

MÁRCIA CAMARGO DE ALMEIDA / FELIPE KRAUSS

OITENTA ANOS DE “SORRISOS BRILHANTES”

No final da década de 20, a Colgate-Palmolive iniciava sua trajetória no Brasil. De uma pequena importadora de dentifrícios, baseada no Rio de Janeiro, a companhia se transformou em uma das maiores e melhores indústrias de higiene, limpeza e nutrição animal.

Pioneira na comercialização de dentifrícios no País, a Colgate-Palmolive Brasil tem hoje a maior fábrica de cremes dentais do mundo. Não existe em lugar algum outra planta fabril com a capacidade da unidade da Via Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP). Além de suprir o mercado interno, no qual a companhia mantém a liderança absoluta nesta categoria, a Colgate-Palmolive exporta para mais de 50 países.

A companhia busca o crescimento sustentável para seus negócios e parceiros comerciais, por meio de uma equipe vencedora, que gosta de desafios. Essa postura se reflete na avaliação dos clientes, como os supermercadistas, que elegeram a Colgate-Palmolive o Melhor Fornecedor do Ano em 2006.

Desde a década de 70, a preocupação da empresa com o meio ambiente e com a sociedade é crescente. Nesses 30 anos, a Colgate-Palmolive aperfeiçoou, melhorou continuamente suas práticas e ampliou sua atuação social. Hoje, a companhia participa ativamente de importantes projetos de melhoria da saúde e da educação, por meio de programas próprios, parcerias e estímulo ao voluntariado.

A Colgate-Palmolive acredita que a educação é primordial para o crescimento do País. Em primeiro lugar, para que a população esteja melhor prepara-



da a exercer sua cidadania e se colocar no mercado de trabalho. Em segundo, porque sem ela as ações preventivas de saúde e de preservação da natureza não surtem efeito.

Para zelar pelo meio ambiente, a Colgate-Palmolive adota rigorosos padrões globais de proteção e preservação. Além disso, apoia projetos de recuperação e reflorestamento, e desenvolve um programa de educação ambiental.

Para cumprir sua missão de levar aos consumidores produtos fabricados de acordo com padrões de alta qualidade e respeito ao meio ambiente, a Colgate-Palmolive conta com seu principal diferencial competitivo. O público interno é a força motriz de seu crescimento rentável e sustentável. Por isso, é tão importante atrair talentos, retê-los e dar a eles tranquilidade no momento da aposentadoria. A prática de recursos humanos na Colgate-Palmolive está baseada em: gerenciamento com respeito, valorização das pessoas, desenvolvimento profissional, comunicação eficiente, formação de lideranças, consciência socioambiental, estímulo ao voluntariado, trabalho em equipe, melhorias contínuas e respeito.

Essa política traz resultados extremamente positivos para a Colgate-Palmolive no Brasil e para todos os públicos com os quais a empresa se relaciona. Assim, o *case* "80 anos de Sorrisos Brilhantes" resume a história, as práticas, o papel das pessoas, a força das marcas, o relacionamento da companhia com seus *stakeholders* e suas ações socioambientais. Adicionalmente, são considerados indicadores de performance econômica e ambiental que comprovam a eficácia dessas estratégias.

APRESENTAÇÃO

A Colgate-Palmolive Company é uma empresa global, com negócios em mais de 200 países e vendas superiores a US\$ 11 bilhões. Muitas de suas marcas estão entre as mais conhecidas mundialmente. Entre elas, Colgate (cremes dentais, escovas e fios dentais, enxaguantes bucais e produtos para dentistas), Palmolive (xampus, pós-xampus e sabonetes), Protex (sabonetes), Pom Pom (cuidados de higiene infantil), Ajax (limpadores), Olá (cuidados com as roupas) e

HilFs (produtos para nutrição animal). No Brasil, a companhia ainda tem as marcas Sorriso, Tandy e Pinho Sol.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Na Colgate-Palmolive Company, governança é um compromisso compartilhado por todas as pessoas, inclusive o Conselho de Administração, a direção global e as diretorias locais. O sucesso da companhia é o resultado de estratégias tais como a concentração nas principais categorias de produtos e marcas globais, em programas de desenvolvimento profissional e em elevados padrões empresariais. O compromisso com a governança corporativa fundamenta-se em sete princípios:

- Independência, experiência e diversidade do Conselho de Administração. Desde 1989, todos os membros do Conselho de Administração da Colgate-Palmolive Company, à exceção do CEO, não pertencem à companhia. São profissionais independentes com grande experiência em negócios, educação e serviços públicos, com larga vivência internacional, importantes realizações acadêmicas, fortes referências morais e éticas e provenientes de diversos campos de atividade.
- Foco nas prioridades de negócio e o desenvolvimento de líderes.
- Supervisão eficaz garantida pela

comunicação franca e aberta entre o Conselho de Administração e a Diretoria Executiva.

- Normas escritas destinadas a orientar a governança e a integridade nos negócios.
- Papel ativo na manutenção da integridade das demonstrações contábeis da companhia.
- A boa governança como responsabilidade de todas as pessoas da Colgate-Palmolive Company.
- Melhorias contínuas como requisito da boa governança.

DIÁLOGOS COM ACIONISTAS

Para garantir a transparência do seu negócio, a empresa divulga suas informações financeiras e institucionais, estratégias e resultados por meio do siteinvestor.colgate.com,

Todas as informações financeiras da Colgate-

A Colgate-Palmolive Company é uma empresa global, com negócios em mais de 200 países e vendas superiores a US\$ 11 bilhões

Palmolive Company são divulgadas aos acionistas por meio de um relatório financeiro anual. Os acionistas são convidados a participar, anualmente, de uma reunião para conhecer os resultados do ano que passou e os objetivos e estratégias do ano em curso. A reunião é conduzida pela diretoria global da Colgate-Palmolive e, posteriormente, transformada em vídeo para que os funcionários da companhia possam conhecer o que é apresentado na ocasião.

