEGUROS, INTELIGÊNCIA LOGÍSTICA, GESTÃO DE RISCOS E REGULAÇÃO DE SINISTROS, COM ESTRUTURA PRÓPRIA E ABRANGÊNCIA NACIONAL.

Trabalhamos com o foco na gestão integrada de serviços da cadeia logística, garantindo entrega de resultados, redução de custos, produtividade e segurança para nossos clientes.



4 MILHÕES
de viagens
seguradas por mês



CÉLULA DE VISTORIAS
especiais, garantindo substancial
reversão na regulação de sinistros



1.200.000
perfis cadastrados
no Multicadastro



350 MIL
viagens monitoradas
por mês



www.apisul.com.br
(51) 2121-9000

Conheça aqui os profissionais que se destacaram por fazerem a diferença na integração entre as diversas áreas da empresa, nas unidades em que atuam ou em nossas bases operacionais.

Para esta edição do Informativo, as Centralizadoras participantes são Blumenau, Curitiba e Sorocaba.

BLUMENAU/SC

Alan Chimenes Dias (Auxiliar de Movimentação de Cargas)

Emilio Borges da Silva (Motorista)

Jair Uliano (Auxiliar de Movimentação de Cargas)

Nelson Bastos dos Santos (Motorista)



Os profissionais que estão elencados neste Informativo são os que receberam um número mínimo de votos nas indicações.

Posteriormente, será divulgado nos murais e Intranet os nomes de todos os profissionais que receberam alguma indicação.

CURITIBA/PR

Claudir Holovate (Assistente Operacional)

Elias de Lima (Coodenador Operacional)

Pedro Valdeci Pereira (Supervisor Operacional)

Letícia Kossovski C. da Silva (Assistente Comercial)

Oswaldo Ribeiro (Conferente)

Azemar Fragozo Pimenta Junior (Auxiliar de Expedição)

Evandro A. Pinheiro da Silva (Coordenador de SQO)

Jean da Silva Barros (Assistente Operacional)

Orlando Ratine Junior (Gerente de Unidade)

Regina de Fátima Arendt F. de Faria (Telefonista/Recepcionista)

SOROCABA/SP

Adão Aparecido Maximo (Auxiliar de Movimentação de Cargas)

Samuel Sacchi Alves (Coordenador Operacional)

Regiane Dias Agostinho de Conti (Coordenador Operacional)

Flávia Augusta Vieira da Silva (Assistente de Expedição)

BASES OPERACIONAIS

(Indicados pelas Centralizadoras votantes)

Eduardo Picinato (Lages/SC)

Maria de Lourdes F. Nascimento (Juiz de Fora/MG)

Pollyana de Lima (Ponta Grossa/PR)

Luiz Sérgio Carneiro Martins (Maringá/PR)

Kátia Andressa de Oliveira (Ampere/PR)

Roselia Marta de Lima (Adrianópolis/PR)



A Translovato possui autorização da ANVISA, Agência Nacional de Vigilância Sanitária, para o transporte de medicamentos, medicamentos controlados, cosméticos e correlatos. Mantém, nas principais unidades, técnicos farmacêuticos devidamente credenciados em seus conselhos regionais, aptos a solicitar e atualizar as autorizações.

Dentro das inúmeras responsabilidades dos farmacêuticos, uma delas é a elaboração do Manual de Boas Práticas e de Procedimentos Operacionais Padrão (Normas Técnicas), documentos nos quais estão descritas as atividades e procedimentos adotados para garantir que os produtos transportados mantenham suas propriedades desde a coleta até a entrega ao destinatário.

O principal objetivo das boas práticas no transporte de produtos

farmacêuticos (BPTPF) é garantir que os produtos não sofram alterações durante seu transporte, de forma a manter sua qualidade e eficácia, levando em conta as especificações dos fabricantes e da legislação vigente.

Apesar de detalhadas, as legislações nem sempre são facilmente compreendidas, existem muitas regras que mencionam as obrigações das transportadoras, mas, algumas vezes, não mencionam claramente o que se deve implantar para operar corretamente.

O trabalho conjunto do responsável Técnico Farmacêutico com a área da Qualidade é fundamental e imprescindível para o gerenciamento destes processos relacionados com as BPTPF, de forma a abranger peculiaridades que não podem passar despercebidas neste segmento tão crítico.

