



SOROCABA

REFRESCOS

RESPONSABILIDADE SOCIAL

RELATÓRIO ANUAL

2002

Muito tem-se falado sobre companhias socialmente responsáveis que se tornaram cidadãs ao investir em projetos sociais junto à comunidade. É notável o trabalho e a iniciativa destas empresas no esforço em construir uma sociedade cada vez mais equilibrada.

Na Sorocaba Refrescos, acreditamos que antes de qualquer trabalho desenvolvido junto à comunidade, devemos focar em nosso público interno, e estar atento às demandas pessoais dele.

O desafio está em aliar a gestão do nosso negócio ao desenvolvimento de projetos sociais e ambientais que priorizem nossos colaboradores, mas incluam a comunidade em que estamos inseridos, conquistando a credibilidade de nossos stakeholders (os próprios colaboradores, clientes, fornecedores, consumidores, acionistas e instituições). Cada ação social da Sorocaba Refrescos está ligada ao seu Planejamento de Gestão e Código de Ética e aos Princípios das companhias que representamos, dando sustentabilidade e sentido para cada uma delas.

Tendo como foco as nossas bases de ação e atuação (Clientes, Produtos e Pessoas), as atividades contidas neste Relatório de Responsabilidade Social, nos mostra a forma como exercitamos a nossa responsabilidade social e os impactos positivos que nossos projetos geram aos nossos colaboradores, suas famílias e a comunidade como um todo.

Assim como os produtos que comercializamos e os serviços que prestamos, concluímos que é essencial que nossa relação com a sociedade seja construída com base na qualidade e em valores claros e éticos.

Os investimentos, são o retrato da nossa visão de cidadania corporativa, reconhecida pela comunidade local através da continuidade e consistência de nossas ações. Nestes 27 anos em Sorocaba e região, os laços com as pessoas estão cada vez mais fortes e transparentes, gerando um ciclo virtuoso e positivo pela perenidade da Sorocaba Refrescos.

Luiz Lacerda Biagi

Mensagem do Presidente



Estratégia

Há alguns anos a Sorocaba Refrescos tem como **Visão**: "ser reconhecida como a melhor fabricante e distribuidora do Brasil".

Para isso temos nos apoiado em estratégias e objetivos claros e participativos em todos os setores da empresa, como em nossos **Valores**, cuja prioridade é satisfazer nossos clientes, ter compromisso com a marca, realizar uma comunicação eficiente dentro e fora da fábrica, contando com a iniciativa e participação das pessoas que trabalham na Sorocaba Refrescos. Apoiamo-nos também em nosso **Negócio** como sendo uma empresa que fabrica e distribui, na região de Sorocaba, produtos que são sinônimos de qualidade e que oferecem aos seus clientes a possibilidade de desenvolver o seu negócio; e na nossa **Missão** que é atender as necessidades e desejos de todos os envolvidos com a Sorocaba Refrescos.

Dentro de nossa estrutura organizacional, apoiada em nosso organograma, criamos em 2002 três pilares de sustentação para atingirmos resultados ainda melhores: Clientes, Pessoas e Produtos começaram a se relacionar melhor a partir de uma comunicação mais eficaz, tendo as estratégias de manutenção (consolidar aquilo que está dando certo) e crescimento (melhorar rentabilidade, aumentar vendas e desenvolver novas tecnologias) como "pano de fundo".

Num segmento de consumo onde mais de 80% da venda é por impulso, sabemos que toda a empresa tem que ser ágil e estar sincronizada para disponibilizar nossas marcas em qualquer local e de preferência na medida exata para aquela ocasião, seja sua embalagem, tamanho, sabor ou temperatura.



Planejamento Estratégico
Relacionamento, Nosso Maior Investimento



Satisfação dos clientes

Centenas de contatos estão medindo a satisfação dos clientes. Empresa que tem como um de seus pilares "Cliente", a Sorocaba Refrescos está sempre buscando estreitar o contato com eles. Além do trabalho de pesquisa, o Call Center da Sorocaba Refrescos trabalha em contato com o cliente, através do Canal Direto, e com o consumidor, através do SAC. A equipe trabalha de Segunda a Sábado com o objetivo de proporcionar atendimento e retorno rápido aos clientes e consumidores. A linha disponível para os atendimentos é gratuita, não gerando custo algum ao consumidor e ao nosso cliente.

Em 2002 foram atendidas
56.790 ligações
entre reclamações,
solicitações e
elogios.

Quando a Sorocaba Refrescos nasceu em agosto de 1975, era apenas um depósito de bebidas. Na época, pertencia à Refrigerantes Campinas S.A. A fábrica foi inaugurada apenas em 7 de outubro de 1977 por Nelson Tauffic e Roberto Cerqueira e, mais tarde, acabou sendo incorporada pela Spall, sua franqueada vizinha. Antes, no entanto, em 1976, a Sorocaba Refrescos expande sua atuação e inaugura seu principal depósito, em Itapetininga/SP. Foi em 1985 que a família Junqueira e a Refrescos Ipiranga de Ribeirão Preto, hoje Companhia de Bebidas Ipiranga, assumem a empresa e fazem da Sorocaba Refrescos mais uma de suas filiais. Em 1989, alterações em seu controle acionário, transformam a Sorocaba Refrescos em uma franquia independente e responsável por atender mais de 61 cidades no sudeste do Estado de São Paulo. A partir daí, a Sorocaba Refrescos passa por profundas transformações e inicia um ciclo de investimentos e crescimento sem precedentes em sua história. Hoje, nossa área administrativa, industrial e de armazenagem ocupa um terreno de 104.000 m² e nosso cadastro de clientes ativos soma-se em 10.000 pontos de vendas, atingindo uma população aproximada de 2.100.000 habitantes. A empresa encerrou o ano de 2002 com 656 colaboradores entre efetivos, terceirizados, temporários e estagiários, divididos nas áreas da gerência geral, recursos humanos, operações internas e operações externas.

Envasamos e distribuímos todos os produtos da "The Coca Cola Company".

