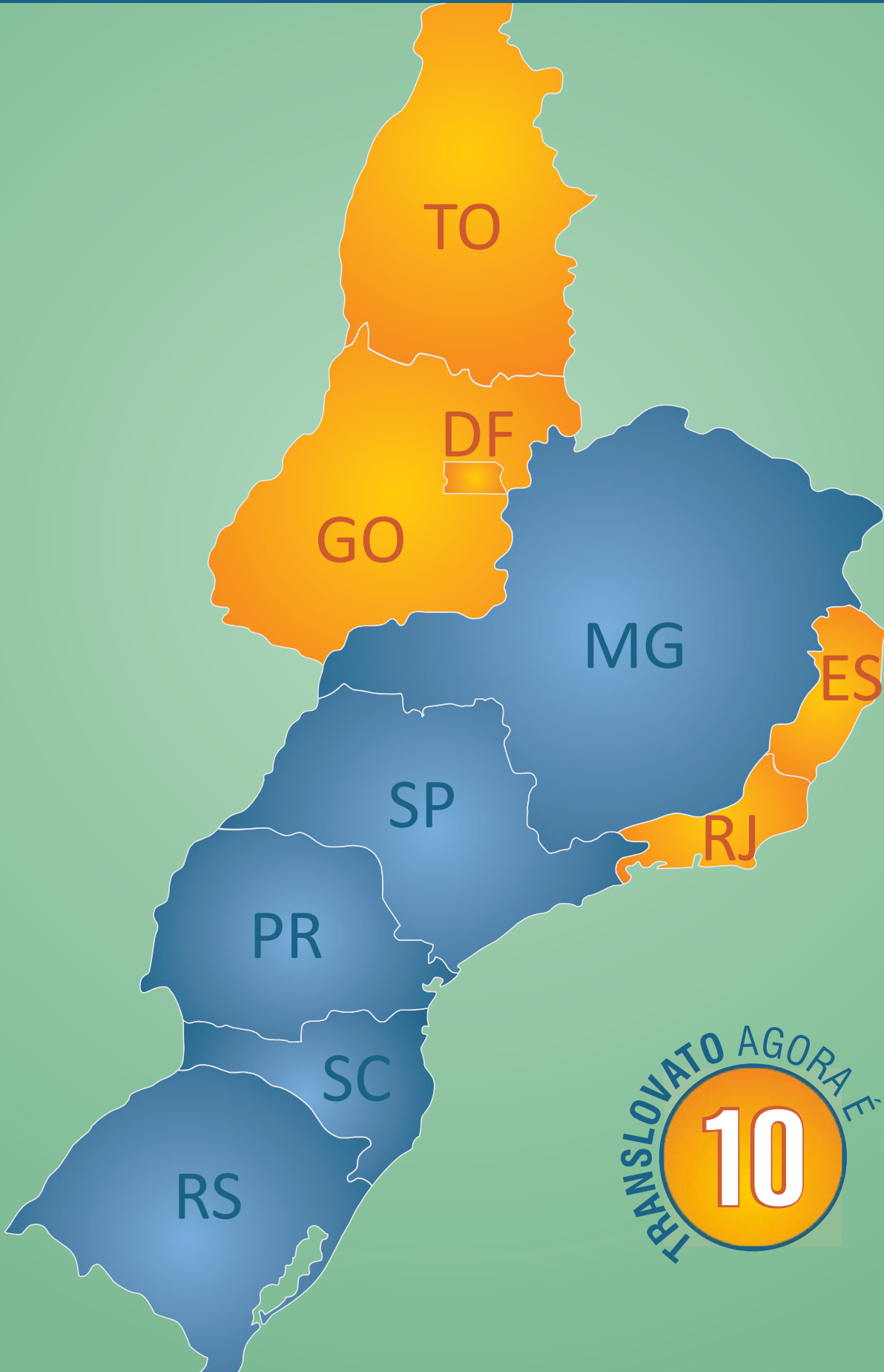


# INFORMATIVO **TRANSLOVATO**



TRANSLOVATO AGORA É  
**10**

# EDITORIAL



**Carlos Albuquerque**  
Diretor Operacional

A empresa tem motivos para comemorar mais uma etapa de sua história.

A partir de abril de 2017, iniciamos o PROJETO NOVOS MERCADOS, que oferece aos nossos clientes os serviços Translovato para mais quatro estados e o Distrito Federal. Assim, chega ao atendimento integral de nove estados brasileiros, além do DF.

## A TRANSLOVATO agora é 10!

São novidades como essa que nos motivam e nos deixam muito alegres e otimistas.

É importante registrar que a empresa se compromete a manter a qualidade de seus serviços como foco principal e encantar os seus clientes.

Estamos atendendo mais 586 novos municípios, assim, passamos para um total de 3215 municípios e contamos com o empenho de nossa equipe Translovato e de novos parceiros para mostrar aos clientes que merecemos estar entre as melhores empresas de transporte.

Estamos focados e comprometidos.

Tenho certeza que seremos abençoados e faremos muito sucesso nas novas regiões de atendimento.

Desejo a todos os colegas e clientes que tenham uma excelente leitura deste informativo e agradeço pelo presente recebido, que são esses novos estados.

Obrigado e abraço!

03 VENDA INTERNA, UMA TENDÊNCIA DE MERCADO

04 ENTREVISTA COM MÁRCIO A. ROOS

05 LINHA DO TEMPO TRANSLOVATO BLUMENAU

06 NEUROMARKETING

08 ENCONTRO COMERCIAL

09 DESPERDÍCIO ZERO

10 SÉRIE: ESTAMOS AQUI CURITIBA E GUARULHOS

11 VIAGEM LONGA, ONDE COMER NA ESTRADA

12 TRANSLOVATO AGORA É 10

14 AUTOMEDICAÇÃO

18 COSTUMES LOCAIS SANTA CATARINA

20 PROGRAMA VIDA

21 BELO CLICK

22 VARIEDADES

### Expediente:

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

**Tiragem:** 3200 exemplares

**Impressão:** Gráfica Bento

**E-mail:** [informativo@translovato.com.br](mailto:informativo@translovato.com.br)

**Site:** [www.translovato.com.br](http://www.translovato.com.br)

**Jornalista:** Ana Carolina A. Casemiro - 0017700/RS

**Coordenação:** Claudemir Groff

**Editoração:** Marketing Translovato

### Equipe do Informativo:

Annelise Demori Boppsin  
Caroline Tomazzoni Adami  
Daiane Gomes Barbosa  
Diego Martins  
Gabriel Policeno Miranda  
Graziani Tonin  
Josiane P. M. de Siqueira  
Karina Vessozi da Paixão

Liciane Molon  
Maura Dorigatti  
Mauricio dos Reis Alves  
Mirela Lusa Barbosa  
Priscila Damasceno  
Rafaela Ruffato  
Roberto Flores Martins  
Samanta Costa Silveira  
Tania Maria Pola Rigo

# VENDA INTERNA, UMA TENDÊNCIA DE MERCADO



Iniciamos esta matéria com um questionamento:

***Ultimamente, você tem tido a impressão de que o tempo tem sido cada vez mais curto para tudo o que necessita fazer?***

Caso sua resposta seja positiva, certamente você deve estar buscando alternativas para tornar possível a realização de todas as tarefas diárias, seja através de um caminho mais curto para levar o filho à escola, uma compra pela internet para evitar o trânsito ou, até mesmo, um lanche rápido em vez de sentar-se para almoçar com calma. Não é mesmo?

A rotina no mundo dos negócios

não tem sido diferente. A instabilidade econômica que vem afetando o nosso país nos últimos anos fez com que as empresas reduzissem o quadro de funcionários das organizações, tornando-os polivalentes.

Com o tempo reduzido para a realização das tarefas e com menos horários para receber fornecedores, algumas alternativas ágeis têm se tornado tendência no mercado, pela facilidade aliada a um custo menor.

A exemplo disso, as operações de nome *inside sales* (vendas internas) têm ganhado cada vez mais força no Brasil. O contato entre fornecedores e clientes vem se tornando cada dia mais virtual, pois, o

uso de ferramentas como telefone, e-mails, sites, dentre outros, tem aumentado consideravelmente.

Atualmente, é possível efetuar pedidos via aplicativos, realizar reuniões por meio de videoconferências, solicitar cotações de preços por telefone ou e-mail e assim por diante. Todas estas opções citadas têm algo em comum, não necessitam da presença física de um profissional de vendas, o que torna o processo mais rápido, objetivo e igualmente eficiente.

Pensando na comodidade de seus clientes, a Translovato vem investindo nesse novo modelo de atendimento. O projeto iniciou em 2015, em uma das centralizadoras Translovato localizada na região sudeste. A empresa também passou a contar com profissionais especializados em vendas por telefone, aptos a prestar o suporte necessário para atividades como negociação de tabelas e cotações de frete. O modelo de negócio teve uma excelente aceitação no mercado, viabilizando a implantação em mais nove centralizadoras da empresa.

