

05

25 anos de Seculus

História de uma companhia construída com seriedade e simplicidade

03

Nova Ideologia

A gestão de acessórios de moda entra em cena

08

Café com Lilian Azevedo

Confira a entrevista com a nova presidente do Grupo Seculus



Um quarto de século. Esse tempo nos faz repensar em toda a nossa trajetória e no que está por vir. Posso assegurar que, nesse tempo, vimos nossos projetos perseverarem e atingirem o sucesso e vimos também alguns outros falharem, mas soubemos nos reerguer ainda mais fortes e encarar nossos desafios de frente. Pensar em tempo me parece até um pouco engraçado, pois "tempo", na verdade, é o nosso negócio, é o que nos move e inspira. E a única coisa que não fizemos nesses 25 anos foi ficar vendo o tempo passar. Movimentamo-nos, reinventamo-nos, encontramos obstáculos, mas acima de tudo persistimos. Com esse nosso jeito de ser, simples, amigável e fiel aos nossos compromissos.

Agora, o momento nos pede precaução. Como todos sabem, enfrentamos muitas dificuldades em 2013 e este ano, 2014, ainda nos exige atenção. O cenário econômico se mostra desfavorável para os negócios e, ao



que tudo indica, teremos as mesmas perspectivas para 2015. Apesar de o período ser um pouco conturbado, seguimos otimistas com a certeza de que vamos superar, com vitória, mais esse desafio.

Pensando mais um pouco na nossa história e, principalmente, na divulgação do nosso Jeito de Ser Seculus, aproveito para destacar como o projeto foi idealizado e concebido, de dentro para fora e de fora para dentro. Vocês participaram ativamente da constituição de quem somos. São as pessoas que formam a empresa. E cada uma delas deixa sempre um pouco de si, compartilhando valores afins e construindo uma essência única.

Essa é a base de um trabalho de excelência, que enfatiza o que temos de melhor.

E é isso que queremos, que esse nosso Jeito de Ser perpetue-se.

Alexandre Azevedo • Presidente da Seculus da Amazônia

Ponteiros em movimento

Projetos e ações são colocados em prática em busca de um melhor ambiente de trabalho

Passado um ano da realização da Pesquisa de Clima, em parceria com a empresa global Great Place to Work (GPTW), as movimentações por um ambiente melhor para se trabalhar continuam. Projetos transformaram-se em ações e algumas mudanças já são perceptíveis.

Criado em julho deste ano, o Comitê de Melhoria Contínua, que abrange as unidades de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, veio com o intuito de propor soluções a diversos problemas apontados pelos próprios funcionários. Conduzido por colaboradores – um representante de cada área –, o canal interno é uma ferramenta para troca de informações, projetos e ações. A iniciativa veio do Grupo de Comunicação, formado após a pesquisa GPTW.

Em Manaus, essa prática de sucesso já acontece desde o segundo semestre de 2013. Os Grupos de Melhoria Contínua da Qualidade do Trabalho se dividem em três temáticas principais: Alimentação, Comunicação Interna e Condição de Trabalho nos Diversos Setores, por meio das quais surgiram a rádio e as mudanças no refeitório.

O Fórum de Líderes, em Belo Horizonte, e a Capacitação Contínua de Líderes, em Manaus, iniciados em 2014 e 2013, respectivamente, têm o objetivo de desenvolver e preparar líderes para gestão de equipes e alcance de resultados. O Coordenador de Crédito e Cobrança, Antônio Oliveira, destacou os benefícios desse encontro, que agrega valor e aproxima as pessoas. "O Fórum é muito construtivo. Ajuda-nos a resgatar conceitos

que estavam adormecidos e podemos voltar para a área de trabalho e para a equipe com um novo olhar", completou.

Outras iniciativas também já foram colocadas em prática, como o Programa de Feedback, que foi reestruturado e está mais focado no desenvolvimento do colaborador. O Bate-Papo com Meu Líder, em Manaus, aumentou o relacionamento entre funcionário e gestor. Os encontros pós-Reuniões Mensais de Diretorias para apresentação de metas e indicadores (AGMs) trazem mais transparência, fortalecimento da visão, missão e valores da empresa. E, por fim, não menos importante, o novo Pacote de Benefícios.



