

RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

SPAIPA S/A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE BEBIDAS





sustentabilidade

Sustentabilidade é oferecer o melhor para as pessoas e para o ambiente, seja interno ou externo, e garantir a qualidade de vida das atuais e futuras gerações. A Spaipa se preocupa com isso e traz em seu Relatório de Responsabilidade Social de 2006 informações sobre o desempenho econômico, financeiro, social e ambiental de suas atividades. Este relatório reforça a necessidade de integração entre todas essas áreas e apresenta as principais ações e resultados da Spaipa durante o ano de 2006.



RELATÓRIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL SPAIPA [2006]

- 4: perfil corporativo
- 10: meio ambiente
- 18: qualidade
- 22: relacionamento com a comunidade
- 34: valorização do público interno

valores

RESPEITO PELO CONSUMIDOR

Os consumidores são a razão do nosso negócio. Suas necessidades e expectativas nos impulsionam na contínua melhoria dos produtos e serviços.

VALORIZAÇÃO DOS COLABORADORES

Desenvolvemos, reconhecemos e valorizamos nossos colaboradores, com respeito, ética e integridade, incentivando o trabalho em equipe e a qualidade de vida.

COMPROMISSO COM A QUALIDADE

Melhorar continuamente as nossas atividades, assegurando a qualidade dos produtos e serviços e o fortalecimento das nossas marcas.

RELAÇÃO COM A COMUNIDADE

Como empresa cidadã estamos conscientes e determinados a contribuir para a melhoria da qualidade de vida, educação e cultura nas comunidades onde atuamos.

COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE

Somos comprometidos com a preservação do meio ambiente, otimizando a utilização dos recursos em todas as nossas atividades, contribuindo para a educação ambiental.

COMPROMISSO COM A SEGURANÇA

Somos comprometidos com a segurança das Pessoas, Produtos e Processos.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES, DISTRIBUIDORES E FORNECEDORES

Reconhecemos e respeitamos nossos parceiros, trabalhando de forma ética, responsável e íntegra, buscando crescimento mútuo e sustentável.

AGREGAR VALOR ECONÔMICO

As nossas atividades devem agregar valor econômico, assegurando o crescimento e a rentabilidade.

missão

Conquistar consumidores e clientes, produzindo e disponibilizando bebidas e compostos derivados de bebidas com excelência, propiciando o bem-estar em todas as ocasiões de consumo.

visão

Ser reconhecida como empresa referência, aumentando a sua participação no mercado em que atua, agregando valor econômico e social.

A SPAIPA S/A - INDÚSTRIA BRASILEIRA DE BEBIDAS - É FABRICANTE E DISTRIBUIDORA DA COCA-COLA NO ESTADO DO PARANÁ E NO INTERIOR DE SÃO PAULO, ALÉM DE FABRICANTE DA ÁGUA MINERAL VITALEV. A EMPRESA TAMBÉM COMERCIALIZA E DISTRIBUI TODO O PORTFÓLIO DE PRODUTOS FEMSA CERVEJA BRASIL. CONHEÇA MAIS SOBRE A SPAIPA.

PERFIL CORPORATIVO

EDITORIAL ○

A SPAIPA ○

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL ○

PERFIL DOS COLABORADORES ○

CÓDIGO DE ÉTICA ○

DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO ○

EDITORIAL

É cada vez maior o número de empresas e pessoas que se envolvem em programas e atividades ambientais. A preocupação com o meio ambiente tem aumentado fortemente, os padrões de qualidade ficam cada vez mais rigorosos, e a Spaipa tem conseguido nas últimas décadas se antecipar nessa evolução. Para nós, 2006 continuou sendo um ano marcado por grandes investimentos na área, e é por isso que o tema “meio ambiente” merece destaque especial neste relatório. Nossas ações de conservação ambiental estão diretamente relacionadas à consciência e à atitude de cada colaborador.

Diante de um cenário competitivo e da necessidade de conservação dos recursos naturais, a Spaipa tem como uma de suas prioridades o uso eficiente e racional da água, nossa principal matéria-prima. Buscamos reduzir o consumo, evitar o desperdício e promover a reutilização da água, inovando os processos e investindo em tecnologia, sempre alinhados ao Programa Água Limpa da Coca-Cola.

Sabemos que o desenvolvimento sustentável passa pela conservação desses recursos, que são finitos e compartilhados com a comunidade. Nossa contribuição consiste no compromisso de realizar todas as atividades da melhor maneira possível, não poluindo e incentivando a reciclagem.

Neste Relatório de Responsabilidade Social, você vai conhecer nossos principais programas e projetos ambientais, além das ações de valorização do público interno, de relacionamento com a comunidade, de qualidade e muito mais. Tenham todos uma boa leitura.



Daniel Sledge Herbert
Presidente do Conselho de Administração



A SPAIPA

Criada em 1995 com a fusão de três franquias da Coca-Cola - Paraná

Refrigerantes, Refrigerantes Bauru e Rio Preto Refrigerantes, a Spaipa possui atualmente três fábricas de refrigerantes - Curitiba (PR), Maringá (PR) e Marília (SP), além de uma fábrica de água mineral em Bauru (SP) e cinco centros de distribuição instalados em Cascavel (PR), Londrina (PR), Araçatuba (SP), São José do Rio Preto (SP) e Regente Feijó (SP). Foram comercializados em 2006 mais de 160 milhões de caixas de refrigerante, cerveja, chopp, água, chá, suco, água saborizada e bebida láctea, o que representa aproximadamente 912 milhões de litros de bebidas. A Spaipa foi um dos primeiros fabricantes da Coca-Cola no Brasil, e está entre os maiores franquistas do mundo, tendo em sua região mais de 107 mil clientes.



ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A Spaipa é dirigida por três superintendentes: Avelino Silvio Nogueira Pereira, superintendente de Finanças e Desenvolvimento Organizacional; Neuri Amabile Frigotto Pereira, superintendente de Vendas e Marketing; e Mário Antonio Veronezi, superintendente Industrial e de Logística. Os três respondem ao Conselho de Administração, formado pelos acionistas da Spaipa e presidido por Daniel Sledge Herbert. Conheça quais são as áreas subordinadas a cada superintendência:



PERFIL DOS COLABORADORES

Em 2006 o quadro da Spaipa foi composto de 2.235 colaboradores diretos e 874 trabalhadores indiretos. Conheça o perfil dos colaboradores diretos:



CÓDIGO DE ÉTICA

“Antes de agir, se suspeitar que é errado, não faça, em hipótese alguma.”

A frase ao lado faz parte do Código de Ética da Spaipa, existente desde julho de 2005. O Código serve para orientar a tomada de decisões dentro da empresa. São alguns padrões de atuação que ajudam a decidir qual atitude tomar quando o assunto se refere à Spaipa e às suas atividades.

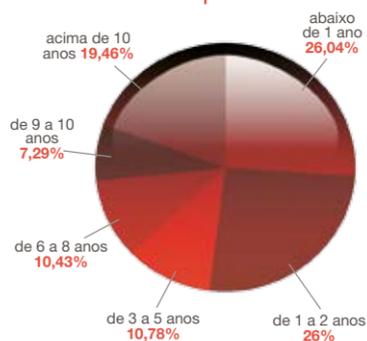
DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO

O ano de 2006 para a Spaipa foi marcado por um crescimento contínuo e consistente. A geração operacional de caixa, medida pelo EBITDA (principal indicador), foi de R\$ 110,5 milhões, o que representa um aumento de 29,33% em relação a 2005. O lucro líquido foi de R\$ 60,6 milhões (19,8% a mais do que no ano anterior). Esse significativo desempenho foi atingido pela busca constante do aumento da receita líquida, implementando políticas de gestão de portfólio, política de recuperação de preços, aumento na participação de mercado e uma gestão permanente de redução de custos e despesas.

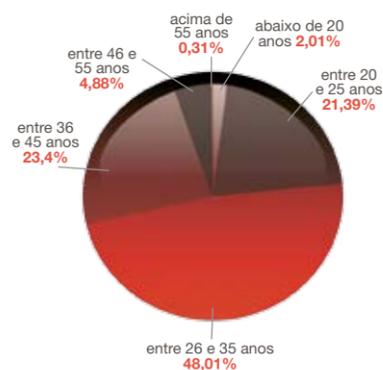
Confira os principais resultados – comparado com 2005:

- 11% de aumento do volume de vendas
- 2,7% de aumento na participação de mercado
- 20,86% de aumento da receita líquida

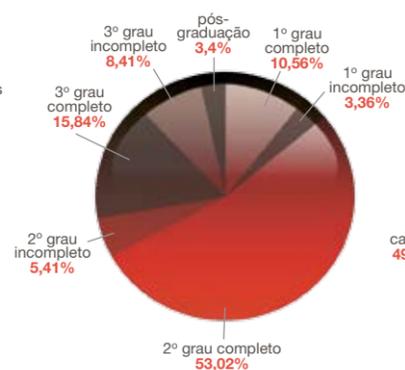
tempo na empresa



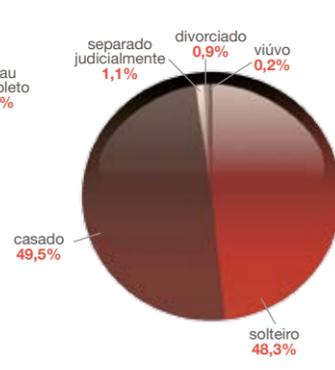
faixa etária



escolaridade



estado civil





- VERÃO AMBIENTAL ○
- PROJETO ESCOLA ○
- INOVAÇÃO DA LAVADORA DE GARRAFAS ○
- SUBSTITUIÇÃO DO COMBUSTÍVEL DAS CALDEIRAS ○
- REUTILIZAÇÃO DA ÁGUA ○
- SUBSTITUIÇÃO DOS PALLETS ○
- COTRACIL ○
- VÍDEO SOBRE MEIO AMBIENTE ○
- LIMPEZA DO RIO BARIGÜI ○
- LUBRIFICANTE A SECO ○
- CAMPANHAS INTERNAS ○

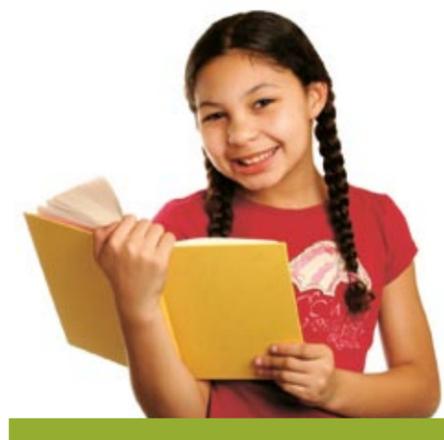
MEIO AMBIENTE

A preocupação com o meio ambiente é constante e envolve toda a sociedade. Um dos maiores compromissos da Spaipa é a preservação dos recursos naturais e a conscientização dos colaboradores de que a natureza é o que o homem faz dela. Por isso, a cada ano a Spaipa procura investir mais em ações e programas ambientais.



VERÃO AMBIENTAL

O Projeto Verão Ambiental, conduzido pela Delegacia de Proteção ao Meio Ambiente do Estado do Paraná (DPMA), buscou conscientizar a população da necessidade de preservar o meio ambiente. Em 2006, a Spaipa teve participação nesta atividade, patrocinando a colocação de 50 placas nas estradas paranaenses que dão acesso ao litoral. O objetivo é promover a conscientização da população sobre a preservação da fauna e da flora, bem como divulgar o canal de comunicação para denúncias e esclarecimento de dúvidas a respeito do assunto.