Esse modelo chega para agregar maior valor no atendimento que já contava com consultores comerciais para venda externa e Centrais de Relacionamento para atendimento interno.

É a Translovato trabalhando para a melhoria de seus processos em prol de seu maior patrimônio: os seus clientes. ■



**Márcio A. Roos**

Gerente de Logística Usaflex

## Usaflex

### 1. A Usaflex é pioneira na fabricação de calçados de conforto e moda. Qual foi a motivação da empresa para se focar nesse nicho de mercado?

Este mix de conforto e moda teve início há, aproximadamente, vinte anos, durante as viagens do nosso diretor, Sr. Juersi Lauck, para a Europa. Sempre em busca de novidades, ele percebia nas lojas de lá que haviam dois perfis bem distintos de produtos, um era extremamente moderno e arrojado e acompanhava as tendências da moda, porém, não oferecia nenhum tipo de conforto, era apenas bonito. Já, nas outras lojas, aquelas voltadas para produtos confortáveis, os calçados eram extremamente conservadores, ofereciam todo o conforto e maciez, porém, visualmente, eram ultrapassados e fora de moda.

Diante disso, a equipe de criação trabalhou arduamente no intuito de desenvolver um produto que atendesse a estes dois quesitos, que fosse bonito e que acompanhasse as tendências da moda e, ao mesmo tempo, que fosse extremamente

confortável. Produzidos em couro legítimo e com matéria-prima de ótima qualidade, garantindo, assim, maciez, conforto e durabilidade. Desta forma, surgiu a marca Usaflex.

### 2. Qual a influência/papel de um gerente de logística na estratégia de distribuição dos produtos?

A busca incansável pela excelência na distribuição das mercadorias é o nosso principal desafio. Entregar antes e entregar certo são os principais pontos que devem ser observados. O perfil do estoque dos nossos clientes mudou muito de alguns anos para cá: o espaço físico das lojas está cada vez menor, isso alterou, também, o perfil dos pedidos de compra. Antes, as compras eram feitas com maior intervalo de tempo e maior volume e, hoje, os pedidos são mais fracionados, as notas menores e as entregas mais frequentes. Entendemos que entregar antes é um forte diferencial comercial, um ou dois dias de diferença no prazo de entrega pode influenciar muito no resultado das vendas, em alguns casos, é um final de semana de vendas a mais.

### 3. De que forma você se adapta às inovações impostas pelas constantes mudanças do mercado?

De alguns anos para cá o mercado vem forçando os profissionais e as empresas a se adaptarem a novos padrões impostos, onde só sobreviverão aqueles que conseguirem se adaptar as regras cada vez mais rígidas, ao mesmo tempo, a informação está mais acessível a todos. O diferencial está justamente naquele profissional que está sempre atrás das novidades. Eu busco

sempre manter-me atualizado, não podemos nos acomodar diante de situações que exijam tomar ações que impliquem em mudanças, acompanhar os projetos já implantados e fortalecer as parcerias.

### 4. Qual a importância de contar com uma parceria de transporte que atenda as expectativas da Usaflex?

A confecção dos calçados da Usaflex passa por vários processos, muitos deles praticamente manuais para garantir as características do nosso produto, resultado do trabalho de centenas de pessoas focadas em oferecer sempre o melhor.

O transporte é um complemento de todo esse trabalho. Por isso procuramos trabalhar com transportadoras de alto nível de qualidade em suas operações, desde a pontualidade das coletas, cuidados com o produto nas transferências, até a entrega pontual junto ao cliente, onde o entregador que chega na loja passa a ser também um representante da Usaflex.

Atendimento, agilidade nas informações, compromisso com a carga, apresentação e pontualidade na entrega são fatores determinantes para a saudável manutenção de uma parceria no transporte, como é o caso da parceria Usaflex e Translovato. Juntos somamos esforços e o maior ganho comum é a satisfação do cliente.

Uma parceria acertada no transporte é capaz de, além de ser um diferencial competitivo, alavancar o nome da empresa, colocando as novidades à disposição do cliente antes da concorrência. ■

# LINHA DO TEMPO TRANSLOVATO BLUMENAU

A Translovato iniciou a sua trajetória na cidade de Caxias do Sul-RS no ano de 1979.

Conhecendo o grande potencial do estado vizinho, Santa Catarina, a empresa deu um passo adiante, ampliou seu atendimento e, em meados dos anos 90, passou a oferecer os seus serviços de transporte na região.

Com visão empreendedora, a direção da empresa voltou atenção especial ao Vale do Itajaí, que se destacava por ser um importante mercado para a economia do estado, sendo o principal polo têxtil de SC e um dos mais importantes do país.

A Translovato vislumbrou uma bela oportunidade de ampliar e aperfeiçoar os seus serviços e, dessa forma, no ano de 1998, iniciou com a base operacional na cidade de Blumenau.

O crescimento na demanda dos serviços de transporte nesta região confirmaram para a Translovato que havia chegado o momento de abrir uma filial própria, e assim, no ano de 2000, a empresa inaugurou a sua Centralizadora Blumenau. A aposta deu tão certo que a unidade precisou buscar espaços maiores e mais modernos, mudando-se de sede nos anos de 2003, 2005 e, para a atual, neste ano de 2017.

A sede em que a Translovato Blumenau se encontra hoje conta com 15.000 m<sup>2</sup> de área total e 8.600 m<sup>2</sup> de terminal, com 56 docas em sistema cross-docking e localização privilegiada na BR-470. A Translovato fornece aos seus clientes excelência e qualidade nos serviços de transportes na importante região do Vale do Itajaí.

Confira as fotos das sedes da Translovato Blumenau ao longo de sua história de sucesso. ■



Translovato Blumenau de 2000 até 2003



Translovato Blumenau de 2003 a 2005



Translovato Blumenau de 2005 a 2017



Translovato Blumenau atual - desde fev. 2017

Você já reparou que, dependendo da hora que você vai no supermercado, o tipo de música ambiente varia? Ou percebeu que lojas com produtos considerados de classe alta estão ocupando espaços cada vez maiores, mesmo sem aumentar o número de produtos em mostruário?

O marketing, desde sempre, estuda o comportamento do consumidor para direcionar suas estratégias de produção e venda. No entanto, mesmo com as pesquisas e grupos focais embasando o desenvolvimento de um produto, às vezes ele não vendia. Freud, em sua teoria motivacional, afirma que os motivos e desejos (assim como o impulso, emoções e instintos) estão presentes no nosso inconsciente. Sendo assim, como prever as necessidades de um público - e satisfazê-las -, se é o inconsciente quem decide o que, como, quando e por que vamos comprar? Com o neuromarketing, isso é possível.

Tendo seus estudos iniciados no fim dos anos 90, segundo Zaltman (2003), o termo representa a união de áreas como a psicologia, a neurociência e o marketing. Atualmente, o conceito é amplamente discutido em universidades e corporações, e você, certamente, vem sendo impactado por ele.

Os avanços na ciência do cérebro permitem que hoje possamos contar com tecnologias inovadoras voltadas para o conhecimento de experiências inconscientes dos consumidores, como as técnicas de neuroimagem. Essas técnicas fazem um escaneamento do cérebro,



produzindo figuras da estrutura ou do funcionamento dos neurônios enquanto o indivíduo é exposto a uma situação específica - como, por exemplo, um comercial. De acordo com os resultados, é possível observar quais pontos do cérebro aquela comunicação atingiu, que emoções ela gerou, onde teve maior foco de atenção e qual a chance de retenção da informação. É incrível, não é mesmo?

Cientificamente, o neuromarketing estuda os efeitos químicos do organismo que motivam a ação da compra. Um dos fatores biológicos presentes no cérebro são os chamados de neurônios-espelhos. São neurônios que se ativam quando o indivíduo realiza ou observa uma ação, e ou se identifica com ela ou a almeja. Outro fator químico é a dopamina, o hormônio do prazer, que ao ser liberada com a ativação desses neurônios, provoca uma sensação de bem-estar, registrando no cérebro uma experiência positiva. Se uma propaganda conseguir ativar esta química, terá feito uma campanha de sucesso. Para isso, a comunicação

baseada em neuromarketing conta com 7 amplificadores que facilitam o impacto no cérebro: frases com “você”; credibilidade; contraste; emoções; estilos de aprendizagem (uso de todos os sentidos); histórias; e o conceito do funil (menos é mais).

