

Revista Frimesa

10 anos

Ano XI Edição nº 64 janeiro/fevereiro de 2014
www.frimesa.com.br



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Frimesa

Tem gosto de amizade.

Você saudável, você zero



0% de gordura sem adição de açúcar



Os iogurtes Zero Frimesa possuem 63% menos de calorias, se comparados aos tradicionais. É a opção ideal para uma um lanche saboroso, prático e saudável.



[facebook.com/FrimesaOficial](https://www.facebook.com/FrimesaOficial)

*Para saber mais acesse:
www.frimesa.com.br*

Caros Amigos,

O sentimento de pertencer, fazer parte, caminhar juntos é o diferencial do cooperativismo no sistema econômico e social em que convivemos.

A Frimesa é uma das partes que compõem as cadeias produtivas do leite e da suinocultura do Oeste Paranaense. Temos, como tarefa, industrializar e comercializar esses produtos, cumprindo a missão de "Prover alimentos de valor para as pessoas".

O significado envolto nesta missão vai muito além da agroindustrialização e da agregação de valor econômico. Abrange a arte de fazer produtos com qualidade, saudáveis, práticos e prontos para o consumo seguro.

Produzimos para o consumidor contemporâneo, que valoriza a sua saúde e o custo-benefício.

Em 2013 atingimos as metas planejadas, realizando o faturamento de R\$1,66 bilhão, que representou 24% de crescimento sobre 2012. Alcançamos o resultado líquido de R\$ 48,7 milhões, fortalecendo a situação econômica e financeira da empresa.

Tudo foi realizado por "gente". São cinco Cooperativas Filiadas, 3.783 produtores de leite, 881 produtores de suínos, 5.440 colaboradores diretos e cerca de 2.000 prestadores de serviços diversos.

Produzimos 289.142 toneladas de produtos, divididas em 375 itens ofertados aos consumidores. Com a marca Frimesa, esses produtos chegaram aos lares através da distribuição realizada pelos nossos 31.101 pontos de vendas ativos.

Investimos nas pessoas preparando-as com treinamento, conhecimento e estímulo para a evolução profissional. Concentramos esforços na formalização do processo de Inovação como pilar do contínuo desenvolvimento sustentado da Frimesa.

A matéria de capa condensa as nossas atividades, transformadas em números e gráficos evolutivos que indicam o desempenho obtido.

Deixamos aqui a nossa preocupação com a interferência crescente do estado na vida das empresas, dificultando-as para o crescimento e a geração de riquezas.

A visão estratégica do Conselho de Administração, a organização da produção pelas Cooperativas Filiadas, a determinação do produtor em produzir, somados à industrialização e comercialização adequadas da Frimesa, propiciaram um ano de sucesso.

Agradecemos a todos os integrantes desta família cooperativista, bem como a Ocepar, pela defesa do sistema e apoios prestados. Aos colaboradores, prestadores de serviços, fornecedores, clientes e agentes financeiros, registramos nossa consideração e agradecimento.

Em 2013 completamos uma etapa da trajetória que nos foi traçada. Mas a caminhada continua com os desafios para 2014, focados sempre na visão de futuro da próxima década.

O que conseguimos foi com a proteção e bênção de Deus, que nos iluminou em todos os momentos.

Muito Obrigado.

Valter Vanzella

diretoria@frimesa.com.br

Cooperativas filiadas:

Cooperativa Agroindustrial Copagrill, Cooperativa Agroindustrial Lar, Cooperativa Agroindustrial Consolata – Copacol, C.Vale Cooperativa Agroindustrial e Primato Cooperativa Agroindustrial.

Conselho de Administração:

Ricardo Silvio Chapla, Irineo da Costa Rodrigues, Valter Pitol, Alfredo Lang e Ilmo Werle Welter.

Conselho Fiscal:

Milton Schone, Celio Koch, José Alves dos Santos, Genézio Clemente, Elton Alceu Endler e João Wochner.

Diretor Presidente:

Valter Vanzella.

Diretor Executivo:

Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Janeiro/Fevereiro
2014

6	Especial Norte Nordeste	18	Nossa Capa
10	Parceria	24	Inovação
12	Prêmio	25	Gestão Integrada
13	Análise de Mercado	26	Gastronomia
14	Especial Cooperativismo	29	Recursos Humanos



www.frimesa.com.br

Revista
Frimesa
10 anos

Revista Frimesa é uma publicação bimestral da Frimesa Cooperativa Central de circulação interna e distribuição gratuita. Rua Bahia, 159 Medianeira (PR) CEP 85884-000

Fone: (45) 3264-8000 site: www.frimesa.com.br

e-mail: midia@frimesa.com.br

Edição 64 Ano XI - JANEIRO/FEVEREIRO 2014

Departamento: Marketing **Jornalista e Editora Responsável:** Elis D'Alessandro
MTb 7476 **Fotos e Textos:** Oly Francescon Junior e Endriane Kalsing

Capa: Fábio Lucca **Diagramação:** Bruno Trento Smaha

Revisão: Evelina Lemke Pereira **Áreas Colaboradoras:** Sistema de Gestão Integrada (Ambiental e Qualidade), Comercial, Fomento Suíno, Recursos Humanos e Fomento Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas

Impressão: Gráfica Positiva **Tiragem:** 15.000 exemplares.