Baseado no Manual de Boas Práticas e nas Normas Técnicas, são elaborados treinamentos específicos do segmento farmacêutico, aplicado aos profissionais da área operacional, que recebem instruções referentes ao correto manuseio da carga, sua simbologia, a limpeza de veículos e

do terminal, cuidados com a temperatura e umidade e cuidados especiais com as diferentes exigências de cada produto.

A Translovato tem como diferencial a elaboração do PCE – Procedimento de Clientes Especiais, principalmente para os clientes do ramo de medicamentos, cosméticos e correlatos, onde são relacionados todos os itens importantes em relação ao cliente e sua mercadoria, visando que a operação seja realizada de maneira eficaz, atendendo, assim, as necessidades específicas do cliente.

O conhecimento e o cumprimento da legislação que rege a boas práticas no transporte de produtos farmacêuticos, são de crucial importância para garantir a eficácia e integridade dos produtos comercializados no país, além de evitar perdas, roubos e demais prejuízos.

As BPTPF devem estar presentes em toda a cadeia de produtos farmacêuticos.

Abrangendo as etapas de produção, distribuição, transporte e dispensação, todos possuem papel fundamental em relação ao produto final que chegará aos consumidores.

REDUZIR OS CUSTOS COM A QUALIDADE **Selbetti**: ISSO NINGUÉM COPIA.

Selbetti é a sua melhor escolha para controlar os custos, com uma linha própria de softwares de gestão, e soluções para locação de impressoras e multifuncionais.

SISTEMA DE IMPRESSÃO

Da escolha da tecnologia mais adequada à sua necessidade ao controle do volume total de impressões.

SMART COUNT

Os custos reais de impressões e cópias na sua mão.

SMART SHARE

Gerencie todo o fluxo de documentos e processos.

SMART CAPTURE

Gestão completa do seu parque de impressão.

Entre em contato:
selbetti.com.br



EM 2016, ACREDITE E COLOQUE EM PRÁTICA SEUS OBJETIVOS

Acompanhada da crise vem o turbilhão de emoções, a baixa autoestima e o pensamento negativo, porém, poucas pessoas param para pensar e refletir que até a crise tem o lado bom e é justamente nisto que é necessário nos apegarmos.

Para as empresas, a crise mostra o comprometimento dos profissionais, por exemplo, pois é este o momento que eles devem “vestir a camisa”, se engajar com a empresa e seus objetivos. Além disso, mesmo um profissional reconhecido pelo mercado, avalia bastante antes de trocar seu emprego, ele pondera mais, avalia mais e isso faz com que o turnover diminua e o comprometimento cresça.

As pessoas tendem a se acomodar, a se habituar a ficar numa posição de conforto e tudo que é novidade acaba sendo desconfortável. A crise faz com que repensemos nosso jeito de pensar, agir, consumir e, inclusive, lidar com adversidades. Toda mudança faz parte de um ciclo de aprendizagem, se não mudarmos ficaremos estagnados à forma como tudo foi feito pela primeira vez e não avaliaremos se existe alguma possibilidade de melhoria.

Inclusive, durante momentos de recessão econômica, alguns negócios tem crescimento,

como: consertos e reparos em roupas e calçados, food trucks, reformas e etc. Essa é uma oportunidade para utilizar as coisas ao máximo, vasculhar no armário roupas antigas, que você nem lembrava que tinha, enfim, é uma redescoberta de valores. Pois, naturalmente ficamos mais seletivos, nos questionamos se realmente é necessário comprar aquele novo objeto. Da mesma forma, dentro das empresas são reavaliados procedimentos, custos, ações e comportamentos.

Outro fator é que, de alguma forma, as pessoas acabam se preocupando mais com a sustentabilidade, pois elas pensam em todo processo de desenvolvimento e descarte do produto, avaliam, por exemplo, se é necessário comprar várias garrafinhas de água ao invés de ter um filtro, além disso, o custo se torna menor. Elas acabam comprando frutas e verduras da estação, que possuem valores mais atraentes. Apenas para ilustrar que nas pequenas atitudes é que as mudanças acontecem e isso tudo, talvez, motivado pelo fator da crise.

Então, é necessário tentar focar nos pontos positivos da crise, enxergar como uma possibilidade de crescimento, de renovação e de início de um novo ciclo de vida.