Em cervejas distribuímos todo o portfólio da Cervejarias Kaiser, agora com controle acionário da canadense Molson, também produtora de cervejas e fabricante no Brasil da marca Bavária. Os sabores variam da tradicional Pilsen (Kaiser, Heineken, Santa Cerva e Bavária), passando por sabores mais leves como Summer Draft e Chopp (claro e escuro) e pelas exclusivas Bock (cerveja de inverno) e Xingu (cerveja preta). Possuímos uma equipe própria de vendas e distribuição, equipadas com motos e veículos leves, semi-pesados e pesados, totalizando uma frota de 220 veículos. Para atender mercados de diversos estilos, entre eles bares, lanchonetes, restaurantes, padarias, lojas de conveniências, depósitos de bebidas, adegas, mercearias, mercadinhos, mercados, supermercados e hipermercados. A equipe de vendas que é segmentada nestes canais, possui um equipamento chamado "palm top" alimentado por um "software" que dá além das informações e características dos clientes e pedidos, vantagens na negociação e priorização dos volumes e rentabilidade dos produtos. Na área fabril temos 5 linhas de produção, totalmente versáteis, que produzem embalagens retornáveis e descartáveis, em pacotes de diferentes tamanhos ou volumes, podendo ser eles em bag in box, vidros, latas ou garrafas plásticas, detendo quase

Há dois anos a Sorocaba Refrescos começou a implementar seu programa de gestão da qualidade. O sistema fornece uma estrutura para o gerenciamento total da qualidade que conduz a melhoria contínua, deslocando recursos para atividades que agregam mais valor, envolvendo todos os colaboradores da empresa com um único objetivo: vender o melhor refrigerante que conhecemos com a mais alta qualidade.

A disseminação do conceito do sistema foi a primeira fase do SQCC.

Durante o ano de 2002, a empresa elaborou todos os 410 documentos necessários para padronizar as atividades, conquistando assim, fase II do SQCC pela CCIL-Coca-Cola Indústria Ltda. Agora o nosso objetivo é a certificação do sistema que depende da implementação dos documentos criados em 2002, gerando menor chance de erros nos processos.

Perfil do empreendimento



Princípios do Sistema da Qualidade Coca-Cola

SQCC

Sistema da Qualidade da Coca-Cola

Símbolo da Qualidade
que nos dá diretrizes para a qualidade do produto;

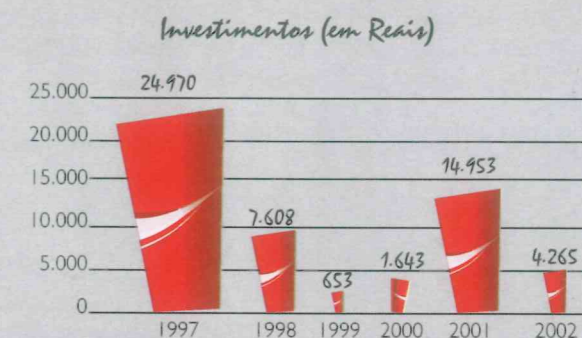
Satisfação dos Clientes e Consumidores
nos dá diretrizes para melhor atender nossos clientes e consumidores;

Cidadão Mundial Responsável
esse princípio tem relação com as atividades que demonstram que a Coca-Cola está inserida de maneira responsável na sociedade.

Esses princípios então nos leva a cumprir o que a Declaração da Qualidade pede: "Para a The Coca-Cola Company, qualidade é mais do que algo que provamos, medimos ou gerenciamos. A qualidade está presente em todas as ações, englobando tudo o que fazemos. Partindo do processamento até o consumo, qualquer resultado inferior a 100% é inaceitável. Os nossos consumidores merecem as bebidas com a mais alta qualidade que possamos produzir em todo o mundo. Sempre!!!".

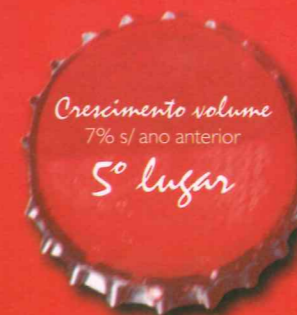
Resultados econômicos e financeiros

Alguns indicadores econômicos que representam a evolução e o crescimento da Sorocaba Refrescos, através da busca na excelência da execução, modernização do processo produtivo, políticas bem definidas de Gestão de Recursos Humanos e proximidade com os clientes:



Outros resultados de 2002

(Comparado aos 18 fabricantes de Coca-Cola no Brasil)



Nossa forma de conduta

Com tantas variáveis, desenhamos uma forma de conduzir e se relacionar com todos os envolvidos com a Sorocaba Refrescos: fornecedores, consumidores, clientes, comunidade, enfim todos que fazem sentido para nosso negócio. E assim surgiu nosso Código de Ética, um guia para ser seguido por todos aqueles que aqui vivem e trabalham:

Código de ética

integridade nos comprometemos em fornecer produtos dentro das especificações necessárias e devidamente descritas em nossas embalagens;

transparência desenvolvemos uma relação transparente, entre empresa e todos aqueles com os quais estamos envolvidos para vincular nossos produtos e serviços como símbolo de qualidade e satisfação;

inovação incentivamos a inovação e criatividade de nossos processos e serviços. Somos flexíveis a mudanças, o que nos torna uma empresa duradoura;

cumplicidade comprometemo-nos, através de comunicação clara e objetiva, visar maior integração e cumplicidade com todos os envolvidos em nosso processo, criando um ambiente de satisfação e responsabilidade;

honestidade agimos sempre com integridade, honestidade e transparência em nossos atos;

compromisso com resultados buscamos o crescimento constante da empresa, priorizando investimentos que elevem a rentabilidade;

objetividade priorizamos objetividade e continuidade de ações e processos;

iniciativa reconhecemos os colaboradores que tenham atitude, iniciativa, responsabilidade e comprometimento;

segurança asseguramos uma adequada condição de trabalho, fornecendo equipamentos, ferramentas e orientação para a correta execução das tarefas;

competência valorizamos o auto desenvolvimento para um eficiente desempenho das tarefas;

voluntariado nosso relacionamento com a comunidade permite gerar desenvolvimento;

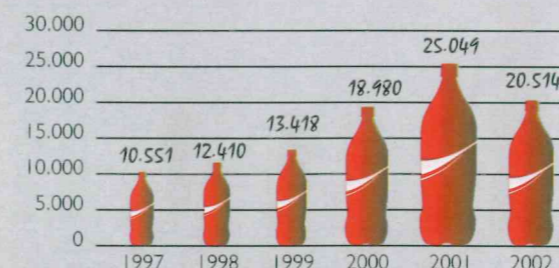
responsabilidade respeitamos o meio ambiente;

cidadãos somos reconhecidos como empresa-cidadã;