As matérias desta publicação podem ser reproduzidas, desde que citada a fonte.



Com um crescimento constante, somado ao momento que a suinocultura e o leite vivem hoje no Brasil, a Frimesa apresentou um dos melhores anos da história. Todo este desenvolvimento só foi possível através da união das cinco cooperativas integradas.

Avanço no norte e nordeste

ANO A ANO, A MARCA FRIMESA CONQUISTA A PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES CONSOLIDANDO A PARCERIA COM SERVIÇOS DE QUALIDADE AO SETOR SUPERMERCADISTA

Enquanto uma é conhecida por abrigar o pulmão verde do mundo, a Amazônia, se destaca com o Festival Folclórico de Parintins e a Festa do Cirio de Nazaré, a outra, com praias de águas mornas e uma clara vocação para elas, conquista destaque mundial durante o carnaval. Já na mesa do sertanejo, o sabor é forte e a culinária rica em temperos e criatividade abre espaço para o vatapá, acarajé, sarapatel e carne de sol. Já a gastronomia do norte se beneficia pelo Amazonas e seus afluentes que favorecem para que os peixes tenham presença marcante no cardápio.

Assim, resumimos o norte e nordeste brasileiro. Regiões que mesmo com toda essa diversidade econômica, cultural e gastronômica têm em particular, para a Frimesa, uma semelhança. Ao andar pelos supermercados dos estados do Maranhão e do Pará, por exemplo, e passar pelas gôndolas de alimentos se tem a sensação de estar numa loja do sul do país, ou melhor, do oeste do Paraná, devido a quantidade de produtos Frimesa encontrados nas prateleiras. É até possível ver todo o mix cadastrado. São 375 itens com mais de 240 que vão direto à mesa do consumidor se caracterizando como alimentos prontos e semiprontos para o consumo.

“Para a Frimesa esse é um importante mercado já que as duas regiões representam 15%

das vendas com destaque aos trabalhos de representação no Pará e Maranhão. Temos certeza do potencial de crescimento, principalmente nos outros estados, na medida em que o volume de produção também será ampliado”, destaca o presidente Valter Vanzella.

A penetração da marca nos lares norte e nordeste se deve por dois fatores: o primeiro é potencial de consumo das regiões, com nove estados, e o segundo, maior população do país – cerca de 53 milhões de habitantes – o nordeste responde por mais de 18% do consumo brasileiro. Com isso, o nordeste supera em potencial de consumo a região sul, ficando atrás apenas do sudeste, que perde representatividade no consumo nacional: de 54% para 51%.

Já no norte temos sete estados e uma população de mais de 16 milhões de habitantes, o equivalente à população do Chile. Manaus e Belém de destacam como metrópoles e em termos percentuais a região responde por mais 5% de consumo.

Em relação ao varejo, o nordeste conta com 1.700 lojas entre supermercados e hipermercados e ainda 20% do atacarejo está centralizado na região, de acordo com a Revista Supermercado Moderno. Já os consumidores nortistas contam com mais de 300 lojas.