Integrantes do Comitê de Melhoria Contínua: da dir. para a esq., Henrique (Crédito e Cobrança), Débora (CH), Cynthia (Serviços), Érika (Orçamento), Laisa (Importação), Natália (Accessories), Lili (Suporte Operacional) e Maísa (Inteligência Comercial).



Accessories marca presença em feiras



O diretor da Seculus Accessories, Augusto Amorim, e a gerente de Marketing, Paula Carolina, na Feira SICC.

A Seculus Accessories marcou presença em duas das mais importantes feiras do setor de moda, que acontecem no Brasil, voltadas para sapatos e acessórios, o Salão Internacional do Couro e do Calçado (SICC) e a Feira Internacional da Moda em Calçados e Acessórios (Franal).

A Franal inclusive já está presente no calendário de eventos da marca, desde que a empresa surgiu, apresentando sua coleção para lojistas nacionais e importadores. A novidade é a presença da linha de bolsas da Mondaine e Guess na 23ª edição do SICC.

Durante o evento, que aconteceu em maio, em Gramado (RS), a Seculus Accessories teve a oportunidade de apresentar o preview da coleção Primavera/Verão 2015. "Como a Mondaine é uma marca nova no mercado, no segmento de bolsas, essa feira torna-se ainda mais importante para firmá-la no setor de moda, além de levar um pouco do conceito da campanha das próximas estações", ressaltou a gerente de Marketing e Produto, Paula Carolina de Carvalho.

Novas oportunidades de negócios

Um show-room de vendas itinerante. Trata-se do Road Show, montado especialmente para que lojistas tenham a possibilidade de visualizar lançamentos, produtos campeões de vendas e também participar de promoções exclusivas. A feira já aconteceu em Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador e até o final do ano visitará outras capitais, levando o que há de



Clientes visitando o Road Show, em Belo Horizonte

Ostentar é o novo luxo

Com o nicho de mercado crescendo cada vez mais, a equipe de Produtos vem desenvolvendo coleções mais voltadas para cada perfil de público. Atenta às tendências do mundo da moda, a cada coleção são feitas pesquisas que permitem uma visão mais aprofundada do comportamento dos consumidores de cada uma das marcas do portfólio da empresa.

A mais nova tribo apresenta um visual carregado, com brilho, pedras e muito ouro. Com um perfil que gosta de ostentar. Pensando nisso, a Mondaine lançou a coleção Rappers, inspirada na moda rapper, que surgiu do estilo musical rap. Com uma atitude original, os adeptos não deixam de abusar dos acessórios reluzentes e robustos. Pois quanto mais eles chamarem a atenção, melhor!



Referências: da esq. para a dir., 69220GPMVDA1 e 69219GMVDA1

melhor das marcas Seculus, Mondaine, Speedo, Guess, Puma e Casio.

Outro destaque de oportunidades será a 25ª edição da Ajorsul Fair Mercoóptica, que acontecerá em setembro. A feira tradicional do segmento será realizada em Gramado e contará com um estande diferenciado, com grande potencial comercial e novidades para os clientes.



Eles fazem a diferença

Capacitação

Treinamentos nas Assistências Técnicas trazem uma nova percepção sobre o produto e atendimento

“Cuidar do relógio como se fosse seu”. Esse é o compromisso que Simone Cabral, Líder de Atendimento, assumiu após o treinamento “Eu faço a diferença em serviços”, ministrado pelo Gerente Nacional de Serviços, Antônio Augusto Simão Neto, nas Assistências Técnicas, abrangendo um total de 76 profissionais.

Com o objetivo de qualificar mais as equipes para a busca de padronização de processos e melhor atendimento, o programa apresentou de forma dinâmica e motivacional características do mercado de relógios no Brasil, conceitos que envolvem o tema serviço e procedimentos técnicos para cadastramento de objetos.