Depois de quase 20 anos de estudos sobre neuromarketing, a partir destes amplificadores, temos hoje diversos outros termos, conceitos, ferramentas e estratégias que são amplamente discutidas e pesquisadas, e que atuam, todas elas, direta ou indiretamente, a favor do neuromarketing, como *lovemark\**, *storytelling\**, *design thinking\**, entre outras. O neuromarketing, hoje, está presente em vários pontos de decisão: do desenvolvimento do produto ou serviço, às evoluções de embalagem e estratégias de merchandising, até a escolha do espaço físico da loja e a organização dos produtos - tudo tem a ver com a forma com que o consumidor vai perceber a marca, com o que ele vai sentir, com o quão boa será a sua experiência e, por consequência, com a geração (ou não) da venda.

Em resumo, segundo Kimura (2016), podemos afirmar que:

i) O neuromarketing mede, basicamente, três coisas:

- Atenção: o meu produto, marca ou serviço, chama atenção do cliente? É relevante?

- Emoção/Motivação: o que o consumidor sente quando é impactado pelo meu produto/comunicação?

- Memória: o consumidor vai lembrar da minha comunicação ou marca? Por quanto tempo?

ii) Para isso, é preciso que sejam estimuladas as seis características do inconsciente:

- Emoção: com boas estratégias, as marcas podem espalhar mensagens positivas, criando vínculos com seu público-alvo.

- Contraste: o cérebro vai tentar reduzir esforço e trabalho, ignorando tudo que for de difícil leitura ou compreensão. Comunicações diretas, simples, que facilitem o entendimento do cérebro, terão maior absorção.

- Começo, meio e fim: tendemos a prestar mais atenção em uma conversa quando achamos que ela está terminando, e isso é culpa do nosso misterioso cérebro. Sabendo disso, uma boa estratégia comercial para despertar e manter o interesse do público é através de produtos colecionáveis ou edições limitadas.

- Visual: já diz o ditado, “uma imagem vale mais que mil palavras”. E, como tal, elas são capazes de gerar sentimentos positivos ou negativos, ou, pior, criar polêmicas!

- Egoísmo: o egoísmo inconsciente é o desejo de ser exclusivo ou ser tratado de forma privilegiada. Se temos a opção de personalizar um produto, provavelmente ele vai nos parecer mais interessante do que outro que não ofereça a mesma vantagem.

- Tangibilidade: especialmente com a popularização do e-commerce, tornar as qualidades e benefícios do

produto mais palpáveis para o consumidor é uma forma de ganhar a sua confiança.

Por fim, explicarei a primeira questão deste texto, como exemplo simples de tudo que foi estudado: uma playlist de músicas leves e calmas, como o blues, por exemplo, tende a deixá-lo relaxado; tranquilo, você fará suas compras sem pressa; ficando mais tempo no supermercado, maior a chance de você comprar mais produtos do que o previsto. Porém, observe: se você for em um horário próximo ao do fechamento, dificilmente será esta a trilha sonora escolhida.

Mesmo que aqui tenham sido apresentados estudos e funções para uso empresarial, não se engane: o neuromarketing não é uma área para ser utilizada apenas pelo marketing, por publicitários ou pesquisadores de mercado. Você pode, no seu dia-a-dia, aplicar os conceitos aqui apresentados para entender melhor as pessoas que o rodeiam, melhorar a sua comunicação, e, até, vender suas ideias com mais facilidade. No fundo, o que todos buscamos são experiências positivas e boas sensações - no trabalho, no shopping, em casa, na vida! ■

\*Glossário:

- *Storytelling*: é uma narrativa que busca envolver o consumidor através de uma história com personagens reais ou não, despertando maior engajamento e identificação.

- *Design thinking*: é o design centrado no usuário, ou seja, antes de inovar, busca entender a forma com que determinado produto ou serviço será utilizado/percebido pelo usuário.

- *Lovemark*: é o conceito de tornar uma marca a queridinha de seu público, fidelizando pelo amor à marca.

Matéria desenvolvida por: Ana Rosa Vieira - Escritora e publicitária.



**ADVOCACIA CORPORATIVA EMPRESARIAL**



Nos dias 09, 10 e 11 de março, a Translovato realizou, na cidade de Itajaí, o Encontro Comercial 2017. Participaram do evento gerentes de filiais, gerentes comerciais, consultores comerciais e diretores da empresa.

Durante o evento, as equipes tiveram a oportunidade de conhecer as unidades de Curitiba e Joinville, além da nova estrutura de Blumenau. Esta nova estrutura trata-se da fusão estratégica das filiais Blumenau e Itajaí, que conta com uma área de 15.000m<sup>2</sup>, sendo 8.600m<sup>2</sup> de

terminal, localizada na BR-470, próximo a diversas rodovias.

Diversos assuntos comerciais foram abordados no encontro, como o fechamento da Campanha Comercial 2016, com a premiação dos vencedores do ano; o Lançamento da Campanha Comercial 2017; Vendas internas; Retrospectiva do ano de 2016; Perspectivas comerciais para o ano de 2017; Nova sede Translovato Blumenau; Novos mercados; entre outros.

O foco principal do evento foi a

orientação e treinamento das equipes para a expansão da Translovato nos novos mercados (GO, TO, RJ, ES e o DF). Os participantes puderam receber informações dos diretores de cada uma das áreas envolvidas no projeto, possibilitando o aprendizado e troca de informações entre todos.

A sinergia entre as equipes Translovato é mais um diferencial da empresa e o Encontro Comercial fortaleceu, ainda mais, a união entre as equipes na busca pela excelência nos serviços prestados. ■





Desperdício Zero é uma campanha interna da Translovato que tem como objetivo conscientizar todos os profissionais da empresa sobre a importância da redução de desperdícios de forma geral.

O projeto busca informar sobre a otimização na utilização de recursos e redução dos desperdícios, com a divulgação de dicas e o compartilhamento de ideias.

Divulgamos, aqui, algumas das dicas dessa campanha.



## DESPERDÍCIO zero

#compartilheboasideias

SEGUEM ALGUMAS DICAS QUE PODEM AJUDAR VOCÊ A SE TORNAR UM MOTORISTA SUSTENTÁVEL:



Ao dar partida no carro, não acelere. Isso desperdiça combustível.



Não corra, o consumo a 100 Km/h é 20% maior do que a 80 Km/h.



Se for parar por mais de 2 minutos, desligue o motor.



Calibre sempre os pneus. O consumo de combustível é maior quando o pneu está abaixo da pressão ideal.



Abasteça somente em postos de confiança. Combustível adulterado, além de gastar mais, também danifica o motor.



Faça todas as revisões programadas. Assim, seu carro estará com o nível de óleo, combustível e gases regulados e emitidos dentro dos padrões.

Fonte: Fiat



[www.postossquizzato.com.br](http://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



# SÉRIE: ESTAMOS AQUI CURITIBA E GUARULHOS

## CURITIBA

Capital do estado do Paraná, no sul do Brasil, Curitiba foi fundada oficialmente em 29 de março de 1693. Considerada a Capital Ecológica do Brasil, essa belíssima cidade tem uma população estimada de 1.893.997 habitantes (IBGE 2016).

A palavra curitiba tem sua origem no Guarani, já que os primeiros habitantes do território foram os índios. Kur yt yba quer dizer "grande quantidade de pinheiros, pinheiral" (espécie de árvore abundante na região).

Devido à fama internacional de Capital Ecológica do Brasil, Curitiba possui vários pontos turísticos como o Parque Tanguá e o Passeio Público, destacando-se ainda, o Jardim Botânico, que é o cartão postal da Cidade e o Parque Barigui, que são locais ideais para prática de atividades físicas, interação com a família e amigos, passeio com os animais ou até mesmo para fazer um piquenique. Além dos parques, a cidade conta como atrações turísticas o Museu Oscar Niemeyer, o Bosque do Papa, a Praça do Japão, o Museu do Holocausto e vários shopping centers distribuídos pela cidade.



Situada em Curitiba desde 1998, a Centralizadora Curitiba é uma das empresas do segmento de transportes com a melhor estrutura operacional e administrativa da região, dispomos de 48 docas operando em sistema cross-docking. A unidade conta com uma localização estratégica e possui uma área construída de mais de 8.500 m<sup>2</sup> em um total de 31.684 m<sup>2</sup>.

A unidade conta com um quadro de, aproximadamente, 220 profissionais qualificados e bem treinados para atender as necessidades e expectativas dos clientes. São movimentados em média 612.000 volumes/mês e emitidos em média 10.500 conhecimentos/mês.

Fontes: [www.curitiba.pr.gov.br](http://www.curitiba.pr.gov.br) e <https://guia.melhoresdestinos.com.br>

## GUARULHOS

Guarulhos é um município da Região Metropolitana de São Paulo, no estado de São Paulo, no Brasil. Localiza-se na Zona Leste da Grande São Paulo. É a segunda cidade mais populosa do estado, a 13<sup>a</sup> mais populosa do Brasil e a 53<sup>a</sup> mais populosa do continente americano. É a cidade não capital de estado mais populosa do Brasil, além de deter o 4<sup>o</sup> maior produto interno bruto (PIB) de seu estado e o 13<sup>o</sup> maior do país.