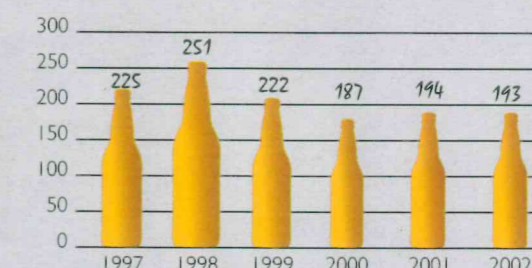
união priorizamos a relação direta empresa/colaboradores;

persistência temos dedicação e persistência em relação às nossas metas e objetivos;

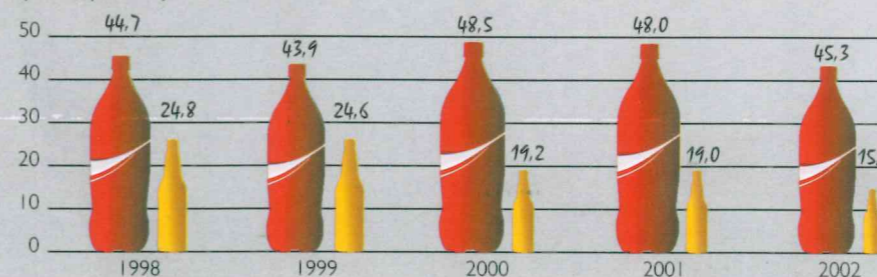
Refrigerantes (caixas unitárias, incluindo vendas para outras franquias)



Cervejas (hectolitros)



Market Share (média por ano)

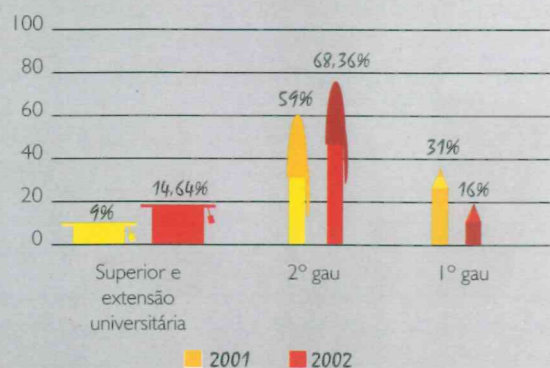


Sorocaba Refrescos e sua Política Social

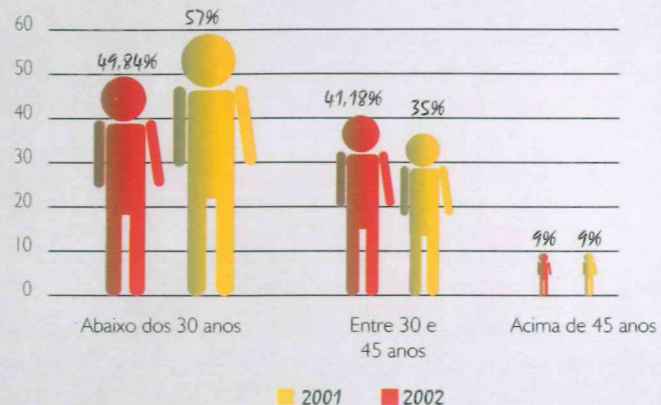
Nossa Política de Responsabilidade Social visa identificar áreas de conhecimento e atuação onde nossa contribuição seja mais produtiva, identificando ações que sejam compatíveis com nossos Valores, reforçando continuamente o processo de incorporação da cidadania e assegurando que a implementação de projetos comunitários esteja norteada pelo Planejamento Estratégico da Sorocaba Refrescos e seus princípios éticos. Nosso compromisso é destinar nosso patrimônio de conhecimento e talentos à comunidade onde nossos produtos são produzidos, consumidos e onde vivem as pessoas que nela trabalham. Desta maneira contribuímos diretamente para um ciclo virtuoso de desenvolvimento sustentável.

Público interno

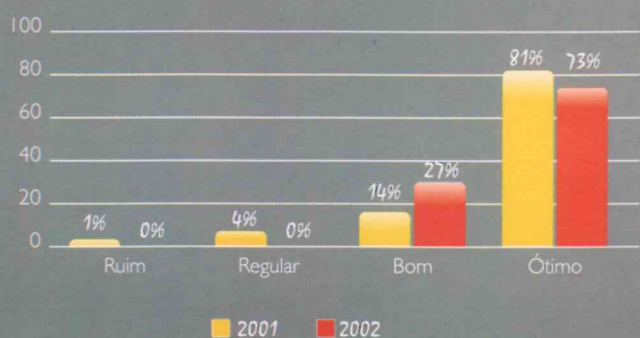
Escolaridade (%)



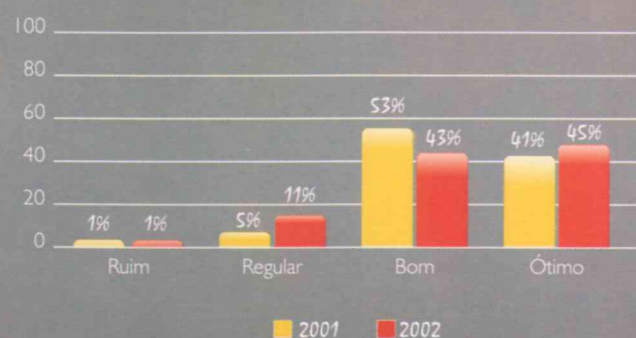
Faixa etária (%)



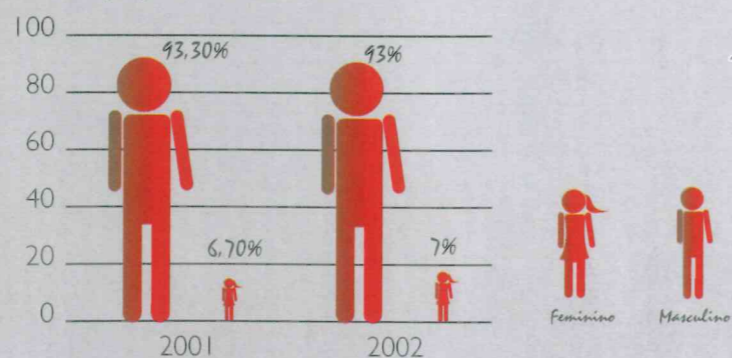
Pesquisa de clima - Itapetininga "Você está satisfeito com a empresa?" (%)



Pesquisa de clima - Sorocaba "Você está satisfeito com a empresa?" (%)



Sexo (%)



Outras informações (%)



UNIVERSIDADE CORPORATIVA
SOROCABA REFRESCOS



Treinamentos

A Sorocaba Refrescos dispõe de uma estrutura de Treinamento e Desenvolvimento Pessoal para gerenciar o conhecimento, buscando alinhar a educação das pessoas ao seu Planejamento de Gestão.