“Nos últimos anos, o norte e o nordeste



Potencial Econômico

Norte e Nordeste

16 estados

69 mi de habitantes

2000 supermercados

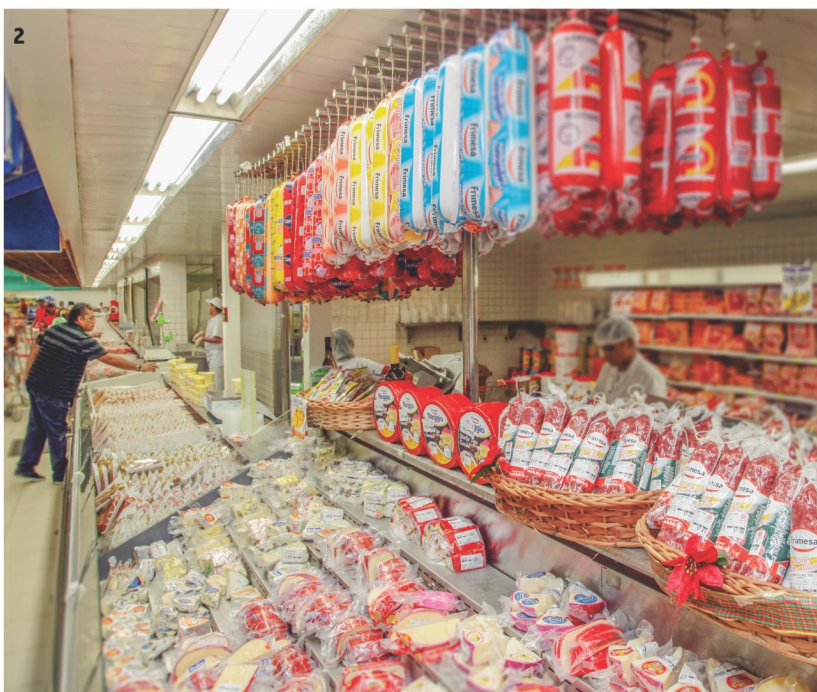
20% do atacarejo no NO

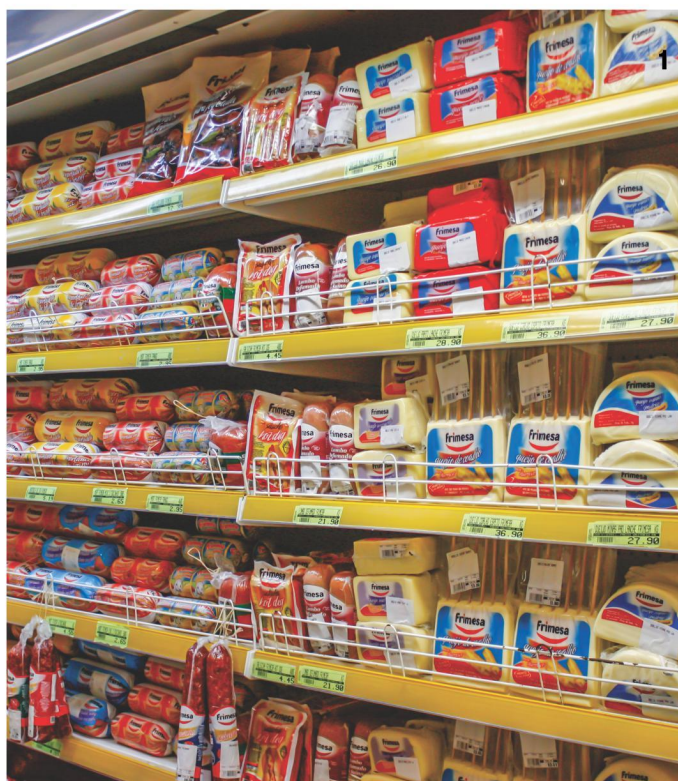
23% do consumo brasileiro

apontaram um crescimento médio de 10 a 12% ao ano com expectativas de continuar crescendo e se destacando das outras regiões do país", aponta o presidente da Associação Brasileira de Supermercados (Abras) Fernando Yamada. Apesar da sinalização de retração do consumo, em 2014 o setor está otimista com a copa e os investimentos em infraestrutura. "Estamos crescendo de forma sustentada. Com o indicador de inflação controlado, a taxa de desemprego e o nível de renda estáveis, devemos continuar expandindo".

Assim, como no restante do país, os consumidores dessas regiões estão aprendendo a optar por mais qualidade e estão mais exigentes. "Cada vez mais aumenta a procura por produtos que tragam soluções com diferenciais, benefícios, enfim, produtos com maior valor agregado.

▼ **REPOSITOR** Michel Ribeiro (1) prepara e leva os produtos até os supermercados Yamada (2), em Belém, produtos estes que são preferência na hora das compras do Chef Paulo Silva (3)





▲ **PRODUTOS** Frimesa no Supermercado do Grupo Mateus, em São Luís, Maranhão (à esquerda), são apresentados aos consumidores pela promotora Renata Figueiredo (à direita).

Essa é uma oportunidade, tanto para os supermercados quanto para as em indústrias investirem em produtos mais qualificados". Yamada elogia a atuação da indústria. "Nos últimos anos, o mercado tem se beneficiado das inovações no segmento de alimentação, colocando o setor em vantagem. O brasileiro está aprendendo a consumir e escolher a marca pelo custo benefício, ou seja, paga mais para quem resolve mais".

PARCERIA É justamente com esse foco que a Frimesa concentra seus esforços: Atender às necessidades do consumidor contemporâneo, mantendo uma relação de parceria com o varejo. "É motivo de orgulho para nós ter a marca Frimesa nas nossas gôndolas em função do alto padrão de qualidade e variedade sempre com inovações e excelência no serviço de fornecimento", diz Fernando Yamada, que está também frente ao Grupo Yamada, rede varejista com 33 lojas, sendo 17 de supermercados. Gera mais de 8.000 empregos diretos no Pará e Amazonas, sendo a maior do ramo no norte do país.

"O grande diferencial da Frimesa é apresentar um dos melhores serviços das empresas do segmento. Tem o foco no cliente, uma boa atuação. Não tem mídia, mas está sempre disponível para as necessidades do ponto de venda,

entregando todo o seu portfólio de produtos. Essa estratégia permitiu à marca Frimesa crescer mais que a concorrência", diz o presidente.