Vamos destacar alguns atrativos da cidade:

**Bosque Maia:** localizado em um ponto estratégico de Guarulhos e com fácil acesso, o Bosque Maia é o maior parque urbano da cidade.

**Teatro Adamastor:** com peças teatrais e música ao vivo, além de palestras e cursos, é um centro municipal de educação e cultura.

**Aeroporto Internacional:** um dos principais HUBs da América Latina, foi inaugurado em 20 de janeiro de 1985. É o maior aeroporto do Brasil e o mais movimentado da América Latina em número de passageiros transportados. No transporte de mercadorias, é o segundo depois do Aeroporto Internacional El Dorado, em Bogotá, Colômbia.



Contamos com a Centralizadora Guarulhos desde 2013. Esta unidade possui área total de 16.000 m<sup>2</sup> e área construída de 6.000 m<sup>2</sup>, o terminal conta com 14 docas. São movimentados em torno de 413.000 volumes/mês, com emissão de cerca de 4.300 conhecimentos e, aproximadamente, 120 profissionais envolvidos. Trata-se de uma unidade de distribuição forte na grande São Paulo, as equipes trabalham focadas para superar as dificuldades de trânsito e suas restrições, para atender as demandas dos clientes.

Fontes: <https://pt.wikipedia.org>;  
<http://www.guaruguaia.com.br>; <https://www.facebook.com>

# VIAGEM LONGA, ONDE COMER NA ESTRADA

Um ditado muito conhecido por pessoas que trabalham no ramo de transportes é: “Onde tem muito caminhão parado, a comida é boa!” e, acredite, é a mais pura verdade. Os profissionais da estrada são os maiores conhecedores de lugares fantásticos que estão espalhados pelo Brasil. São paisagens de tirar o fôlego e restaurantes e bares na beira das estradas com uma culinária peculiar. Nesta edição do Informativo Translovato, vamos conhecer três das principais rodovias do caminho da nossa carga e nelas os melhores lugares para comer.

A primeira indicação da nossa equipe de motoristas é na Rodovia Fernão Dias (BR-381): o Restaurante Casa Branca, na cidade de Itaguá/SP. Um almoço com feijão tropeiro, acompanhado do famoso *mexidão*, que é a mistura de arroz, linguiça, ovos e diversos temperos para o toque final no sabor.

A rodovia Fernão Dias tem 570 quilômetros de extensão e liga Contagem/MG a Guarulhos/SP, cortando 33 cidades entre os dois estados. Seu tráfego, atualmente, é composto por 45% de veículos comerciais e 55% de veículos de passeio. Esta rodovia tem um papel essencial na rede rodoviária brasileira, pois faz parte do corredor de ligação dos polos econômicos das regiões sul e sudeste.

Já na ligação do sudeste ao sul do país, a rodovia Régis Bittencourt une São Paulo/SP a Curitiba/PR e tem uma extensão de 402 quilôme-



tros, cortando 17 cidades dos estados de São Paulo e Paraná. O tráfego de caminhões e ônibus representa 70% do movimento total de veículos, na extensão de 19 km em pista simples e 370 km em pista dupla.

A indicação para alimentação é o Restaurante e Lanchonete Maurício 70, no Km 323, em São Lourenço da Serra/SP. Aberto 24 horas, serve no almoço bife à parmegiana e em qualquer horário é possível encontrar salgados deliciosos para um lanche rápido.

Mais ao sul, a BR-101 liga Curitiba/PR ao litoral de Santa Catarina e à capital do Rio Grande do Sul – Porto Alegre.

Estes trechos são os mais utilizados pela Translovato, porém a BR-101 inicia no Rio Grande do Norte, na cidade de Touros, e corta 12 estados brasileiros, até acabar no Rio Grande do Sul, na cidade de São José do Norte. São mais de 4.500 km. No Km 173, na cidade de Tijucas/SC, a dica é o rodízio de carnes na Morretes Churrascaria. Além do ótimo atendimento, estacionamento amplo, a diversidade de sobremesas fecha o almoço com chave de ouro.

Esperamos que as dicas sejam aproveitadas. Boa viagem! ■

Matéria desenvolvida por: Diego Martins e Samanta Costa Silveira

Fontes: <http://www.autopistafernao.com.br>;  
<http://www.autopistaregis.com.br> e <http://viasconcretas.com.br>

- ⊙ Reparo de Módulo
- ⊙ Reprogramação
- ⊙ Unidade Injetora
- ⊙ Bomba
- ⊙ Bico Injetor
- ⊙ Elétrica e Eletrônica
- ⊙ Dinamômetro

54.3217.8646

WWW.MGTECHCHIP.COM.BR

The logo for MGTECH Diesel, featuring a stylized red circuit board graphic above the text 'MGTECH' in a bold, italicized font, with 'Diesel' written in a smaller font below it.

# TRANSLOVATO AGORA É 10

Os nossos clientes são os nossos maiores parceiros e essa sinergia sempre foi fundamental para a realização de um trabalho de qualidade e que atendesse as expectativas de todos.

Nessa sintonia, observamos e identificamos as demandas de nossos clientes. Apesar dos desafios que estão sendo enfrentados nos últimos anos com a retração da economia no Brasil, acreditamos em nosso potencial e encaramos o desafio de crescer, ao ampliar-mos o nosso atendimento.

*"Todos sabemos que sempre, mas principalmente em épocas difíceis e de crises, é preciso inovar, se reinventar. A Translovato tem trabalhado forte e positivamente com este pensamento: inovação, planejamento e foco!"* afirma Neri Carlos Lovato, diretor presidente da Transportes Translovato.

Com os serviços já consolidados nos estados do RS, SC, PR, SP e MG, os nossos clientes agora contam com o atendimento padrão de qualidade Translovato nos estados de GO, TO, RJ, ES, além do DF.

Este é um marco muito importante na história da empresa e foi pensado e planejado com grande dedicação e comprometimento.

No ano de 2015, iniciamos os levantamentos das demandas e identificamos essa necessidade do mercado. A partir daí, estudamos quais seriam os melhores caminhos a tomarmos para conseguirmos suprir as expectativas e oferecer a mesma qualidade e excelência reconhecidas nos estados em que já atuávamos.

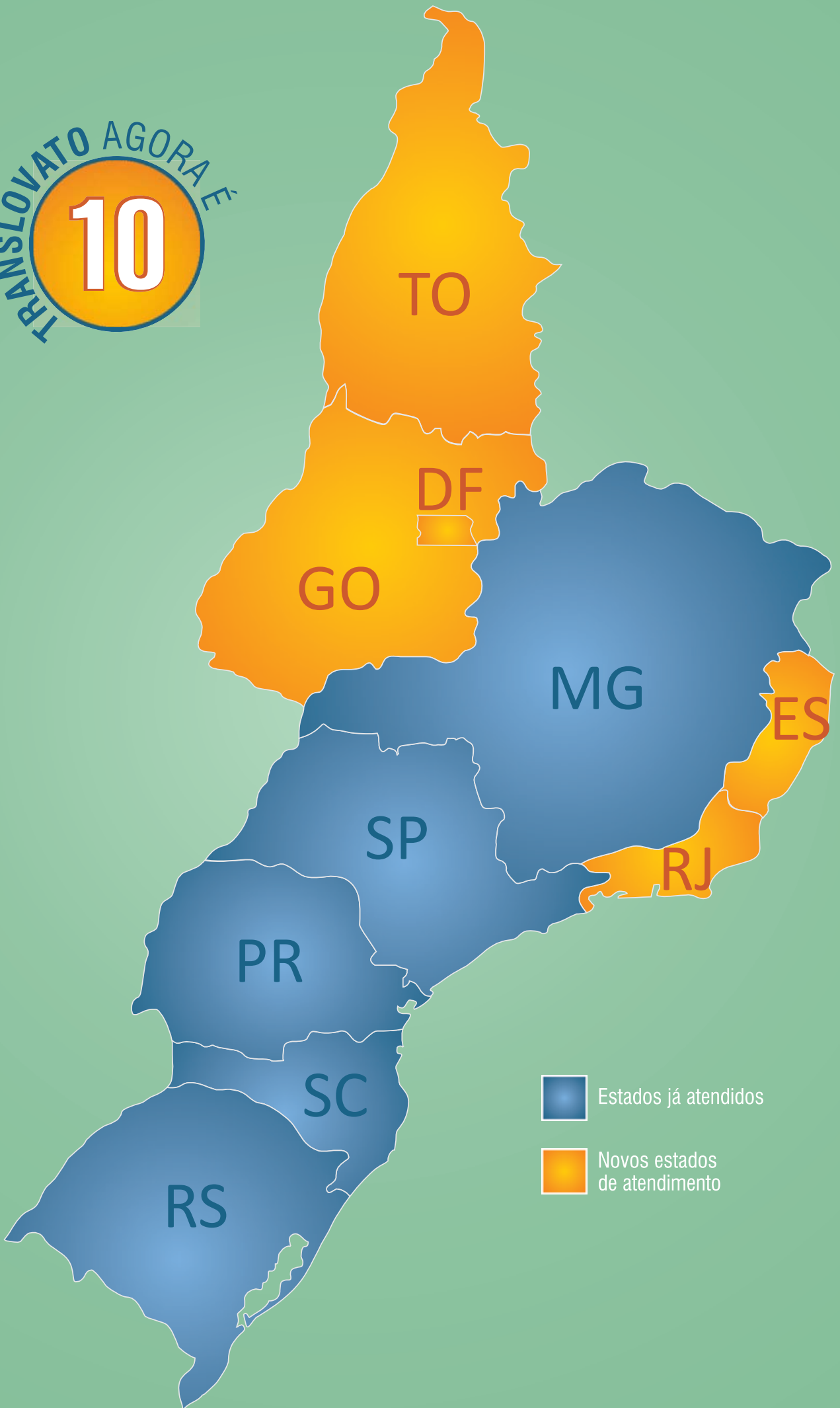
Em 2016, o projeto evoluiu e iniciamos o processo de análise e planejamento para viabilização dos serviços, encontrando parceiros com o mesmo comprometimento, qualidade e excelência e que estivessem dispostos e preparados para embarcar nessa nova trajetória com a gente.