A Sorocaba Refrescos investiu R\$ 104.375,00 no ano de 2002, em treinamentos ministrados a 709 participantes. Isso corresponde a um total de 858 horas de treinamentos ministrados, destinando-se a cada colaborador uma média total de 11 horas/homem.

Além disso, todos os colaboradores que exercem o papel de liderança receberam orientação e treinamento formal adequado e passaram a entender o verdadeiro papel do líder dentro da Sorocaba Refrescos. A Sorocaba Refrescos lançou em 2002 seu Manual de Integração para novos colaboradores da empresa. O material traz diversas informações para orientar e facilitar a vida dos colaboradores dentro da empresa. O grande foco das atividades em 2002 foram as áreas operacionais que lidam com nossos clientes. Todas as atividades foram padronizadas, e um Manual de Execução e Atendimento foi criado para a área de vendas. Diversos conteúdos foram desenvolvidos visando aperfeiçoar as equipes externas, capacitando tecnicamente cada colaborador, e preparando-os emocionalmente para um mercado altamente agressivo e competitivo.



Projeto escola

Iniciado em 1998, o Projeto Escola é um programa educacional que permite uma formação mais ampla e a facilidade para uma contínua especialização do colaborador da Sorocaba Refrescos, que por diversas razões, não concluiu ou teve que interromper os seus estudos. O projeto é uma proposta de educação onde os colaboradores podem, com ajuda de educadoras, completar sua escolaridade até o Ensino Médio e desenvolver os conteúdos programáticos, as habilidades básicas, as questões de cidadania e a capacidade empreendedora visando atingir a gestão do negócio da Sorocaba Refrescos.

Em 2002 foram investidos R\$ 58.935,45 no projeto.

Projeto Escola 2002



Sua idéia vale ouro

Idéias surgem em segundos e podem mudar processos, gerar resultados e facilitar o desempenho de muitas atividades. O Projeto Sua Idéia Vale Ouro procura estimular todos os colaboradores a expressar suas idéias, em forma de projetos que alterem processos internos ou externos, trazendo redução de custos ou aumento dos resultados, melhorando o ambiente de trabalho, proporcionando melhorias nas condições de qualidade de vida, incentivando, assim, os colaboradores a um envolvimento maior com a empresa, através da participação. Caso alguma idéia seja considerada viável para implantação, o autor tem direito a receber 10% do lucro anual obtido pela empresa com a sua implantação.



Em 2002 foram
68 idéias
sugeridas,
sendo 10 idéias
premiadas.

Programa Viva Melhor

Com o objetivo de promover o potencial do fator humano alcançando mais qualidade de vida e produtividade aos colaboradores da Sorocaba Refrescos, a empresa engaja-se em muitas atividades para alcançar a satisfação e a melhoria na qualidade de vida de sua equipe, desenvolvendo programas, projetos e eventos que buscam orientar e promover qualidade de vida considerando que seus resultados beneficiem as atividades laboral, familiar e pessoal. Veja alguns exemplos na área social, educacional, de meio ambiente e saúde do trabalhador que almejam boa qualidade de vida.



Estágios: oportunidade de aprendizado

A Sorocaba Refrescos oferece a oportunidade da inserção no mercado de trabalho para vários estudantes por meio de seu programa de estágio, possibilitando aprendizado prático de suas profissões e muitos deles têm a possibilidade de continuar na empresa. Foi o que aconteceu com Cláudia Jarra que ocupa cargo de Gerente de Operações Internas e está na empresa há mais de 17 anos. "Me apaixonei pela empresa à primeira vista e compartilhei com meus colegas todo o aprendizado obtido na Sorocaba Refrescos", relata Cláudia. Diego Miranda Pinto, 19 anos, iniciou na empresa como Guarda Mirim e agora atua no setor de Merchandising. "Como tive contato com muitas pessoas em todas as áreas da empresa, isso facilitou o meu aprendizado sobre o nosso negócio e pude também adquirir muita experiência", diz ele. Estes são apenas dois exemplos, entre as muitas histórias de sucesso que o Programa de Estágios da Sorocaba Refrescos tem proporcionado.

Em 2002 a
Sorocaba Refrescos
contava em seu
quadro com
16 estagiários.

Saúde

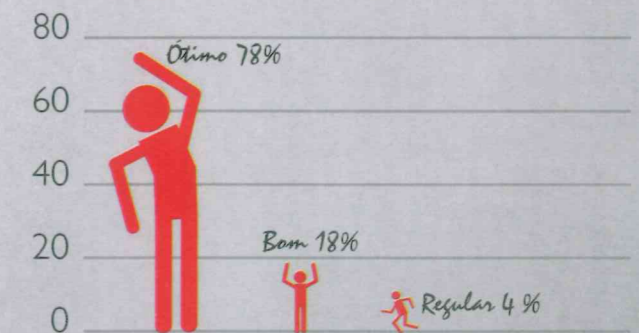
Para oferecer um atendimento médico de qualidade aos colaboradores e seus familiares, a Sorocaba Refrescos investiu o montante de R\$ 86.578,81 no ano de 2002, mantendo seu Ambulatório Médico, que foca suas atividades em ações de prevenção e manutenção da saúde. Além disso a Sorocaba Refrescos oferece aos seus colaboradores plano de saúde com livre escolha de médicos, hospitais e laboratórios.

