

REVISTA

FOOO

Junho 2016 | Ano 1 | Edição 02

SC Johnson
A Family Company



OFF! NA Rio2016™

Durante a Convenção de Vendas, Leandro Pereira e Stephane Reverdy anunciaram o repelente como fornecedor oficial das Olimpíadas

LIDERANÇA

Pest-Control é líder entre os principais concorrentes da categoria

LEI DA APRENDIZAGEM

SCJ contribui para a inclusão social por meio do primeiro emprego



Foto: Juliana Montenegro

Stephane Reverdy

PRIMEIRO PLANO

Convenção de Vendas 2016

Evento reuniu times para divulgar grandes parcerias para o próximo ano fiscal e celebrar os resultados do FY16



16

NOSSAS CONQUISTAS



08

Time de feras

Jaguar. Equipe busca alcançar 85% de eficiência na produção de Glade Aerossol.

EM PAUTA



22

Aprendizes de Norte a Sul

Educação. Do Rio a Manaus, jovens têm seu primeiro contato com o mercado de trabalho através da Lei da aprendizagem.

MENTE ABERTA



36

Comida di Buteco

RJ, MA e SP. Aproveite seu tempo livre provando as delícias campeãs de cada cidade.

Pest Control é líder 10

Campanha. Com proposta educativa, Raid comprova que é Especialista em Insetos.

Training Grid 12

Brasil. Calendário de Treinamentos 2016 já tem datas marcadas.

Tudo Gostoso 26

Novidade. Site de receitas estreia com novo visual.

Internacional 28

RJ. Planta carioca recebe executivos e integrantes da Família SCJ.

E MAIS

Editorialpág. 02

Mundo Sustentávelpág. 04

Entre Aspas.....pág. 34

Aconteceu na SC Johnson.....pág. 38

Você em Focopág. 39

EXPEDIENTE | Revista Foco • Edição 2 Ano 1 - Abr/ Mai/Jun de 2016
 Av. Das Américas, nº 500 - Bl 12, Lj101 - Barra da Tijuca, Rio de Janeiro/RJ - Cep: 22.640-100
 E-mail: revistafofoscj@advertisement.com.br | Revista Foco online: http://www.scjohnson.com.br

Coordenação Editorial Flavia Gouvea, Monique Wasserman, Rodrigo Mendes, Ana Cláudia Saavedra e Luiz Peres. **Conselho Editorial** Larissa Aragão, Lidia Holanda, Martha Arcanjo, Anne Karoline, Rodrigo da Silva, Gleyciane Araujo, Luis Azevedo e Juliana Izidoro. **Editora Responsável** Natalia Figueiredo Mtb 36.157. **Projeto Gráfico e Editorial** ADV - Advertisement. **Diagramação e Infografia** Luiza Lopes e Maitê Blanco. **Fotografia** Banco de Imagens SCJ. **Impressão** Gráfica Trena. **Tiragem** 750 exemplares.

FUTURO ATRAVÉS DO ESPORTE

SCJ doa nova quadra para escola municipal na Cidade de Deus

NO MÊS DE JUNHO, os alunos da Escola Municipal Frederico Eyer, na Cidade de Deus (RJ), ganharam um novo espaço para atividades físicas e prática de esportes. Através de doação da SC Johnson, e intermédio da ONG Parceiros da Educação, foi inaugurada a nova quadra de esportes da escola na área externa do prédio.

A obra, iniciada em fevereiro deste ano, era um antigo sonho da direção, que agora ganhou forma e beneficiará alunos da pré-escola e do ensino fundamental. “Nunca tivemos uma quadra de verdade, os alunos brincavam e jogavam bola na área livre da entrada da escola, mas quando iam para competições externas acabavam se prejudicando, pois não conheciam as linhas nem marcações. Agora teremos uma quadra com as devidas marcações e cobertura para dias de chuva”, comemora Maria Emília, diretora da unidade e funcionária da instituição desde 1998.

O bairro conhecido mundialmente pelo filme homônimo, ainda vive uma rotina de operações policiais e conflitos, por conta do tráfego, que vez ou outra prejudica a rotina dos estudantes. Ciente das dificuldades da região, a diretora conta como tenta driblar os problemas e

oferecer um ambiente mais harmonioso para os pequenos.

“Tentamos melhorar sempre, para que as crianças se sintam bem no ambiente escolar, construindo um espaço mais limpo, bonito e com atividades que desenvolvam suas habilidades”, explica. Além da quadra, hoje, a escola conta com uma sala equipada de informática, outra direcionada ao reforço escolar e até sala de xadrez, conquistadas com ajuda das doações, iniciativas de professores e planejamento do Parceiros da Educação. A ONG é especializada em fazer o acompanhamento de escolas, afim de potencializar os recursos por meio de planos de ação individuais. “Atuamos em 10 escolas no Estado do Rio, apoiando educadores a otimizar investimentos e captar novos doadores entre pessoas físicas ou jurídicas”, diz a psicopedagoga do instituto, Keila Billato.

A parceria da SCJ com os Parceiros da Educação iniciou em 2013, com previsão de médio prazo. O programa contempla um apoio de quatro anos e visa o desenvolvimento autossustentável da instituição. “Retornamos à Cidade de Deus, pois lá foi onde durante muitos anos funcionou a fábrica da companhia e a história da escola se assemelha muito à história da

Escola Johnson, em Fortaleza. Tentamos dar algum retorno para a comunidade através de educação”, relembra Monique Wasserman.

UM PASSO ATRÁS NA HISTÓRIA

Criada para receber moradores de 63 diferentes favelas da Zona Sul do Rio de Janeiro, a Cidade de Deus foi construída nos anos 1960, durante o governo de Carlos Lacerda. O governador implementou uma política de remoção das favelas no entorno da Lagoa Rodrigo de Freitas, Gávea e Leblon e iniciou a construção de 6.658 unidades habitacionais, financiadas pelo Banco Nacional da Habitação (BNH). Apesar da boa aparência, a Cidade de Deus não tinha iluminação pública, esgoto, nem rede de transporte eficiente. Os trabalhadores saíam às 4 horas da manhã, andando no escuro durante uma hora, pelo mato, até chegarem ao ponto de ônibus mais próximo.



Fotos: Banco de Imagens SCJ

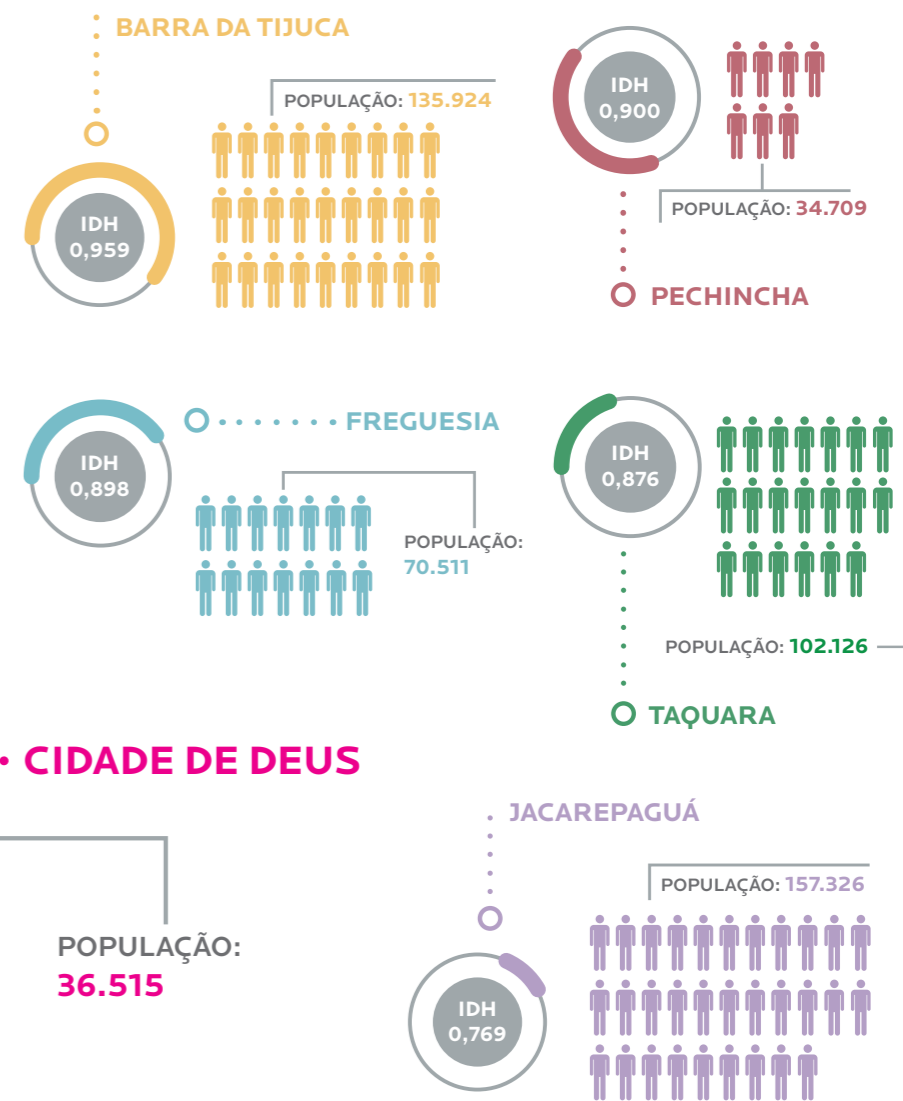


À esquerda, as educadoras Fátima Bispo, Keila Billato e Maria Emília, no pátio da escola e à direita alunos do 5º ano, na sala de xadrez

Com o tempo, foi reproduzido no plano horizontal todas as formas de associação e todos os problemas que existiam nas favelas de onde as pessoas vieram, acrescidos de mais um: a guerra de quadrilhas.