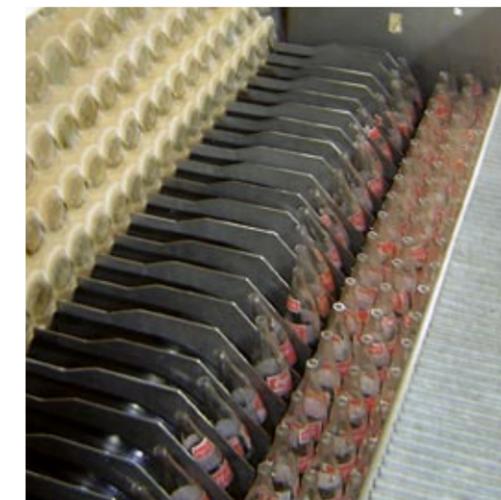
PROJETO ESCOLA

Para estimular a preservação ambiental através da reciclagem, o Projeto Escola envolveu, em 2006, 145 instituições de ensino de Curitiba e Região Metropolitana. As escolas participantes arrecadaram 79.735 latas e 401.128 garrafas PET, que foram trocadas por materiais esportivos e pedagógicos.



INOVAÇÃO DA LAVADORA DE GARRAFAS

A lavadora de garrafas da unidade de Maringá passou por uma transformação. Partes do equipamento foram substituídas para melhorar a performance operacional. Além da melhora na produtividade da linha de retornáveis, a unidade diminuiu em 5% (7.729kg/mês) a geração de resíduos sólidos, que antes era causada pela quebra dos vasilhames na própria lavadora. Merece destaque a redução significativa de 10% (3.150.000 litros/mês) sobre o consumo de água e 25% (5.760.000 litros/mês) no efluente industrial a ser tratado.



SUBSTITUIÇÃO DO COMBUSTÍVEL DAS CALDEIRAS

A unidade de Marília foi a primeira a implementar a utilização de gordura animal na queima das caldeiras. Desde setembro a novidade vem confirmando os benefícios econômicos e ambientais, que se refletem em ganho financeiro de cerca de 30% e redução significativa na concentração dos gases emitidos pela queima. Em dezembro, a unidade de Maringá também iniciou essa operação, e em janeiro de 2007 foi a vez de Curitiba.





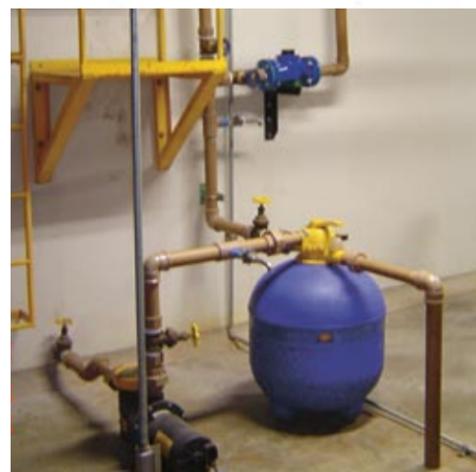
SUBSTITUIÇÃO DOS PALLETS

A unidade de Maringá passou a utilizar pallets retornáveis para armazenagem e transporte das embalagens PET - as unidades de Curitiba e Marília já utilizavam os novos materiais. Em 2007, a unidade de Bauru também começou a utilizar pallets retornáveis para as embalagens de água, e a unidade de Curitiba adotou o processo também para as latas de alumínio. Assim, a Spaipa diminuiu em 20% a geração de resíduos sólidos, mantendo a eficiência em armazenagem, manuseio e acondicionamento de produtos.



REUTILIZAÇÃO DA ÁGUA

No final de 2006 entrou em operação na unidade de Maringá o sistema de captação de água da chuva, que quando cai no telhado da fábrica é coletada, armazenada em uma cisterna e recebe tratamento para ser reaproveitada no processo produtivo. A expectativa é que, em um ano, 3.500.000 litros de água da chuva sejam captados. Em Marília, o processo será implantado em 2007. Todas as fábricas da Spaipa já recuperam a água utilizada em outras etapas, como no processo de enxágüe de embalagens PET e da contra-lavagem dos filtros da estação de tratamento de água.



COTRACIL

Desde 2005, a Spaipa, a Prefeitura Municipal de Marília e o Rotary Clube apóiam um projeto com a Cotracil - Cooperativa de Trabalho Cidade Limpa. No projeto, a Spaipa doou 600 tambores especialmente preparados para a prática da coleta seletiva, bem como folhetos educativos que foram distribuídos nas escolas, creches, unidades de saúde, igrejas e condomínios residenciais e comerciais da cidade de Marília. O volume coletado mensalmente tem aumentado gradativamente desde a implantação do projeto, chegando a 29 toneladas em outubro de 2006. Além disso, a Spaipa reformou e subsidiou a venda de dois caminhões adquiridos pelo Rotary Clube e doados à cooperativa para auxiliar e agilizar a coleta dos resíduos.





VÍDEO SOBRE MEIO AMBIENTE

Um vídeo para divulgar o Sistema de Gestão Ambiental foi incorporado ao programa de integração de novos colaboradores. O material foi produzido com imagens das etapas do processo de fabricação e tem sido uma ferramenta de grande valor, utilizada para multiplicar conceitos e boas práticas ambientais.

LIMPEZA DO RIO BARIGÜI

Em parceria com a Delegacia de Proteção ao Meio Ambiente do Estado do Paraná (DPMA), a Prefeitura de Almirante Tamandaré, o Exército Brasileiro e a Colônia Penal Agrícola, a Spaipa participou, em setembro, da limpeza do Rio Barigüi. A atividade está relacionada à iniciativa do Dia Mundial de Limpeza de Praias e Rios, no qual a Coca-Cola tem significativa participação. A Spaipa patrocinou a alimentação e a aquisição dos materiais necessários para a limpeza, como botas, luvas e faixas. Foram recolhidos cerca de 3 toneladas de resíduos sólidos.