Para Simone, o treinamento trouxe mais que conhecimento, fez com que ela se sentisse mais parte da empresa e tivesse uma nova percepção do produto relógio e da forma de atendimento. Ela pontuou que a rotina do dia a dia acaba colocando as pessoas no “piloto automático” e que os treinamentos relembram algumas atitudes essenciais, como o cuidado com o cliente, a agilidade e a empatia. Simone ainda evidenciou a impor-



Simone (terceira pessoa sentada, da dir. para a esq.) atenta às informações repassadas pelo palestrante, durante o treinamento.

tância do conhecimento da missão e objetivos da empresa. “Quando você sabe mais detalhadamente qual o impacto do seu trabalho na empresa e quanto isso significa, você acaba contribuindo mais, o que faz toda a diferença”, acrescentou.

As Assistências Técnicas ainda terão outros treinamentos no decorrer deste ano, com temas mais especializados e para grupos específicos.



Qualidade de Vida

Qualidade de Vida

Programa da Amil trará mais qualidade de vida e bem-estar para funcionários da Seculus

A busca pela vida saudável está rondando a rotina de toda a população do planeta. Cada dia mais pesquisas apontam para o risco de uma alimentação desregrada e da falta de prática de exercícios físicos. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), 80% dos casos de doenças cardiovasculares e diabetes e 40% da ocorrência de câncer podem ser evitados pela mudança de estilo de vida, considerando, por exemplo, a prática de atividades físicas, alimentação saudável, eliminação de hábitos pre-

judiciais (por exemplo, cigarro e bebida excessiva) e exames preventivos.

Pensando nisso, a Amil lançou um programa de saúde para identificar as principais variáveis de risco à saúde

e reduzir a incidência de doenças cardiovasculares e diabetes. O Programa Amil Qualidade de Vida (PAQV) foi desenvolvido especialmente para empresas e está sendo executado por intermédio de um sistema on-line.

A partir das informações fornecidas pelo funcionário, o programa poderá mapear o perfil da empresa para ações mais assertivas de promoção e prevenção de saúde, com o intuito de melhorar a qualidade de vida. Pelo PAQV, cada participante ainda poderá acompanhar orientações e dicas individuais para alcançar uma vida mais saudável.

Para o Coordenador do Departamento Pessoal do Seculus da Amazônia, Heuber Santana, o projeto trará mais benefícios para os colaboradores, pois conseguirá atuar de acordo com a necessidade de todos os envolvidos e promoverá um autoconhecimento da saúde.



Heuber durante a ação do Dia Nacional da Saúde.

Um quarto de Seculus

Comemorando 25 anos, a empresa destaca em sua trajetória grandes marcos e desafios que a impulsionam seguir em frente

Especial

Tempo: este é o principal elemento que move a Seculus da Amazônia. Muitas horas se passaram, minutos ficaram para trás e os segundos, quase nem foram sentidos. Nesse movimento, uma empresa marcada pelo tempo ia sendo construída. O atual Presidente do Conselho de Administração e Acionistas, Artur Azevedo, que esteve à frente da Seculus da Amazônia por 11 anos, resume esses 25 anos de vitórias da companhia como um período de muitas lutas e conquistas.

Para chegar aos relógios é necessário voltar um pouco os ponteiros até a década de 60. Com algumas lojas no segmento de joias, os irmãos Azevedo perceberam que era necessário se adequar às demandas para se tornarem ainda mais competitivos. Foi quando os relógios entraram em cena. Com o crescimento da venda dos marcadores de tempo, eles entenderam que poderiam dar mais um passo e criar a sua própria marca. Em 1970, surgiu a Seculus Relógios. Eles começaram importando o produto da Suíça e revendendo para lojas e magazines.

No final da década de 80, a Seculus da Amazônia foi criada e começou a comercializar produtos próprios, produzidos pela sua então parceira Quartz Eletro, a atual Mondaine.

De pai para filho

Na Presidência da Seculus da Amazônia já há 12 anos, Alexandre Azevedo sempre buscou preservar o que foi construído ao longo dos anos pelos sócios-fundadores e trazer os principais valores do âmbito familiar: respeito, simplicidade, seriedade, responsabilidade e transparência. "O mandato do meu pai sempre foi voltado para três pilares: inovação, qualidade e foco comercial. Desde que entrei, sempre busquei manter essa base", acrescenta.