Entre os acionistas estão os funcionários vencedores do Programa Presidente de Reconhecimento, que são premiados com certificados de ações, e os participantes do Plano de Aquisição de Ações,

COLGATE-PALMOLIVE BRASIL

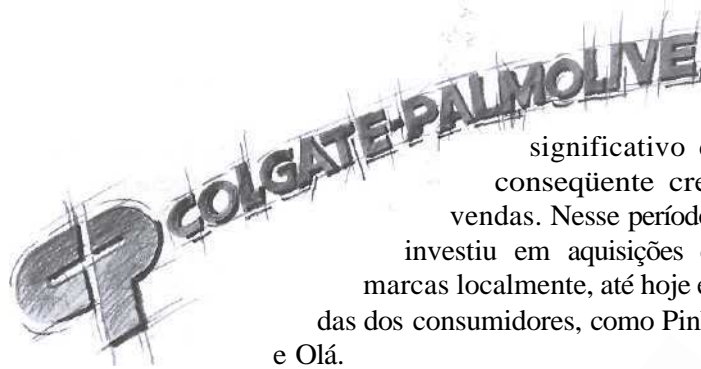
No Brasil, a história da companhia tem início no Rio de Janeiro com as operações da Colgate & Company of Brazil Limited. A instalação da empresa no País foi autorizada no dia 1º de fevereiro de 1927, pelo então presidente da República, Washington Luiz Pereira de Souza, pelo Decreto nº 17.661. Esta nova subsidiária fez parte da estratégia de expansão internacional da Colgate-Palmolive Company no final da década de 20.

Foi um ato histórico porque conferiu à empresa a primazia e o pioneirismo na introdução de dentífricos no Brasil e sua comercialização em escala. De primeira importadora de cremes dentais, transformou-se na maior produtora mundial.

No mesmo ano em que foi inaugurada, a companhia lançou o sabonete Palmolive, fabricado localmente, e dois anos mais tarde, o creme dental Colgate, que vinha em uma embalagem de alumínio, substituída na década de 90 pelos tubos laminados, fabricados internamente.

Os anos 40 marcaram o início da fabricação de creme dental no Brasil, além da expansão de sua atuação para todo território nacional. Em 1945, foi inaugurada a fábrica na Vila Mariana, hoje transformada na sede apenas com escritórios, e, em 1951, a fábrica no Distrito Industrial do Jaguaré, em São Paulo, responsável atualmente pela produção de líquidos e sabonetes.

Da década de 50 aos anos 80, os resultados de vendas fizeram com que a empresa ampliasse gradualmente suas plantas fabris e o número de funcionários. Essa estratégia resultou um aumento



significativo de produção e conseqüente crescimento das vendas. Nesse período, a companhia investiu em aquisições de importantes marcas localmente, até hoje entre as preferidas dos consumidores, como Pinho Sol, Suavitel e Olá.

A partir da década de 70, a preocupação sócio-ambiental é crescente. A companhia no Brasil adota os padrões globais de segurança, meio ambiente e saúde ocupacional que, em muitos casos, superam as exigências legais. Auditorias locais e corporativas são realizadas periodicamente para garantir que tudo esteja em conformidade. A liderança no mercado de cremes dentais resultou na inauguração de uma fábrica específica para produtos de higiene bucal em 1992, no município de Osasco (SP). Três anos depois, a Colgate-Palmolive Company anunciou em Nova York (EUA) a compra das operações da Kolynos em 14 países, inclusive no Brasil, consolidando ainda mais sua posição de líder no mercado brasileiro.

Desde então, milhões de dólares foram investidos em modernização das fábricas e tecnologia, apoiados por um programa intenso de treinamento de todos os funcionários, o que transformou a Colgate-Palmolive Brasil em um pólo exportador de produtos de higiene oral e pessoal. Com a inauguração das linhas de alta tecnologia, no dia 7 de julho de 2005, a fábrica da Anchicta (antiga fábrica da Kolynos) tornou-se a maior do mundo na produção de cremes dentais.

No final da década de 90, o mercado consumidor brasileiro tornou-se mais maduro, com pessoas mais exigentes e críticas em relação aos produtos. E neste cenário que a empresa visualizou a oportunidade de introduzir novidades e inovações nas áreas de higiene oral, cuidados pessoais, limpeza doméstica e nutrição animal.

MISSÃO, PRINCÍPIOS E VALORES

Todas as diretrizes da Colgate-Palmolive Brasil estão profundamente alinhadas à estratégia mundial da companhia. A visão da Colgate-Palmolive Company é ser a melhor empresa de produtos de consumo de massa do mundo. Para isso, adota como estratégia investir em inovação e novos produtos; conhecer ainda mais os consumidores; melhorar a eficiência e a eficácia de seus negócios; fortalecer a parceria com seus clientes, profissionais de odontologia e a comunidade; e desenvolver as pessoas. Por

meio de profissionais capacitados, bem treinados e i ATUAÇÃO RESPONSÁVEL
 motivados, a companhia consegue dar continuidade
 ao seu sucesso financeiro, ano após ano. Essas pes-
 soas atuam em diversas partes do mundo, sempre
 sob três valores fundamentais: respeito, trabalho em
 equipe e melhorias contínuas.

O respeito refere-se a colegas, consumidores, ou-
 tras empresas com as quais a empresa se relaciona,
 profissionais de odontologia, comunidades e meio
 ambiente. A equipe da Colgate-Palmolive está com-
 prometida em agir com sensibilidade, integridade e
 honestidade em todas as situações, escutar o outro
 com respeito e valorizar as diferenças individuais. A
 companhia também tem o compromisso de proteger
 o meio ambiente globalmente e contribuir para o
 desenvolvimento das comunidades onde as pessoas
 vivem e trabalham.