DICAS PARA 2016

1. Tenha um objetivo.
2. Acredite e coloque em prática seus objetivos.
3. Ouse, as pessoas mais bem sucedidas, são aquelas que ousam mais.
4. Não esqueça as metas anuais definidas.
5. Monte um orçamento familiar.
6. Corte custos desnecessários.
7. Tenha capacidade de adaptação e flexibilidade.
8. Aprenda a concentrar-se.
9. Faça programas que relaxem e tragam prazer.
10. Viva o momento, a vida está acontecendo agora.

Fontes:

<http://www.empreendedoresweb.com.br/negocios-que-crescem-em-tempos-de-criese/>

<http://exame.abril.com.br/revista-voce-sa/noticias/o-lado-bom-da-criese-2>

<https://blog.guiabolso.com.br/2015/11/16/como-planejar-um-orcamento-familiar-para-2016/>

<http://estadozen.com/artigos/7-dicas-para-fazer-deste-novo-ano-o-melhor-sempre>

<http://www.mancheteonline.com.br/psicologa-da-dicas-de-como-comecar-2016-com-motivacao/>

SÃO PAULO

A cultura da cidade foi influenciada pelos diversos imigrantes portugueses, japoneses, italianos, espanhóis, etc.

São Paulo possui uma ampla rede de teatros, casas de shows e espetáculos, museus, galerias de arte, a maior universidade pública, a USP, e privada, a Universidade Paulista, gastronomia com ótimos restaurantes, bares e grandes eventos culturais, como a Bienal de São Paulo.

A seguir, vamos destacar alguns atrativos que são apreciados pelos paulistanos.

Sala São Paulo, um trabalho impressionante de arquitetura ao transformar uma estação ferroviária em uma fantástica sala de concertos, com incrível acústica. *Theatro Municipal*, surgiu para a cidade como um grande símbolo das aspirações cosmopolitas do início do século 20. A luxuosa construção, fortemente influenciada pela Ópera de Paris, foi considerada ousada para a época, com traços renascentistas e barrocos na fachada. *Parque do Ibirapuera*, é o mais importante parque urbano da cidade de São Paulo. *Avenida Paulista*, o mais tradicional e importante centro financeiro da cidade e do Brasil.

Em São Paulo, a Translovato conta com duas Centralizadoras:



SAO e GRU. O atendimento operacional é dividido: coletas e transferências ficam com SAO e entregas com GRU, utilizando em torno de 100 veículos para as operações. Possui um capital humano de, aproximadamente, 520 profissionais. As equipes se desdobram perante as dificuldades de trânsito e suas restrições para atender as demandas dos clientes.

As operações realizadas por SAO e GRU contabilizam cerca de 82 mil despachos mensais, mais de 13 mil toneladas transportadas e a movimentação de cerca de 1 milhão de volumes.

Fonte: www.wikipedia.org

PORTO ALEGRE

Porto, como é carinhosamente chamada, é formada principalmente por imigrantes alemães e italianos, recebendo também espanhóis, africanos, poloneses, libaneses e indígenas. Essa miscigenação tornou o folclore um ponto marcante na região.

Tornou-se sede da maior concentração urbana da região Sul e 5ª mais populosa do Brasil. Foi destacada pela ONU (Organização Mundial das Nações Unidas) como a metrópole nº 1 em qualidade de vida do Brasil.

É uma das cidades mais arborizadas e alfabetizadas do País e possui uma das maiores rivalidades do futebol, o clássico Gre-Nal.

O Guaíba é o grande lago ao qual Porto Alegre está histórica e culturalmente ligada, desde a chegada dos primeiros migrantes até o atual desenvolvimento econômico da região. Sua bacia hidrográfica abrange o equivalente a 30% do território gaúcho.

A Estátua do Laçador é um monumento da cidade de Porto Alegre tombada como patrimônio histórico. É a representação do gaúcho tradicionalmente *pilchado* (em trajes típicos) e teve como modelo o tradicionalista Paixão Côrtes.

Inserida nesta cidade, a Centralizadora Translovato Porto Alegre



conta com uma estrutura operacional moderna, competitiva e qualificada para atender com agilidade o setor de cargas fracionadas, garantindo rapidez e segurança em todas as operações.

Conta com, aproximadamente, 180 profissionais, possui uma frota ativa de mais de 30 veículos, entre agregados e próprios, para atender cerca de 20 cidades da região. Embarca mais de 10 mil conhecimentos/mês, transborda mais de 13 mil conhecimentos/mês e realiza mais de 10 mil entregas/mês, gerando uma movimentação de quase 6.000.000 de volumes ano.