A parceria com o varejo teve reconhecimento na conquista de prêmios: Best Seller, oferecido pelo Grupo Líder do Pará às empresas fornecedoras de maior destaque, o prêmio inédito Carrinho de Ouro da Associação Maranhense de Supermercados para as indústrias fornecedoras destaque, título este entregue pela primeira vez a uma empresa fora do estado do Maranhão.

O gerente comercial da Frimesa, Mauro Kramer, destaca que as duas regiões receberam no ano passado mais de 36 mil ton. de produtos. "O resultado é a soma do trabalho frente aos 750 clientes ativos da Frimesa e temos projetos de expandir a atuação, uma vez que esse mercado vem se destacando nos últimos anos". A linha de linguiças frescas — Toscana, linguiças defumadas, presuntaria e ainda no segmento de lácteos queijo mussarela, prato e parmesão são os itens da Frimesa que mais caíram no gosto, tanto do nortista como do nordestino.

O crescimento é reflexo da política adotada pela Frimesa e da atuação das equipes, diz o gerente de Vendas do Deven, Vanderlei Centenaro. "A intensificação no trabalho realizado nos canais de venda resultou no fortalecimento do foco a estas regiões, além do estreita-



▼ **FROTA:** são necessário 250 caminhões para a rota Oeste Paraná até o Norte e Nordeste do Brasil para levar os alimentos da marca Frimesa

mento nos laços de parceria com as redes e grupos supermercadistas". O Deven (Departamento de Vendas da Frimesa), centralizado na sede em Medianeira, no Paraná, juntamente com 24 escritórios de representação comercial são responsáveis pelas vendas dos produtos Frimesa nos 16 estados no norte e nordeste brasileiro (veja mapa).

ROTA MARCADA Para entender um pouco da dinâmica, os pedidos diariamente são vindos dos pontos e, após computados, são montadas as cargas e enviados para a logística, para que as rotas e pedidos possam ser agrupados.

Com as cargas montadas, os caminhões carregados são liberados para a viagem. O tempo necessário para os pedidos chegarem aos destinos demora em torno de oito a dez dias. Por exemplo, até o Pará são mais de 3.000 quilômetros de distância. E, na última fronteira, alguns pedidos demoram, pois não viajam apenas por terra, muitos trajetos são feitos com ajuda de balsas para chegar a cidade Marabá.

Para que a produção da Frimesa percorra os milhares de quilômetros que separam as unidades industriais, localizadas no oeste paranaense, até os estados do norte e nordeste, a empresa conta com um extenso sistema de logística, de acordo com o supervisor da área, Valdecir Pue-rari. "Uma frota de mais de 250 caminhões, somada a uma equipe de motoristas e entregadores são responsáveis pelas entregas. Estas podem ser diretamente nos clientes ou em centros de distribuição". Novos investimentos estão sendo programados para ampliar ainda mais a capacidade de atuação da Frimesa nessas regiões.



Estrutura Frimesa

Alguns números que possibilitam a atuação da empresa:

750 clientes ativos

12% do volume total de vendas da Frimesa

24 empresas de representação comercial + equipe de promotoras

250 caminhões para transporte



Visão estratégica

EXPANSÃO E MODERNIZAÇÃO TRANSFORMARAM UMA PEQUENA PADARIA NA MAIOR REDE SUPERMERCADISTA DE PETRÓPOLIS, NO RIO DE JANEIRO. CONHEÇA A HISTÓRIA DO ARMAZÉM DO GRÃO

Raio X



- ☒ 5 supermercados
- ☒ 8 mil itens cadastrados
- ☒ 420 colaboradores
- ☒ 38 checkout's

Com uma trajetória recente mas promissora, a história do Armazém do Grão começou a ser escrita em 1986, no Bairro Castrioto, em Petrópolis, a 65 km do Rio de Janeiro. Com o nome em homenagem ao bairro, o Armazém do Grão surgiu, no ramo da panificação, com o nome de Panificadora Castrioto.

Pouco mais de uma década depois, em 1997, agregou à Panificadora o segmento de mercearia. O resultado foi a rápida expansão do local. Com o passar do tempo, a loja foi se profissionalizando e acompanhando as novas tendências do mercado.

Sentindo a necessidade de ampliação do espaço físico, o proprietário Antoane Hang Correa adquiriu alguns imóveis ao redor do local. Surgia assim, em 2004, o primeiro modelo de supermercado de bairro.

A prioridade do grupo sempre foi a excelência e a velocidade na prestação de serviços. O foco diferenciado fez com que a receita tivesse bons resultados. A área de atuação do grupo, aos poucos começou a expandir.

A expansão do mix de produtos foi a estratégia encontrada para ganhar credibilidade e confiança dos clientes.

O resultado não poderia ser outro. Anos depois, em 2008, veio a oportunidade para expandir a loja. Surgia assim a segunda filial, no Centro, que

começava a se tornar uma rede supermercadista. Neste momento é criado o Armazém do Grão.