O cenário começou a mudar em fevereiro de 2009 com a instalação da Unidade de Polícia Pacificadora, apelidada de UPP pelo governo do estado, a segunda das 13 postas em operação até agora no Rio de Janeiro. Segundo o Instituto Pereira Passos, hoje há na região cerca de 42 mil habitantes, porém com um dos menores índices humano e social do município. ●

DESIGUALDADE EM NÚMEROS



*Fonte: Instituto Pereira Passos / ano 2000

CHEGA DE ZIKA!

SCJ DOA 25 MIL UNIDADES DE OFF! PARA O INSTITUTO SAÚDE CRIANÇA E BENEFICIA MAIS DE 700 FAMÍLIAS

APOIAR CRIANÇAS COM doenças crônicas provenientes de unidades públicas de saúde e garantir que suas famílias tenham a estrutura necessária para recebê-las, durante sua recuperação é um dos principais objetivos da Associação Saúde Criança (ASC). O instituto matriz localizado nas dependências do Parque Lage, no Rio de Janeiro, atende cerca de 250 famílias, de todo o estado, em situação de risco social promovendo o desenvolvimento das mesmas, dentro de cinco pilares: Saúde, Moradia, Geração de Renda, Educação e Cidadania. “Promovemos um Plano de Ação com metas e prazos para cada família, acompanhando o progresso da criança e definindo estratégias para melhorar as condições de vida e bem-estar em até dois anos. Oferecemos medicamentos,

atendimento psicológico, nutrição técnica e até profissionalização de um dos membros da família, a partir de cursos técnicos”, explicou Mariana Velloso, coordenadora de captação do Saúde Criança.

No mês de abril, o time de RH e o presidente da SC Johnson Brasil Stephane Reverdy representaram a companhia comparecendo à ASC para doar 25 mil unidades de repelentes OFF! para serem distribuídos às famílias atendidas. Entre os frascos disponibilizados estavam OFF! Kids, Spray e Cosmetic. A equipe participou da roda de conversa e terapia comunitária denominada Aconchego, onde puderam conhecer um pouco sobre a realidade dos participantes e trocar experiências positivas.



A equipe de RH participou da entrega de repelentes e depois de uma roda de conversa com as famílias atendidas

“Queremos comemorar esse primeiro encontro e construirmos um projeto duradouro, não só hoje, mas muitos outros que ainda virão”, pontuou a diretora de RH, Flavia Gouvea. Ao fim, o time teve a oportunidade de explicar como utilizar o produto corretamente para os participantes e tirar dúvidas sobre os cuidados com crianças e grávidas.

Em seguida, a diretora executiva da casa, Cristiana Velloso reafirmou a importância da doação. “Comprávamos repelentes, mas tínhamos que priorizar grávidas, devido aos últimos alertas de microcefalia. No entanto, ainda temos um grande número de mulheres na idade de terem filhos (18 a 35 anos) e crianças com doenças sérias, que caso pegassem mais alguma doença, como zika vírus ou chikungunya por meio do vetor, poderiam complicar ainda mais o quadro. Essa doação é importantíssima para que possamos proteger todos os membros das famílias, ainda mais nesse período mais crítico do ano. Acredito que em seis meses ou antes conseguiremos distribuir as embalagens para todos os cadastrados”, completou.

FIM DE UM CICLO VICIOSO

O instituto, fundado em 1991 pela Dra. Vera Cordeiro, nasceu com intuito de diminuir as reinternações hospitalares causadas pelas condições de vida das crianças e de seus familiares. Vera trabalhou por 20 anos no Hospital da Lagoa e percebeu que a real causa de muitas doenças tratadas em hospitais públicos era basicamente a miséria. As crianças voltavam para casas insalubres, com pais muitas vezes desempregados, sem condições de dar os cuidados adequados após a alta hospitalar, ou seja, um círculo vicioso. Hoje, as famílias participantes passam por uma triagem ainda no hospital, de acordo com o tipo de doença, necessidade e renda. Depois, são realizadas entrevistas e visitas às casas dos participantes para entender a realidade que os cercam.

A pequena Analu Sophia da Silva, de apenas um ano de idade, é uma das crianças acompanhadas pelos profissionais da

ASC. A pequena passou por três cirurgias no coração e hoje a mãe, Athylla Walesca, de 25 anos, recebe ajuda da ONG para comprar os medicamentos e manter o tratamento. “Foi uma luta desde que ela nasceu, foi necessário um leite especial que nos primeiros meses a lata custava R\$170 e eu precisava de 10 latas por mês. Uma fortuna. Mas a casa cobriu todos os gastos, integralmente, e ainda me ajudou com fraldas e medicamentos. Meus gastos com ela são muito altos, não conseguiríamos sozinhos”, desabafou a mãe.

Em quase 25 anos, a ASC já atendeu mais de 60 mil pessoas. Atualmente, a proposta ganhou força e foi replicada por outras 23 instituições, em seis estados brasileiros, onde outras 500 famílias são atendidas. Em Belo Horizonte, a metodologia foi adotada como política de governo. O grande desejo dos fundadores é que a proposta seja implantada por todos os hospitais públicos do país. ●

TIME DE FERAS

Projeto Jaguar inspira novas linhas a alcançar altos níveis de eficiência

O JAGUAR, TAMBÉM CONHECIDO como a onça-pintada, é o maior felino do continente americano e o terceiro maior do mundo. O animal solitário, territorial e de hábitos noturnos é o símbolo do Centro de Instrução de Guerra na Selva (CIGS) de Manaus e, curiosamente, também inspirou o nome do projeto que visa acabar com as perdas nas linhas e alcançar o desafio de 85% de eficiência na produção de Glade Aerosol, na Zona Franca de Manaus. “Pensamos o nome, pois temos uma equipe altamente treinada com uma única missão atingir 85% de eficiência com estratégia e inteligência de guerra na selva”, explica Martha Arcanjo, gerente associado de Lean.

De acordo com Wagner Nogueira, supervisor de Produção, a meta global é até o fim do ano fiscal eliminar todas as perdas encontradas, para assim atingir os 85% de Indicador Chave de Performance (OEE) e manter a porcentagem para os

próximos cinco anos. Assim, seria possível estender a meta para outras linhas que ainda não atingiram tal patamar. “Entre os desafios, identificamos duas linhas de trabalho: a eliminação de pequenas paradas e a quebra de equipamentos. Na fábrica temos rotinas contínuas, para manter a qualidade, então os novos projetos sempre chegam para agregar valor. O fruto disso são resultados com uma curva ascendente, garantindo sustentabilidade ao resultado e que os problemas não voltem a ocorrer”, ressalta.

Entre as ações utilizadas, Wagner ressalta as ferramentas de Manutenção Produtiva Total (TPM), ideias de melhoria, além do treinamento e desenvolvimento de pessoas, por meio do Pilar de T&D. “O projeto veio ajudar na implementação de um programa que já temos na fábrica que é o APT - Time de Produção Autônoma, vivemos isso no dia a dia. Uma coisa pontual para alcançarmos de forma mais rápida o resultado”,



Equipe exibe nas camisetas os emblemas que nomearam o time: Jaguar - Operações de Aerosol e AeroLean

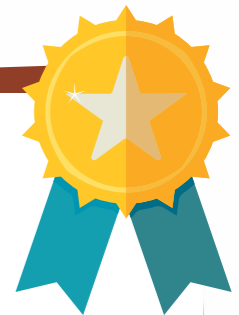
Fotos: Divulgação

Entre os desafios, a equipe vem trabalhando na eliminação de pequenas paradas e a quebra de equipamentos



acrescenta o team leader, Sergio Valentim. Além disso, diariamente são avaliados os principais pontos críticos das máquinas para garantir segurança, qualidade e eficiência dos equipamentos, os chamados Check Lists. “Para os operadores a motivação só aumenta, quando veem que as ferramentas dão certo. O mais interessante é porque quando a gente fala em Manutenção, a gente pensa logo em quebra e participando desse projeto, prova que a gente pode evitar isso com as devidas técnicas. Hoje, a gente percebe na linha de aerossol que os operadores conhecem melhor e sabem como lidar com os problemas, tratando de uma maneira preventiva”, conclui Ismael Santos, especialista técnico sr. em Elétrica.

GLADE AUTO SPORT É PIONEIRO EM EFICIÊNCIA



A linha Glade Auto Sport garante há dois anos o recorde de 85% de OEE

Lado a lado com a produção de aerossol, a linha Auto Sport garante há dois anos o recorde de 85% de OEE, sendo pioneira nos resultados através da implementação da estratégia de produção autônoma (ATP). “Atingimos a meta no primeiro ano e conseguimos manter pelo segundo ano consecutivo. Essa é a primeira linha a atingir tais resultados, então fica o desafio para outras fábricas no mundo SCJ, estamos fazendo história e sentindo uma mudança muito grande. Antes nós que trabalhávamos para a máquina, hoje ela que trabalha para a gente. Cuidamos para que as paradas somente ocorram quando nós quisermos”, afirma Kathia Melo, operadora de Manufatura III. ●

RAID É ESPECIALISTA EM INSETOS

Pest Control atinge liderança em última leitura da categoria



O caminhão visitou nove cidades, divulgando informações sobre o mundo dos insetos e formas de prevenção

NA ÚLTIMA LEITURA Nielsen de Dezembro-Janeiro de 2016, a SC Johnson alcançou 45% de share - porcentagem correspondente à participação da marca no mercado, atingindo a liderança entre os principais concorrentes.