Em 2002 investimos R\$ 686.153,90. Disponibiliza também convênio odontológico e convênio farmácia oferecendo descontos na compra de medicamentos e seguro de vida em grupo estendido ao cônjuge e filhos. Outro programa é a Ginástica Laboral que teve início em 2002 e atende aproximadamente 150 colaboradores. Duas fisioterapeutas fazem o monitoramento e controle da Ginástica Laboral, incentivando a prática diária dos exercícios. Muitas campanhas foram realizadas visando a qualidade de vida dos colaboradores

como a vacinação contra a gripe que atingiu a 320 colaboradores.

Na Semana da Saúde, desenvolvida junto a SIPAT, foram ministradas palestras sobre cuidados no trânsito, primeiros socorros, hábitos alimentares, higiene corporal e do ambiente e DST (Doenças Sexualmente Transmissíveis), violência doméstica e planejamento familiar, além de testes de diabetes, pressão alta e doação de sangue.

Satisfação Geral da Ginástica Laboral.





Alimentação

Após a reinauguração do Restaurante da Sorocaba Refrescos em abril de 2001, foram servidas mais de 170 mil refeições entre desjejum, almoço, jantar, ceia e lanche. Além disso, mais de R\$ 456 mil foram destinados para vales refeição e mais de 8 mil cestas básicas foram distribuídas aos colaboradores.



Já em 2002 o Restaurante ofereceu um total de 231.159 refeições; R\$ 592.440,90 foram destinados a vales refeição e 10.941 cestas básicas foram entregues aos nossos colaboradores.



Sala de Convivência

Mais investimento para a qualidade de vida de nossos colaboradores. Inaugurada no primeiro semestre de 2002 a Sala de Convivência é um espaço que disponibiliza aos colaboradores Agência Bancária, totens com Internet gratuita 24 horas por dia, televisão, som ambiente, mesas e cadeiras para leitura de jornais e revistas, jogos e máquina de refrigerantes. A área hoje é um local reservado para a descontração dos colaboradores, permitindo maior integração entre eles e ajudando na redução do estresse.



Foram investidos R\$ 5.000,00 neste espaço.

Descontos de bebidas

Todo colaborador pode adquirir os produtos fabricados pela Sorocaba Refrescos por preços bem mais acessíveis do que os disponíveis no mercado.



Transporte

Para maior conforto e agilidade a Sorocaba Refrescos, em 2002, implantou um novo sistema de transportes. Ônibus e microônibus novos e confortáveis trazem e levam nossos colaboradores com toda segurança e pontualidade.

Foram investidos neste benefício um total de R\$ 488.738,69.



Segurança no Trabalho

Quando um colaborador passa a fazer parte do nosso quadro, procuramos conscientizá-lo sobre questões de segurança no trabalho. E para isso, todos recebem EPI Equipamentos de Proteção Individual além das instruções de uso, para garantir a sua segurança no ambiente de trabalho. Atingir a marca do Zero Acidente é o objetivo principal da Sorocaba Refrescos e, para tanto, continuamos esta conscientização desenvolvendo outros programas como diálogos de segurança realizados diretamente no local de atuação, buscando garantir o total aprendizado dos colaboradores quanto as questões de riscos oferecidos no dia-a-dia; além de palestras ministradas por profissionais de renome da área. A SIPAT Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho, foi desenvolvida em 2002, junto a Semana da Saúde. Um teatro com o grupo Treinadores da Alegria enfatizou a prevenção nas áreas de segurança e saúde do trabalhador; realizamos desfile dos uniformes e equipamentos de proteção individual utilizados na Sorocaba Refrescos; ministramos palestras sobre trânsito e primeiros socorros. Como encerramento do evento, foram realizadas atividades de recreação e palestras com foco em violência doméstica e planejamento familiar com a participação de familiares dos colaboradores.



CIPA

Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

A Sorocaba Refrescos conta com o apoio da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho) para prevenir e eliminar as causas dos acidentes. Dividida em grupos, os cipeiros focam suas atividades em inspeção, investigação e análise de acidentes, mapeamento de riscos e eventos e promoções.

O resultado destes trabalhos podemos notar na Taxa de frequência de Acidentes no Trabalho com afastamento que em 2001 contabilizou 45,09 acidentes para 1 milhão de horas trabalhadas e após efetivo desempenho dos trabalhos em 2002, baixou para 30,18 para 1 milhão de horas de exposição aos riscos.



Sinalização de Segurança e Informação

Fácil de ver, de entender e bonitas. Assim estão as placas e totens que compõem a nova programação visual da Sorocaba Refrescos. Toda a comunicação visual da empresa foi renovada. São mais de 200 placas instaladas somando um investimento de mais de R\$ 10 mil. Os materiais utilizados são de alta resistência. A linguagem visual é a mais eficiente em situações de emergência e na tomada de decisão de maneira rápida. Segurança preventiva é um dos princípios do Código de Ética da Sorocaba Refrescos

Tecnologia.

Nossos colaboradores mais integrados

Após o início da operação do sistema em fevereiro de 2002 e de uma fase inicial de ambientação e implantação de novos módulos no sistema, o Sistema de Gestão Logix tornou-se a principal ferramenta de trabalho da Sorocaba Refrescos quando começou a colher os primeiros resultados práticos do sistema. As operações da Sorocaba Refrescos começam a ficar mais integradas e as informações mais consistentes com a rotina diária da operação. Passados os dois primeiros meses e a fase de adaptação, as áreas começam a sentir os ganhos do sistema. Foram colocados em funcionamento no sistema os seguintes módulos: transações bancárias, contabilidade, folha de pagamento, ponto eletrônico, planejamento de materiais, estoques, compras, recebimento de materiais, contas a pagar, contas receber, controle de cheques, crédito e cadastro, impostos e tributos, pagamento escritural, aprovação eletrônica de pagamentos, engenharia, plano operacional, chão de fábrica, IN68/95, patrimônio, custos, relatório gerencial e orçamento.

- Recepção
- Auditório
- Sanitários
- Gerência Geral
- Sala de Treinamento
- Controladoria & Financeiro
- Recursos Humanos
- Jurídico
- Planejamento e Obras
- Restaurante

Comunidade

Fundação Primeiro Mundo

A Fundação Primeiro Mundo teve seu início em dezembro de 1990, a partir da idéia de Luiz Lacerda Biagi, sócio diretor da Sorocaba Refrescos, de promover uma maior qualidade de futuros profissionais no mercado brasileiro, investindo em talentos que tenham aptidões, criatividade e capacidade de realização.