A necessidade para criação de uma rede surgiu a partir da ideia de atender o cliente por completo. Não apenas áreas isoladas, mas sim todo o mix de produtos e serviços necessários para as compras do dia a dia.

A rede que surgiu de uma oportunidade, hoje é a maior rede em lojas dentro de Petrópolis. O motivo que faz o grupo continuar crescendo é o fato de oferecer aos clientes produtos e serviços de alta qualidade e variedade.

Devido ao grande fluxo de vendas e o grande escoamento do mix de produtos, era necessário ter um estoque maior. Em 2010 este problema foi resolvido. Após reformas para ampliar o espaço físico, surge a oportunidade de construir o primeiro Centro de Distribuição.

O resultado não poderia ser melhor. Com a maior absorção dos produtos e uma agilidade maior no atendimento realizado, nos anos seguintes, entre 2011 e 2013, foram inauguradas mais três lojas. A expansão aconteceu através de uma parceria com o BNDES.

DIFERENCIAL DO DIA A DIA Se manter competitivo, para o diretor do grupo, Antoane Hang Correa, é uma constante, baseada nos princípios que



 Armazém do Grão

▼ **REFERÊNCIA** na qualidade e empreendedorismo são elementos presentes no dia a dia do Grupo

norteiam o Armazém. “O grupo acredita que os atributos que devem ser mantidos é a organização e a garantia dos melhores produtos e serviços”.

CUIDADO COM A NATUREZA O Armazém do Grão mantém um completo programa de reciclagem. Nas lojas há um sistema que reutiliza as águas pluviais, para consumo hídrico. Os projetos arquitetônicos sempre buscaram focar nos detalhes paisagísticos, históricos e ambientais. No plano de expansão, serão desenvolvidos projetos de parques ambientais e praças para recreação dos clientes.

PARCERIA DE SUCESSO Para atender a rede, a Frimesa conta com uma filial de vendas no Rio de Janeiro. Além de todo um time de colaboradores, a Central conta ainda com um Centro de Distribuição, que facilita o trabalho e diminui os prazos, sempre fazendo com que os clientes tenham os produtos Frimesa nas gôndolas.

A filial do Rio de Janeiro possui um quadro com 28 colaboradores, 13 na área comercial e o restante como operadores logísticos. Há ainda outras 32 promotoras que auxiliam nas praças de atuação da filial.

O Gerente de Vendas da filial do Rio de Janeiro, Marcos Aurélio, explica que a Cooperativa acompanhou grande parte da história do grupo. “Temos acompanhado o crescimento do Armazém do Grão nestes últimos anos, vendo o resultado do trabalho que, num curto tempo, passou de uma para cinco lojas. Os produtos Frimesa fazem parte da história do crescimento do grupo”.

Correa ressalta que a Central proporciona uma venda direta. Por isso “buscamos ofertar produtos que atendam às necessidades dos nossos clientes. Além disso, a Frimesa tem toda a estrutura necessária para apoiar o grupo, em ações, campanhas e ofertas em todas as áreas, o que resulta em uma parceria duradoura”.



▼ **PRODUTOS** e serviços diferenciados, fazem do Armazém do Grão referência em Supermercado



▼ **ESPAÇOS** amplos e comodidade garantem conforto e satisfação na hora das compras

PRÊMIO



Foto: divulgação

▲ **EQUIPE** Frimesa, Joel Macedo, José Luiz Donel, Edson Merege e Vinícius Tarozo, receberam o Prêmio Tito Muffato.

Fornecedor destaque

Prêmio Tito Muffato é o reconhecimento do trabalho realizado pelos parceiros que mais se destacaram no último ano

A premiação "Melhores do Ano", apontou os maiores e melhores fornecedores paranaenses de 11 categorias nos mais diversos segmentos. O evento chega a terceira edição com várias novidades e se consolida como uma ferramenta de avaliação do desenvolvimento varejista.

A Frimesa foi reconhecida nas categorias em que atua: frios e congelados e laticínios. O resultado é o reflexo da busca constante para atender às necessidades do público-alvo.

Em 2013, a premiação foi permeada por novidades. O prêmio recebeu o nome de Tito Muffato, uma homenagem ao homem que começou a história do Grupo. O título continua com a mesma finalidade, valorizar as parcerias mantidas com os fornecedores, resultando em produtos e serviços de qualidade e inovadores.

Para o gerente comercial da Frimesa, Mauro Strey Kramer, a parceria com o Grupo Muffato é muito importante, pois "o grupo é embasado pelos mesmos valores que a Frimesa, respeito e confiança. Assim, os resultados da união são vistos nas gôndolas dos supermercados paranaenses". ●



▲ **PRÊMIO** Tito Muffato: Categoria Perecíveis - Frios Embutidos. 1º Lugar 2013



Leite & Derivados:

Crescimento de produção prejudica o negócio

Estimulada pelos excelentes preços pagos pela matéria-prima in natura, a produção está crescendo e vem prejudicando o negócio leite como um todo. Sabemos todos que a faixa de equilíbrio entre oferta e demanda neste negócio é muito estreita, nosso consumo é muito ajustado em relação à produção ofertada e qualquer crescimento um pouco mais agressivo compromete todo o mercado. Não existem opções de onde colocar mais leite, se o consumo doméstico não aumentar. As exportações de leite seriam uma alternativa bem lógica, muito embora nosso leite não seja competitivo lá fora, mesmo com os atuais bons preços praticados no mercado externo.