Na opinião do associate manager da Categoria, Marcelo Guimarães, uma das principais iniciativas de Marketing, que contribuiu efetivamente para os bons resultados da medição foi a campanha Raid Expert em Insetos. Promoção compre-concorra que premiou 15 pessoas com bolsas de estudos no valor de R\$10 mil, entregou 114 notebooks, além do prêmio final de R\$100 mil mais uma viagem para os Estados Unidos.

45% MARKET SHARE



O sortido vencedor teve a oportunidade de conhecer o Parque dos Insetos com direito a três acompanhantes. “A proposta surgiu alinhada com a nossa intenção de inovar a forma como a categoria abordava o consumidor no PDV. Geralmente as ações eram sempre no modelo “compre-ganhe”, com promotoras impulsionando as vendas. Nossa ideia foi fazer algo diferenciado, através de uma campanha integrada e que elevasse o nível das execuções no PDV. A campanha Raid Expert em Insetos, além de mudar essa forma de abordagem, ofereceu também um pilar educativo em relação aos insetos”, explicou Guimarães.

A campanha se deu a partir de dois pilares, o promocional e educativo. Promovendo conhecimento ao consumidor final sobre o mundo dos insetos e divulgando conteúdo por meio de diversas mídias, kits de ativação nos pontos de vendas e implementação do “Raid Sobre Rodas”, um caminhão itinerante que visitou nove cidades, de cinco estados brasileiros, tendo como principal objetivo educar as pessoas sobre os insetos e ensinar formas de prevenção. O caminhão recebeu cerca de 8.500 visitantes que interagiram com as atividades propostas e elogiaram a iniciativa. “Gostei muito da ação, porque foi a única marca, que percebi ter interesse em mostrar para a população as informações e o perigo do mosquito transmissor de doenças”, relatou o senhor Marcos Antônio, um dos visitantes do caminhão. Em todo período da promoção (dezembro de 2015 a abril de 2016) foram cadastrados 43.091 cupons, entre cerca de 35 mil pessoas cadastradas. ●



CURIOSIDADES

Eles têm apenas 0,5 cm de comprimento, e seu ciclo de vida inteiro dura, em média, um mês. Apesar disso, os mosquitos são vetores responsáveis por mais de 720 mil mortes por ano, no mundo. O Brasil é um país que sofre com a infestação de insetos, especialmente com a Dengue, um problema que antes tinha seu foco no verão, mas que vem crescendo a cada ano, se tornando uma preocupação o ano inteiro. Somente Raid possui um dos maiores laboratórios de entomologia do mundo, com tecnologia suficiente para combatê-los.



A CRIATIVIDADE COMO UM EXERCÍCIO

Calendário de Treinamentos 2016 traz compartilhamento de conhecimento entre os funcionários, alinhamento global de liderança e curso para desenvolver a criatividade

BASEADO NAS NECESSIDADES de desenvolvimento dos colaboradores apontadas pela liderança, anualmente a SC Johnson constrói o calendário de treinamentos. Conjunto de palestras, workshops e cursos que visam aprimorar as competências dos funcionários e exercitar a criatividade no ambiente corporativo. “Planejamos o calendário de acordo com os resultados das reuniões de planejamento de carreira (MS&D), o Plano de Desenvolvimento Individual enviados à área de Gestão de Talentos e iniciativas de OTD - Organizational Training & Development. No entanto, as datas são flexíveis, funcionários e gerentes podem incluir ou alterar os participantes a qualquer momento durante o ano. Basta alinhar com o RH e o Gestor”, informa Daniela Conrado, gerente associada de RH.

As atividades acontecem em diversas localidades do Brasil, visando otimizar os espaços, dependendo da necessidade e procura dos funcionários. Entre as palestras oferecidas, uma iniciativa procura difundir o conhecimento através da troca de skills entre os próprios colaboradores. São os chamados “Colleges”, treinamentos oferecidos pelos próprios funcionários, a cerca de sua área de interesse ou expertise para compartilhar com outras pessoas da companhia. Alguns funcionários são convidados a participar de acordo com o plano de desenvolvimento individual, mas todos que demonstrarem interesse também têm chances de participar, de acordo com as vagas disponíveis.

No mês de julho, o gerente associado de Finanças - Suporte a Vendas, Leonardo Braga, ministrará o College Finanças Para Não Financeiros, direcionado a todo o time de Vendas no Brasil e focado na formação de preços e descontos comerciais.

“O college é uma importante ferramenta dentro da organização, alinhado com o gestor e com o plano de carreira de cada colaborador. Sendo ministrado por funcionários da empresa, é ainda mais fácil de assimilar, pois sabemos aonde o ‘sapato aperta’. Temos uma complexidade muito grande no país, que varia de estado para estado e, muitas vezes, de cliente para cliente. É importante que o time de vendas tenha isso em mente na hora de sentar e negociar com o cliente”, destaca Braga.

Outra atividade muito aguardada, pela grande procura que teve no ano anterior, é o Mind Blow - curso da Perestroika sobre criatividade e inovação, marcado para novembro deste ano. “Esse foi o nosso treinamento mais bem avaliado pelos funcionários, portanto queremos repetir para que mais pessoas tenham a chance de participar”, lembra Conrado. A metodologia do curso prova que todo mundo pode ser criativo, basta exercitar sistematicamente e haverá mais inspiração. Ligando chaves que ajudam a tornar o profissional mais atento ao que acontece ao seu redor, os mentores abordam temas como cenário comportamental, produtividade, entendimento de problema/opportunidade e ferramentas que facilitam o trabalho. Consulte o calendário e participe das atividades!

FIQUE DE OLHO

A partir do mês de julho inicia o Programa de Idiomas. O programa reformulado em 2015, agora é aberto para todos os funcionários de acordo com as necessidades do cargo mencionadas no PMP do funcionário, com reembolso de até 70% no valor da mensalidade e prazo de até quatro anos para a conclusão do curso. Consulte o RH para saber as escolas de idiomas participantes. ●



LEGENDA

- Holidays
- College DIAL (Rackel Duraes)
- Facebook Day
- Digital Research & Measurement e Feedback: O Impacto no meu desempenho e do meu ambiente de trabalho
- College Negociação (João Roberti)
- Integra
- College Gerenciamento de Categorias (Carla Okamoto)
- College Projeto Menu Pricing
- College de Admissão (para gestores) - RH
- Entendendo e Praticando os Fatores de Sucesso
- Temperamentos Humanos
- Processo Decisório em Equipes
- Boas Práticas de Utilização de E-mails
- College Férias - RH
- College Gerenciamento de Categorias para Vendas (Carla Okamoto) / College Logística Internacional (Lucinda Areias) / College Planejamento, Conceitos S&OP (Daniel Kurka) / College Impostos Locais (Juan Reategui)
- College Finanças para não Financeiros (Leonardo Braga)
- SCJ Way of Leading - OTD
- College Como Selecionar? - RH
- SOAP Apresentador
- Mind Blow - Perestroika
- Coaching (on going)
- Mentoring (on going)

(*) Treinamentos individuais não constam no calendário

Braga passou pelas plantas de Buenos Aires e Cajamar, até voltar ao Rio em Finanças

TUDO AZUL

Team Building de Operações homenageia os times com certificados e jantar comemorativo

A equipe de Logística da SCJ Brasil teve como grande desafio no FY16 o Projeto 9.9. Na verdade, ele representa a consolidação de cerca de 30 pequenos projetos

Bruno Correa, gerente de Logística.

DE 6 A 8 DE ABRIL, aconteceu em Campos do Jordão, na Serra da Mantiqueira, o Team Building de Operações. Estiveram presentes os times baseados nas localidades de Manaus, Rio de Janeiro, Cajamar e Louveira, além de funcionários da SCJ Argentina.

O encontro, que acontece anualmente, tem o objetivo de integrar as equipes e promover reflexões acerca de conquistas e novos desafios. Entre os três dias foram desenvolvidas atividades de integração e engajamento das equipes, com vista a reflexão de comportamento e a manutenção dos bons resultados obtidos recentemente. Foi possível revisar todos os indicadores e iniciar o esclarecimento sobre os novos desafios para os próximos cinco anos.

“A equipe de Logística da SCJ Brasil teve como grande desafio no FY16 o Projeto 9.9. Esse projeto, representa a consolidação de cerca de 30 pequenos projetos que, juntos possibilitaram que o resultado de custos em Logística diminuisse drasticamente, atingindo menos de 10% do resultado de vendas líquidas. O projeto foi iniciado no fim do FY15 e tem previsão de acabar no fim do FY16, funcionando aliado ao esforço de contenção de gastos e busca por redução de custo em todas as operações de armazenagem e transportes. Conseguiu-se reduzir os custos para níveis recordes, atingindo 8.3% em dezembro”, lembrou Bruno Correa, gerente de Logística.



No evento, participaram 105 pessoas que compõem o time de Operações no Brasil e alguns convidados da Argentina

Para o gerente de Compras, Leonardo Reis, outro grande desafio no FY16 foi o atingimento dos targets de redução de custos definidos no orçamento para cada área funcional. Em sua opinião, o sucesso só pode ser alcançado com o apoio de todo o time de Product Supply. “Estamos entregando um resultado acima das expectativas em um ano extremamente desafiador do ponto de vista econômico, com altos índices de inflação - mão-de-obra, energia e combustíveis principalmente, com um dólar que saiu de 3.15 em Julho de 2015 e atingiu 4.16 em Janeiro de 2016; queda nos volumes de venda e um time de Procurement praticamente novo”, comemora. Para o futuro, Reis ressalta a importância do programa Supplier Relationship Management (SRM) liderado pela área de Procurement e em parceria com as áreas de Qualidade e

Planejamento, que visa estabelecer relações cada vez mais estratégicas com os fornecedores, priorizando quesitos importantes como competitividade, performance de entrega e qualidade, além de responsabilidade socioambiental.