Com a mudança, as marcas ganharam mais força e a empresa, sem perder o foco comercial, começou a investir no setor de Marketing. O objetivo, de acordo



Artur e Alexandre Azevedo

Com as possibilidades de crescimento elevadas e as oportunidades do momento, construíram uma fábrica própria, em Manaus. "Com esse novo passo, o nosso objetivo era atingir a venda de 60 mil relógios ao ano", conta Artur Azevedo. Hoje, a empresa alcança quatro vezes esse valor por mês, vendendo uma média de três milhões ao ano.

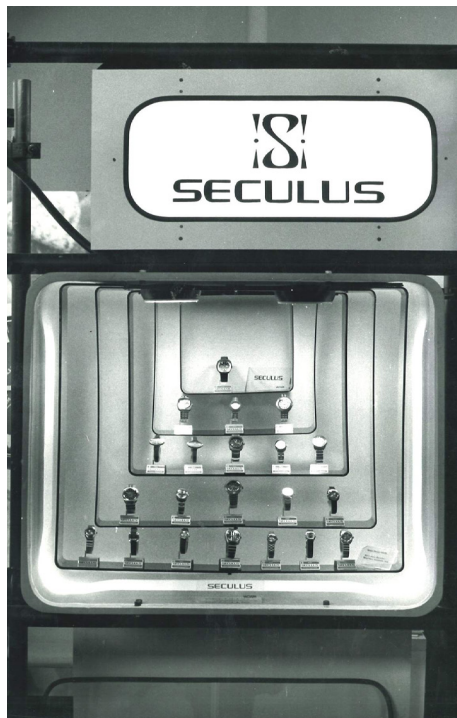
O atual Presidente da organização, Alexandre Azevedo, considera que um dos principais fatores que impulsionaram o faturamento e contribuíram para o crescimento da empresa foi a compra da marca Mondaine. Recentemente, inclusive, a marca foi ampliada, com a criação de bolsas. "Como há nove anos essa aquisição

fez toda a diferença na trajetória da nossa empresa, acredito que, agora, com essa expansão da marca Mondaine, este será um novo marco na história da companhia", completa.

Com um quarto de século, Artur Azevedo evidencia que a organização ainda enfrenta um dos seus principais desafios: ser uma marca fortalecida e reconhecida nacionalmente. Ele explica que a Seculus cresceu bastante no decorrer desses anos e ganhou muita visibilidade, porém, ainda não é forte o suficiente para liderar o mercado.

com o Presidente, era expandir o portfólio e analisar melhor o mercado, para atingir públicos mais diversos. Outra adequação foi a profissionalização do grupo de diretores, uma mescla entre profissionais do mercado e aqueles desenvolvidos internamente, compondo um time de alta gestão.

Com o foco voltado para a disciplina na execução, Alexandre Azevedo salienta que esse é um de seus principais desafios. "Montar uma equipe com essa busca e centralizada nos objetivos definidos sempre é um exercício que necessita envolver todos constantemente", ressalta.



Para 2015

O atual Presidente afirma que o próximo ano virá com o desafio de continuar crescendo e gerando resultados em um cenário externo ainda mais complexo. “A nossa estratégia para driblar esse momento será um pouco do que já vem sendo feito: investir em produtos atrativos, com qualidade e preços acessíveis”, destaca. “Com o cenário desfavorável para o setor de vendas, o consumidor está mais seletivo. Portanto, precisamos ser a opção deles!”

Ele ainda explica que, por outro lado, a companhia deverá ter uma estrutura mais enxuta e operar com custos reduzidos.



Jeito de Ser Seculus

Com a comemoração dos 25 anos da Seculus da Amazônia, um projeto com o intuito de evidenciar e relembrar a essência da empresa veio no momento certo. Desenvolvido pelo Capital Humano, o Jeito de Ser Seculus exterioriza e fortalece os melhores valores da empresa, criando

uma identidade única. “A importância desse projeto é destacar e disseminar aquilo que de fato nos torna diferentes, que nos constrói e forma a nossa identidade. A ideia é tornar o clima ainda melhor e fazer com que todos tenham o sentimento de pertencimento e de importância”, explica a coordenadora de Comunicação Interna, Lorena Ramos.