Desta maneira, os candidatos são identificados, através de aplicações de testes, entrevistas e visitas pessoais à residência e à família do candidato.

O objetivo é garantir que os bolsistas sejam pessoas diferenciadas, para que a Fundação Primeiro Mundo possa investir, acompanhar e firmar um compromisso moral junto a estas crianças, jovens e adultos, que serão multiplicadores do lema desta Fundação: "Uma pessoa faz diferença".

Neste ano, o número de Bolsistas que concluíram seus cursos foram 16 beneficiados alocados nos cursos de Administração, Direito, Psicologia, Pedagogia entre outros.

"Concluí o curso de Administração no Centro Universitário Moura Lacerda, pago integralmente pela Fundação no ano de 2002 (...). Durante o último ano da faculdade, realizei uma pesquisa científica sob título "Sistema de Informações, Planejamento Financeiro e Controle da Atividade Agrícola Cafeeira", com apoio do Centro Universitário Moura Lacerda, pesquisa que dediquei à Fundação Primeiro Mundo, esse trabalho foi bastante positivo e atualmente existe projeto para transformá-lo em livro. Acredito que a nobreza do trabalho pela Fundação e os resultados obtidos, ultrapassam os limites alcançados pelas nossas vistas", afirma Anísio Rodrigues de Paula, também ex-bolsista da Fundação.

Nestes últimos 10 anos,
cerca de 400 pessoas puderam
usufruir desta oportunidade, devido
a seus próprios esforços. Em 2002 a
Fundação Primeiro Mundo recebeu
investimentos da Sorocaba Refrescos
da ordem de
R\$ 240.000,00.

Programa Mundo de Sabor

A fábrica de portas abertas.

O Programa de Visita à Fábrica, tem como objetivo criar uma sólida imagem corporativa, através da conscientização das pessoas sobre os benefícios que a empresa oferece à comunidade: criação de empregos, possibilidade de compra de matérias-primas e contratação de serviços locais e produção de bebidas de qualidade. Milhares de pessoas foram recebidas pela Sorocaba Refrescos e puderam acompanhar o histórico da Coca-Cola, o processo de produção dos refrigerantes incluindo uma visita à área de produção, informações sobre a preservação do meio ambiente e reciclagem, além da degustação de nossas bebidas. Tudo isso de forma dinâmica e vivencial. Todos os visitantes recebem materiais escolares, além de revistas e folders informativos.



Em 2002 a Sorocaba Refrescos
atendeu a 11.270 visitantes
e distribuiu 88.000 brindes,
entre crianças, jovens e adultos,
com um investimento de R\$ 50 mil.

Além disso a empresa abriu mais uma vez as portas para os familiares dos nossos colaboradores com o intuito de integrar empresa, os colaboradores e seus familiares. Mais de 800 familiares foram despertados para a contribuição que cada colaborador tem em seu papel dentro da Sorocaba Refrescos.

Voluntariado

É com o comprometimento de seus colaboradores nas comunidades onde atua, que a Sorocaba Refrescos exerce o papel de agregar valor e conhecimento. Estimulamos nossos voluntários a participarem de ações de responsabilidade social, contribuindo ao seu desenvolvimento pessoal e profissional; descobrindo novas potencialidades; aumentando o círculo de amizades pessoais; e participando na construção de uma sociedade mais justa. Em 2002, realizamos algumas iniciativas importantes contando com o apoio de nossos voluntários:

Campanha Natal Solidário

Em sacolas plásticas contendo descrições das crianças a serem beneficiadas e que utilizam dos serviços da instituição, os colaboradores depositam espontaneamente roupas, brinquedos, sapatos e doces para que sejam entregues às crianças portadoras da vírus da AIDS na data em que se comemora o natal.



Em 2002
consequimos atingir
mais de
180 crianças desta
entidade.



McDia Feliz

Em parceria com as franquias Mc Donald's locais, o Mc Dia Feliz é um dos eventos beneficentes mais tradicionais da região e, como em anos anteriores, a versão 2002 também contou com a participação da Sorocaba Refrescos reafirmando seu compromisso social. Investimos R\$ 4.951,50 e contamos com a participação ativa de 48 voluntários.

Para ilustrar a festa e alegrar os colaboradores do evento, o Urso da Coca-Cola e os cinco personagens representando os sabores do Kapo fizeram o maior sucesso. Toda a arrecadação do evento foi destinada a uma instituição que atende crianças portadoras de câncer em Sorocaba.



Caravana de Natal

Para a realização deste evento investimos R\$ 18.584,08.

O Projeto Caravana de Natal, teve como objetivo realizar um Natal diferente, onde os caminhões da Coca-Cola desfilaram por ruas e bairros de Sorocaba e região enfeitados com luzes de Natal, distribuindo vários brindes e doces. Uma equipe ainda maior de voluntários foi montada para realização deste evento que já entrou no calendário de eventos das cidades. A Sorocaba Refrescos proporcionou momentos mágicos às comunidades de Sorocaba, Itú, Tatuí, Votorantim, Itapeva e Itararé por onde a caravana passou, despertando o espírito natalino nos espectadores.



Projeto Grafiteagem

O Projeto Cidadão do Futuro teve como finalidade proporcionar à 40 estudantes da Escola Estadual Monteiro Lobato,

adotada como parceira à Sorocaba Refrescos, um curso de grafiteagem ministrado pelo artista plástico Adriano Gianolla, com o objetivo de desenvolver a conscientização ecológica, o senso estético e as capacidades artísticas dos participantes. Os participantes foram divididos em duas turmas, que utilizaram material didático oferecido pela Sorocaba Refrescos nas dependências da empresa.

Na organização deste projeto, a empresa contou com educadores ambientais do curso de biologia da PUC e do artista plástico Gianolla, além da Escola Monteiro Lobato.

No curso os alunos tiveram a oportunidade de aprender técnicas de perspectiva, sombra e luz, uso das cores, texturas, efeitos de transparências; tudo de maneira bastante livre para que cada um desenvolvesse seu próprio estilo. Os temas desenvolvidos foram ligados ao meio ambiente para as grafitegens que foram realizadas nos muros de toda a empresa e da escola. 40 alunos de classe baixa participaram do projeto e estão aptos para desenvolverem sua criatividade através da grafiteagem e, ainda, como fonte de renda.