LUBRIFICANTE A SECO

Uma nova opção de produto foi adotada nas esteiras que transportam as embalagens descartáveis das três fábricas da Spaipa. Trata-se de um lubrificante a seco que dispensa utilização de água para diluição. Isso implica diretamente na diminuição da quantidade de efluente industrial gerado, bem como na redução do consumo de água (aproximadamente 0,2% por fábrica), o que equivale a um volume anual de 872 mil litros de água por unidade.

antes

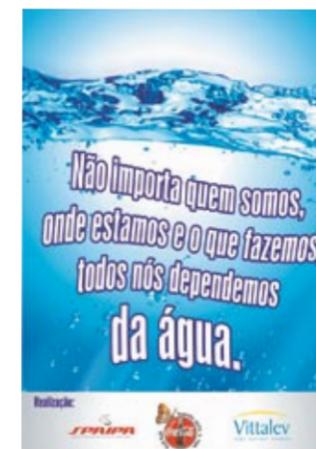


depois



CAMPANHAS INTERNAS

Em 2006, a Spaipa realizou campanhas ambientais para os seus colaboradores. No Dia Internacional da Água - 22 de março - foram distribuídos, em todas as unidades da Spaipa, materiais com o tema "Com água não se brinca". No Dia Mundial do Meio Ambiente - 5 de junho - banners e faixas com informações sobre o Sistema de Gestão Ambiental foram espalhados pelas unidades. Além disso, de 31 de julho a 15 de agosto, em Curitiba, a Spaipa realizou uma campanha de incentivo ao uso racional da água.





- CERTIFICAÇÕES ○
- LANÇAMENTO DOS 3RS ○
- PRÊMIO COCA-COLA BRASIL ○

QUALIDADE



Qualidade nos processos, produtos e serviços, segurança e saúde para os colaboradores e cuidado com o meio ambiente. Para a Spaipa, tudo isso é fundamental. Por isso, todas as suas fábricas e principais unidades trabalham constantemente em busca da melhoria contínua e da excelência dos processos.



CERTIFICAÇÕES

Em julho de 2006, as fábricas e principais unidades da Spaipa passaram por uma auditoria realizada por uma empresa especializada. A auditoria durou uma semana em cada fábrica e foi realizada para a manutenção do Sistema da Qualidade da Coca-Cola (SQCC) e das certificações ISO 9001, relacionada à qualidade dos processos, e ISO 14001, referente a questões ambientais. Na mesma auditoria ocorreu a certificação pela norma OHSAS 18001 – Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional.

LANÇAMENTO DOS 3Rs

Para criar uma cultura de **redução, reutilização e reciclagem**, a Spaipa lançou no segundo semestre, em todas as suas fábricas e nas suas principais unidades, os 3Rs. Esse lançamento complementa a família dos 5 sentidos do tradicional programa GOLS – Gestão da Ordem, Limpeza, Saúde e Segurança, que existe desde 2000. Em 2007, os 3Rs serão estendidos para todas as unidades.



Atualmente, a Spaipa está certificada com:

ISO 9001 - desde janeiro de 2006
Araçatuba, Cambé, Cascavel, Curitiba, Marília, Maringá, Ponta Grossa, Regente Feijó e São José do Rio Preto.

ISO 14001 - desde outubro de 2006
Araçatuba, Cambé, Cascavel, Curitiba, Marília, Maringá, Ponta Grossa, Regente Feijó e São José do Rio Preto.

OHSAS 14001 - desde outubro de 2006
Araçatuba, Cambé, Cascavel, Curitiba, Marília, Maringá, Ponta Grossa, Regente Feijó e São José do Rio Preto.

SQCC - Evolução 3 - desde outubro de 2006
Integralmente em Curitiba, Marília e Maringá.

PRÊMIO COCA-COLA BRASIL

As fábricas da Spaipa ficaram entre as 10 melhores do país no Prêmio Coca-Cola Brasil 2006. Veja a classificação:



A woman in a bikini is sitting on a sandy beach. In front of her is a globe of the Earth. To the left of the globe is a large, vibrant red flower. The entire scene is overlaid with a white, abstract, scribbled line pattern. The background is a warm, golden-yellow color.

RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE

- PROGRAMA COCA-COLA DE VALORIZAÇÃO DO JOVEM ○
- RESTAURANTE COMUNITÁRIO PRATO POPULAR ○
- COMITÊ PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMÁTICA ○
- VISITA À FÁBRICA ○
- PROJETO LIXO E CIDADANIA EM AÇÃO ○
- AÇÃO GLOBAL ○
- A SPAIPA NO NATAL ○
- DIA DA FAMÍLIA ○
- SPAIPA DE PORTAS ABERTAS PARA A COMUNIDADE ○
- RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS ○

A Responsabilidade Social da Spaipa ultrapassa as fronteiras da empresa. São ações e programas que reafirmam o compromisso da companhia com seus colaboradores, clientes e também com a comunidade. Há um longo caminho a ser percorrido para atingir os resultados esperados, mas, a cada ano, a Spaipa evolui na gestão da Responsabilidade Social e alcança novas conquistas.

PCCVJ Programa Coca-Cola de Valorização do Jovem

Um dos programas mais bem-sucedidos do Sistema Coca-Cola, o PCCVJ visa combater a evasão escolar através de uma metodologia que melhora a auto-estima do aluno. Quando ele passa a ser monitor, sente-se estimulado a seguir em frente, e não abandona os estudos.

Rogério de Lima Domaceno, de 18 anos, foi aluno da Escola CAIC Cândido Portinari, em Curitiba, uma das instituições em que a Spaipa implantou o PCCVJ, e foi um dos monitores da primeira turma, em 2003. “Aceitei o convite para participar do programa por causa do bônus, mas não foi só isso que eu consegui. Um dos requisitos para conseguir o estágio que faço hoje era ter autoconfiança e isso eu conquistei depois de participar do programa. Com o PCCVJ, eu acabei conseguindo mais amigos do que eu já tinha e melhorei a minha auto-estima. Era monitor de três alunos, mas no final do ano percebi que ajudava a turma inteira”, destaca Rogério. Ele não parou de estudar e concluiu o ensino médio no final de 2007. “Um dia vou cursar Direito. Participar do PCCVJ me mostrou que vale a pena correr atrás dos meus objetivos.”