Inserir o trabalho em equipe como um de seus
 valores é uma forma de reconhecer que compartilhar
 idéias, tecnologias e talentos traz
 ganhos ao crescimento rentável e
 sustentável.

A Colgate-Palmolive está
 comprometida com as melhorias
 contínuas. O melhor entendi-
 mento das expectativas de seus
 consumidores e clientes, e o
 trabalho contínuo em inovação,
 aperfeiçoamento de produtos,
 serviços e processos levará a
 companhia a atingir os mais altos
 níveis de excelência e tornar-se O
 Melhor Lugar Para Trabalhar.

Todas as lideranças passam pelo treinamento
 de Gerenciamento com Respeito, que pressupõe a
 vivência dos valores da Colgate-Palmolive. Para isso,
 cinco princípios são estabelecidos: comunicar-se de
 maneira eficaz, dar e receber *feedback*, valorizar as
 contribuições individuais, promover o trabalho em
 equipe e dar o exemplo.

Em 1987, surgiu o Código de Conduta, atendendo
 a demanda de documentar os valores da compa-
 nhia e a conduta que deles decorre. O código traz
 os princípios a serem seguidos nas relações com os
 colegas de trabalho, consumidores, outras empresas,
 governo, comunidade e acionistas, sempre com base
 na integridade, na equidade e no respeito humano.
 É periodicamente atualizado para garantir sua
 abrangência e relevância. As violações ao Código de
 Conduta podem ser denunciadas pela Linha Direta,
 sediada na matriz, em Nova York.

No Brasil, a história da companhia tem início no Rio de Janeiro com as operações da Colgate & Company of Brazil Limited

Respeito é um dos fundamentos do sucesso global
 da Colgate-Palmolive, que leva às pessoas ao redor do
 mundo marcas reconhecidas que tornam suas vidas
 mais saudáveis. Em todos os lugares onde a compa-
 nhia tem negócios, atua com respeito por colegas,
 parceiros comerciais, meio ambiente e comunidades.
 O respeito uns pelos outros, por acionistas, consu-
 midores, clientes e fornecedores em todas as nossas
 relações profissionais, é valorizado e mostrado na
 companhia. A Colgate-Palmolive apoia programas
 comunitários que contribuem para a melhoria da
 qualidade de vida e da saúde dos envolvidos, além de
 promover a educação para higiene bucal e pessoal
 de crianças e adultos, ao redor do mundo.

O desenvolvimento da Colgate-Palmolive está
 correlacionado ao cumprimento de suas responsabi-
 lidades em relação a pessoas, comunidades e natureza.

A empresa reconhece que precisa
 ampliar continuamente seus es-
 forços para tornar o mundo um
 lugar melhor para se viver.

FUNCIONÁRIOS

Na Colgate-Palmolive Brasil,
 a gestão de pessoas inclui a atra-
 ção de jovens talentos, a formação
 do profissional, a retenção e a
 aposentadoria. Em outras pala-
 vras, a política da companhia é
 cuidar do funcionário desde o momento em que ele
 entra na empresa até sua saída, atendendo as dife-
 rentes necessidades que uma pessoa tem ao longo
 da vida,

Atração

Para apoiar o ingresso de universitários no am-
 biente profissional, foi criado o Programa de Desen-
 volvimento de Talentos. Por meio dele, procura-se
 extrapolar suas responsabilidades e contribuir para a
 qualificação profissional de estudantes de todo o país,
 oferecendo a eles desafios e vivências condizentes ao
 aprendizado da faculdade.

Ao ingressar na companhia, o estagiário participa
 de um processo de integração, estabelece objetivos
 individuais, passa periodicamente por uma avaliação
 de desempenho e competências e tem a oportuni-
 dade de apresentar seu trabalho a toda diretoria da
 companhia, em evento semestral. Para tudo isso,

ele conta com o suporte de um profissional mais experiente e da área de Recursos Humanos.

Outra fonte de atração de talentos é o site da empresa. Desde a criação da seção "Trabalhe Conosco" (2002) até 2006; mais de 60 mil profissionais cadastraram seus currículos.

Formação

Para contribuir com o desenvolvimento de seus profissionais, a Colgate-Palmolive Brasil tem em seu portfólio mais de 200 tipos de cursos e treinamentos, que visam ao aperfeiçoamento específico de habilidades ligadas ao negócio e ao crescimento pessoal. Além disso, a companhia oferece bolsas de estudo para cursos acadêmicos e de idiomas.

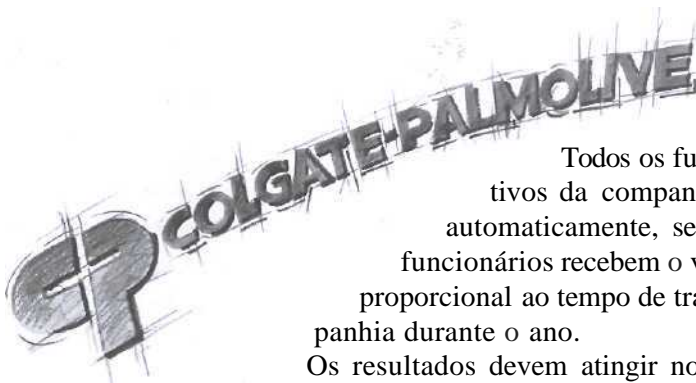
A filosofia de educação e treinamento segue quatro princípios: ser específico em relação a atividades da companhia; compartilhar práticas de excelência; ter uma aplicação prática no trabalho; e ser ministrado pelas lideranças da Colgate-Palmolive Brasil. Por isso, o portfólio inclui cursos globais e locais, que vão desde a formação de instrutores/ multiplicadores até aplicativos de informática, passando por habilidades gerenciais e treinamentos específicos de uma área ou função.