Como os preços de venda praticados no mercado doméstico estão muito baixos, a exemplo o leite longa vida com uma boa parte dos negócios abaixo de R\$ 1,50 por litro, muito queijo muçarela abaixo de R\$ 10,00 o quilo, e o próprio leite in natura no mercado spot na maioria abaixo de R\$ 0,85 por litro, faz-se necessária uma queda mais forte nos preços pagos ao produtor. Como não existe perspectiva no curtíssimo prazo, de aumento nos preços de venda dos produtos já citados, acreditamos que a baixa de preço pago pelo leite ao produtor pode chegar a 15%, ainda.

Mesmo com esta redução de preço ao produtor e com os atuais custos da ração, é bem provável que a produção não caia muito, mas a indústria vai recuperar o fôlego perdido. Consumidores e varejistas estão felizes com esta situação, por enquanto. Cada produtor e cada indústria sabem onde o calo aperta mais, infelizmente a solução mais prática e mais rápida para reverter esta situação é a redução da oferta e ela começa pela redução da produção no campo.



Carne suína:

Boas perspectivas para o início deste ano

O ano de 2013 terminou muito bem para o setor suinícola. Todos os elos da cadeia produtiva obtiveram bons resultados, desde as granjas de leitões, passando pelas fábricas de ração, os terminadores e por fim a indústria. O ano fechou com preços de venda na indústria estáveis permitindo a manutenção do preço do suíno vivo, e com os custos de produção em baixa os ganhos nos sistemas de integração se ampliaram consideravelmente.

Outro fator que favoreceu o bom resultado foi o preço do animal vivo no mercado spot. A oferta reduzida de animais neste mercado fez com que as posições de preço subissem bem acima dos preços das integrações afetando parte do mercado, principalmente da carne in natura. Mas é preciso citar que a cada ano que passa a oferta de animais neste mercado vem diminuindo, e atualmente a produção dos não integrados representa em torno de 10% do mercado.

Aqueles clientes, indústria e varejo, que normalmente se abasteciam com estes produtores independentes, ora com preços abaixo do custo de produção ora com preços muito altos, estão agora procurando outras fontes para se abastecerem. A oferta regular e com preços menos voláteis estão sendo os principais atrativos do sistema integrado. Este movi-

mento é muito positivo para o setor e, em um futuro próximo, cada vez mais o mercado sofrerá menos variações nos preços em função da oferta mais regular. Somente grandes oscilações nos preços das commodities soja e milho podem afetar os preços da carne in natura.

Neste momento podemos observar exatamente isso acontecendo. Neste início de 2014 a oferta de animais vivos se mantém reduzida no mercado spot e com preços bem elevados. A menor volatilidade dos preços de venda praticados pelas indústrias com sistemas integrados está fidelizando estes novos clientes e, além disso, está possibilitando o atendimento de pedidos com especificações personalizadas para cada cliente e eles estão gostando.

O bom desempenho do negócio carnes no final do ano e agora estamos falando dos volumes vendidos, principalmente dos processados, também está trazendo reflexos positivos para este início de ano. A significativa redução dos estoques de produtos acabados, seja nos armazéns das indústrias ou nos depósitos dos clientes, está proporcionando a sustentação dos preços de venda destes produtos, e em alguns itens até um pequeno aumento. A demanda foi muito boa por conta das festas de fim de ano, quando os consumidores compraram muito e agora está havendo a reposição dos estoques. Se a demanda não retrair muito nos meses de fevereiro e março podemos esperar bons resultados já no primeiro trimestre, entre eles a manutenção do preço do suíno vivo. Em tempo, cabe ainda comentar um pouco sobre as exportações do setor, que em 2013 tiveram redução de 11% em seus volumes comparados a 2012. Neste momento ainda existe oscilação em relação às exportações por conta das restrições no acesso a mercados tradicionais, mas espera-se que isso seja resolvido o mais rápido possível.

◀ **COOPERATIVISMO** faz parte do dia a dia dos Chapla há mais de 50 anos

Um time de craques

COOPERAÇÃO, MOTIVAÇÃO E, COM CERTEZA, MUITO TRABALHO FORMAM A BASE CAMPEÃ DA FAMÍLIA CHAPLA. O NEGÓCIO DE SUÍNOS E LEITE QUE ATRAVESSA HOJE PODE SER CONSIDERADO UM EXEMPLO DE EVOLUÇÃO E, ACIMA DE TUDO, INOVAÇÃO

As
cooperativas
cumprem, de maneira
singular, o que prevê um dos
princípios. Reduzir a distância
social e econômica entre
os membros. No Paraná,
além dos Chapla, **1 milhão
de pessoas**
integradas ao sistema
cooperativista são
beneficiadas.