No decorrer do evento, todos os participantes foram homenageados, recebendo um certificado de reconhecimento pelos resultados obtidos no último ano fiscal. Esse reconhecimento foi feito pelo time de liderança presente no evento. Lá, cada líder foi responsável por levar grupos de até seis pessoas para um jantar comemorativo, sendo cada um de uma área para se conhecerem. ●



Equipes reúnem-se em área externa para tirar a foto oficial do evento

SCJ É CAMPEÃ EM PROTEÇÃO

Convenção de Vendas reúne times para divulgar grandes parcerias para o próximo ano fiscal e celebrar os resultados do FY16

UM DOS EVENTOS mais importantes do calendário SCJ encerrou o Ano Fiscal (FY) 2016 repleto de expectativas para os funcionários e as categorias. Durante os dias 1 e 3 de junho, aconteceu a Convenção de Vendas 2016, no Club Med, localizado na Costa Verde do Rio de Janeiro. Lá, o diretor de Vendas, Adriano Fialho ressaltou a importância de ter momentos como esse, onde as equipes, que muitas vezes não tem contato direto, conseguem interagir e compartilhar ideias. Além, é claro, de celebrar todos os resultados alcançados. O diretor mencionou como prioridade ainda para o fim do FY16 a atenção à distribuição, Bath/Toilette, Loja Perfeita e parabenizou o excelente trabalho feito com Cross Merchandising, benchmark para outros

países. “Sabemos que passamos um ano difícil, mas quando o mercado está ruim, não fica difícil apenas para nós. Mesmo os clientes mais difíceis, não evitem em perguntar, ou pedir ajuda, porque alguém já descobriu o caminho para chegar até eles e nós podemos descobrir também”, ressaltou.

Ao apresentar as prioridades para o FY17, Fialho destacou alguns pontos, entre eles o Investimento, a Distribuição e a Execução - novo item a ser avaliado no próximo ano. “Entre as nossas campanhas, vamos olhar o que realmente traz um resultado positivo para ampliar e aumentar a distribuição horizontal e vertical. Esse ano, quero que todos tenham em mente os novos canais de venda, como farmácias, e-commerce e lojas de conveniência. Lojas de oportunidade para termos nossas marcas presentes e aumentar o contato com os clientes. Nós distribuíamos para cerca de 100 mil lojas, hoje são quase 200 mil. Avançamos muito, é uma fortaleza que temos e que continuaremos maximizando. É na distribuição que virá nosso maior crescimento”, finalizou.

Entre os 160 participantes, o presidente da SC Johnson Brasil, Stephane Reverdy, também esteve presente. “Não é a primeira vez que encontro esse grande time, a primeira foi em São Paulo, quando estivemos juntos para falar sobre Marketing in Share. E, agora, recapitulamos nossos últimos desafios e os planos para iniciar o FY17, quais são as expectativas e que tipo de ambiente encontraremos?! Enfrentamos uma das piores crises do país, em um espaço muito curto de tempo. Um grande problema foi a perda de confiança das pessoas, devido aos entraves políticos, que as deixaram mais cuidadosas de como e onde gastar. Nossa única categoria que não sofreu abalo foi Pest Control, pois há uma necessidade vigente de proteção maior que os outros problemas. A boa notícia é que não é uma crise estrutural, então em breve tudo se resolverá. Para o FY17, precisamos de todos a bordo e conscientes. Sabemos que teremos muitos desafios, mas também sabemos que somos um grande time. Se tivermos foco, seremos capazes de superar todos os desafios”, celebrou Reverdy, ao dar as boas-vindas aos funcionários.

O presidente lembrou ainda a marca inédita de 200 mil fotos recebidas por meio dos vendedores e a qualidade de execução nas lojas apresentadas. A boa execução das equipes em relação ao surto de vírus zika no Brasil e a importância de não só oferecer o produto, mas ter a responsabilidade de informar a população corretamente, por meio de vídeos educativos. Além da capacidade do time de Product Supply para suprir essa nova demanda.

TROCA DE CADEIRAS

DURANTE O PRIMEIRO dia de cerimônia, a diretora de Gestão de Talentos, Flávia Gouvea fez o anúncio oficial da saída de Luiz Garduno, do cargo de diretor de Operações no Brasil, para assumir, a partir de julho, o cargo de Sr. Director of Global Plainning, na sede da companhia em Racine.

Indicado pelo próprio Garduno, Aldo Arai, está de volta ao Brasil, depois de

uma temporada no Canadá para assumir a direção da área. Em retribuição a dedicação e o trabalho prestado pelo ex-diretor, a diretoria preparou uma surpresa para Galdino, presenteando-o com uma camisa da seleção brasileira, autografada pelo Pelé.

“Luiz ficou conosco durante um breve período e agora vai assumir uma grande posição nos Estados Unidos. Acredito que esse seja o preço do sucesso e do bom trabalho,

o reconhecimento fala por si”, comentou Reverdy. Os colegas reconheceram o líder pelo trabalho desenvolvido ao longo do tempo, pela amizade e, principalmente, o espírito de equipe sempre presente em suas decisões. “Vim da equipe do Luiz, antes de ir para o Canadá e ele é um gestor fantástico. É impressionante a sua capacidade de pegar um problema e encará-lo de uma forma positiva. Toda essa reputação que temos lá fora deve muito a você”, completou Arai.

O mexicano, Luiz Garduno, ao chegar ao Brasil teve sua primeira experiência como diretor e agora assume novos desafios, como a implementação da nova estratégia para 2021, balancear as demandas em Supply Chain e manter o controle a nível mundial. “Para mim foi um grande desafio chegar ao Brasil e agora sair tem uma mistura de sentimentos. É muito bom ter esse reconhecimento, ir para o corporativo assumindo uma posição global. Mas também foi muito bom como vocês me receberam, me senti em casa, isso não acontece em qualquer país, me senti um mexicano-carrioca, meu coração fica aqui”, finalizou.



O engenheiro industrial, Luiz Garduno, foi presenteado pela diretoria com uma camisa autografada pelo Pelé

PROJETO LOJA PERFEITA

O GERENTE ASSOCIADO, Arthur Cruz, apresentou a evolução da cultura de Loja Perfeita na Cia. e o novo conceito que será adotado no Strategy 2021. Quando sai a mensagem de Queensland e entra a Expansão de Distribuição, focada em novos canais. “Fomos ao mercado, identificamos as empresas que são referência, observamos e aprendemos com elas. A prioridade para eles é o Ponto de Venda, eles respiram o PDV. A partir disso, definimos nosso modelo, que já em julho estará

disponível para toda força de venda e Cia. vivenciarem a cultura da Loja Perfeita”, destacou. O projeto estabelece como perfeito, estabelecimentos que atendam a um padrão de execução definido com a presença do produto certo, na fragrância certa, exposto da maneira correta, com os materiais de merchandising e com atividades no Ponto de Venda para acelerar o Giro, alinhadas ao Plano Foco para o pequeno varejo, regional, top contas, key accounts, atacados e farmácias.

Em números de Vendas, Cruz explica que uma Loja Perfeita em comparação a uma loja comum tem um incremento de 13% a 14% maior em execução. Assim, boa parte do crescimento do FY17 virá de lojas bem executadas.

A partir de julho o foco será ainda maior nos campeões de giro com meta de distribuir 12 itens do Mix Básico em 70 mil PDVs, 5 itens (Mr. Músculo, Glade, Pato, Raid e Baygon) em 150 mil PDVs, 2 itens (Raid e Baygon) em 200 mil PDVs, e sair da marca de 8 mil para 20 mil Lojas Perfeitas. Para apoiar as equipes a atingir os resultados haverá ainda diversos investimentos, como aumento da comissão para vendedores e incentivos com promoções exclusivas aos varejistas para garantir a adesão.

MARCAS E EMOÇÃO

TATIANA GANEM ABRIU AS apresentações de Marketing com o novo posicionamento das marcas dentro da Strategy 2021 e parabenizou seu “dream team”, como ela mesmo chama as equipes de Marketing, Customer Marketing, Pesquisa e Marketing Store, pela intensa preparação para motivar as equipes na Convenção. “Quero provar que todos tem um trabalho fundamental na construção de Share. Todos os dias precisamos conquistar novos lares. O grande drive de participação de mercado, hoje, é a penetração”, diz. Para garantir isso, Ganem explica que é necessário atacar as emoções das pessoas, para conseguir atenção e assim construir memórias de longo prazo. Uma abordagem focada nas histórias das marcas e não mais na efetividade dos produtos. Histórias referentes a verdades humanas, que se repitam em toda cadeia, desde a mídia de TV, internet à presença no PDV. “Construímos emoções através de histórias, significados motivam o comportamento. Queremos que os consumidores comprem as histórias das nossas marcas, ajam baseados na emoção”, completou. Para ela, as quatro principais barreiras a serem vencidas nesse processo são a disponibilidade mental - o poder da marca estar na sua cabeça, disponibilidade física (distribuição), o poder aquisitivo e relevância.