Rogério de Lima Domaceno participou do PCCVJ em 2003



O PCCVJ é um dos principais programas de Responsabilidade Social apoiados pela Spaipa e pelo Instituto Coca-Cola Brasil



Resultados

Em 2006, o PCCVJ foi expandido para a cidade de Londrina (PR) e atualmente, está implantado na Escola Municipal John Kennedy. O PCCVJ também está instalado em duas escolas de Curitiba e uma de Marília. Ao todo são 400 alunos beneficiados.

Dos 100 alunos que foram monitores pelo PCCVJ em 2006, 92 concluíram o Programa. Durante o ano, eles participaram de passeios culturais, oficinas de aprendizagem e visitas à Spaipa. Além disso, um evento de formatura foi organizado para homenagear alunos, professores e diretores das escolas participantes.

No Brasil

O PCCVJ já beneficiou mais de 18 mil estudantes em todo o país. O índice de evasão escolar dos participantes do programa - 4 mil alunos de 42 escolas em 8 estados brasileiros - é de 0,7% contra 12% da média nacional registrada pelo INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Os números comprovam a eficiência do programa.





PRATO POPULAR
RESTAURANTE COMUNITÁRIO

RESTAURANTE COMUNITÁRIO PRATO POPULAR

Desde agosto de 2005, pessoas carentes, desempregados, aposentados, trabalhadores informais e moradores de rua de Curitiba têm uma refeição digna e de qualidade por apenas R\$ 1.

É o Restaurante Comunitário Prato Popular, que em 2006 serviu 49.145 refeições. O projeto é mantido pela Spaipa em parceria com a Coca-Cola Brasil, a Puras do Brasil S/A e o Governo do Estado do Paraná, e oferece uma alimentação completa com arroz, feijão, carne, acompanhamento, salada e um copo de refrigerante.

Romário dos Santos Alves, de 39 anos, é uma das pessoas que, de segunda a sexta, almoçam no Restaurante Comunitário. Ele costumava gastar R\$ 3,50 nas suas refeições e agora almoça por R\$ 1. “Faça chuva ou faça sol, estou aqui. O Prato Popular foi uma das melhores coisas feitas na cidade e facilitou muito a minha vida”, afirma Romário. Ele se cadastrou desde que o restaurante abriu. “Passei aqui na frente e várias pessoas estavam na fila. Achei até que era para conseguir um emprego e fiz o meu cadastro. Não arrumei emprego, mas almoço bem todos os dias”, completa.

Romário almoça no restaurante todos os dias



Os usuários do Restaurante Comunitário Prato Popular tiveram refeições ainda mais especiais em 2006



Eventos especiais

Em agosto de 2006, o Restaurante Comunitário Prato Popular de Curitiba completou um ano com mais de 45 mil refeições servidas e mais de R\$ 200 mil em investimentos. No dia 8, data do aniversário, os usuários foram surpreendidos com um cardápio especial, decoração de balões com direito a bolo de aniversário e música ao vivo.

No dia 22 de dezembro, os usuários também receberam um almoço especial de Natal com um cardápio mais elaborado, decoração natalina, música ao vivo e a presença do Papai Noel.



CDI COMITÊ PARA A DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMÁTICA

Com o objetivo de promover a inclusão digital através de Escolas de Informática e Cidadania (EICs), o CDI implementa programas educacionais em 19 estados brasileiros e 10 países. Atualmente, são mais de 700 EICs em todo o mundo.

A Spaipa acredita na proposta do CDI e doou para a instituição, em 2006, 168 equipamentos de informática.

VISITA À FÁBRICA

Com o objetivo de oferecer aos estudantes mais informações sobre a história da Coca-Cola e o processo de fabricação de seus produtos, a Spaipa promove regularmente visitas às suas fábricas. No ano de 2006, as fábricas de Curitiba e Maringá receberam cerca de 6.400 estudantes de escolas públicas e privadas. Em 2007, o projeto de visita à fábrica foi reformulado.



PROJETO LIXO E CIDADANIA EM AÇÃO

A Spaipa também apoiou em 2006 o Projeto Lixo e Cidadania em Ação, que visa resgatar a cidadania dos catadores de lixo do Paraná. No dia 17 de outubro, um evento foi realizado em Paranaguá (PR) e ofereceu diversas atividades, como corte de cabelo, teste de glicemia, recreação infantil e coleta de exames de saúde. Ao final do evento foi oferecido um lanche com Coca-Cola para os 1.200 participantes. O projeto é coordenado pelo Instituto Lixo e Cidadania, entidade sem fins lucrativos que atua na promoção da inclusão social da população de baixa renda e na erradicação do trabalho infantil.



AÇÃO GLOBAL

No dia 11 de novembro de 2006, a Spaipa participou da Ação Global de Curitiba. A empresa organizou a comemoração dos 107 noivos e familiares que participaram do casamento coletivo e ofereceu bolo e refrigerante aos convidados. O projeto é realizado por meio de uma iniciativa do SESI e da TV Globo, e acontece anualmente em todos os estados brasileiros através de parcerias com várias empresas.



São oferecidos à população gratuitamente diversos serviços, como exames médicos, emissão de carteira de trabalho, registro de nascimento, entre outros.

A SPAIPA NO NATAL



Campanha Natal Sem Fome

Como acontece todos os anos, a Spaipa participou da campanha nacional Natal Sem Fome e contribuiu para tornar mais alegre o Natal de muitas famílias carentes. Em 2006 todas as unidades da Spaipa participaram, e arrecadaram 5.019,50kg de alimentos não-perecíveis.

Natal no Hospital Erasto Gaertner

As Caravanas de Natal e o Papai Noel da Spaipa participaram do evento de Natal realizado no Hospital Erasto Gaertner, no mês de dezembro, em Curitiba. Foram entregues presentes para os pacientes e a empresa doou também refrigerante. 214 pessoas foram beneficiadas.



Natal Solidário Spaipa

A Spaipa oferece aos seus colaboradores a oportunidade de realizar um trabalho voluntário durante a época mais solidária do ano. A ação é coordenada por colaboradores que, com o apoio da Spaipa, oferecem um Natal mais acolhedor para crianças e idosos abrigados em instituições filantrópicas. Em 2006, foram atendidas 17 instituições nas cidades das unidades da Spaipa e 980 pessoas foram beneficiadas.