Não basta ter bons craques para levantar a tão desejada taça de campeã mundial de futebol. Para conquistar resultados vencedores é preciso ter estratégias, somadas a muito trabalho, boas doses de motivação e, acima de tudo, o time campeão precisa conjugar o verbo cooperar. A história mostra que a seleção canarinho seguiu a lição direitinho e, por cinco anos, levantou a taça. Essas vitórias certamente inspiraram muitas outras histórias que viriam com o passar do tempo.

Na Família Chapla, integrada da Cooperativa Copagril, o espírito da cooperação é sólido como uma rocha, há quatro gerações. Os quatro irmãos, Edio, Beto, Márcio e Clarice, formam um time que não trabalha sozinho. Pelo sistema, toda a produção: 800 litros de leite por dia, 2.400 suínos alojados por lote, os frango dos quatro aviários e a lavoura de 22 hectares seguem para as cooperativas, Frimesa e Copagril, tornando os Chapla, mesmo pequenos, grandes produtores e até mesmo industrializados. Assim trabalham com segurança e com motivação para investir e crescer na atividade. Em 2013, por exemplo, obtiveram uma receita bruta das atividades de quase meio milhão de reais.

A história da família começa a ser escrita um pouco depois da conquista do bi mundial pelo Brasil em 1962. Os avós, seu João e Célia Chapla, quando saíram do Rio Grande do Sul em busca de melhores condições, iniciaram uma jornada ao se mudar para novas terras instalando-se na região de Marechal Cândido Rondon. "Meu avô deixou muitas lições, a principal foi o quanto é importante estar ligado à cooperativa. Foi um dos primeiros associados da cooperativa. É dessa forma que temos acesso ao mercado e tecnologia. Dá para dizer que obtemos escala e competitividade por meio da cooperativa", conta o pecuarista Edio Chapla.

Enquanto para a seleção canarinho o verde vem dos gramados dos estádios, para os Chapla, o verde vem das lavouras de soja e milho. A equipe, mesmo com as adversidades, se mantinha firme, afinal a vontade de vencer era maior do que os problemas do dia a dia. Com a ajuda das lavouras, aos poucos, a família foi crescendo e o técnico do time, seu João, começou a pensar em novas estratégias de jogo.

NOVA FASE Seu João, ao ver o trabalho bem encaminhado, começou a dividir as responsabilidades com o seu time: os 12 filhos. Neste momento outras estratégias começaram a surgir e novas ideias foram incorporadas ao negócio. A vontade de evoluir e superar desafios fizeram com que os Chapla, apoiados pelo cooperativismo, iniciassem e expandissem os negócios e os filhos trilhassem seus caminhos.

Dionísio Gervásio Chapla e a esposa Irene, pais de Clarice, Edio, Márcio e ainda Gilberto, decidiram continuar com o trabalho de seu João. A primeira decisão foi mudar da linha Campos Sales, também no distrito de Margarida, para administrar uma área total de 205 hectares. E como diz o ditado, muito recorrente nos campos, "em time que está ganhando não se mexe", no final da década de 70, decidiram apostar nas lavouras. Outra característica da família é a inovação, pois costumavam trazer as novidades para a localidade onde moravam. Um exemplo foi a primeira trilhadeira, o primeiro aviário e a primeira técnica de manejo.

Anos depois, em 1984, buscando diversificar e ampliar a renda, a família também entrou para a suinocultura na época ainda baseada em ciclos completos. Com a produção sendo enviada para a Frimesa, os animais garantiram a seu Dionísio a estabilidade necessária para seguir adiante. Para garantir o leite do dia a dia e, eventualmente, obter uma renda extra para a família, dona Irene sempre mantinha algumas vaquinhas na propriedade. O plano de diversificação da família estava praticamente pronto. Logo em seguida vieram as aves, que hoje somam quatro aviários. "Na medida em que a cooperativa foi ampliando a base de industrialização, nós, produtores, também tivemos condição de diversificar a propriedade o que é muito bom, pois gera segurança para o negócio", destaca o suinocultor Beto Chapla.

NOVA SUCESSÃO Assim como o pai, seu Dionísio viu que com o trabalho realizado estava encaminhando tarefa para os filhos. Com o pensamento voltado para o futuro, os irmãos – Clarice, Edio, Márcio e Beto – decidiram ampliar as áreas. A ideia foi olhar para a propriedade pela perspectiva da Copagril, afinal a inovação faz parte da visão da cooperativa. Para os Chapla, sucessão familiar não se resume a um conceito, hoje os netos e bisne-



► **CRECHÁRIO** da família Chapla abriga 2.400 animais. Para 2014, a capacidade aumentará para 4.800 suínos



Efeito multiplicador

Assim como os Chapla, outros milhares de paranaenses tem uma história com o cooperativismo. O sistema, no Paraná, é um dos mais desenvolvidos do país. O motivo é simples, aqui todos crescem juntos, por isso o estado tem orgulho do sucesso e satisfação que só quem coopera conhece.