Entre as categorias não faltaram novidades para o FY17, o aumento da presença digital, o investimento em campanhas de TV a nível nacional e a integração das mídias foram constantes absolutas em todas as apresentações. O time de Air Care, representado por Tatiane Giglio, mostrou o novo posicionamento baseado na fragrância como principal agente transformador do

Desafios FY17

70 mil PDVs
DISTRIBUIR 12 ITENS DO MIX BÁSICO

150 mil PDVs
DISTRIBUIR 5 ITENS

200 mil PDVs
DISTRIBUIR 2 ITENS



“Acreditamos que esse caminho é possível, porque já estamos lá. Saímos de 189 mil PDVs, para acrescentar apenas 12 (mil), fora os que virão até o fim de junho, nós já estamos presentes, precisamos chegar com mais qualidade”, finalizou Arthur Cruz.

sentimento das consumidoras, a partir da campanha Sinta Glade. Giglio destacou a importância das edições limitadas, que muitas vezes são um desafio para a execução, mas garantem a perpetuação da marca.

“As edições limitadas vêm muito baseadas nas últimas tendências em moda e são fundamentais para perpetuar a marca, atrair as jovens adultas, as millennials, que ainda não conhecem Glade. Mas também captar as nossas consumidoras que se sentem atraídas pela novidade e dobram sua compra anual do produto”, explica Giglio. A marca virá ainda com uma grande parceria com a multimarcas C&A, com o tema De Glade para Millennials em todo território nacional.

A equipe de Home Cleaning, representada pelo gerente de Marketing, Flávio Queiza e o gerente de Customer Marketing, Luiz Carvalho, apresentou os bons resultados com Cozinha.

“Mr. Músculo surgiu em 2012 é uma marca nova e já alcançou o segundo lugar em apenas quatro anos. Muitas pessoas já conhecem a



Campanha Glade para C&A fala com millennials

PRIMEIRO PLANO

marca, mas ainda precisamos trabalhar em penetração. Ganhar credibilidade”, lembra Queiza. A marca lança a Campanha Mr. Músculo Seja Você Mesmo, que contará três histórias de pessoas que com a ajuda do Herói Laranja conseguem ter mais tempo para cuidar da família e serem elas mesmas. Ao fim, a equipe ainda apresentou um vídeo 3D alinhado de Pato, com a

retrospectiva do que a marca já realizou até hoje. Uma marca muito querida pelo consumidor e que vem no FY17 apostando em campanhas compre-concorra, utilizando a música como linguagem universal para cativar o consumidor.

RIO-2016 SEM ZIKA

PARA O TIME DE Pest Control, não havia tempo ruim. Há muitos anos que a categoria não era líder e hoje os resultados são positivos no país inteiro. Durante a apresentação Leandro Pereira, gerente de Marketing e Adriana Araujo, gerente de Customer Marketing destacaram a importância de trabalhar para manter a liderança, planejando melhor as temporadas. Os dois anunciaram os novos lançamentos com uma promoção em cada segmento chave, a partir da nova Campanha Expert em Proteção. De maneira criativa, a equipe apresentou a campanha com auxílio de um óculos de realidade virtual, acoplado ao celular de cada participante.



Durante o anúncio, time de Pest-Control preparou apresentação semelhante a de Atenas

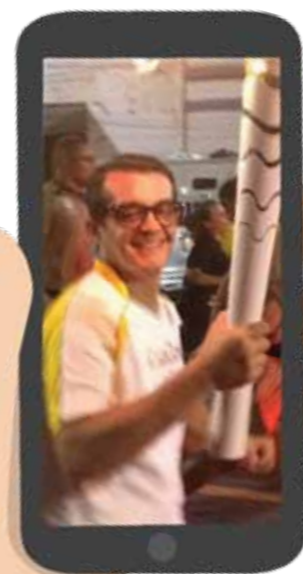
“Hoje, o grupo de repelentes é maior do que algumas categorias da Cia. Chegamos em outro patamar e temos dois objetivos: aumentar a presença da categoria nos lares e aumentar a distribuição numérica no Farma”, ressaltou Araujo. OFF! chega com duas grandes novidades, a edição Longa Duração, contendo 8 horas de proteção com toque seco e o patrocínio da marca como fornecedor oficial das Olimpíadas Rio 2016. A cidade do Rio de Janeiro pela primeira vez terá a honra de receber atletas do mundo inteiro para competir e OFF! fará parte dessa história. Uma conquista inédita para a SC Johnson e em um momento muito importante. Quando a preocupação com os surtos de dengue

e zika no país foi um dos assuntos mais falados no mundo inteiro.

“Essa possibilidade já foi discutida outras vezes, mas sem uma resposta definitiva, já que geraria um custo sem relação direta com o evento. Mas nesse ano foi diferente, em fevereiro, nós discutimos que haviam boas razões para propormos uma parceria, contatamos o Comitê Olímpico e uma ação que levaria em média alguns anos, acabou se concretizando em poucos meses”, informou Reverdy, ao antecipar a novidade no primeiro dia. A Cia. garantiu três lugares para participar do revezamento da Tocha

Olimpica. O primeiro aconteceu em Fortaleza, na última terça-feira (7). Durante a Convenção, o vendedor Rogério de Almeida Carrion foi o grande sorteado e garantiu o lugar. Natural de Bauru, no interior de São Paulo e fã de esportes Roger, como é chamado pelos colegas, não segurou a alegria ao ouvir o nome no alto-falante.

“Dei um grito, nem acreditei, entre tanta gente ser sorteado é muita emoção”, contou em meio a comemoração. A campanha criada pelo time global terá como tema: Dê o seu sangue para o esporte, não para os mosquitos e contará com ações em todas as praças do Brasil.



Rogério registrou sua participação no revezamento da tocha



O casamento na roça e outras brincadeiras animaram a Festa Junina da Convenção

INTERAÇÃO

AO FIM DO SEGUNDO DIA, os times participaram de uma Festa Junina no hotel com direito a comidas típicas, brincadeiras e show do Trio Pé de Serra. O futebol de Vendas também teve seu tempo garantido, encerrando a Convenção no último dia de atividades. A Convenção que já acontece há 15 anos, anualmente, foi dividida e terá sua próxima edição em janeiro de 2017. Até lá! ●



“Achei o evento muito proveitoso. É bom não só pelas apresentações, mas pelo networking e a aproximação com outras áreas, muitas vezes distantes.”

Felipe Veríssimo, vendedor KA área 5



“Eu estou achando tudo muito bom. As apresentações tiveram um nível bem alto, os vídeos trouxeram leveza e passaram a mensagem que queríamos para as equipes.”

Bianca Pereira, gerente de Marketing



“Gostei bastante principalmente porque estimula a gente a atingir nossos objetivos. Nos dá um norte, uma diretriz. A mensagem é clara, essa é minha quinta convenção e faço seis anos de cia. Mudando para SP.”

Camila Ribota, vendedora SC



“Gostei muito da Convenção, foi muito motivador. Estamos em um momento bom, mas o ano que vem será difícil. É importante para compartilhar informações, planos e apoiar as equipes.”

Pablo Nunez, diretor de Logística



Da dir. para a esq. Cecília de Souza e Jaqueline Freitas atuais jovens aprendizes da SC Johnson

Programa de aprendizagem é a principal porta de entrada para jovens no mercado de trabalho

UM DESAFIO PARA O JOVEM que se interessa ou necessita trabalhar é encontrar uma primeira oportunidade de trabalho que respeite sua condição de pessoa em desenvolvimento e garanta seus direitos trabalhistas, sem deixar de estimulá-lo a continuar os estudos. Assim, está garantido na Constituição Federal o direito à profissionalização, por meio de contratos de trabalho especiais. A Lei da Aprendizagem (nº0.097/2000) determina que empresas de médio a grande porte devem possuir jovens aprendizes em trabalho e/ou estágio, com idades entre 14 e 24 anos. O contrato de trabalho pode durar até dois anos e, durante esse período, o jovem é capacitado na instituição formadora e na empresa, combinando formação teórica e prática.

Segundo dados do Ministério do Trabalho, o desemprego e a rotatividade são muito maiores entre jovens – não por eles não saberem o que querem ou porque o mercado não os queira, mas porque, na maioria das vezes, o ingresso no mercado de trabalho se dá de forma precária, sem acesso à qualificação adequada e com jornadas que desestimulam a continuidade dos estudos.

Na SCJ, o programa de contratação e capacitação de jovens para áreas administrativas existe há alguns anos seguindo as determinações do Governo Federal e contribuindo para a inclusão social de jovens por meio do primeiro emprego. Michelle Barros, associada sênior de Marketing, foi pioneira no programa entrando para a companhia em 2000, ainda como Menor Aprendiz, na antiga fábrica na Zona Oeste do Rio. “Na minha casa, meu irmão começou a trabalhar desde cedo, o que acabou despertando essa vontade em mim também. Com o apoio da minha mãe, que na época era assistente social, me inscrevi para ingressar no programa e entrei para a área do DSA, onde cuidava da parte de fax e correspondência, depois mudei para a folha de pagamento e depois passei a trabalhar como atendente no SAC. Quando completei 18 anos

“
O programa contribui não só profissionalmente, como pessoalmente, estou tendo experiências muito proveitosas, trabalho com pessoas altamente qualificadas que tem muito a somar em minha vida
 ”

Jaqueline Freitas

recebi a proposta para ficar como terceirizada, mas sempre tive interesse pela área de Marketing. Como meu gerente sabia, acabei recebendo o convite para trabalhar com pesquisa de mercado e fui para a área de Marketing in Store, já como funcionária para trabalhar no lançamento de Mr. Músculo”, relembra Barros.