Desenvolvimento

Todos os funcionários têm oportunidades claras de desenvolvimento e aperfeiçoamento profissional. Para isso, contam com avaliações periódicas e planejamento de melhorias, que facilitam o trabalho de direcionar esforços em busca do crescimento. Em sua política de desenvolvimento, a empresa não faz distinção entre funcionários administrativos e de fabricação. Cada área tem ferramentas específicas de treinamento, planejamento e avaliação de desempenho. Em todas elas, o conceito é o mesmo: investir no desenvolvimento profissional.

Retenção

Para reter talentos, a Colgate-Palmolive Brasil adota a prática de recompensa e remuneração. O programa de Participação nos Resultados é estabelecido com base em metas geral e departamentais, definidas anualmente. A meta geral refere-se ao valor em reais de vendas líquidas e representa 50% dos objetivos. As metas departamentais compõem os outros 50% e são definidas e validadas pelos responsáveis de cada área.



Todos os funcionários efetivos da companhia participam automaticamente, sendo que novos funcionários recebem o valor do prêmio proporcional ao tempo de trabalho na companhia durante o ano.

Os resultados devem atingir no mínimo 90% e, no máximo, 110% do objetivo estabelecido para o ano (Vendas + Departamentais). A partir desse percentual, pratica-se uma tabela para o cálculo do valor do bônus a ser pago. Outros fatores que contribuem para a retenção dos profissionais na Colgate-Palmolive Brasil são os programas estruturados de reconhecimento, incentivo, benefícios e investimentos, descritos a seguir:

Reconhecimento

O Prêmio Profissional CP reconhece a contribuição dos funcionários para o sucesso global da companhia. A cada cinco anos de trabalho, seus esforços são reconhecidos e agradecidos formalmente. A homenagem é feita direta e pessoalmente pelo presidente da companhia, em evento especial, realizado a cada quatro meses. Para a equipe de Vendas, a premiação ocorre durante a Convenção de Vendas.

Incentivo

Criado em 1986, o Programa Presidente de Reconhecimento é uma ferramenta de incentivo à prática dos valores corporativos e reconhecimento dos projetos bem-sucedidos.

Todos os funcionários podem participar, nomeando a si próprio ou aos colegas. Por meio de um comitê, composto por representantes de todas as áreas, o programa elege vencedores trimestrais, anuais e mundiais. Projetos brasileiros já foram vencedores mundiais oito vezes. Os critérios de avaliação são criatividade, inovação e superação de dificuldades, entre outros. O Programa Presidente reconhece o mérito dos projetos já implementados. Para sugerir idéias de melhoria, os funcionários contam com o Acelerando o Crescimento Rentável, Já, lançado em 2004. O programa premia as melhores idéias, eleitas também por um comitê composto por integrantes de todas as áreas. As melhores sugestões são implementadas.

Benefícios

A política de cuidar do profissional ao longo de sua vida pressupõe a prática de processos flexíveis, que se adequam às diferentes fases de um profis-

sional. Por isso, a Colgate-Palmolive Brasil oferece um programa de benefícios que permite a individualização dos planos, de acordo com as necessidades de cada funcionário. São eles: plano médico, plano odontológico, seguro de vida e acidentes e previdência privada. Podem participar funcionários ativos e seus dependentes.

Investimentos

Para oferecer ao funcionário a oportunidade de tornar-se proprietário da companhia, foi criado o Plano de Aquisição de Ações. O plano possibilita investir na compra de ações da Colgate-Palmolive Company e se beneficiar do sucesso financeiro conquistado ano a ano. As ações são negociadas por um banco contratado pela Colgate-Palmolive para gerir o programa, possibilitando assim o acesso de todos os funcionários, mesmo aqueles que não estão habituados com esse tipo de investimento.

Segurança e Saúde Ocupacional

A política de segurança e saúde ocupacional da Colgate-Palmolive Brasil envolve o fornecimento de ferramentas e equipamentos necessários a um ambiente seguro, e, principalmente, com educação e conscientização. Cada funcionário é responsável por sua segurança, pela de seus colegas e outras pessoas que transitam pela empresa. A prática intensa de educação contribui significativamente para melhoria dos índices de segurança.

Meios de diálogo

Para se comunicar com a companhia, os funcionários contam com inúmeras ferramentas de comunicação interna, face-a-face e pesquisa de clima.

Entre as ferramentas de comunicação interna destacam-se: revista corporativa, jornal-mural e Intranet, entre outras. Essa última mídia é acessível também aos funcionários que não trabalham diretamente com o computador, por meio de quiosques e cyber cafés. A Colgate-Palmolive Brasil foi vencedora do Top RH 2003 com o *case* de comunicação interna. Para contribuir com a melhoria da comunicação face-a-face, a empresa disponibiliza a todos os funcionários de nível gerencial o treinamento de Coaching & Feedback. O objetivo é treinar os líderes a se comunicarem melhor com suas equipes.

A cada dois anos, as pessoas podem expressar sua opinião em relação à companhia, voluntariamente, na pesquisa de clima. Todos podem participar. Não é preciso se identificar. Os resultados da pesquisa geram oportunidades de melhorias gerais e departamentais, que são divulgadas para todos os funcionários. As ações de melhoria são monitoradas pelo departamento de RH.

CONSUMIDORES

O compromisso com o consumidor é expresso nas estratégias de negócio da Colgate-Palmolive Brasil, que pressupõem o entendimento das necessidades dos consumidores e o oferecimento de produtos inovadores, de alta qualidade.

; Entender o consumidor

A empresa conta com um departamento específico, ligado à área de Marketing, para entender o consumidor e suas expectativas. A missão dos profissionais que atuam nesse departamento é ouvir o consumidor e aprender com ele, com respeito e de uma maneira profissional e consistente. Além disso, é preciso trazer o *feedback* dos consumidores para os processos de decisão, contribuindo para a melhoria dos produtos existentes e desenvolvimento de novidades que vão ao encontro, ou até mesmo antecipem, as necessidades de consumo.