Sonho de Natal

Em 2006, as crianças que acompanharam a passagem das Caravanas de Natal da Spaipa em suas cidades puderam entregar cartas ao Papai Noel. Cinco crianças foram escolhidas para terem seus sonhos realizados. A família de uma criança de Guarapuava pediu em sua carta material escolar para que ela pudesse continuar estudando; a Spaipa ofereceu um kit escolar e uma cesta de Natal para a família. As entregas de Curitiba foram realizadas pelo Papai Noel da Caravana. Além de atender aos pedidos das cartas, como bonecas e cestas de Natal, a Spaipa ofereceu também refrigerantes e outros brindes aos escolhidos.

Natal Solidário UnicenP

Outro projeto apoiado pela Spaipa em 2006 foi o Natal Solidário UnicenP – Centro Universitário Positivo, em Curitiba (PR), que estimula a comunidade acadêmica a coordenar e desenvolver o trabalho voluntário em benefício de crianças carentes. Todos os anos a Spaipa é parceira nesta atividade e doa produtos para o evento de Natal, que em 2006 aconteceu no dia 1º de dezembro no ginásio de esportes da universidade. Foram cinco instituições beneficiadas, totalizando 900 crianças.

Colaboradores nas Caravanas

Em 2006 os colaboradores de todas as unidades da Spaipa puderam acompanhar as Caravanas de Natal. Além de pegar carona dentro dos caminhões, eles puderam trazer a família para seguir a Caravana em um ônibus. Todos receberam bandeirinhas e adesivos para animar ainda mais o passeio. Antes do início do percurso, os filhos dos colaboradores puderam tirar fotos com o Papai Noel.



Inédita Caravana de ecocargos

O centro de Curitiba acompanhou as Caravanas de Natal de uma forma diferente. Durante o mês de dezembro, em vez de caminhões, ecocargos (carrinhos elétricos) iluminados e com música agitaram as ruas centrais da capital. A ideia foi do vendedor Álvaro Alexandrino. O supervisor de Vendas Fernando Catalfo gostou da sugestão e ajudou o colega a concretizar a ideia. Os carrinhos fizeram sucesso por onde passaram e os colaboradores foram homenageados pela iniciativa.



DIA DA FAMÍLIA

Os familiares dos colaboradores da Spaipa receberam atenção especial em um dia exclusivo para eles. É o Dia da Família na Spaipa, que tem como objetivo integrar a família do colaborador com a empresa. Uma programação diferenciada é preparada para receber os convidados, que podem assistir a uma palestra sobre a história da Coca-Cola e da Spaipa, visitar a fábrica, conhecer o local de trabalho do colaborador e participar de um jantar especial. Em 2006, 197 familiares visitaram as fábricas de Curitiba, Marília, Maringá e Bauru.

O colaborador Aparecido Dada e sua família participaram deste dia.

“Com o Dia da Família, tive a oportunidade de trazer minha esposa e meus filhos para conhecerem mais sobre uma fábrica de refrigerantes. Assistimos a um vídeo sobre a empresa e também a uma palestra sobre as ações sociais da Spaipa. Espero que esse trabalho continue para que outras pessoas tenham a mesma chance que eu e a minha família tivemos. Foi um dia inesquecível.”

Aparecido Dada – analista de Operações, levou a mulher, Cleide, e os filhos **Luís Felipe**, de 12 anos, e **Sabrina**, de 7, para visitarem a fábrica de Curitiba no Dia da Família de 2006.

“Foi a primeira vez que participamos do Dia da Família. Foi muito interessante descobrir como funciona o processo de fabricação da Coca-Cola e saber mais sobre o lugar de trabalho do meu marido. Fiquei impressionada com a quantidade de refrigerante.”

Cleide Alves Dada – esposa de Aparecido



RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS

A Spaipa é uma empresa que valoriza seus parceiros, sejam eles colaboradores, fornecedores, comunidade ou clientes. Aproximar todos aqueles que, de alguma forma, participam do crescimento e do sucesso dos nossos produtos é prioridade. Por isso, algumas ferramentas foram desenvolvidas para valorizar e beneficiar essas pessoas.

Um ano de CRS

Em janeiro de 2007, a Central de Relacionamento Spaipa (CRS) completou um ano de operação. Localizada em Curitiba, a Central oferece atendimento personalizado a clientes, consumidores e colaboradores. São registradas cerca de 1.200 ligações por dia.

A partir dos dados registrados pela CRS, a empresa pôde buscar melhorias em seus processos e produtos, integrar as áreas de forma mais eficaz e planejar melhor as ações para os públicos interno e externo.



SPAIPA DE PORTAS ABERTAS PARA A COMUNIDADE

Todos os anos, a Spaipa abre suas portas para que a comunidade conheça melhor o processo produtivo, a história da Coca-Cola e a evolução da Spaipa. Em 2006, 111 pessoas, entre adolescentes e idosos, visitaram a empresa e participaram de palestras sobre saúde e qualidade de vida.

Workshop reúne fornecedores

Buscando estreitar e melhorar ainda mais o relacionamento com seus fornecedores, a Spaipa realizou, no dia 31 de maio em Curitiba e no dia 2 de junho em Maringá, workshops desenvolvidos especialmente para seus parceiros. Cerca de 350 pessoas compareceram aos eventos, que tiveram como objetivo principal compartilhar com os participantes os valores e a filosofia da Spaipa. A linha de trabalho da empresa em relação às questões de segurança, saúde, qualidade, responsabilidade social e atuação na comunidade também foi apresentada aos participantes, a fim de salientar a importância desses temas para o bom andamento e a harmonia da Spaipa.