Fontes: www2.portoalegre.rs.gov.br e www.wikipedia.org



O Projeto Na Escuta consiste em um canal de comunicação direto da Translovato com seus profissionais, agregando valor à sua Gestão de Pessoas e à melhoria de atendimento aos clientes.

Ele é colocado em prática em todas as Unidades de Negócio Translovato, através de reuniões diárias, realizadas com as equipes operacionais diretamente ligadas a Coleta/Entrega, Carga/Descarga e Carregamento.

Através dessa integração é ressaltado particularidades de cada cliente, retorno de feedback recebido através das centrais de relacionamento, manutenção de procedimentos diretamente ligados as rotinas, ouvir o que os integrantes da equipe têm a dizer, estimulando o aumento da produtividade e redução de turnover (rotatividade de colaboradores em determinado período de tempo), gerando um aprimorando e qualificação à toda cadeia operacional com resultados visivelmente positivos para os profissionais e clientes da Translovato.



“Vejo que o programa na escuta me auxilia nas tratativas e nas dificuldades de nossa realidade do dia a dia e de nossos colaboradores de coleta/entrega e conferentes, onde podemos obter sugestões, críticas e ações para que possamos aprimorar e melhorar nossos serviços com qualidade, e atendermos de forma competente; Visando sempre a satisfação de nossos clientes.”

Adriana Queiroz - Atendente Operacional da Translovato Londrina - PR

“A partir do segundo semestre de 2015, a Centralizadora de Joinville aproveitou-se das reuniões semanais do “Na Escuta” para analisar pontos de aperfeiçoamento, mediante relatos recebidos do operacional de base, auxiliando as lideranças com sugestões de melhorias. Baseados nisso, os setores de Qualidade, RH e Operacional elaboraram um projeto interno, a fim de buscar a excelência e eficácia de seus clientes internos e externos. Esse projeto contou com o engajamento de pessoas dos setores citados, com auxílio do jovem aprendiz atuante no setor da qualidade. A proposta visa aperfeiçoamento contínuo, através de conhecimentos adquiridos nessas reuniões e, então, apresentados a todos os envolvidos. Este projeto foi nomeado “Renovar”.

Fábio do Prado Ribeiro, RH e Grazieli R. Maia Domingos, Coordenadora de SQO da Translovato Joinville - SC

SERVIÇOS

PORTARIA

SEGURANÇA

VIGILANTE | SEGURANÇA PESSOAL

ELETRÔNICA

CFTV | ALARMES MONITORADOS | MONITORAMENTO DE IMAGENS
CONTROLE DE ACESSO | BARREIRA PERIMETRAL



STV
SUA MAIOR SEGURANÇA.

PROMOVENDO SAÚDE E CUIDANDO DA QUALIDADE DE VIDA



Antecipar-se às doenças é uma tendência mundial. Os muitos anos de medicina com enfoque na cura das doenças, demonstraram enormes gastos com a restituição da saúde dos indivíduos, determinando a necessidade de um novo modelo médico, que busque o não adoecimento deste indivíduo e, consequentemente, a redução dos custos destinados às atividades curativas.

Analisando a definição da Organização Mundial da Saúde (OMS) de que a saúde é “o estado de completo bem-estar físico, mental e social e não, simplesmente, ausência de moléstia ou enfermidade”, pode-se considerar que antecipar-se às doenças é procurar manter o indivíduo em completo bem-estar físico, mental e social, através da realização de programas de promoção de saúde e proteção específica, tendo como princípio fundamental o conjunto de conhecimentos científicos relativos aos fatores que possam causar infortúnios aos ser humano, bem como, conhecendo também os mecanismos para minimizá-los. A este conjunto de atividades chamamos de PREVENÇÃO (Deliberato, 2002).

Em parceria com a Medicina



Preventiva da Unimed Nordeste – RS, o RH Corporativo da Translovato repaginou o Programa Vivere, trazendo novas ações aos profissionais da Matriz. As ações são educacionais e práticas, conscientizam as pessoas sobre prevenção de doenças, promovem a saúde, além de cultivar o interesse por mudanças de hábitos e cuidados pessoais.

O programa teve seu início no final de 2015, onde foram realizadas entrevistas individuais com a finalidade de identificar o perfil de saúde de cada profissional, indicando o acompanhamento mais adequado.