A empresa investiu R\$ 8.000,00 para o desenvolvimento do projeto Cidadão do Futuro em 2002.

Doação de Cestas Básicas e Bebidas

Todos os meses, são efetuadas doações de cestas básicas para entidades filantrópicas e selecionadas pela Sorocaba Refrescos.

Em 2002 realizamos um total de R\$ 118.775,10 convertidos em cestas básicas. Esta ação é realizada desde o ano 2000. A Sorocaba Refrescos também doa bebidas para a comunidade. No ano de 2002 doamos um total de 10.294 unidades de refrigerantes somando-se um valor de R\$ 48.320,00.



Campanha do Alimento e do Agasalho

A campanha do Alimento é realizada na Sorocaba Refrescos desde 1998. Em 2002 arrecadamos aproximadamente 100 quilos de alimentos não perecíveis através da doação espontânea dos nossos colaboradores que foram repassadas às famílias carentes de Sorocaba e região através de órgãos que mantêm controle e contato direto com os mais necessitados.

Com o mesmo sistema da Campanha do Alimento, a Campanha do Agasalho procurou arrecadar espontaneamente dos nossos colaboradores, roupas, agasalhos e cobertores para a comunidade carente do nosso município.



Eventos, Promoções e Ações de Marketing

Entre muitas atividades realizadas em 2002, fechamos o ano com alguns eventos significativos. Lançamos novos produtos como a linha Nестe nos sabores limão, limão light, maracujá, pêssego, pêssego light e tangerina. A Fanta Citrus e Fanta Maçã também foram produtos marcantes em 2002 e para completar os sabores da Fanta e atendermos melhor o nosso consumidor, lançamos a Fanta Uva Light. A Bonaqua foi lançada em 2002 e continuou como nossa parceira durante todo o ano. No mix cervejeiro, a Kaiser Bock teve a sua vez no lançamento. Outras promoções envolvendo nossos produtos foram realizadas como a promoção Cadeira Reservada Coca-Cola, que levou os sorteados à Copa do Mundo para assistir a um jogo da primeira fase do Brasil. Muitas tampas premiadas foram disponibilizadas nesta promoção que deram direito a brindes. A Exposição Museu Pelé, presente de Coca-Cola ao povo brasileiro, trouxe exposição inédita dos objetivos pessoais de Pelé, fotos, uniformes, chuteiras, grandes momentos em áudio e vídeo. Outros grandes eventos em Sorocaba e região também receberam o nosso apoio. A cada novo lançamento, a cada evento ou a cada parceria, procuramos disponibilizar a degustação de nossos produtos, marcando o ano com nossas degustações e divulgando nossa marca,

somando um total de aproximadamente 70.000 degustações.

A TOCA Torcida Organizada Coca-Cola foi uma das muitas ações de Marketing da Sorocaba Refrescos que levou nossos colaboradores a pontos de vendas, abordando um público de 29.244 pessoas.



Meio Ambiente

Preocupada com a questão ambiental e a busca em consolidar sua posição de empresa empenhada em respeitar e se antecipar a todas as legislações relativas à preservação do meio ambiente, a Sorocaba Refrescos conta com uma política ambiental bem definida com foco na diminuição da geração de resíduos, uso racional de água e luz, controle de emissão de gases de seus veículos, 100% do tratamento da água utilizada na fábrica, além da conscientização ambiental de todos seus colaboradores e todos aqueles que conosco se relacionam.

*Revolução no Processo Produtivo.
O meio ambiente respira aliviado.*

*CIP - Clean In Peace
Tecnologia ao lado do Meio Ambiente*

Em 2002 a Sorocaba Refrescos buscou através da tecnologia de ponta em limpeza à quente de equipamentos de processos, uma maneira de contribuir com o meio ambiente. Com investimentos da ordem de R\$ 650.000,00 implantamos o sistema de CIP - Clean In Peace - que proporciona uma limpeza automática das linhas de produção e xaroparia.

Com este sistema, nossas linhas de produção estão aptas a fazer acepsia à quente em toda a fase do processo de envase das bebidas, com uma melhoria significativa do controle microbiológico durante o envase; reduzindo o tempo de limpeza dos equipamentos, e gerando economia de grande quantidade de água, além da diminuição do uso de produtos químicos. Com este investimento estamos alinhados às mais modernas fábricas de bebidas do mundo e aptos ao envase de, além das bebidas carbonatadas, produtos mais sensíveis, como energéticos, chás e isotônicos, entre outros.



Reciclagem/Coleta Seletiva

Reciclar é criar um novo ciclo de vida. A Sorocaba Refrescos implementou, em 2001, seu Programa de Coleta Seletiva/Reciclagem de Resíduos visando a conscientização ambiental dos colaboradores e seus visitantes, assim como a diminuição de envio a aterros sanitários e da própria redução na produção de resíduos.

Em 2002, produzimos e enviamos para reciclagem 276.145 quilos de resíduos, 7% a mais do que em 2001, gerando receita que foi totalmente revertida para melhorias internas na área ambiental. Todo o gerenciamento da coleta, separação e destino dos resíduos gerados pela empresa são encaminhados para a destinação de forma adequada e responsável.

Recicláveis Total 2002

Papelão	68.489 Kg
Plástico	51.811 Kg
PET	24.184 Kg
Alumínio	4.550 Kg
Bombonas (Unid.)	5.816
Bombonas (Kg)	11.053 Kg
Sucata	18.138 Kg
Tambor (Unid.)	666
Vidro	97.920 Kg



Indicadores sociais

Demonstração do Valor Adicionado

(Valores expressos em milhares de reais)

I - Geração de riqueza		2002
Receita Bruta (Produtos Coca-Cola)	151.364.306,16	
(-) Insumos e Serviços Adquiridos de Terceiros	(87.484.362,55)	
(-) Provisão p/ Créditos de Liquidação Duvidosa	(3.676.203,59)	
(-) Depreciação, Amortização e exaustão	(6.669.511,31)	
(+) Receitas Financeiras	20.364.657,16	
(+/-) Resultado da equivalência patrimonial	-	
Valor Adicionado à Distribuir	73.898.885,87	