**Entender o
consumidor é
uma forma de
expressão do
compromisso da
Colgate-Palmolive
com as pessoas**

Foco no shopper*

Entender o consumidor é uma forma de expressão do compromisso da Colgate-Palmolive com as pessoas. Em um País como o Brasil, as preferências são inúmeras e dependem da região, do custo de vida e do local de compra. Por isso, a empresa desenvolve regularmente trabalhos de conhecimento focado no *shopper* (consumidor no momento do ato da compra na loja, no ponto-de-venda).

Diversas pesquisas foram realizadas como: mapeamento do canal indireto, árvore de decisão de compras, estudos do ambiente de varejo, de distribuição e elasticidade de preço. Tudo isso possibilitou um ajuste minucioso em todas as estratégias da companhia, para superar as expectativas de seus consumidores.

Respeito

Todo relacionamento é construído com base na confiança. Por isso, a Colgate-Palmolive Brasil adota uma política de respeito à privacidade dos consumidores, não divulgando as informações pessoais daqueles que entram em contato com a companhia, atendendo ao disposto no Código de Conduta da Sociedade Brasileira de Pesquisa de Mercado. O respeito é expresso também na prática responsável de anunciar e fazer promoções.

Segurança e Qualidade

A segurança dos consumidores é a grande prioridade da companhia. Os produtos fabricados pela Colgate-Palmolive devem atender ou superar as exigências legais e observar todos os padrões estabelecidos pela corporação. A segurança é também um dos critérios para a seleção de matérias-primas. Para assegurar a qualidade dos produtos em todo o mundo, foram desenvolvidos padrões globais. Os funcionários de fabricação são treinados constantemente para conhecer esses padrões e saber como identificá-los no dia-a-dia. O atendimento aos padrões de qualidade é verificado também em auditorias locais e globais.

Diálogo

O contato com o consumidor é feito por meio de pesquisas, além, é claro, do grande referencial de diálogo com o consumidor por meio do Centro de Atendimento Colgate-Palmolive. Criado em 1989, o Centro de Atendimento recebe, em média, 7,000 contatos por mês.

Mês da Saúde Bucal

Em todo mês de outubro, a Colgate-Palmolive realiza o Mês da Saúde Bucal, com atividades educativas em pontos-de-venda e escolas de todo o País.

Em escolas do ensino fundamental da rede pública de São Paulo e em lojas de bairro, a companhia também realiza concursos culturais para promover a boa saúde bucal e fortalecer esse hábito nas crianças.

CLIENTES

A missão comercial da Colgate-Palmolive é ser

percebida como a melhor fornecedora nas categorias em que atua, superando as expectativas dos clientes e gerando crescimento rentável e sustentável para a companhia e seus parceiros comerciais. Os resultados de vendas dependem do trabalho em equipe de todos os funcionários pela busca de melhorias contínuas para o cliente, que reflitam conquistas junto ao consumidor. Essa missão tem como base o diálogo e a construção de relacionamentos.

Por isso a Colgate-Palmolive Brasil trabalha com foco em times multifuncionais, integração do novo processo comercial, na execução do ponto-de-venda e o Top to Top, na qual é possível identificar oportunidades de crescimento mútuo e pontos de desenvolvimento.

PROFISSIONAIS DE ODONTOLOGIA

A opinião e a recomendação dos profissionais de odontologia para os negócios da Colgate-Palmolive são extremamente significativas. Por isso, a política de relacionamento da empresa com esse público vai desde a divulgação específica de seus produtos até um programa de educação continuada.

Entre as ações, destacam-se:

Prev News

O Colgate Prev News - The Oral Care Report é um boletim informativo sobre os avanços em odontologia e saúde bucal, desenvolvido pela companhia em conjunto com o departamento de Oral Health Policy and Epidemiology da Harvard School of Dental Medicine. Foi implementado no Brasil em 1985 e, atualmente, é distribuído gratuitamente para 30 mil cirurgiões-dentistas de todo País, em quatro edições anuais. Por meio deste informativo, os leitores podem participar de um programa de educação profissional continuada e recebem o certificado de Harvard.

Prêmio Nacional de Odontologia Preventiva

Para incentivar a pesquisa e o desenvolvimento de ações de promoção de saúde bucal entre acadêmicos de odontologia do País, a empresa promove o Prêmio Nacional de Odontologia Preventiva, reconhecendo os melhores trabalhos inéditos cujo tema prevenção seja entendido como um recurso a uma prática odontológica individual e coletiva. Podem participar gratuitamente os estudantes de graduação e pós-

graduação em odontologia de todas as universidades brasileiras que concorrem na categoria Pesquisa Experimental.

Projeto Futuro Profissional

Essa é uma iniciativa de incentivo ao estudante de odontologia ao longo de sua formação acadêmica, que leva conhecimento em saúde bucal por meio de palestras e jornadas, da distribuição de amostras e materiais científicos e também da divulgação de produtos da Colgate-Palmolive Brasil.

Programa de visitação em consultórios dentários

A Colgate-Palmolive Brasil conta com uma equipe de propagandistas que visita os profissionais de odontologia em diversas partes do Brasil para apresentar os lançamentos, distribuir amostras e esclarecer dúvidas técnicas sobre os produtos profissionais.