Desde o mês de fevereiro de 2016, os acompanhamentos com a equipe de enfermagem e nutrição ocorrem, e, em parceria com outros profissionais, diversas ações estão programadas.

O calendário 2016 da Matriz contempla abordar temas como: hipertensão, ansiedade, ergonomia, doenças cardíacas, diabetes,

doenças respiratórias, distúrbios gástricos, depressão, dentre outros que podem surgir no decorrer das atividades.

Já, na Centralizadora Santa Maria, o Programa Vivere acontece em parceria com o Sest Senat. As atividades iniciaram igualmente no final de 2015, abordando temas como hipertensão, oficinas nutricionais e acompanhamento psicológico. Em um dos encontros o Sest Senat presenteou a Translovato com jogos americanos, utilizados nas refeições na unidade e, também, fez a entrega de cardápios personalizados para alimentação saudável.



NOSSAS EQUIPES JÁ ESTÃO SE PREPARANDO

17

Cumprindo o planejamento anual de treinamentos, a Translavoato iniciou bem o ano de 2016.

Preparando-se para enfrentar os desafios com inteligência, qualidade e eficácia, algumas ambientações, treinamentos de qualificação e de desenvolvimento já foram registrados. Confira as imagens.



AMBIENTAÇÃO
(Londrina - PR)



ATENDIMENTO AO CLIENTE
(Bauru - SP)



BRIGADA DE INCÊNDIO
(Florianópolis - SC)



COMO EVITAR AVARIAS
(Bauru - SP)



GINÁSTICA LABORAL NOS
DIÁLOGOS DE SEGURANÇA
(Itajaí - SC)



MANUSEIO E ATENDIMENTO
CLIENTE ESPECÍFICO
(Curitiba - PR)



SIMDI
(Santa Maria - RS)



TREINAMENTO DE LIDERANÇAS
(Campinas - SP)



TREINAMENTO OPERACIONAL PADRÃO
(Bauru - SP)

**ESTAR PREPARADO PARA AS MUDANÇAS,
FAZ TODA A DIFERENÇA.**

DESDE O DIA 01/JAN/2016 ESTÁ EM VIGOR A DIFAL (DIFERENCIAL DE ALÍQUOTA).
COM AS NOVAS REGRAS, AS OPERAÇÕES COM CONSUMIDOR FINAL CONTRIBUINTE OU NÃO DO IMPOSTO
PASSAM A TER AS MESMAS ALÍQUOTAS DE ICMS APLICÁVEIS, OU SEJA, NÃO SERÃO MAIS UTILIZADAS AS
ALÍQUOTAS INTERNAS DA UF ORIGEM NAS OPERAÇÕES COM CONSUMIDOR FINAL NÃO CONTRIBUINTE,
E SIM AS ALÍQUOTAS INTERESTADUAIS COMO EM QUALQUER OUTRA OPERAÇÃO.

Certe com a gente!



(47) 3145.3355 | VENDAS@SOFTRAN.COM.BR | WWW.SOFTRAN.COM.BR





Você já chegou no cinema e sentiu um cheiro maravilhoso de pipoca? Foi a um supermercado e pode provar um produto que estava sendo lançado por uma marca? Já chegou à conclusão que todas as lojas de uma determinada rede tinham exatamente o mesmo cheiro? Então, possivelmente, você tenha sido “vítima” do marketing sensorial.

Em teoria, o marketing sensorial é uma técnica do marketing que utiliza dos sentidos para estimular a venda, seja através do olfato, do tato, da visão ou do paladar.

Muitas empresas já estão apostando no marketing sensorial como forma de alavancar venda ou mesmo como uma forma de criar um elo de ligação entre o cliente e a marca. Criar e estimular sensações pode fazer com que o consumidor viva uma experiência surpreendente e, com isso, supere expectativas e necessidades que possua.

Com a competitividade existen-

te no mercado, o ponto de venda se transformou em um espaço de experiências e a compra, resultado obtido das experimentações vividas neste espaço. Buscar a diferenciação entre os concorrentes tornou-se uma tarefa muito difícil e o marketing sensorial veio para auxiliar as marcas a destacar-se entre tantas outras.

Proporcionar a oportunidade de experimentar a marca de forma criativa no ponto de vendas, pode fazer com que o consumidor tenha sempre em mente este momento vivenciado. Tal recordação influenciará a decisão de compra no momento ou em ocasiões futuras.