Moradora de Jacarepaguá, Michelle conta que desde o início recebeu todo o apoio do RH e ajuda com a flexibilidade de horários para poder continuar os estudos e terminar a faculdade de Marketing. No entanto, o mais importante, em sua opinião, foi a vivência que a ajudou a decidir sua profissão. “Foi muito positivo ter tido a chance de começar a trabalhar cedo, pois em geral o jovem fica um pouco perdido sobre que caminho seguir e estando aqui dentro, vendo a rotina da empresa e próximo a todas as áreas, fica mais fácil ver onde você quer se encaixar”, completa.



MEU PRIMEIRO EMPREGO

Cecília Maria de Souza Telles, de 22 anos, compõe o time de 16 jovens aprendizes que hoje atuam na companhia em diferentes áreas e regiões. A jovem moradora da Cidade de Deus, no Rio de Janeiro se cadastrou no programa em julho de 2015 e em outubro foi chamada para fazer parte da família SCJ. Em paralelo ao trabalho, Cecília recebe capacitação comercial administrativa no Senac, instituição parceira da Cia.. “Uma vez por semana vou ao Senac e nos outros dias da semana cumprio meu horário no escritório. Aqui, faço a seleção de fotos dos vendedores de todas as áreas do Brasil, fazendo o acompanhamento do mercado, para que se entenda como os produtos vêm sendo vistos. Tenho muito incentivo da equipe, o que acaba me motivando ainda mais no trabalho”,

declara a aprendiz. Cecília, que já havia sido jovem aprendiz de outras empresas, planeja continuar sempre se capacitando e a partir do meio do ano iniciar o curso de Administração.

Do outro lado do país, a manauara Jaqueline Freitas, de 20 anos, trabalha como aprendiz de Finanças desde 2014 e, hoje, cursa Administração. Jaqueline revelou como o programa a motivou a refletir sobre seus próprios objetivos profissionais e pessoais. “Este é meu primeiro emprego e foi o primeiro contato que tive com um ambiente profissional. Antes, ainda não sabia que profissão seguir. O programa contribui

não só profissionalmente, como pessoalmente, estou tendo experiências muito proveitosas, trabalho com pessoas

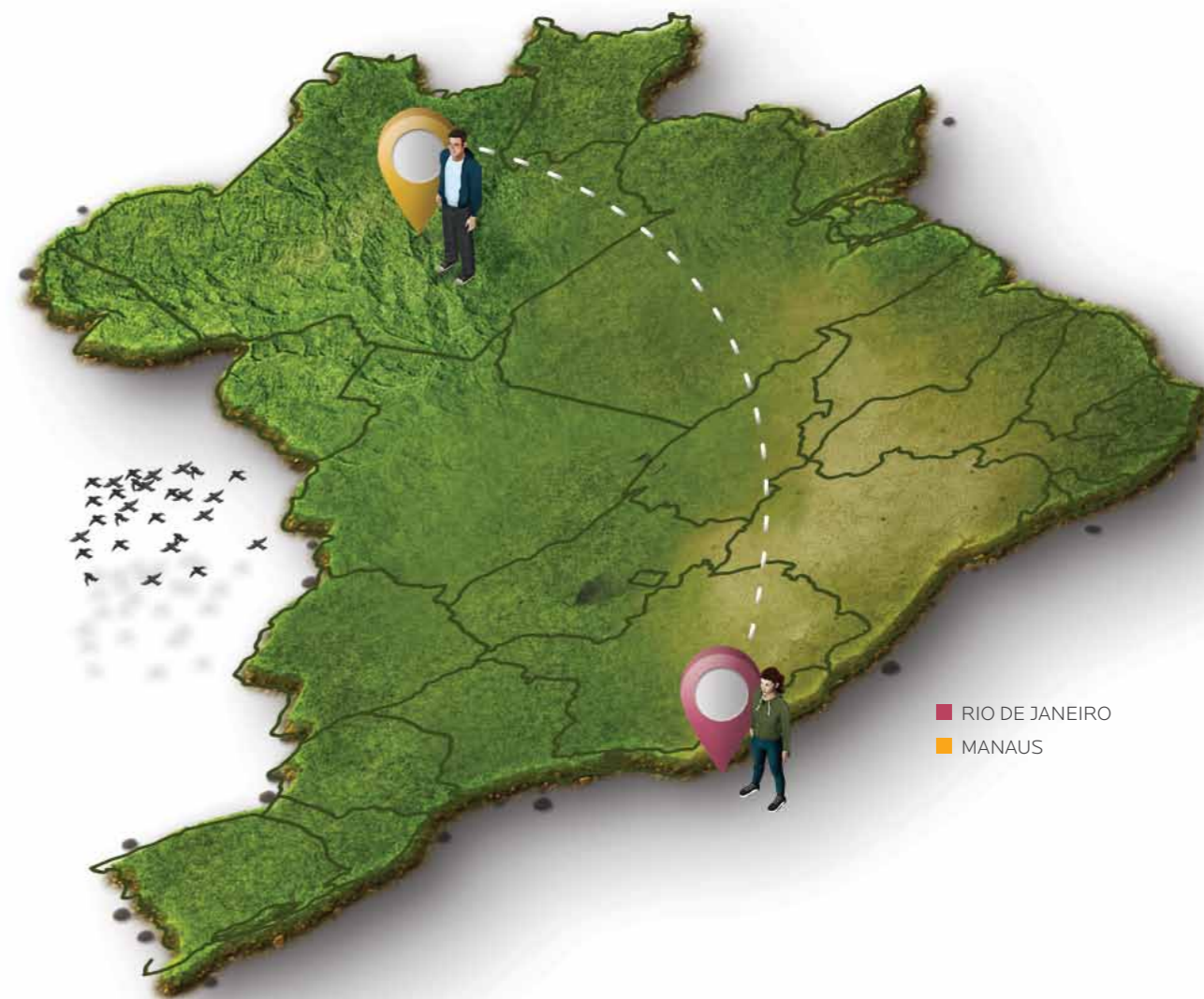


Foto: Ana Cláudia Saavedra



“
Por muito tempo, eu achava que era muita sorte eu ter caído em um ambiente tão bom. Mas depois, entendi que você deve estar preparada para as oportunidades que surgem na vida

Micheli Barros



altamente qualificadas, que tem muito a somar em minha vida. Sem dúvidas, é uma experiência única”, conta Freitas.

O secundarista Leonam Martins, de 17 anos também compartilha dessa experiência. Morador de Manaus e aluno do terceiro ano do Ensino Médio, Leonam está próximo de concluir seus dois anos de contrato, prestando serviço ao RH e já sonha com seu futuro curso universitário. “Entrei na SCJ aos 15 anos, por incentivo do meu pai, que é mecânico. No início, minha mãe ficou um pouco preocupada, pensando que poderia atrapalhar meus estudos. Só que o que aconteceu, foi justamente o contrário. Me tornei uma pessoa mais responsável,

descobri atividades nas quais sou bom, melhorei minha postura e encontrei caminhos que pretendo seguir. Hoje, penso em cursar Administração ou Psicologia”, conclui.

Fato que une a opinião tanto dos atuais jovens do programa, quanto dos antigos, é o acompanhamento de gestores e colegas da Cia., suporte fundamental para estimular o aprendizado e ajudá-los a encontrar sua vocação. “Por muito tempo, eu achava que era muita sorte eu ter caído em um ambiente tão bom. Mas depois, entendi que você deve estar preparada para as oportunidades que surgem na vida e eu sempre procurei estudar, me informar e me preparar para qualquer oportunidade legal que surgisse”, conclui Michelle Barros. ●

Micheli Barros e Aquiles Oliveira são funcionários da SCJ e entraram na companhia via Lei da Aprendizagem

TUDO GOSTOSO DE CARA NOVA



O maior site de receitas do país relançou sua marca com parceria de Mr. Músculo

COM 167 MIL RECEITAS online e a invejável marca de 15 milhões de usuários únicos por mês, o site Tudo Gostoso reformulou sua marca, com intuito de expandir o canal além da América Latina. A novidade foi lançada no dia 23 de março, em um evento para 200 convidados e com a participação do Chefe Olivier Anquier, na cidade de São Paulo. “Será um ambiente totalmente preparado pelo editorial, desde a criação das receitas junto aos chefs até as fotos e vídeos com grande qualidade, o que

sempre foi uma demanda do mercado”, explica Michele Gonzaga, diretora de publicidade do TudoGostoso.

No evento, os convidados participaram de uma competição gastronômica, a partir de receitas dos próprios usuários. A receita ganhadora foi o Lamen ao molho tarê com frango das Chefs Flávia Pinho e Carol Buzetto, da agência WMcCann, e Heloisa Gerbeli, da General Mills Brazil já disponível no portal. Um dos parceiros que possibilitaram a



O chefe Olivier Anquier compareceu ao evento de relançamento do site



Os convidados competiram preparando receitas dos usuários



realização de evento foi a marca Mr. Músculo, que disponibilizou kits de produtos para todos os participantes e esteve presente na bancada da competição. “A parceria se deu

através da empresa Almap que nos apresentou a proposta. Tivemos alguns advertisings na página durante 24 de março à 22 de abril e foi interessante para nós, pois é um site que possui uma média de 15MM de acessos por mês”, lembra Laura Porto.

“**A reformulação do TudoGostoso vem acompanhada do slogan “Onde nascem todas as receitas”, um posicionamento que incentiva a criação de novas receitas pelos usuários e também pelas marcas**

Renato Paiva

O site Tudo Gostoso foi adquirido pelo grupo francês Webedia em 2015 e hoje tenta fugir do comum, elevando a comida do dia-a-dia ao nível profissional, através de novas soluções editoriais, como por exemplo o preparo dos pratos por um time de chefs fixos e convidados que são referências na gastronomia.