E, neste ano de 2017, o plano saiu do papel e tornou-se realidade com o início da oferta do transporte para os novos estados, que, juntamente com os que já atuávamos, concentram aproximadamente 80% do PIB nacional. O atendimento Translovato é realizado em 100% das cidades dos nove estados, além do DF, totalizando em torno de 3.200 municípios.

Dessa forma, a Translovato se consolida como uma das empresas de transporte rodoviário de cargas fracionadas mais reconhecidas do Brasil e acredita que continuará avançando sempre norteadas pelo seu slogan: Nosso destino é servir melhor você!



TRANSLOVATO AGORA E  
**10**



# AUTOMEDICAÇÃO E DESCARTE RACIONAL DE MEDICAMENTOS



## O que é a Automedicação?

Automedicação é o ato de consumir medicamentos sem orientação de um profissional devidamente habilitado, seguindo a impulsos ou influências de pessoas que não dominam o assunto. Os sintomas de determinada enfermidade são percebidos pelo usuário e este decide comprar medicamentos sem antes realizar uma consulta com profissional capacitado da área da saúde.

Geralmente, a indicação vem de familiares ou amigos que já tiveram quadro clínico parecido e que desconhecem o fato de que cada organismo reage de forma diferente aos medicamentos. Ou seja, não é porque uma medicação teve efeitos positivos em alguém conhecido que trará benefícios à pessoa que apresenta um problema semelhante.

Dados da OMS (2010) mostram um percentual superior a 10% das internações hospitalares ocasionadas por reações ao mau uso de medicamento. No Brasil, 80 milhões de pessoas (35%) têm o hábito de se automedicar, segundo levantamento da Associação Brasileira das Indústrias Farmacêuticas – Abifarma.

A automedicação vai desde uma atitude aparentemente inocente, como o uso de uma aspirina para dor de cabeça ou um antiespasmódico para cólicas menstruais, até a falta de bom senso em indicar para si próprio ou para os outros tratamentos à base de antibióticos ou antidepressivos.

A origem da palavra farmácia vem do grego *pharmakón* que, na Grécia Antiga, designava substância capaz de provocar transformações, para o bem e para o mal. Podia ser remédio ou veneno, dependendo da dose tomada.

*“A diferença entre um remédio e um veneno está só na dosagem”.*

(Paracelso – Médico e Físico do séc. XVI)

Em alguns países, com sistema de saúde pouco estruturado, a ida à farmácia representa a primeira opção procurada para resolver um problema de saúde e, a maior parte dos medicamentos consumidos pela população é vendida sem receita médica.

O hábito de tomar remédios isentos de receita médica ou sem tarja, também conhecidos como remédios de prateleira e indicados para tratar pequenos males do dia a dia por um curto espaço de tempo (3 dias), é muito comum devido ao fácil

acesso e ao marketing significativo na mídia.

No Brasil, embora haja regulamentação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) para a venda e propaganda de medicamentos que possam ser adquiridos sem prescrição médica, a orientação para aqueles que os utilizam é muito falha, até porque as pessoas preferem recorrer aos familiares e amigos em vez de tirar suas dúvidas com os farmacêuticos, que estão presentes em todas as farmácias e por período integral.

## Algumas razões pelas quais as pessoas se automedicam:

A propaganda desenfreada e massiva de determinados medicamentos contrasta com as tímidas campanhas que tentam esclarecer os perigos da automedicação;

A dificuldade e o custo de se conseguir uma consulta médica, e a limitação do poder prescritivo, restrito a poucos profissionais de saúde;

O desespero e a angústia desencadeados por sintomas ou pela possibilidade de se adquirir uma doença;

Informações sobre medicamentos obtidos à boca pequena, na internet ou em outros meios de comunicação;

Falta de regulamentação e fiscalização daqueles que vendem e a falta de programas educativos sobre os efeitos, muitas vezes irreparáveis, da automedicação.

## Problemas relacionados à automedicação:

Muitos medicamentos são vendidos sem prescrição médica,

como os analgésicos, vitaminas, antiácidos, laxantes e descongestionantes nasais. Isso, porém, não significa que não façam mal à saúde. Eles podem agravar doenças, mascarar sintomas ou, até mesmo, ter efeitos colaterais como intoxicação, dependência química e reação alérgica.

**Interação medicamentosa:** essa situação ocorre quando a pessoa está utilizando um medicamento e decide usar outro por conta própria e ao mesmo tempo. No entanto, os componentes dos dois medicamentos podem reagir um com o outro, podendo ocorrer a perda do efeito, sua potencialização ou até mesmo toxicidade, agravando a situação ou acarretando um novo problema. Exemplos: uma mulher está tomando anticoncepcional e decide tomar, sem prescrição, um antibiótico (adquirido de uma amiga que realizou algum tratamento e sobraram alguns comprimidos), sem saber que alguns antibióticos (e não são poucos) diminuem o efeito de alguns anticoncepcionais;

Os medicamentos antiácidos (Eno, Estomazil, Sonrisal, Omeprazol, etc) podem interferir na metabolização e na eliminação de inúmeros medicamentos (por alterar o PH do estômago), diminuindo o efeito do medicamento e/ou causando toxicidade;

Alterar, por conta própria, as

doses previamente estabelecidas por um profissional, ingerir medicamentos com leite, suco ou chás, também podem causar sérios problemas;

A mistura entre um anti-inflamatório e um descongestionante nasal pode provocar uma parada cardíaca;

O medicamento Fluconazol, muito utilizado por mulheres em casos de infecções fúngicas (principalmente candidíase), por inibir o citocromo P4503A4, aumenta os níveis séricos de inúmeros derivados de antibióticos e medicamentos controlados, aumentando seus efeitos tóxicos e podendo causar, inclusive, neurotoxicidade (dor de cabeça, alucinação, sedação, tonturas, convulsão e coma);

Se uma criança estiver usando antiespasmódico (contra cólica) e descongestionante nasal e fizer o uso de broncodilatador com nebulização, corre o risco de ter uma parada cardíaca, pois terá os batimentos do coração aumentados consideravelmente;

**Intoxicação:** os medicamentos são a principal causa de intoxicação no Brasil, segundo dados do Sinitox - Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas, ficando à frente de produtos de limpeza, agrotóxicos e alimentos estragados. Os benzodiazepínicos, antigripais, antidepressivos e anti-inflamatórios são as classes de medicamentos que

mais causam intoxicações em nosso país.

Exemplos: calmantes ou sedativos, conhecidos como barbitúricos, são substâncias perigosas porque a dose que começa a intoxicar está próxima da que produz os efeitos terapêuticos desejáveis. Com essas doses tóxicas, começam a surgir os sinais de falta de coordenação motora, estado de inconsciência, sono muito pesado e, por fim, aparece um estado de coma. A pessoa não responde a nada, a pressão do sangue fica mais baixa e a respiração é tão lenta que pode causar parada respiratória. Exemplos: fenobarbital e tiopental.

Inibidores do apetite: as chamadas anfetaminas agem de forma ampla, afetando o comportamento do ser humano. Entre os efeitos tóxicos causados pelo uso abusivo está o surgimento de comportamentos diferentes do normal (a pessoa fica mais agressiva, irritada, acha que os outros estão tramando contra ela). Dependendo do excesso da dose e da sensibilidade individual, pode aparecer um verdadeiro estado de paranoia e até alucinações. Exemplos: Anfeproma, Femproporex e Mazindol.