Percebe-se que esta nova ferramenta de marketing veio de encontro com o que os consumidores buscavam. Ninguém mais quer comprar um produto, cada dia mais as pessoas buscam experiências e conceitos, ainda que de forma inconsciente.

Descobrir a melhor forma de

trabalhar os sentidos não é tarefa fácil, porém, se a ação for assertiva, resultará em venda.

Algumas pesquisas mostram a importância de se trabalhar o momento da compra, já que, a maioria das pessoas toma a decisão já no ponto de venda:

83% de decisão de marca é tomada no ponto-de-venda (fonte POPAI-Brasil o consumidor é altamente sugestível, podendo trocar de marca conforme o esforço aplicado);

53% dos consumidores fazem compras sem lista (fonte: ACNielsen 2001);

83% comprariam um produto após uma degustação satisfatória, independente do preço (fonte M&M, 02/04/01);

93% das vezes os sentidos são responsáveis por algumas de nossas decisões de compra (fonte: slideshare.net).

CARGO TRACCK. A SOLUÇÃO SASCAR LÍDER NO MERCADO DE LOCALIZAÇÃO E RECUPERAÇÃO DE CARGAS.



A **Cargo Tracck**, solução da Sascar líder no mercado de recuperação de cargas, com know-how de dez anos de mercado, tem seu sucesso pelo trabalho analítico de toda a cadeia logística, realizado em conjunto com clientes, seguradoras e gerenciadoras de risco. A tecnologia, alinhada ao planejamento e à correta execução dos processos de segurança, possui um papel muito importante para que a carga chegue ao seu destino final.

Essa solução é implementada na carga por meio de uma camuflagem estratégica ou customizada dentro do produto, proporcionando altíssimos índices de recuperação. Além disso, há diversos outros benefícios exclusivos:



Cobertura nacional em Radiofrequência



Único que funciona em locais fechados.



Com fabricação própria.



Equipe de pronta resposta aérea e terrestre em todo o Brasil.



Reduz custos de seguro e escolta.

Consulte um de nossos especialistas em gestão de riscos para obter mais informações sobre essa solução.

011 3792 6200 (geral)
011 3792 6213 (ramal 6252)
0300 789 6004 (opção 2) (televendas)