“A reformulação do TudoGostoso vem acompanhada do slogan “Onde nascem todas as receitas”, um posicionamento que incentiva a criação de novas receitas pelos usuários e também pelas marcas”, reforça Renato Paiva, vice-presidente comercial da Webedia no Brasil. ●

INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÕES

SCJ Brasil recebe integrantes da família Johnson e executivos globais durante o FY16

O PRIMEIRO SEMESTRE DE 2016 contou com algumas visitas ilustres ao escritório da SC Johnson no Rio de Janeiro. Em abril, a irmã de Fisk Johnson, Winnie Marquart, e sua filha Izzi Marquart visitaram as dependências da companhia e participaram de uma apresentação de boas-vindas, onde foram familiarizadas com as atividades da empresa no país e as conquistas internas e externas do FY15 e 16.

Winnie é presidente da Johnson Family Foundation, organização sem fins lucrativos, que fomenta programas que promovem a preservação ambiental, a igualdade, o progresso social e a educação. Além de questões do Movimento LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis), no âmbito americano. Seguindo

pela área ambiental, Izzi trabalha para construir comunidades sustentáveis na área da Baía de São Francisco. As duas conversaram e tiraram fotos com os colaboradores no Espaço Open Mind.

Já durante o mês de maio, foi a vez de Salman Amin, o COO (chief operating officer) da companhia e head da Global Commercial Division, chegar ao país. É costume do executivo visitar, pelo menos uma vez por ano, os países mais importantes para a SC Johnson.



Salman Amin em apresentação para a companhia no Hotel Grand Hyatt, no Rio de Janeiro



"Essa foi a primeira visita dele para entender a dinâmica do mercado brasileiro e conhecer os desafios para o crescimento. Nós dedicamos uma manhã inteira para fazer uma visita a campo, onde cobrimos uma loja de varejo regional, uma loja do canal indireto e uma farmácia.

A agenda também incluiu Business Review, onde abordamos os principais desafios da companhia, uma palestra com o renomado economista Gustavo Franco, que deu um panorama geral da situação econômica brasileira e um overview das categorias, onde tivemos um Break Out Session. Lá, cada categoria pode apresentar um pouco do trabalho que vem sendo desenvolvido", explica Agnes Trinxet, gerente associada de Marketing e Pest Control. Ao fim, Amin fez uma apresentação para todos os colaboradores, abordando os pilares da nova estratégia 2021 e abrindo espaço para possíveis dúvidas e troca de ideias. ●

Nós dedicamos uma manhã inteira para fazer uma visita a campo, onde cobrimos uma loja de varejo regional, uma loja do canal indireto e uma farmácia.

Agnes Trinxet



Fotos: Divulgação



Winnie e Izzi com os times do Rio de Janeiro

CONSTELAÇÃO SCJ

Chá de Ideias exhibe o documentário “Carnaúba à memória de meu pai” e promove bate-papo descontraído com participação do ator e humorista Hugo Veríssimo



ORGULHO. A partir desse princípio deu-se início o Chá de Ideias do mês de abril, organizado pelos Embaixadores do Clima e proposto para reunir sugestões da força de trabalho. No Rio de Janeiro, os funcionários foram convidados para ir ao Cinemark compartilhar a história da companhia, assistindo aos detalhes de uma aventura fundamental para a concretização da SCJ no Brasil, a Expedição Carnaúba. A viagem de Miami até a capital do Ceará é motivo de muito orgulho para a família Johnson e também cativou os funcionários que se sensibilizaram com a história de Sammy e seu pai H. F. Johnson, documentada no filme: Carnaúba à memória de meu pai.

Após a exibição do filme, os times assistiram ao stand up comedy com o ator Hugo Veríssimo, integrante da TEM Soluções (Teatro Empresarial Motivador), que destacou de forma bem-humorada a importância de cada um para o sucesso do grupo. “Assim como no conceito de engrenagem, cada peça é fundamental para a companhia. É tão bom saber que a empresa investe em seus funcionários e se investe é por que acreditam em vocês”, destacou Veríssimo.



O humorista Hugo Veríssimo, ao lado do presidente Stephane Reverdy, convidou toda a plateia para uma selfie



A equipe de Cajamar, ao voltar para o escritório, descobriu quem foram os eleitos entre os pilares do GPTW

No evento, o humorista convidou para falar ao microfone, a prestadora de serviços de limpeza, Adriana Gomes. Muito emocionada, Adriana mencionou o quanto se orgulha de há oito anos poder trabalhar na companhia. “Eu sempre me emociono quando vou falar, ainda mais aqui que tenho tanto carinho”, confessou.

O evento teve como foco as pessoas, compondo o lema: Nossos talentos são nossas estrelas. E lembrou aos funcionários sobre a importância de participar da pesquisa do Great Place to Work (GPTW). Comentando e dando sugestões para que a SCJ sempre seja um ótimo lugar para se trabalhar.

Ao fim, a diretora de RH, Flavia Gouvea, e o presidente, Stephane Reverdy, lembraram os bons resultados em Vendas, no mês de março e as expectativas para os próximos meses. “Batemos recorde de vendas e as expectativas são ainda maiores. Esperamos fechar o ano fiscal ainda mais fortes, como número 1 no mercado. Os resultados estão bons, apesar de todos os problemas adversos, então continuem com o bom trabalho e muito obrigado”, finalizou Stephane Reverdy.

Em Cajamar, o evento aconteceu no auditório no dia 12 de abril e reuniu cerca de 40 pessoas para assistir ao filme e ao stand up. Veríssimo brincou mais uma vez com os presentes e de forma descontraída relembrou a importância de cada um para a companhia. “Posso dizer que mesmo não sendo funcionária direta da SCJ, me senti parte dessa Cia., tanto que estou entre

“**Assim como no conceito de engrenagem, cada peça é fundamental para a companhia. É tão bom saber que a empresa investe em seus funcionários e se investe é por que acreditam em vocês**”

Hugo Veríssimo

as pessoas escolhidas no pilar de Respeito e sinto ainda que conseguimos ser uma grande família. Uma frase que tenho ouvido nos últimos tempos é: sozinhos podemos ir rápido, mas juntos podemos ir longe”, completou Rosangela Torres, analista de RH pleno.

Nas dependências de ambos os escritórios, uma nova surpresa esperava pelos trabalhadores em seu retorno. As estrelas mais votadas da companhia foram eleitas representantes de cada pilar do GPTW - Respeito, Camaradagem, Imparcialidade, Credibilidade e Orgulho. ●

REPRESENTANTES



Fotos: Luiz Medeiros | TEM Soluções

ENTREVISTA COM MARTHA ARCANJO

A engenheira química, Martha Arcanjo, gerente associado de Lean em Manaus conta sua trajetória até chegar à SC Johnson e os desafios do dia a dia na matriz, para atingir o máximo de eficiência junto à equipe. A manauara que trabalhou em sete países, anteriormente, hoje se prepara para iniciar novos desafios.

Foco: Como foi a sua trajetória antes de ingressar para a SCJ?

Martha Arcanjo: Nasci em Manaus, mas como venho de família militar morei durante 19 anos na cidade de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte. Me formei em Engenharia Química na Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), em Manaus e passei por algumas empresas como Sony, Philco e Shell. Minha principal experiência antes da SCJ foi na Coca Cola, onde passei 17 anos.

Foco: Que experiências positivas poderia destacar?

Martha Arcanjo: Na Coca-Cola trabalhei durante sete anos rodando pelo mundo através de assignments em Lean. Trabalhei na Irlanda, França, Coreia do Sul, Índia, Chile, Costa Rica, Argentina, México e por último Porto Rico, onde estava antes de voltar.

Foco: E como lidar com as diferenças culturais e tantas línguas diferentes?

Martha Arcanjo: Fábrica é igual mãe, só muda de endereço, os problemas são muito parecidos. As diferenças são mais pessoais e de relacionamento, por exemplo, os brasileiros são muito mais amigáveis. Não há tanta distância entre as pessoas.

Um fato muito curioso, foi na última vez que fui para Porto Rico e tive um treinamento de etiqueta, era ensinado até como não se maquiar. A professora tinha pós-doutorado em relacionamento e cultura. Já vi tanta coisa e passei por muitas situações, mas essa foi bem diferente. Na Coreia do Sul, pela influência do Japão, tudo era pequenininho, a pia para lavar a mão era bem mais baixa. Sorte que eu sou pequena, então foi

perfeito (brinca). E me comunicava basicamente em inglês, espanhol ou francês.

Foco: Como foi seu retorno?

Martha Arcanjo: Eu passava 80% do meu tempo viajando e apenas 20% aqui, até que meu pai teve um AVC e eu precisava estar perto para cuidar dele. Comecei a mandar currículo até que surgiu a oportunidade, aceitei a proposta da SC Johnson e já estou na empresa há quatro anos.



Martha Arcanjo em visita à planta de Racine



Martha também é líder do Pilar de T&D para apoiar todas as plantas SCJ na América



Foco: Quais diferenças você percebeu?

Martha Arcanjo: Foi e está sendo um grande aprendizado. Saí de uma empresa que produzia em auto volume, mas de pouco valor agregado, para assumir linhas para comércio e varejo, onde comecei a lidar com muitos clientes diferentes. Foi uma grande adaptação. Na Coca-Cola, nós prezávamos estritamente pela qualidade. Aqui, eu tenho que focar em qualidade, segurança e eficiência, que são os pilares de TPM, dentro do conceito de Lean. Um resultado focado no desenvolvimento e treinamento de pessoas. Assim, me tornei líder do Pilar de T&D (Treinamento e Desenvolvimento), dando suporte a todas as plantas da América Latina e ainda ajudo quando posso na parte de comunicação.