Relacionamento

Para trocar idéias e informações com os profissionais de odontologia, além das iniciativas citadas acima e da participação nos principais congressos de odontologia do Brasil, a Colgate-Palmolive mantém o site profissional, desenvolvido especialmente a este público (www.colgatcprofissional.com.br)

SORRISO SAUDÁVEL, FUTURO BRILHANTE

Desde a década de 70, a Colgate-Palmolive Brasil promove atividades educativas em saúde bucal, por meio do envio de materiais e produtos e visitas a escolas. No Brasil desde 1995, o programa Sorriso Saudável, Futuro Brilhante já atendeu cerca de 42,5 milhões de crianças, em mais de 4.800 cidades de 27 Estados brasileiros. O programa Sorriso Saudável, Futuro Brilhante é dividido em subprojetos para otimizar sua cobertura e melhorar a eficiência dos atendimentos a necessidades específicas. O programa é reconhecido pela OMS (Organização Mundial da Saúde) e pela ABO (Associação Brasileira de Odontologia), e foi reconhecido pela comunidade por

meio do Prêmio Eco 99, promovido pela Câmara Americana do Comércio, e pelo Top Social 2000, promovido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil.

Plano Escolar

Dentistas treinados pela Colgate-Palmolive Brasil levam a alunos de 1ª a 4ª séries do ensino fundamental recomendações sobre os cuidados com a higiene bucal, como escovação correta, alimentação e visita regular ao dentista.

Multiplicadores

A área de Serviços Educacionais da Colgate-Palmolive Brasil leva materiais didáticos educativos a professores e profissionais ligados à saúde e à educação, com o objetivo de difundir a importância da saúde bucal e os cuidados corretos de higiene. Fazem parte dos Multiplicadores, diversos projetos, tais como:

Colgate Nativo

Desde 1989, este programa, realizado em parceria com a Unifesp (Universidade Federal de São Paulo) e a Fundação Nacional de Saúde, proporciona aos povos indígenas tratamentos curativos e preventivos, além de promover a educação em saúde bucal por meio de atividades educativas e formar agentes multiplicadores de saúde. Mais de 50 mil índios das tribos Xingu, Xavante e Enawene Nawe já foram atendidos. Atualmente, o projeto envolve trabalhos efetivos no combate a cáries e perda precoce de dentes no Parque Nacional do Xingu e terras indígenas Xavante.

SOS SORRISO SAUDÁVEL

Uma iniciativa da Associação Paulista de Cirurgiões Dentistas (APCD) com apoio da Colgate-Palmolive Brasil, que desenvolve ações educativas e preventivas para melhoria da saúde bucal e qualidade de vida das populações mais desfavorecidas. O projeto já beneficiou aproximadamente 210 mil pessoas, entre crianças, adolescentes, adultos e idosos.

Desde a década de 70, a Colgate-Palmolive Brasil promove atividades educativas em saúde bucal, por meio do envio de materiais e produtos e visitas a escolas

INMED Brasil

Em parceria com a INMED Brasil, uma ONG dedicada ao desenvolvimento de crianças carentes, a Colgate-Palmolive Brasil realiza ações de promoção e conscientização à saúde bucal com a entrega de kits de higiene bucal.

Brasil Sorrindo

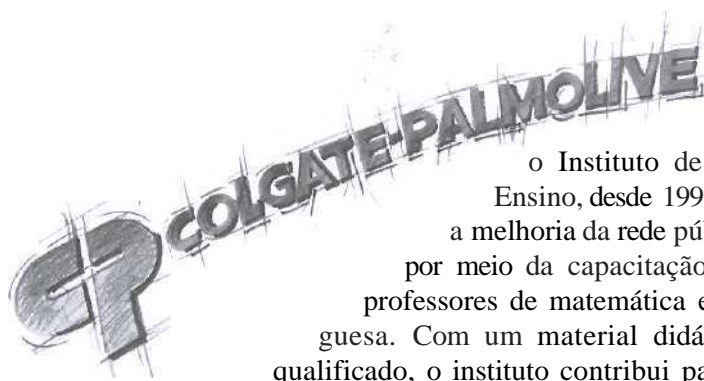
Uma Van equipada com consultório odontológico completo percorre o País para levar gratuitamente tratamento preventivo e curativo a regiões distantes ou carentes de cuidados odontológicos. Desde 1995, foram realizados 85 mil procedimentos odontológicos.

PARCERIAS SOCIAIS

Contribuição Financeira

Muitas ONGs só sobrevivem por meio da doação financeira da iniciativa privada. Por isso, apesar de ter seus próprios projetos, a Colgate-Palmolive Brasil mantém ativo seu programa de doação financeira, criado na década de 20, junto com a fundação da companhia no Brasil. As doações são feitas para instituições que visam à melhoria das condições de vida de comunidades carentes, nos campos da saúde, educação e qualidade de vida. Entre as instituições beneficiadas estão a Fundação Abrinq (defesa dos direitos da criança), a Associação Parceria Contra as Drogas (divulgação de campanhas educativas de combate às drogas) e o Instituto Ayrton Senna (melhorias educacionais). Parceira da Colgate-Palmolive Brasil desde sua fundação, a Associação Viva e Deixe Viver é uma organização da sociedade civil de interesse público que conta com o apoio de voluntários que se dedicam a contar histórias para crianças e adolescentes hospitalizados.

Com apoio internacional de diversas empresas, entre elas a Colgate-Palmolive Brasil, a Operation Smile realiza cirurgias gratuitas de correção facial no Brasil e em todo o mundo. A equipe conta com profissionais estrangeiros e brasileiros, incluindo o coordenador médico da companhia, Dr. Carlos Viana. A ONG já atendeu 100 mil pessoas em cerca de 25 países. No Brasil foram quase 3.000. Em 2010, a ONG prevê um atendimento de aproximadamente mil crianças por ano. Por aqui, desde novembro de 2006, a ONG passou a se chamar Operação Sorriso do Brasil. A Colgate-Palmolive Brasil também apoia



o Instituto de Qualidade no Ensino, desde 1992, que promove a melhoria da rede pública de ensino, por meio da capacitação de 100% dos professores de matemática e língua portuguesa. Com um material didático altamente qualificado, o instituto contribui para o ensino de crianças de 7 a 11 anos,