cargotrack.com.br

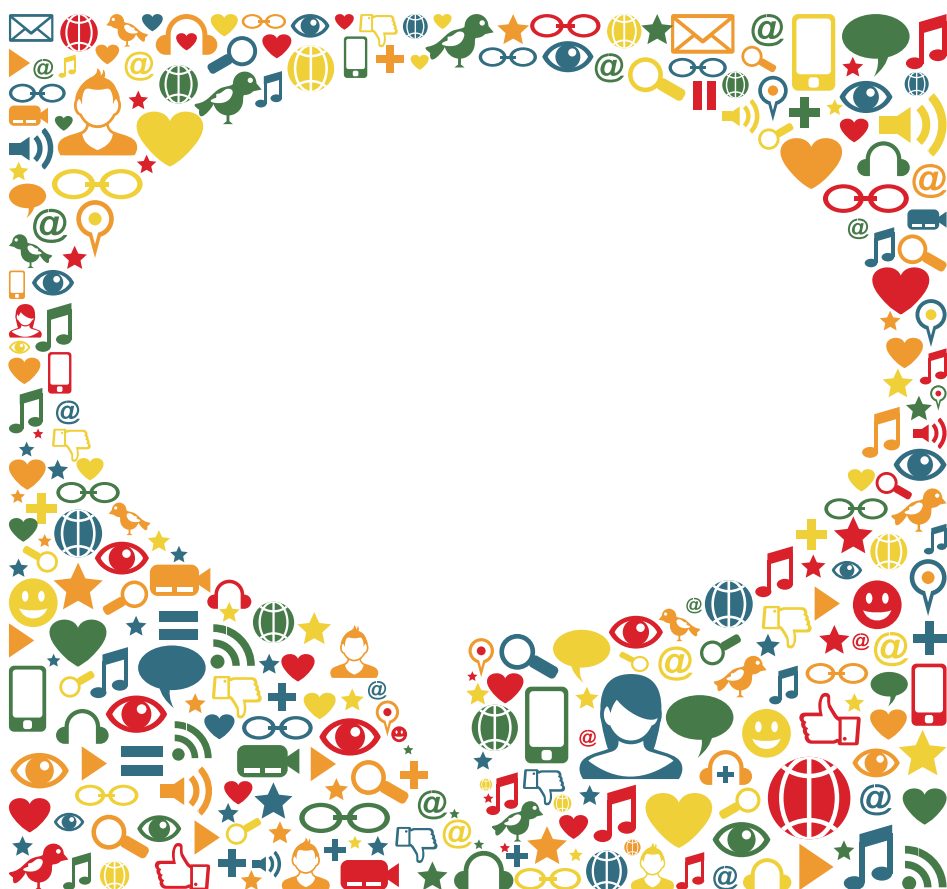
CARGO TRACCK
SOLUÇÃO **SASCAR**



Este artigo é de **Cristiane Barcelos**, jornalista formada na Universidade de Caxias do Sul e repórter no jornal *Pioneiro* (Grupo RBS)

Pensar, organizar as ideias, repensar, mudar de opinião, escrever, falar... Mas que bicho de sete cabeças é essa tal de comunicação, alguns diriam. Será? Talvez não. Basta prestar atenção na nossa rotina e naquilo que nos rodeia: este texto que você lê, a sua *timeline* no Facebook, a conversa no WhatsApp, o papo com o amigo do lado, o jornal, a revista ou o livro que você lê, o anúncio do supermercado, a receita médica, o programa de TV, a programação da rádio... a comunicação está em tudo!

Aprendemos e somos incentivados a nos comunicar desde cedo. Algumas mães conversam com os filhos ainda dentro da barriga. Quando o bebê nasce, pai e mãe não sossegam enquanto não escutam a primeira sílaba que seja. Mas a comunicação vai além do formar frases. Como é que um recém-nascido avisa que está com fome,



que sente cólicas ou que chegou a hora do soninho? Se o choro da criança é uma forma de comunicação, o que dizer das sobrancelhas franzidas de quem está com raiva, do sorriso de alegria e da ruga de preocupação? Comunicar-se ultrapassa a barreira do verbal. A expressão do rosto e o gestual, às vezes, dizem mais do que qualquer frase.

Se você já disse “não” querendo dizer “sim”, ou vice-versa, deve imaginar do que eu falo. Sinto em avisar: *se você não foi sincero, a chance de a sua resposta não ter convencido o interlocutor é grande, bem grande.*

Agora, você já teve a nitida sensação de que a pessoa que falava com você ao telefone sorria do outro

lado da linha? Ou que estava completamente irada ao lhe dirigir a palavra? Não são apenas as palavras e o gestual que comunicam. O tom com que pronunciamos uma sentença faz parte desse universo gigantesco, chamado comunicação. E vai ser difícil disfarçar, “*conheço o seu tom de voz*”, diria uma mãe atenta ou um amigo chegado.

Por inúmeras razões, incluindo a dificuldade de demonstrar ou mascarar emoções, mergulhamos em um mundo em que digitamos muito mais do que falamos para nos comunicar. E é tão simples, não? Mesmo não estando contente, basta inserir alguns caracteres ou *emojis* e está tudo certo. Ou não.

Aposto que você já passou por

situação mais ou menos assim: ter de escrever um e-mail ao chefe com alguma questão embaraçosa ou um pedido, como uma folga inesperada. Sim, porque escrevemos até para quem trabalha ao nosso lado ou ligamos para o ramal de quem está duas mesas adiante.

Mas vamos lá: por exemplo, chegou a hora de pedir uma folga justamente para o dia em que a empresa mais precisa de você, mas é quando você necessita de tempo livre para resolver uma demanda pessoal. A *via-crúcis* é mais ou menos assim: você abre o e-mail, começa a escrever, apaga tudo, inicia novamente, escreve de outro jeito, lê, relê, se pergunta diversas vezes se uma frase foi formulada corretamente, pede para o colega do lado confirmar se o conteúdo está claro o suficiente... Então, você está quase pronto para clicar no botão enviar, mas hesita, *“será que não escrevi nada errado? E se eu tiver escrito alguma besteira?”*. Chegou a fase de jogar algumas palavras para conferir no Google - quem nunca fez isso que atire a primeira pedra - e... *plim!* E-mail enviado. Frio na barriga.