Tranquilizantes ou ansiolíticos: do ponto de vista orgânico ou físico, essas drogas oferecem bastante segurança. São necessárias grandes doses para provocar efeitos mais



**TR** IMPLEMENTOS  
RODOVIÁRIOS

Manutenção de carretas e  
tanques rodoviários.

Qualidade garantida pela **Theodosio Randon**

TR IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS LTDA

54 3218 9199 • andre@tr.ind.br

graves. Entretanto, a situação muda de figura se, além de ter tomado o ansiolítico, foi ingerida bebida alcoólica. Nesses casos, a intoxicação torna-se séria, pois há grande diminuição da atividade do cérebro, o que pode levar ao estado de coma. Exemplos: Bromazepam, Alprazolam, Clonazepam e Diazepam.

Analgésicos e anti-inflamatórios: podem causar diversos problemas, tais como, insuficiência renal, alterações na mucosa gástrica, problemas hepáticos, úlcera, além de causar problemas no sistema nervoso central e periférico. Também interfere no processo inflamatório natural, prejudicando a recuperação e aumentando os riscos de novas lesões por repetição, como ocorre bastante no caso de atletas. Exemplos: Paracetamol, Ácido Acetilsalicílico, Nimesulida e Ibuprofeno.

Obs.1: O paracetamol é um dos medicamentos mais utilizados no Brasil, mas é bom ressaltar que a dose tóxica é apenas 3 vezes maior que a dose terapêutica máxima, ocasionando hepatotoxicidade grave e potencialmente fatal;

Obs.2: A dipirona é muito pouco usada na Europa e nos EUA, por isso, existem poucos estudos sobre seu grau de toxicidade renal.

Obs.3: a nimesulida nunca foi aprovada no Reino Unido e na Alemanha, e já foi retirada de circulação do Canadá, Estados Unidos, Japão, Espanha, Finlândia, Irlanda, Bélgica, Dinamarca, Holanda e Suécia. Devido aos seus efeitos colaterais diretos no fígado, é importante que seja evitado seu uso crônico e repetido.

**Dependência química, tolerância e resistência ao medicamento:** o uso irracional de medica-

mentos pode causar dependência química, principalmente com medicamentos controlados, pois agem diretamente no sistema nervoso central. Tolerância é quando uma pessoa tem uma resposta medicamentosa reduzida, que ocorre quando o medicamento é usado repetidamente e o corpo se adapta a sua presença constante. Resistência se refere à capacidade dos microrganismos ou células cancerígenas de resistir aos efeitos de um medicamento que normalmente é eficaz contra eles.

Exemplo: o antibiótico que antes combatia a infecção agora não faz mais efeito, desta forma, o indivíduo terá que realizar um tratamento com algum medicamento mais potente (para bactérias resistentes) e, conseqüentemente, com maior custo e maior tempo de tratamento;

**Aumento do erro nos diagnósticos das doenças:** o uso de medicamentos, se estendido por decisão própria, pode comprometer posteriormente o tratamento adequado de determinadas patologias, por mascarar os verdadeiros sintomas, provocando, ainda, o aumento do período do uso da medicação adequada.

Exemplo: com diagnóstico de apendicite aguda, o enfermo inicia com um quadro frusto (começo dos sintomas) e se automedica com antibióticos. Como consequência, a apendicite aguda em fase inicial, que se resolveria com uma apendicectomia tecnicamente fácil, pode evoluir para um quadro de peritonite grave com conseqüências, às vezes, fatais.

**Automedicação x medicamentos fitoterápicos:** os fitoterápicos são medicamentos elaborados a partir de plantas medicinais. Mesmo que a maioria dos medicamentos fitoterápi-

cos sejam vendidos sem prescrição médica, eles são produtos tão perigosos quanto os medicamentos tradicionais.

É um equívoco acreditar que as plantas medicinais não prejudicam a saúde. São os componentes fitoquímicos das plantas que garantem sua ação no organismo, estes componentes geralmente possuem efeitos terapêuticos e/ou colaterais. Assim como os outros medicamentos, os fitoterápicos quando utilizados de forma incorreta podem proporcionar graves problemas de saúde.

Exemplo: o boldo é, costumeiramente, utilizado para males relacionados ao sistema digestivo e ao fígado, mas, quando deixado em infusão por muito tempo (extração demasiada dos componentes fitoquímicos) as reações colaterais incluem taquicardia, vômito, diarreia, alucinações, convulsões e problemas renais.

**Estatísticas da OMS (Organização Mundial da Saúde):**

Em todo o mundo, mais de 50% de todos os medicamentos receitados são dispensáveis ou são vendidos de forma inadequada. Cerca de 1/3 da população mundial tem carência no acesso a medicamentos essenciais. Em todo mundo, 50% dos pacientes tomam medicamentos de forma incorreta.

Cuidados especiais devem ser tomados por gestantes, crianças e idosos. Na gestante, os medicamentos podem afetar a saúde do bebê (toxicidade fetal com lesões variadas e algumas até irreversíveis), nas crianças, por sua vez, o sistema de metabolismo enzimático ainda não está completamente formado, enquanto que nos idosos o metabolismo é mais lento.

Hoje em dia, as pessoas



utilizam medicamentos para qualquer tipo de sintoma, ou seja, a procura pelo bem-estar acaba relacionada diretamente ao consumo de medicamentos e não na prevenção através de hábitos de vida saudáveis.

É de extrema importância que o paciente faça o tratamento da maneira correta, respeitando horário e dosagens estabelecidos. E, quando estiver no consultório médico, não se esqueça de contar todos os sintomas que estiver apresentando. Isso ajudará o especialista a diagnosticar de maneira mais eficiente a doença da qual estiver sofrendo.



## DESCARTE RACIONAL MEDICAMENTOS

Os medicamentos que você adquire para aliviar algum sintoma ou, até mesmo, para salvar vidas, podem ser muito prejudiciais tanto para o meio ambiente quanto para outras pessoas se não forem descartados de forma adequada.

Atualmente, está sendo discutido no âmbito da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) o funcionamento do sistema de descarte de medicamentos no país. O objetivo é que a população tenha alternativa apropriada para o descarte seguro e ambientalmente correto das sobras dos medicamentos por falta de uso ou com prazo de validade vencido.

A maioria dos medicamentos descartados vem das sobras de remédios da nossa “farmácia caseira”, um hábito comum do brasileiro, geralmente resultante da automedicação.

O descarte incorreto de medicamentos pode ocasionar a contaminação do meio ambiente, que ocorre pelo descarte inadequado em lixeiras comuns e em pias e vasos sanitários, também acontece pela parcela excretada na urina e fezes de produtos que tomamos. Estas substâncias percorrem todo o caminho

até uma estação de tratamento de esgoto onde também sofre metabolização, mas, muitos não são totalmente degradados e contaminam o solo e os lençóis freáticos e interferem no metabolismo e comportamento de organismos aquáticos.

### Como descartar medicamentos corretamente:

A RDC nº 44, de 17 de Agosto de 2009, em seu artigo 93, declara que fica permitido às farmácias e drogarias participarem de programas de coleta de medicamentos a serem descartados pela comunidade, com vistas a preservar a saúde pública e a qualidade do meio ambiente. Ou seja, existem iniciativas voluntárias que permitem o descarte de forma segura de medicamentos vencidos ou sobras de tratamentos, bem como, de suas embalagens e de objetos perfuro cortantes usados para ministrá-los.

A primeira medida é informar-se nas farmácias de sua região se elas participam de algum programa de descarte de sobras domésticas de medicamentos, embalagens e de objetos perfuro cortantes. Caso não exista um ponto de descarte em sua cidade ou alguma iniciativa similar na região, o mais aconselhável é solicitar informações nas Unidades Básicas de Saúde.

Matéria desenvolvida por: Graziani Tonin

Fontes: Resolução nº 586 de 29 de Agosto de 2013; RDC nº 44, de 17 de Agosto de 2009; Ministério da Saúde; Organização Mundial da Saúde; ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária; SINITOX (Sistema Nacional de Informações Tóxico-Farmacológicas); Hudson W. O. e Sousa; Jennyff L. Silva; Marcelino S. Neto: A Importância do Profissional Farmacêutico no Combate a Automedicação no Brasil (Revista Eletrônica de Farmácia, Vol. V (1), 67-72, 2008); Bortoletto, Maria Élide e Bochner, Rosany: Impacto dos Medicamentos nas Intoxicações Humanas no Brasil (Cad. Saúde Pública, RJ 15 (4)859869-out/dez. 1999); - Revista Associação Médica Brasileira, vol.47 no.4 São Paulo Oct./Dec. 2001;



**MATRIZ:** BR 116 Km 113, nº 1623 | Bairro Industrial | São Marcos/RS  
54 3291.9090 | financeiro@renovadorachimba.com.br

**FILIAL Caxias do Sul:** Rodovia RS 122 Km 81, nº 32.259 | Nsa Sra da Saúde  
Caxias do Sul/RS | 54 3217.3606 | caxias@renovadorachimba.com.br

**FILIAL Garibaldi:** Rodovia RSC 453, nº 125 | Tamandaré | Garibaldi/RS  
54 3463.8165 | garibaldi@renovadorachimba.com.br

# COSTUMES LOCAIS SANTA CATARINA

A população do estado de Santa Catarina é formada por mais de cinquenta etnias, sendo predominantes as descendentes de portugueses, alemães, italianos, eslavos (poloneses, sobretudo), índios e africanos.