No Brasil, o programa já beneficiou mais de 900 mil alunos e 42 mil educadores de 3.000 escolas. A empresa também participa dos esforços para diminuir significativamente a enorme distância entre o desenvolvimento econômico e social do País, formando o Grupo de Líderes Empresariais/ Empresários pelo Desenvolvimento Humano. Esse grupo contribui para os projetos desenvolvidos pelo Instituto Ayrton Senna Se Liga (de alfabetização) e Acelera Brasil (de aceleração de aprendizagem), no Estado de Pernambuco. Em 2005, 102.629 jovens foram atendidos nos dois programas, atingindo 1.787 escolas e 181 municípios. O grupo contribui também para o programa SuperAção Jovem, em São Paulo, que, junto com o Instituto Ayrton Senna, em 2005 atendeu 176 mil jovens de aproximadamente 2.000 escolas do estado, distribuídas em 517 municípios.

Doação de Produtos

Desde sua instalação no Brasil, a Colgate-Palmolive Brasil adotou uma política para doação de seus produtos a entidades sem fins lucrativos, com reconhecimento de utilidade pública municipal, estadual ou federal. Têm prioridades no atendimento as entidades que contam com a participação voluntária dos funcionários. Mensalmente são atendidas 20 instituições. Já foram beneficiadas mais de 3.000 entidades de todo o País, entre elas a AACD, Instituto da Criança, Associação Cruz Verde, Amparo Maternal e Santas Casas de Misericórdia, entre outras.

Apoio

Parte da receita obtida com as vendas dos produtos da linha Sorriso Herbal é revertida para a Fundação SOS Mata Atlântica. Há 20 anos, essa ONG defende os remanescentes da Mata Atlântica e promove a recuperação das regiões devastadas, tanto pelo plantio quanto pelo desenvolvimento das comunidades que habitam essas regiões.

Entre as atividades desenvolvidas pela fundação com o apoio da Colgate-Palmolive Brasil está o Centro Tuzino de Educação Ambiental e Difusão do Palmito. Por meio de trilhas autoguiadas, os visi-

tantes conhecem princípios e técnicas para o manejo sustentável do palmito. O centro recebe cerca de mil visitantes (escolares, produtores e ambientalistas) por ano. Em 2007, esta parceria completa 10 anos. Várias atividades foram programadas para celebrar essa união (veja no final deste relatório).

VOLUNTARIADO

Funcionário Cidadão

Esse programa é uma parceria entre a Colgate-Palmolive Brasil e seus funcionários voluntários, que colocam em prática sua solidariedade por meio de campanhas internas de arrecadação de donativos e realização de atividades comunitárias com crianças e idosos.

Campanhas internas

Todos os anos, a Colgate-Palmolive Brasil promove internamente campanhas de arrecadação de agasalhos e brinquedos. Os donativos são entregues por funcionários voluntários em eventos especiais a instituições sociais.

Assistência social

No início do ano, os voluntários da Colgate-Palmolive Brasil definem um calendário de atendimento a entidades que assistem crianças, adolescentes e idosos. O objetivo é concentrar esforços para prestar um atendimento contínuo e de qualidade. Participam desse programa: o Lar Escola Pequeno Leão, em São Bernardo/SP; o Centro de Valorização do Idoso Nosso Lar, em Santo André/SP; o Madre Camila, no Jaguaré; e o Nosso Amiguinho, em Osasco. As atividades atingem, mais de 500 pessoas.

CLUBE DE ECOLOGIA

O clube de ecologia (ClubECO), criado em novembro de 2001, conta com 140 voluntários, entre funcionários da Colgate-Palmolive Brasil, familiares e amigos. Todos recebem capacitação contínua de meio ambiente, cultivo e desenvolvimento de atividades para crianças, e assistem também a palestras sobre voluntariado.

O atendimento é feito a crianças do ensino fundamental da rede pública. Elas participam de dinâ-

micas e atividades lúdicas, preparadas pelos voluntários para disseminar o conceito de preservação da natureza. Além de promover a educação ambiental, os voluntários são responsáveis pela manutenção dos três viveiros instalados na Colgate-Palmolive Brasil, que produzem anualmente cerca de 5.000 mudas cada um.

O ClubECO oferece palestras a funcionários, familiares e amigos a fim de capacitar cada vez mais pessoas, para promover a educação ambiental e cultivar mudas nativas da flora brasileira. Até hoje, mais de 30 mil mudas já foram produzidas e 7.000 pessoas atendidas em ações externas. Todas as informações do ClubECO estão disponíveis no site do clube, acessado por meio do site da Colgate-Palmolive Brasil (www.colgate.com.br). Lá, é possível visualizar a "Brincartilha", manual que

estimula as crianças a praticarem a reciclagem de uma forma divertida. Recentemente, para envolver os filhos dos funcionários na prática ambiental, foi criado o ClubECO do Futuro, uma iniciativa que objetiva levar voluntários e seus filhos a reservas ecológicas, zoológicos e parques nacionais, para despertar o comprometimento dessas crianças com o meio ambiente.

MERCADO E PRODUTOS

A Colgate-Palmolive Brasil produz e distribui anualmente 58,2 milhões de caixas de produtos, ou seja, cerca de 2,5 bilhões de unidades. Isso significa uma média anual de consumo de aproximadamente 13 produtos para cada brasileiro. É líder em várias categorias de produtos para consumo de massa, além disto, exporta para mais de 50 países.

Esses resultados são alcançados com o trabalho e a dedicação dos mais de 3.000 funcionários, que juntos produzem e entregam produtos de alta qualidade. Sua estrutura física compreende três unidades fabris, um centro de distribuição, sede administrativa em São Paulo e escritórios regionais de vendas localizados no Rio de Janeiro (RJ), em Porto Alegre (RS) e em Recife (PE).