A cena aí de cima é mais comum do que parece. E não é só a insegurança por escrever ao chefe que conta. Em geral, essa dificuldade é reflexo da desatenção, da falta de prática e, ainda mais, da carência de leitura.

Aqui, um dado preocupante: pesquisa divulgada em 2015 pela Federação do Comércio (Fecomércio) do Rio de Janeiro mostrou que 70%

dos brasileiros não leram um livro sequer no ano anterior, 2014.

E não tenho receio nenhum de afirmar: quem lê mais escreve melhor, expõe suas ideias com mais facilidade, raciocina com rapidez, conta com vasto vocabulário e tem opinião formada com base em conhecimento.

A pesquisa do Fecomércio fala em livros, mas vale tudo: jornal, revista, história em quadrinhos, bula de remédio... Não importa o gênero, o que vale é exercitar a mente.

Outro estudo, este do Ministério da Educação e publicado também no ano passado, demonstrou que a maioria das crianças do 3º ano do ensino fundamental (quando termina o ciclo de alfabetização) só consegue encontrar informações explícitas em textos curtos. Pior, uma em cada cinco crianças só consegue ler palavras isoladas. E quando essa dificuldade

ultrapassa a escola, chega à vida adulta e interfere no trabalho? É uma realidade entre muita gente.

Comunicar-se bem, seja pela escrita ou não, é um ótimo cartão de visitas. Há que se ponderar a dificuldade de acesso à educação enfrentada por gerações passadas, mas o segredo para se comunicar bem está em treinar. Ou melhor, não há segredo ou fórmula mágica, a receita é bem simples: pratique, começando pela leitura de algo que realmente lhe desperte a atenção (para deixar a preguiça de lado).

Aos pais, entre eles os que hoje enfrentam dificuldade de se dirigir ao chefe, cabe a tarefa de incentivar os filhos à boa educação. E ela passa, sim, por estabelecer a leitura como uma rotina. O resultado? Uma comunicação plena, seja pessoalmente ou pela *web*.



PARA COLORIR:

Fonte: <http://www.freepik.com>

BELO CLICK

**HOTEL FAZENDA
CAMPOS DOS SONHOS
SOCORRO/SP**

Lucimara Paranhos
Centralizadora Translovato
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.

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 e 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) 3748-6459

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

OSÓRIO - OSO
Fone: (51) 3601-2263

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

PELOTAS - PEL
Fone: (53) 3273-2500

**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
3211-1599**

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

SANTANA DO LIVRAMENTO - LIV
Fone: (55) 3242-3302

SANTIAGO - SNT
Fone: (55) 3251-4145

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

SARANDI - SAR
Fone: (54) 3361-2445

URUGUAIANA - URU
Fone: (55) 3413-3390

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
Fones: (49) 3324-2343
3324-2259

CRICIÚMA - CRI
Fone: (48) 3468-5777

**FLORIANÓPOLIS - FLN
Fones: (48) 3341-3455**

**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) 3222-4619

RIO DO SUL - RDS
Fone: (47) 3525-1611

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) 3422-2788

CASCADEL - CAS
Fone: (45) 3035-2803

CIANORTE - CNT
Fone: (44) 3018-4747

**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

LARANJEIRAS DO SUL - LDS
Fone: (42) 3635-6737

**LONDRINA - LDA
Fone: (43) 3025-2777**

MARINGÁ - MGA
Fone: (44) 3028-6836

MEDIANEIRA - MED
Fone: (45) 3264-6047

PARANAÍ - PVI
Fone: (44) 3423-6900

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

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

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

TOLEDO - TLD
Fone: (45) 3378-1094

UMUARAMA - UMU
Fones: (44) 3624-8945

UNIÃO DA VITÓRIA - UVT
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

PORTO FERREIRA - PTF
Fone: (19) 3588-6144

PRESIDENTE PRUDENTE - PRU
Fone: (18) 3221-2749

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

SANTOS - SAN
Fone: (13) 3493-6801

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
3721-4189

DIVINÓPOLIS - DIV
Fone: (37) 3244-2424

GOVERNADOR VALADARES - GVR
Fone: (33) 3278-1120

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) 3521-8736

POÇOS DE CALDAS - POC
Fone: (35) 3721-3936

**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

No estado do Rio Grande do Sul



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

No estado do Rio Grande do Sul, são 27 unidades estrategicamente localizadas, sendo 3 centralizadoras e 24 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.