O projeto prevê ações este ano, com continuidade em 2015.

Tempo de muitas histórias

Por Cristine Miwa (gerente de Produção, em Manaus)

Fui contratada pela Seculus há 20 anos, para auxiliar nas movimentações de Estoques. No primeiro dia que vim fazer a entrevista, acreditava que a empresa era uma distribuidora de medicamentos, já que várias caixas pequenas eram entregues na recepção por funcionários vestidos com jalecos brancos. Somente depois entendi que trabalharia com relógios, um produto de grande valor agregado e que demandava cuidados durante toda sua montagem. Por isso, o uso dos jalecos!

Neste ano, a empresa faz 25 anos de crescimento e sucesso. Vejo que fiz e ainda faço parte dessa história, pois juntos conquistamos muitas vitórias, como a primeira certificação da ISO 9000; implantação de programas de controle integrado, como Cronos, Datasul e SAP; adequação da fábrica para receber grandes marcas de relógios; recordes de produção; entre outros pontos.

Tenho motivos de sobra para me orgulhar em fazer parte de uma empresa que sabe que inovar é preciso e reconhece que seus colaboradores e parceiros são fundamentais para o crescimento.



Cristine (primeira da dir. para a esq.) com a sua equipe



Em Destaque

Ideologia Seculus

De marcadores de tempo para o mundo de acessórios de moda

Ao longo desses 25 anos, a Ideologia da Seculus da Amazônia foi se reformulando e se reinventado, sempre alinhada ao planejamento estratégico. Em sua quarta versão, o relógio deixa de ser o “protagonista” e passa a integrar um papel importante dentro das múltiplas possibilidades do mundo de acessórios de moda de uso pessoal.

Com a evolução da empresa, é natural que a estratégia de negócio se adapte aos novos anseios da companhia e do mercado. Junto com esse desenvolvimento, é necessário que a ideologia se alinhe à estratégia e seja modificada. Ao aumentar o seu campo de atuação, a empresa está dando um passo importante em direção a um mercado mais abrangente que o de relógios, o de acessórios de moda.

Segundo o Presidente da Seculus da Amazônia, Alexandre Azevedo, com a expansão, os desafios aumentam e as competências passam a ser outras. Porém, as possibilidades também crescem bastante. “A entrada nesse

novo segmento permite que a companhia atenda melhor às exigências de seus clientes, alcançando um público mais diversificado”, explicou.

A Ideologia é um projeto a longo prazo que aos poucos vem sendo inserido no dia a dia da empresa. Para Alexandre Azevedo, tornam-se ainda mais importantes a disseminação e incorporação dessa ideologia por todos os funcionários, para que haja um alinhamento e conhecimento dos rumos da empresa.

IDEOLOGIA

Negócio: Acessórios de moda de uso pessoal.

Missão: Levar ao mercado marcas de acessório de moda que melhor traduzem os estilos dos consumidores.

Visão: Ser referência nacional na gestão de acessórios de moda.

Valores: Seriedade, respeito, comprometimento, responsabilidade social e ambiental.



Tendência

Tudo azul...

por Lilian Galvão
(Gerente de Produtos)

O azul, em suas várias tonalidades, dominou a cena dos acessórios. Já está nas bolsas, sapatos e óculos e por que não nos relógios? As variações são inúmeras: azul Bic, royal, cobalto, navy, turquesa, entre outras. Seja nos detalhes ou no look total, essas cores dão uma certa alegria à cartela de tons inverniais.

Nos relógios, a tendência aparece tanto nos modelos femininos quanto nos masculinos. Dos detalhes de mostradores, pulseiras ou caixas ao relógio todo azul. Na ditadura da moda, vale tudo! Combinações com preto e cinza, para os masculinos, e em tons rosé, dourado ou prata, para os femininos.

Outra tendência que entra forte é o boho. Com uma pegada meio gipsy, meio anos 70, com bordados, acabamentos feito à mão e franjas. Um look rústico chic que há algumas estações vem se reinventando e tomando força. Nos relógios, essa trend vem principalmente nos mostradores femininos, no trabalho de relevo, com desenhos e arabescos incríveis. Os relógios ficam muito femininos e com detalhes muito ricos, que valorizam cada modelo!