A bandeira do estado é composta por três faixas horizontais idênticas, sendo as das extremidades vermelhas e a do centro branca; sobre as faixas, um losango verde-claro que representa a cor de Santa Catarina de Alexandria, padroeira do estado.

## Festejos e Folclores:

Algumas festas importantes no estado são: o Terno de Reis, em janeiro. O Boi-de-Mamão, em janeiro e fevereiro, uma espécie de pantomima, em que predomina a figura de um boi de papelão ou madeira, seguida de pessoas fantasiadas, dançarinos e cantores. A Farra do Boi, na semana santa. Uma das festas mais conhecidas do estado é a Oktoberfest, que é um festival de tradições germânicas que ocorre na cidade de Blumenau. Em alemão, "Oktober" significa outubro, e "Fest" festa ou festival.



## Turismo:

O fluxo turístico no estado tem aumentado constantemente. O principal foco de atração dos visitantes são as belas praias da ilha de Santa Catarina, bem como, os balneários de Laguna, Camboriú, Porto Belo e Itajaí. Também é fator de atração, a zona de colonização alemã, com centro em Blumenau, mas estendendo-se, nos arredores, a Pomerode, Timbó e incluindo, mais para o norte, Joinville. Há também o famoso parque de diversões Beto Carrero World, localizado na Praia da Armação-Penha.

## Comidas Típicas:

Como há forte miscigenação no estado, as influências na culinária são inúmeras. Vejamos algumas:

Luso-açoriana: em Santa Catarina, os portugueses e açorianos aprenderam a selecionar o melhor do mar, acrescentando temperos indígenas, mandioca e outros ingredientes da terra, criando receitas simples e saborosas, à base de peixe,

ostras, camarões e outros frutos do mar.

Atualmente, ganharam destaque as ostras produzidas em fazendas marinhas na região da Grande Florianópolis e o camarão "Laguna", a mais saborosa das espécies capturadas na costa catarinense. Em Itajaí e São Francisco do Sul, cidades pesqueiras e portuárias, os pratos típicos são mais fiéis à gastronomia portuguesa tradicional. Mas, nos restaurantes de chão batido em toda a costa, é possível encontrar um bom peixe fresco frito com pirão de farinha de mandioca.

Italiana: sopa de agnolini, lasanha, tortéi, polenta, radicci, pão caseiro, salame, queijo colonial, frango à passarinho, galinha caipira ao molho, codornas, entre outros. Os pratos da cozinha italiana são servidos em cantinas espalhadas por todo o estado.

Alemã: chucrute com vina, kassler (chuleta de porco), eisben (joelho de porco), bockwurst (salsi-

cha) são alguns dos pratos incorporados ao cotidiano das cidades de colonização germânica. O mitrotkohl (marreco com repolho roxo) já é uma adaptação com ingredientes nativos das terras brasileiras. Destaque para as confeitarias alemãs, com folhado de maçã, cucas e empa-das, assim como, os muitos outros produtos coloniais, como as geleias e embutidos artesanais.

Outros sabores: os descendentes de eslavos (poloneses e ucranianos), que se instalaram principalmente na região Norte, mantêm viva sua culinária forte e exótica, repleta de nomes difíceis, cheiros e sabores peculiares. O condimentado goulasch (cozido de carne bovina com verdura) é a contribuição húngara.

Os holandeses trouxeram a tecnologia do processamento de laticínios (iogurte e queijos), gerando indústrias conhecidas em todo o estado. O mesmo se deu com os tirolezes famosos também pelos deliciosos chocolates caseiros. Por fim, nas estâncias serranas, a culinária revela a influência dos tropeiros e gaúchos que se instalaram na região. No cardápio, simples e farto, feijão tropeiro, arroz de carreteiro, churrasco e chimarrão, além do pinhão.

### Gírias e expressões de Floripa:

- Arrombassi: expressão de espanto, em situações de elogio ou afronta
- Amarrar a cara: zangar-se.
- Cachorro papa-ovo: vira-latas, que não tem raça.
- Camaçada de pau: surra.
- Dijahoje: termo usado coloquialmente para expressar um tempo ocorrido mais cedo.
- Em dois toques: rapidamente.
- És um monstro: expressão usada pra dizer que uma pessoa é grande, é a melhor em algo, praticamente invencível.
- Matasse a pau: quando alguém acerta em cheio, consegue alguma faceta de forma brilhante.
- Ó-lhó-lhó: expressão de admiração, espanto ou surpresa.
- Roupa-de-briga: traje de trabalho.
- Taxtolo: expressão de admiração/espanto em relação a decisão de outra pessoa.
- Tanso: pessoa sonso.
- Segue reto toda vida: seguir em frente e em linha reta, sem se desviar da rota.
- Istepô: maneira amigável de chamar alguém de desgraçado na brincadeira.

Para finalizar essa linguagem complicada, vamos brincar? Você é capaz de entender essa frase abaixo em “manezês”? Imagine ela sendo dita 20 vezes mais rápido que o normal! É assim que ela seria dita por um típico manezinho da ilha.

*“Ow, seu istepô, dijahoje teu papa-ovo fugiu, e foi andando reto toda vida até chegar em Coqueiros, perto do Imperatriz, não tem? És um tanso mesmo, ainda bem que em dois toque seu o peguei. Na próxima vez vou te dar uma camaçada de pau, e nem adianta amarrar a cara!”*

Tradução: *“Seu desgraçado, agora pouco teu cachorro fugiu, e seguiu sempre em frente até chegar em Coqueiros, perto do Imperatriz, sabe? És um sonso mesmo, ainda bem que rapidamente eu o peguei. Na próxima vez vou te dar uma surra, e nem adianta ficar zangado.”*

Esta é a famosa Santa Catarina, conhecida principalmente pelas belíssimas praias e pelas belezas naturais incríveis, que vão muito além do litoral. O estado oferece aos turistas, durante todo o ano, atrativos geográficos e culturais bem diversificados. Se você ainda não conhece, programe já suas próximas férias! Fica a dica. ■



Desde 2012, ano de sua implantação, o Programa VIDA traz em seu calendário ações sociais e ambientais voltadas aos familiares dos profissionais da Translovato e a comunidade onde está inserida.

As ações abordam dicas, conscientização e orientação para as pessoas sobre como cada um de nós pode contribuir para construção de um mundo melhor.

#### Objetivos:

- Valorizar a vida;
- Conscientizar as pessoas sobre seu papel na sociedade;
- Reforçar junto aos familiares, profissionais e comunidade o foco no coletivo;
- Sensibilizar familiares, comunidade e profissionais para a preservação do meio ambiente.

### EM 2016, FORAM REALIZADAS AS AÇÕES A SEGUIR:

#### ESPAÇOS COMUNS, RESPONSABILIDADE DE TODOS!

Realizado o Dia D nas unidades para o combate ao mosquito da dengue. Foram verificados possíveis focos dos mosquitos, colocados sacos plásticos em ralos, areia em todos os pratinhos das plantas, entre outros.

Foram enviadas dicas via e-mail e colocados cartazes nos murais, com materiais da secretária da saúde do estado, além de serem realizadas palestras sobre a dengue aos profissionais.

#### TRÂNSITO SEGURO

Foi enviado e-mail e colocado cartazes explicativos referentes ao "Maio Amarelo".

Também, foram realizadas palestras para nossos profissionais, sobre conscientização de trânsito, direção defensiva e trânsito seguro.

Foi solicitado aos profissionais evidências, através de fotos, dos cuidados com a segurança no trânsito, com o intuito de mostrar aos colegas que são conscientes no trânsito.

#### PENSAMENTO VERDE

Foram realizadas palestras sobre o correto descarte de óleo de cozinha, sustentabilidade, diferenças entre resíduos e lixo, coleta seletiva e conscientização sobre como reciclar nossas atitudes.

#### VALORIZAÇÃO DA VIDA

Foram realizadas visitas em orfanatos e casas de repouso. Internamente, houve arrecadação de produtos de higiene pessoal e presentes para crianças. Existiu a conscientização, através de informativos, referente a doação de órgãos e medula.