DESEMPENHO ECONÔMICO

A Colgate-Palmolive Brasil é parte integrante

A Colgate-Palmolive Brasil produz e distribui anualmente 58,2 milhões de caixas de produtos, ou seja, cerca de 2,5 bilhões de unidades

da Colgate-Palmolive Company, cujas ações são negociadas na Bolsa de Valores de Nova York. A performance global da companhia vem do foco absoluto nos negócios-chave, associado a uma estratégia financeira extremamente bem-sucedida. Esta estratégia é adotada para aumentar a margem e a rentabilidade e, ao mesmo tempo, melhorar a eficiência, o que possibilita gerar recursos para investir no crescimento.

DESEMPENHO AMBIENTAL

A Colgate-Palmolive Brasil está comprometida com a proteção da saúde e segurança de todas as pessoas e do meio ambiente. Como resultado, a companhia adota em todo mundo padrões de segurança, saúde e meio ambiente, que atendem ou excedem as exigências legais. Todos os funcionários recebem mensalmente treinamentos sobre esses assuntos. O cumprimento dos padrões globais é verificado por meio de auditorias internas e externas.

Os esforços da companhia em preservar o meio ambiente concentram-se na redução dos impactos ambientais ligados diretamente às suas atividades. Entre eles o uso eficiente de água e energia, recursos essenciais à fabricação de seus produtos, tratamento de efluentes e reaproveitamento da água tratada, destinação correta do lixo e reciclagem e controle de resíduos sólidos. Em relação à reciclagem, a Colgate-Palmolive Brasil promove a coleta seletiva em todas as unidades e estimula os funcionários a seguirem este conceito também em casa, mostrando as vantagens de reciclar para a economia informal e para o meio ambiente.

A companhia sempre procura por oportunidades de melhorar a destinação dos resíduos sólidos, verificando parceiros confiáveis para adotar a reciclagem de outros materiais além de papel, plástico, vidro e metais.

Como resultado desta filosofia, surgiu a possibilidade de reciclagem dos tubos laminados - compostos por plástico e metal - adotada desde 2004. Os tubos laminados reciclados são utilizados pela indústria de telhas. Além disso, são adotados critérios de biodegradabilidade na escolha das embalagens e das matérias-primas utilizadas. A companhia investe também na operação eficiente das plantas fabris, a

fim de reduzir a emissão de CO₂, advindo das caldeiras utilizadas no processo de fabricação.

Somam-se a essas iniciativas a promoção da educação ambiental e o cultivo de espécies nativas da Mata Atlântica. Ambas as atividades são realizadas por funcionários e familiares voluntários do clube ecológico. Os centros de Pesquisa e Desenvolvimento da Colgate-Palmolive não desenvolvem testes que coloquem em risco a saúde de seres humanos ou animais.

SETORES DA ECONOMIA

A Colgate-Palmolive atua no Brasil nos segmentos de higiene oral e pessoal, limpeza do lar e nutrição animal. De acordo com dados da Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o setor de higiene e beleza apresentou um crescimento médio deflacionado composto de 10,7% nos últimos cinco anos, tendo passado de um faturamento líquido de impostos sobre vendas de R\$ 7,5 bilhões em 2000 para R\$ 15,4 bilhões em 2005.

O grande destaque deste mercado de higiene e beleza é o crescimento das exportações, que dobraram em apenas três anos e alcançaram em 2006 a marca de US\$ 485 milhões.

Em volume, esse setor ultrapassa 1,3 bilhão de toneladas e o crescimento, de 2001 a 2005, foi de 28%. Em 2006, o faturamento, segundo a Abihpec, foi de R\$ 17,3 bilhões (estimado). O segmento de higiene pessoal e oral representa cerca de 60% desse montante. Em volume, essa participação gira em torno de 92%. O mercado de limpeza caseira movimentou em 2006 aproximadamente R\$ 10,13 bilhões no Brasil, com 9,77 milhões de toneladas comercializadas, de acordo com informações da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (Abipla). Segundo a Abipla, a cesta de limpeza caseira cresceu 6% em valor e 9%, em volume.

Dados levantados pelo Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações) apontam para urna produção nacional, em 2006 (previsão), de 1,67 milhão de toneladas de ração para cães e gatos. Esse volume representa um aumento de 7% em relação à produção de 2005. O setor, segundo o sindicato, movimentou em 2006 cerca de US\$ 1 bilhão, um crescimento de 6% comparado ao ano anterior.

A estimativa da população brasileira de cães é de

28 milhões e a de gatos de 12 milhões, e o consumo de ração atende cerca de 50% desse total. Para a indústria, o maior impedimento de crescimento é a tributação sobre a produção, que é superior a 50%.

RH INTEGRADO AOS NEGÓCIOS

Os resultados apresentados neste *case* estão fundamentados no gerenciamento com respeito e na valorização das pessoas, práticas sustentadas pela atuação de uma área de Recursos Humanos integrado aos negócios.

Na Colgate-Palmolive, cada vez mais, essa área tem ação estratégica e integra o planejamento de

negócios. Para conquistar o crescimento rentável, a companhia acredita e aposta no seu público interno.

A área de Recursos Humanos é responsável por promover os valores corporativos (Respeito, Trabalho em Equipe e Melhorias Contínuas) em toda organização. Também está sob sua responsabilidade garantir a integridade nos negócios, a conduta ética, o desenvolvimento profissional e o gerenciamento com respeito.

A atuação desta área é norteada pelo princípio de tornar a Colgate-Palmolive "O Melhor Lugar Para Trabalhar". Essa estratégia tem como resultado "80 anos de Sorrisos Brilhantes".

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.

Márcia **Camargo de Almeida** é gerente de Benefícios, Comunicação Interna e Responsabilidade Social da Colgate-Palmolive;

Felipe **Krauss** é analista de Recursos Humanos/Comunicação Interna e Responsabilidade Social,