Referências 60495LPMVR42 e 94658LPMVEA1

Lilian Azevedo

Com 54 anos de história, o Grupo Seculus se prepara para o projeto de sucessão de gerações. Já com alguns cargos estratégicos conduzidos pela segunda geração, a companhia dá mais um passo em direção à nova estrutura, com Lilian Azevedo à frente da presidência do Grupo Seculus.



Presidente da Holding, Lilian Azevedo

Quando e como foi decidido que você assumiria a presidência do Grupo Seculus?

A decisão aconteceu em março de 2013. Estávamos discutindo algumas mudanças na estrutura de Governança e o Conselho de Acionistas entendeu que eu tinha o perfil necessário para o cargo, além de já estar bastante envolvida com o dia a dia da holding.

Quais os principais desafios que você acredita que irá se deparar neste novo cargo?

Um grande desafio será o de preparar a estrutura e as pessoas para o momento em que a primeira geração deixará, por completo, a gestão dos negócios. Isso deverá ocorrer em 31 de dezembro de 2016.

E o outro é perpetuar o Grupo, garantindo que os valores ensinados pelos fundadores sejam transmitidos nas empresas. Precisamos fazer com que os negócios criem valor a cada ano, o que demonstrará que a transição ocorreu com sucesso.

É a primeira vez que o Grupo Seculus é assumido pela segunda geração da família. Você acha que isso trará alguma mudança?

Na verdade, a segunda geração já ocupa cargos de grande importância no Grupo, a exemplo do Alexandre, na Seculus, o Roberto, na Prime, e o Ricardo, na Gran Viver.

Há um bom tempo, temos trabalhado junto à primeira geração, o que, de certa forma, significa que participamos do processo decisório.

A mudança deve e tem de acontecer mesmo. O que nos diferencia é a energia e a disposição para trabalhar e lidar com os problemas do dia a dia. Além disso, acho que podemos oxigenar os negócios, com novas ideias e formas de executar os planos.

Qual é a nova visão do planejamento corporativo do Grupo?

Esta é uma encomenda do Conselho de Administração Corporativo que deverá ser concluída até o final de 2015. É um trabalho que terá a duração aproximada de oito meses e que se iniciará com o apoio de uma Consultoria externa, que já está sendo selecionada.

Com a iminência da saída da primeira geração, precisamos saber, mais claramente, o nosso portfólio de empresas, onde estão as maiores oportunidades e áreas de investimento.

O que você irá trazer do mandato de Márcio Azevedo?

Estou trazendo a pessoa dele (risos). Ele está ao meu lado. É meu mentor e me ajuda, trazendo contrapontos e a experiência de uma vida empresarial bem-sucedida.

Quais são os planos e metas para 2015?

Criamos o chamado Fórum de Soluções na holding. É um comitê focado em resolver pendências e atuar fortemente na solução de problemas. Acredito que investiremos uma boa parte do ano saneando e fortalecendo algumas empresas.

Além disso, temos o Comitê Financeiro e de Riscos, que visa acompanhar de perto os indicadores financeiros das empresas. Estamos focados em acompanhar o cumprimento das metas estabelecidas.

As formações dos Conselhos das empresas e a nova gestão trarão alguma mudança especificamente para a Seculus da Amazônia?

Quando temos os Conselhos separados, ganhamos em foco e, conseqüentemente, aumenta a assertividade das decisões.

Este trabalho já vem sendo adotado com a Seculus da Amazônia, desde o ano passado, o que tem sido bom, pois todas as áreas terão a oportunidade de, em algum momento, apresentarem seus projetos nos Conselhos e receberem a valiosa contribuição de nossos Conselheiros.

JORNAL Info Seculus - Informativo Trimestral

- . Coordenação interna: Lorena Ramos .
- . Redação e edição: Ana Beatriz von Sucro .
- . Projetos editorial e gráfico: Carolina de Sá .
- . Revisão final: Regina Palla (Reg. 04006/MG) .
- . Diagramação: Carolina de Sá .
- . Jornalista responsável: Ana Beatriz von Sucro (Reg. 17791/MG) .
- . Tiragem: 850 exemplares .