Foco: Você acredita que hoje o foco da fábrica está no desenvolvimento de pessoas?

Martha Arcanjo: Claro, o maior foco é a capacitação de pessoas em mecânica para elas serem autônomas. Dividir as habilidades que a produção precisa. O quadro de treinamentos na fábrica quadruplicou nos últimos anos. Hoje, são 54 ao todo, o que melhorou muito nosso nível de trabalho. Trabalhamos com o APT, desenvolvendo equipes de produção autônomas, 100% dos operadores são certificados até o Passo 1, referente à limpeza, inspeção e etiquetagem. A meta para o próximo ano fiscal é certificá-los até o Passo 2, que consiste na eliminação de fonte de contaminação e local de

difícil acesso. E também no Passo 3, envolvendo a transferência das atividades, como manutenção, produção e lubrificação. Assim, todos serão operadores autônomos.

“Aqui, eu tenho que focar em qualidade, segurança e eficiência, que são os pilares de TPM, dentro do conceito de Lean. Um resultado focado no desenvolvimento e treinamento de pessoas”

Foco: Quais foram as principais realizações que você destaca na SCJ e quais serão os próximos desafios?

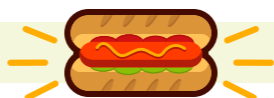
Martha Arcanjo: Nosso objetivo basicamente é obter eficiência com qualidade e segurança e o nosso grande desafio é atingir os 85% de OEE (Indicador Chave de Performance) como fábrica. O que é muito difícil, saímos de um resultado de 67% em 2012, para hoje estar com 82%. Estamos trabalhando muito nisso. Quando eu entrei era ainda mais complicado, é um refinamento diário e de alto nível. Mas fizemos muita coisa bacana, como a implementação de todos os pilares de TPM e a criação, de dois anos para cá, dos Times de Produção

Autônomas (APT). Conseguimos uma resposta muito boa do APT Voice, que motivou toda a fábrica e, agora, durante o Champions League, que vai decidir qual é o melhor APT em todos os aspectos.

Foco: O que você espera para os próximos anos na sua carreira?

Martha Arcanjo: Eu estou me mudando. Recebi o convite para a partir de 1º de agosto assumir o cargo de gerente associado de Lean na planta em Racine (USA), em um pequeno assignment de um ano. Eles estão com uma OEE muito baixa de 50%, então irei até lá ajudar. Acho que essa é a minha vida. ●

DIVERSÃO + COMIDA



MESA POSTA

Concurso Comida Di Buteco, apoiado por Mr. Músculo, anuncia os petiscos vencedores de cada estado

A 17ª EDIÇÃO DO Concurso Comida Di Buteco está na reta final para decidir, pela primeira vez, qual o melhor buteco entre os campeões anunciados em 20 cidades brasileiras. Os estabelecimentos serão visitados por um júri especializado e no dia 5 de julho será anunciado o grande vencedor do prêmio nacional.

O tradicional concurso, que já é sucesso em todo país, tem o objetivo de valorizar a cozinha de raiz. Assim, o público e um corpo de jurados avaliam, durante um mês, o melhor petisco, a higiene do bar, o atendimento e a temperatura da cerveja, sob a apuração do Instituto Vox Populi. Há quatro anos que o concurso conta com, entre outros, o patrocínio de Mr. Músculo para apoiar a competição.

Em Manaus, o campeão foi o Quiosque Beer, criador do Curruíra Molhado, um bolinho de macaxeira com queijo provolone, acompanhado de delicioso molho especial da casa. Foi a primeira vez que o boteco participou do concurso e já levou o título de melhor bar da cidade. Agora, o Quiosque Beer irá representar o Amazonas na próxima fase.



Fotos: Divulgação

Bar do David | Ressurgência

Em São Paulo, o Mignonzinho 10 do Murruga garantiu o primeiro lugar ao Boteco do Murruga, na Vila Mascote. Uma porção de 10 medalhões de Filet Mignon enrolados no bacon à Milanesa, acompanhado com molho vermelho de ervas finas e pão Ciabata com patê de berinjela. A decisão, bastante acirrada, deu trabalho para o público e jurados com 49 bares participantes na capital e petiscos muito bem elaborados.

Já no Rio de Janeiro, onde acontecerá o anúncio do grande campeão nacional, o resultado foi celebrado na terça-feira, dia 31 de maio no Rio Scenarium, elegendo o Bar do David, no Chapéu Mangueira, o campeão carioca. O bar participou com o petisco Ressurgência, uma salada de frutos do mar com feijão fradinho, que inovou a premiação e causou grande repercussão entre os botequeiros de plantão. Não só pelo sabor, David foi



David, o empreendedor do Chapéu Mangueira, recebeu o título carioca

premiado pelo atendimento exemplar e a cervejinha sempre gelada.

No site oficial, você pode ter acesso a todos os vencedores que cultivam a cozinha de raiz e a cultura de boteco no país. Conheça o vencedor de sua cidade e participe da torcida para a escolha do melhor buteco do Brasil. ●

CONFIRA O ENDEREÇO DOS VENCEDORES

- **Quiosque Beer:** Av. Bartolomeu Bueno da Silva, 5, Dom Pedro, MA.
- **Boteco do Murruga** - Av. Mascote, 57 - Vila Mascote, SP.
- **Bar do David** - Ladeira Ari Barroso, 66 - Leme, RJ.



Boteco do Murruga | Mignonzinho 10



Quiosque Beer | Curruíra Molhado

CALENDÁRIO | PONTES E FERIADOS

JULHO

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
						1 2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

AGOSTO

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

SETEMBRO

Dom	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

09/07	sábado	Revolução Const. de 1932	São Paulo e Cajamar
05/08	sexta	Feriado Olímpico	Rio de Janeiro
14/08	domingo	Dia dos Pais	Nacional
18/08	quinta	Feriado Olímpico	Rio de Janeiro
22/08	segunda	Feriado Olímpico	Rio de Janeiro
05/09	segunda	Elevação do Amazonas à categoria de Província	Manaus
07/09	terça	Independência do Brasil	Nacional
29/09	quinta	Dia do Padroeiro da Cidade: São Miguel	Ipojuca

Fique por dentro

Olimpíadas dos Absolutos

Na SCJ, a segurança é um pilar indispensável. Pelo segundo ano, a equipe de Safety Health and Environment (SHE) organizou um mês de jogos em torno do tema. "Avaliamos de forma lúdica o nível de conhecimento sobre os Sete Absolutos, conjunto de normas, que caso não sejam cumpridas, podem resultar em acidentes na fábrica. Em cada um dos jogos, as pessoas aprenderam e se divertiram ao mesmo tempo", diz Livia Reis, gerente associado de SHE. Cada linha montou seu time e integrantes dos três turnos participaram. Quem pontuou mais ao longo do mês ganhou o troféu e buquê da Olimpíada.



Projeto Beechnut



Pensando em otimizar os custos da companhia e aproveitar os benefícios fiscais da Zona Franca de Manaus, está sendo implementado na fábrica um novo sistema de processamento de gel e empacotamento, o Projeto Beechnut. A produção veio transferida da cidade de Toluca, no México e já está produzindo cerca de 100 unidades por minuto para atender a demanda do mercado local.

Novo espaço de treinamento

No mês de março, foi inaugurado a nova Sala de Treinamento de Mecânica em Manaus. A sala conta com vários equipamentos necessários à assimilação prática de conceitos por parte dos operadores e a eliminação de perdas. O funcionário Charles Coelho, integrante do time de Operações e responsável pela instrução técnica na nova Sala de Treinamento, contou que até o fim do mês da inauguração foram feitos 71 treinamentos.



Parceria SCJ e Cruz Vermelha

Cerca de 8 mil caixas de OFF! Aerossol foram retrabalhadas pela parceira logística DHL, em Cajamar, para serem doadas à Cruz Vermelha Brasileira. "Em um fim de semana, tivemos um trabalho reforçado para etiquetar todas as caixas, que serão enviadas para as sedes da instituição no Rio de Janeiro e Alagoas. O trabalho não gerou nenhum custo adicional, reforçando o caráter de doação também por parte da DHL. Ficamos todos muito satisfeitos", relata Daniel Zangarini, gerente de Logística.

VOCÊ EM FOCO

No mês de março, aconteceu o lançamento da sua Revista FOCO, em todas as plantas da SCJ. Os funcionários foram apresentados à equipe responsável, conheceram a publicação e foram "capa" por um dia. Confira ao lado alguns registros dessa festa em Cajamar, Rio de Janeiro e Manaus.

Este é o seu espaço fixo na Revista FOCO. Participe enviando sua opinião e acompanhando nossas campanhas por meio dos comunicados.

Para a próxima edição, conta para a gente o que você achou da publicação enviando um email para:

revistafocoscj@advertisement.com.br

Sua opinião é muito importante!

flickr

Acesse nossa galeria de fotos [flickr.com/revistafocoscj/](https://www.flickr.com/photos/revistafocoscj/)



glade®

SINTA-SE RADIANTE
SINTA GLADE!

Edição Limitada

EXPERIMENTE AS NOVAS
FRAGRÂNCIAS DA EDIÇÃO LIMITADA DE GLADE!

NA COMPRA DE CADA PRODUTO DA ED. LIMITADA

R\$1 SERÁ DOADO

PARA O CONTROLE DO CÂNCER DE MAMA.