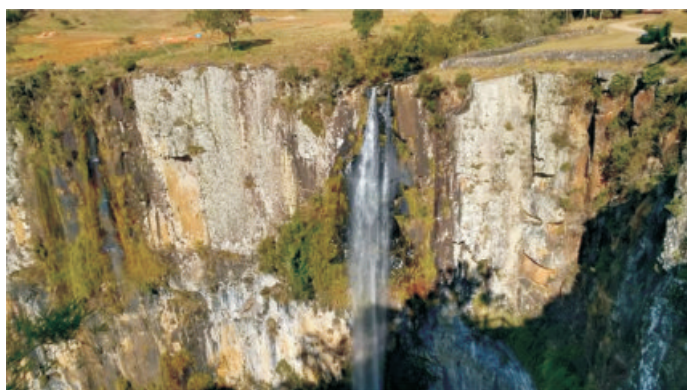
#### NATAL SOLIDÁRIO

Foram feitas campanhas de arrecadação e doação de brinquedos e produtos de higiene pessoal. Cada unidade verificou na sua cidade/comunidade o que arrecadar e para onde doar. ■





Serra do Rio do Rastro em Bom Jardim da Serra/SC



Cascata do Avencal em Urubici/SC



Hipopótamo – em Pomerode/SC



Vista do Morro Vale Campestre em Urubici/SC



Gruta Nossa Senhora de Lourdes em Urubici/SC



Cascata da Barrinha em Bom Jardim da Serra/SC



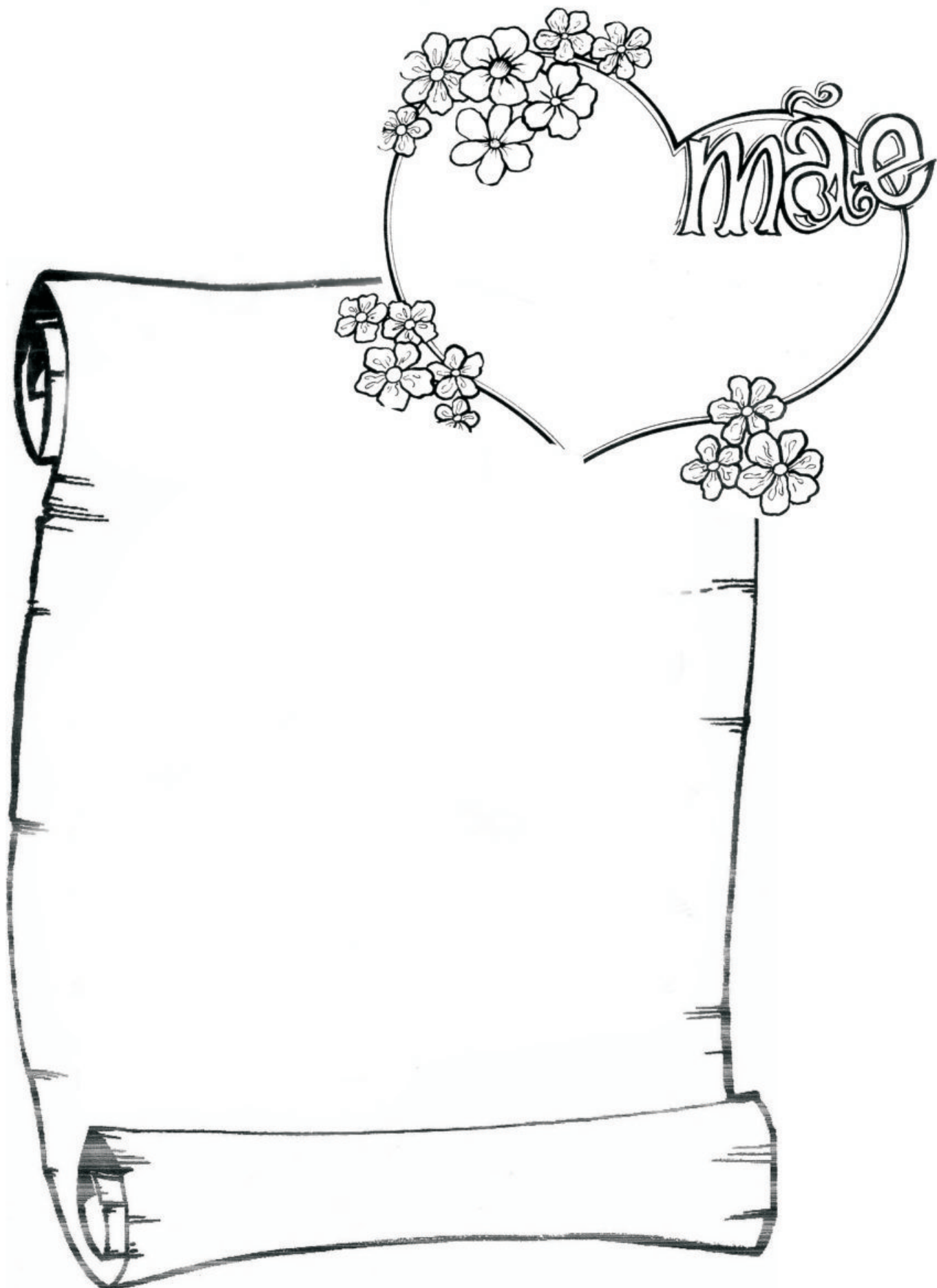
Morro da Igreja e Pedra Furada em Urubici/SC

### Fotos de Bethania Regina Oliveira dos Santos - 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](mailto:informativo@translovato.com.br), com a legenda da foto, o seu nome completo e filial. Obs.: Fotos posadas não serão consideradas.

# DIA DAS MÃES

Cartão de Dia das Mães: escreva uma mensagem para a sua mãe, pinte e recorte.



## 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) 3224-8488

IJUÍ - IJU  
Fone: (55) 3332-9915

LAGOA VERMELHA - LGV  
Fone: (54) 3358-3228

LAJEADO - LAJ  
Fone: (51) 3748-6459

NOVO HAMBURGO - NHA  
Fone: (51) 3134-5007

OSÓRIO - OSO  
Fone: (51) 3663-3134

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

PELOTAS - PEL  
Fone: (53) 3025-5246

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

QUARAÍ - QUI  
Fone: (55) 3423-1856

SANTA CRUZ DO SUL - SCS  
Fone: (51) 2107-4560

**SANTA MARIA - SMA**  
Fone: (55) 2101-0077

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) 3242-7138

## SANTA CATARINA

**BLUMENAU - BLU**  
Fone: (47) 3036-2777

BRUSQUE - BRQ  
Fone: (47) 3350-0759

CHAPECÓ - CHA  
Fone: (49) 3330-7708

CRICIÚMA - CRI  
Fone: (48) 3468-5777

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

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

ADRIANÓPOLIS - ADR  
Fones: (41) 3079-3657

AMPERE - AMP  
Fone: (46) 3547-1846

APUCARANA - APU  
Fone: (43) 3422-2788

CASCADEL - CAS  
Fone: (45) 3038-1218

CIANORTE - CNT  
Fone: (44) 3631-1835

**CURITIBA - CWB**  
Fone: (41) 3033-8686

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

FRANCISCO BELTRÃO - FBL  
Fone: (46) 3524-7532

GUARAPUAVA - GVA  
Fone: (42) 3623-5993

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

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

MARINGÁ - MGA  
Fone: (44) 3028-6836

PARANAÍ - PVI  
Fone: (44) 3423-6900

PATO BRANCO - PTB  
Fone: (46) 2604-0433

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

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

TOLEDO - TLD  
Fone: (45) 3378-1094

UMUARAMA - UMU  
Fone: (44) 3624-8945

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

## SÃO PAULO

ARARAQUARA - ARA  
Fone: (16) 3397-5471

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

ITAPIRA - ITR  
Fone: (19) 3281-4681

MARÍLIA - MAR  
Fone: (14) 3221-2727

OURINHOS - OUS  
Fone: (14) 3324-3516

PENÁPOLIS - PEN  
Fone: (18) 3652-6640

PIRACICABA - PIR  
Fone: (19) 3434-7700

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

TUPÁ - TUP  
Fone: (14) 3491-1180

## MINAS GERAIS

BARBACENA - BAR  
Fone: (32) 3353-2118

**BELO HORIZONTE - BHZ**  
Fone: (31) 2564-3400

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

DIVINÓPOLIS - DIV  
Fone: (37) 3244-2424

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

IPATINGA - IPN  
Fone: (31) 3822-1503

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

PONTE NOVA - PTN  
Fone: (32) 3221-1236

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





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

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

UBERABA - UBE  
Fone: (34) 3334-1797

UBERLÂNDIA - UDI  
Fone: (34) 3230-4122

VARGINHA - VAG  
Fone: (35) 3212-4399

-  Matriz
-  Centralizadoras
-  Bases Operacionais
-  Pontos de Distribuição



No nosso destino é servir melhor você.