SEMANA DA QUALIDADE DE VIDA ○

PPR ○

PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL ○

EVENTO DE INCENTIVO À PRÁTICA ESPORTIVA ○

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO INTERNA ○

GESTÃO DE PESSOAS ○

SEGURANÇA DO TRABALHO ○

VALORIZAÇÃO

DO PÚBLICO INTERNO

A Spaipa investe constantemente em seus colaboradores. Mantém programas e atividades totalmente voltados para o desenvolvimento e a valorização do público interno. O sucesso da Spaipa depende do comprometimento da sua força de trabalho. Conheça as ações que foram destaque em 2006.



SEMANA DA QUALIDADE DE VIDA

De 17 a 21 de julho, a Spaipa realizou em Curitiba a 11ª SIPAT, juntamente com a primeira ação do Programa de Bem com a Vida, que incentiva os colaboradores a adquirirem hábitos saudáveis que promovem o bem-estar. Diversas atividades envolveram os participantes, como palestras, exames preventivos, aulas de relaxamento e yoga.



PPR

Para gerar melhores resultados e recompensar seus colaboradores, a Spaipa implantou em 2006 o Programa de Participação nos Resultados (PPR), que definiu metas para todas as áreas da empresa. O programa foi divulgado com apresentações sobre o funcionamento do PPR em todas as unidades. Em março de 2007, após a apuração dos resultados, os colaboradores receberam o pagamento do PPR. O EBITDA, principal indicador da empresa, foi superado em 22,32% e gerou um ganho adicional para todos.



PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

A opinião dos colaboradores é muito importante para a Spaipa. É por isso que a empresa realizou pela 5ª vez a pesquisa Ouvindo o Cliente Interno. Em 2006, 1.264 colaboradores responderam o questionário, que avaliou aspectos como relacionamento, estrutura, social e gestão organizacional. Baseado nos resultados, diversos planos de melhorias são definidos. A pesquisa foi realizada de 28 de agosto a 1º de setembro.

EVENTO DE INCENTIVO À PRÁTICA ESPORTIVA

No dia 12 de outubro, em comemoração ao Dia das Crianças, a Spaipa preparou um evento especial para seus colaboradores e familiares. A festa de 2006 foi voltada para a prática de esportes. Cada unidade da Spaipa fez o seu evento e ofereceu aos participantes diversas atividades esportivas.



PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO INTERNA

Em novembro teve início o Conexão - Comunicação Interna da Spaipa, que tem o objetivo de manter todas as áreas, unidades e colaboradores integrados à Spaipa e informados sobre os principais acontecimentos da empresa.

O lançamento do programa foi marcado pela entrega da primeira edição do Conexão - informativo trimestral da Spaipa. Além do informativo, outras ferramentas fazem parte do programa, como o WC News, o Mural Conexão, a intranet e a Central de Relacionamento Spaipa.



GESTÃO DE PESSOAS

Desenvolver pessoas é criar o futuro da organização.



Programa de Estágio

A Spaipa oferece a oportunidade de inserção de vários estudantes no mercado de trabalho por meio do seu programa de estágio. Em 2006 houve, em média, 36 estagiários por mês. 13 foram efetivados, totalizando 36% de aproveitamento.



Programa Jovem de Talento

O objetivo desse programa, que teve a participação de 20 jovens, é formar profissionais com qualificação para o mercado de trabalho. A Spaipa entende que o engajamento social representa uma saída para aqueles que desejam construir um futuro melhor.

Recrutamento Interno

Das 926 vagas preenchidas em 2006, 226 foram fechadas por meio de recrutamento interno, o equivalente a 24% das vagas.



“A minha carreira na Spaipa começou em 1995 como recepcionista. Foi um longo período de aprendizado e hoje sou analista de Logística. Isso só foi possível através dos processos de recrutamento interno promovidos pela Spaipa.”

Eliane Mohr – analista de Logística



“Todo colaborador tem oportunidade de crescimento na Spaipa e eu sou um exemplo disso. Entrei na empresa em 2005 como coordenador de Contas, já participei de duas seleções internas e hoje sou coordenador de Projetos. O recrutamento interno valoriza os colaboradores e oferece ótimas chances de desenvolvimento dentro da empresa.”

Mário Augusto Dale Vedove – coordenador de Projetos

Programas Curriculares

A área de Desenvolvimento de Pessoas, com o apoio dos gestores, define os currículos de treinamento e desenvolvimento para cada cargo e função dos processos Produzir, Vender e Distribuir, de forma que fiquem 100% alinhados à estratégia do negócio. Os programas são estruturados para o desenvolvimento das competências requeridas para cada cargo/função. Para o processo Suportar, os programas são tratados com foco no desenvolvimento das competências requeridas para a função.

Processo	Horas de treinamento	Pessoas treinadas	Horas/pessoa
Vender	39.287	708	55h
Distribuir	45.082	1.207	37h
Suportar	8.638	232	37h
Produzir	19.707	229	35h
GERAL	114.004	2.756	41h

Programa Atendimento Nota 10

Com o objetivo de garantir a melhoria na qualidade da prestação de serviços da Spaipa e alinhar as atitudes dos colaboradores a visão, missão e valores da empresa, em julho de 2006 foi iniciado o Programa Atendimento Nota 10, do qual participaram 1.800 pessoas, divididas em 80 turmas. Ao todo, foram 640 horas de cursos.

Programa de Desenvolvimento de Equipe e Individual - Coaching

Busca desenvolver as bases do trabalho em equipe, trabalhando as competências individuais e coletivas através da metodologia Coaching. Promove também a construção de uma nova mentalidade, atitude e metodologia de trabalho. Em 2006, 36 pessoas participaram da última edição do programa.



Programa de Mudança de Atitude/Mentalidade

Provocar uma reflexão, do ponto de vista comportamental, para mudanças. Esse programa é aplicado em áreas que estão em fase de reestruturação ou mudanças. Cerca de 250 pessoas participaram deste programa em 2006.



Programa de Pós-Graduação em Gestão de Negócios

Cerca de 50 gerentes e superintendentes de todas as áreas e unidades da Spaipa participaram do curso realizado em parceria com a Fundação Dom Cabral, referência em cursos na área empresarial. As aulas começaram em maio de 2005 e terminaram em maio de 2007.