II - Distribuição por stakeholders

II - Distribuição por stakeholders		2002
Governo		
Impostos e Contribuições (expurgados os subsídios ou isenções)	45.917.422,96	
Colaboradores		
Salários	8.175.141,70	
Encargos previdenciários	3.160.903,64	
Previdência Privada	-	
Benefícios	2.715.430,25	
Participação nos resultados	-	
Financiadores		
Remuneração de capital de terceiros	5.322.982,42	
Acionistas		
Juros sobre capital próprio e dividendos	61.800,00	
Lucros retidos/prejuízo do exercício	-	
Outros		
Processos e serviços terceirizados	-	
Investimento em qualidade e produtividade	-	
Total distribuição do valor adicionado	65.353.680,97	

Indicadores Econômicos

(Valores expressos em milhares de reais)

I - Indicadores de produtividade

I - Indicadores de produtividade		2002
Receita Líquida (RL)	103.961.626,32	
Resultado Operacional (RO)	(9.810.229,16)	
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	(14.051.475,59)	
Giro dos ativos	1,46	
Índice de endividamento	1,28	

II - Valores investidos em

II - Valores investidos em		2002
Pesquisa e desenvolvimento	-	
Melhoria de produtividade	-	
Aumento de capacidade produtiva	1.569.486,00	
Educação e treinamento	135.023,14	
Programas para a comunidade	11.027,00	
Melhoria de desempenho da cadeia produtiva (fornecedores, distribuidores...)	-	
Efeitos econômicos da abertura, transferência ou fechamento de unidades do Grupo	-	
Valores envolvidos na terceirização de processos e serviços	-	

Indicadores Sociais

(Valores expressos em milhares de reais)

I - Perfil dos colaboradores

Colaboradores	Percentual em relação ao total de colaboradores	Percentual em cargos de gerência em relação ao total de cargos de gerência
Mulheres	8%	20%
Mulheres negras e pardas	0,30%	0
Homens negros e pardos	8,50%	0
Pessoas portadoras de deficiência	4%	0
Pessoas acima de 45 anos	8%	0

II - Segurança

II - Segurança		2002
Acidentes		
Com afastamento	42	
Sem afastamento	40	

III - Taxas de atração e retenção de profissionais

III - Taxas de atração e retenção de profissionais		2002
Taxas		
Turnover observado no período	14,24%	
Quantidade de candidatos em relação ao número de vagas oferecidas no período	15	

IV - Indicadores sociais internos

IV - Indicadores sociais internos		2002
Alimentação - Auxílio alimentação e outros	1.289.907,91	
Encargos sociais compulsórios	5.496.547,59	
Entidade de previdência privada	-	
Saúde - Convênio assistencial e outros benefícios	686.153,86	
Segurança no trabalho - CIPA e exames periódicos	-	
Educação - Auxílio educação	-	
Cultura	-	
Capacidade e desenvolvimento profissional	135.023,14	
Creche ou auxílio creche	-	
Participação nos resultados	-	
Vale transporte	440.745,96	
Total	8.048.291,46	

V - Indicadores sociais externos

V - Indicadores sociais externos		2002
Educação	240.000,00	
Cultura	-	
Saúde e saneamento	-	
Habitação	-	
Esporte	-	
Lazer e diversão	-	
Creches	-	
Alimentação	-	
Doação	167.095,10	
Outros	-	
Total	407.095,10	

VI - Indicadores do corpo funcional

VI - Indicadores do corpo funcional		2002
Empregados no final do período	656	
Escolaridade dos empregados		
Superior e extensão universitária	14,64%	
2º Grau	68,36%	
1º Grau	16%	
Faixa etária dos empregados		
Abaixo dos 30 anos	399	
De 30 a 45 anos (exclusive)	212	
Acima de 45 anos	45	
Admissões durante o período	110	
Número de empregados terceirizados	24	
Mulheres que trabalham na empresa		
% de Cargos gerenciais ocupados por mulheres em relação ao nº total de mulheres	0,23%	
% de Cargos gerenciais ocupados por mulheres em relação ao nº de gerentes	20%	
Negros que trabalham na empresa		
% de Cargos gerenciais ocupados por negros em relação ao nº total de negros	0	
% de Cargos gerenciais ocupados por negros em relação ao nº total de gerentes	0	
Portadores de deficiência física	25	
Dependentes	1.279	
Estagiários	12	
Números de pontos de venda	10.000	
Empregados indiretos no final do período	83	

Indicadores Ambientais

(Valores expressos em milhares de reais)

I - Indicadores

I - Indicadores		2002
Consumo anual de energia	5.060.942 Kwh	
Consumo anual de água	322.519.000 litros	
Consumo anual de combustíveis fósseis	1.530.822 litros	
Quantidade anual de resíduos sólidos (lixo, dejetos, entulhos etc.) gerados	724.230 Kg	

II - Política ambiental

II - Política ambiental		2002
Investimentos em projetos de melhoria ambiental e as respectivas percentagens em relação ao faturamento da empresa	R\$ 81.658,17	



RESPONSABILIDADE
S O C I A L



SOROCABA
REFRESCOS

www.aquibemgelado.com.br
0800 12 14 43

Editorial

Publicação da: Sorocaba Refrescos Ltda. Supervisão Geral: Cristiano Biagi Elaboração e Coordenação: Mércia Segala

Colaboração: Amanda Saydell, Ana Estela Torelli, Antonio L. Campos, Carlos R. Oliveira, Elaine M. Fiel, Fabiana Osiro de Souza, Fernanda Hias Flavia Silva, Katia Almeida, Katia G. Dias, Kellyn C. Gurati, Laércio Santos, Luciana Machado, Luciene Scaccabarozzi, Marcelo Arruda Rosemary da Costa Rosa, Thaís Gonelli Gomes

Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica: Quadrimatzi Propaganda e Marketing Diagramação e Design: Bruno Mello Santana
Revisão: Beto Pedrão

Sorocaba Refrescos Ltda.

Presidência: Luiz Lacerda Biagi Gerência de Recursos Humanos: Cristiano Biagi

Gerência de Operações Externas: Mauro Cassaniga Gerência de Operações Internas: Claudia R. Jarra

Gerência Financeira: Claudio S. Rodrigues Comunicação Social: Mércia Segala