Descrição de Cargos e Funções

Em outubro de 2006, a Spaipa iniciou o processo de atualização das descrições de cargos e funções. Essas informações irão alimentar os processos de recrutamento e seleção, treinamento, cargos e salários e gestores de cada processo. Em 2006 foram concluídos os processos Distribuir e Produzir. Em 2007 os demais processos serão concluídos.



SEGURANÇA DO TRABALHO: PRIORIDADE NA SPAIPA

Para a Spaipa, a segurança e o bem-estar de seus colaboradores estão acima de tudo. Em 2006, a empresa conquistou a certificação do seu Sistema de Gestão de Segurança, pela OHSAS 18001. As fábricas e principais unidades da Spaipa passaram a contar com esse Sistema que, junto com Qualidade e Meio Ambiente, compõe o Sistema de Gestão Integrada.

Direção Defensiva

A Spaipa realizou um treinamento com os vendedores que utilizam motocicletas como ferramenta de trabalho. Aproximadamente 200 colaboradores receberam um treinamento completo de direção defensiva em junho de 2006, gerando uma redução significativa no número de acidentes com colaboradores que utilizam motocicletas.



Ginástica Laboral

Essa é uma prática permanente da Spaipa. Os colaboradores têm a oportunidade de fazer ginástica laboral para melhorar a sua qualidade de vida.

Campanhas

Em 2006 a CIPA - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - realizou duas grandes campanhas na empresa:



no trânsito

Em dezembro, uma campanha direcionada a todos os colaboradores da Spaipa alertou sobre os perigos do trânsito, deu dicas sobre direção defensiva e primeiros socorros. Materiais impressos foram distribuídos para reforçar as mensagens.

no lar

Realizada em outubro, durante a festa do Dia das Crianças de Curitiba, a campanha sobre Segurança no Lar teve como foco as crianças. Foi montado um estande no local da comemoração e distribuídos materiais que alertavam os pais sobre cuidados ao armazenar produtos químicos e de limpeza e ao mexer com fogo ou materiais cortantes perto dos filhos.

tributos e encargos da Spaipa

Uma das formas de medir o investimento de uma empresa em sua comunidade é através de seus tributos e encargos. Em 2006, a contribuição federal, estadual e municipal da Spaipa continuou sendo expressiva, bem como os encargos sociais. Confira os números:

IMPOSTOS/CONTRIBUIÇÕES PAGOS - mil R\$	2006	2005
Federal	2.954	5.445
Estadual	157.579	128.953
Municipal	56	180
Total em mil R\$	160.589	134.578
Encargos sociais em mil R\$	20.310	16.734

demonstrativo do relatório social de 2006

	2006	2005
BASE DE CÁLCULO	valor (mil R\$)	valor (mil R\$)
receita líquida (RL)	946.471	783.107
resultado operacional (RO)	94.291	70.514
folha de pagamento bruta (FPB)	82.956	62.986

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA)	valor (mil R\$)	% sobre DVA	valor (mil R\$)	% sobre DVA
valor adicionado a distribuir	368.891		310.132	
governo	160.589	43,5%	134.578	43,4%
colaboradores	97.643	26,5%	75.059	24,2%
financiadores	27.036	7,3%	27.215	8,8%
acionistas	60.678	16,4%	50.666	16,3%
outros	22.945	6,2%	22.614	7,3%

INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL	valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL
alimentação	5.597	6,75%	0,59%	4.497	7,14%	0,57%
encargos sociais compulsórios	20.310	24,48%	2,15%	16.734	26,57%	2,14%
previdência privada	2.556	3,08%	0,27%	1.817	2,88%	0,23%
saúde	2.624	3,16%	0,28%	2.226	3,53%	0,28%
segurança e medicina no trabalho	1.349	1,63%	0,14%	1.040	1,65%	0,13%
educação e cultura	198	0,24%	0,02%	250	0,40%	0,03%
capacitação e desenvol. profissional	1.273	1,53%	0,13%	1.270	2,02%	0,16%
creches ou auxílio-creche						
participação nos lucros ou resultados	5.618	6,77%	0,59%	87	0,14%	0,01%
outros	1.138	1,37%	0,12%	1.018	1,62%	0,13%
total dos indicadores sociais internos	40.663	49,02%	4,30%	28.939	45,95%	3,70%

INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL	valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL
educação	65	0,07%	0,01%	118	0,17%	0,02%
cultura						
saúde e saneamento				4	0,01%	0,00%
esporte						
combate à fome e segurança alimentar	153	0,16%	0,02%	166	0,24%	0,02%
outros	164	0,17%	0,02%	69	0,10%	0,01%
total das contribuições para a sociedade	382	0,41%	0,04%	357	0,51%	0,05%
tributos (excluídos encargos sociais)	160.589	170,31%	16,97%	134.578	190,85%	17,19%
total dos indicadores sociais externos	160.971	170,72%	17,01%	134.935	191,36%	17,23%

INDICADORES AMBIENTAIS	valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL	valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL
relacionados com a operação da empresa	1.925	2,04%	0,20%	2.693	3,82%	0,34%
em programas e/ou projetos externos	65	0,07%	0,01%	41	0,06%	0,01%
total de investimentos em meio ambiente	1.990	2,11%	0,21%	2.734	3,88%	0,35%

INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL	2006	2005
empregados ao final do período	2.235	1.925
admissões durante o período	659	561
empregados terceirizados	830	797
empregados acima de 45 anos	116	102
mulheres que trabalham na empresa	185	149
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	11,0%	11,0%
negros que trabalham na empresa	285	163
% de cargos de chefia ocupados por negros	1,9%	1,3%



Rod. BR 277 - km 81,5 nº 3.524 | Uberaba | 81.550-390 | Curitiba - PR | (41) 2109-2000

A Central de Relacionamento Spaipa (CRS) é o seu canal de comunicação conosco.
Entre em contato com a CRS através do 0800 707 9191 e deixe a sua opinião sobre este Relatório.
Dúvidas, sugestões e críticas são sempre bem-vindas. Participe!