135 mil produtores, sendo 77% de pequeno e médio porte e 81 cooperativas agropecuárias;

60 mil empregos diretos e ainda 900 mil pessoas têm ligação econômica direta com as cooperativas;



R\$1.06 bilhão de impostos são recolhidos aos cofres públicos anualmente, valor que é revertido à manutenção das comunidades onde o sistema está inserido;

56% do PIB agrícola do Paraná (soma das riquezas produzidas) vem das cooperativas;

R\$39,4 bilhões é o valor faturado pelas cooperativas agropecuárias em 2008. Os produtores estão em mais de 100 países e as exportações somaram US\$ 1.440 milhões;

R\$ 2 bilhões de investimento para ampliações e obras nas cooperativas do agronegócio paranaenses.

Fonte: Ocepar

tos de seu João continuam o trabalho e o legado deixado, em nome do cooperativismo e do próprio agronegócio. Um dos motivos que faz com que a família tenha certeza de que estão no rumo certo e que as atividades terão continuidade, é que todos da família querem permanecer no campo.

SUÍNOS Devido a baixas no mercado, seu Dionísio quase pensou em abandonar a suinocultura. Em 2000 encontrou a salvação, seguindo a nova forma da cooperativa de conduzir o sistema produtivo, optando pela terminação. Assim, o ciclo completo foi substituído pela forma de produção onde o suíno chega na propriedade aos 22 kg permanecendo até o abate. Essa dinâmica estabilizou o negócio e permitiu aumentar a criação de 200 animais para uns 600 animais engordados por lote. "Um dos motivos de continuarmos na suinocultura foi essa estabilidade que conquistamos", garante Edio. Outra vantagem, segundo o produtor, é que a suinocultura é mais estável que a lavoura devido ao clima.

Com a inovação como aliada na propriedade, em 2012, houve outra grande mudança no sistema de produção de suínos. A estrutura dos animais foi abaixo e o local foi modificado para a instalação do crechário com capacidade para 2.400 animais. A estrutura serve para acomodar os suínos, que chegam com 28 dias e permanecem 45 dias nas instalações.

O primeiro crechário foi construído há dois



anos e os resultados positivos motivam a construção da segunda unidade, iniciada em setembro de 2013, com previsão para ser concluída ainda em fevereiro. Ao término da obra, haverá a capacidade para alojar até 4800 animais.

Os Chapla estão felizes com a criação que participa em 10% de toda a receita gerada na propriedade. No ano passado obtiveram uma receita média de 500 mil reais. A atuação da Central Frimesa no mercado, industrializando e comercializando a produção dos integrados, permitiu preços acima do mercado.

LEITE As cinco vaquinhas a dona Irene, com uma produção de 50 litros diários, deram o pontapé inicial para o negócio da família na atividade leiteira. Na época, 1984, a alimentação dos animais era totalmente à base de forragem e pastagens. Durante vários anos, o número de animais no plantel da família era uma constante. Em alguns momentos, a família chegou a ficar com apenas dois animais, com o leite apenas para o consumo.

Com o tempo e a vontade dos filhos, o time bolou um novo plano de jogo e resolveu entrar de vez no ramo de leite. Com inseminações e a compra de novos animais, o plantel aos poucos foi crescendo.

De toda a propriedade, a família reserva hoje para pastagens, nove alqueires por ano – cinco no verão e o restante no inverno. Assim os animais têm uma dieta de feno e um pré secado de

grama, durante o ano todo. Hoje a família conta com um sistema semiconfinado e o plantel, misto, chega a 100 animais. Desse total, 70 são holandesas e o restante são jerseys.

Sobre o fato de manter um plantel misto, Edio explica que a qualidade do leite jersey compensa o fato dos animais terem um volume de lactação menor. “Queremos continuar com o plantel assim, nem só jersey, nem só holandesas. Creio que devemos buscar melhorar a genética e os animais na propriedade mesmo”. Hoje, o leite participa com 25% do negócio da família e toda a produção segue para as indústrias da cooperativa e é transformada em produtos de valor agregado, chegando a milhares de prateleiras em todo o Brasil.

INVESTIMENTOS Assim como os preparativos para a copa, os negócios andam a todo o vapor na propriedade dos Chapla. Somente nos últimos três anos, os investimentos realizados ultrapassam a marca de 1,2 milhão de reais. Sobre as aplicações de capital, Janete, a esposa de Edio, afirma que “a certeza nos negócios é resultado da parceria com o próprio cooperativismo”.

O primeiro crechário teve um investimento de mais de 400 mil reais, o segundo somou uma quantia de 350 mil. Mas os planos da família não terminam por aí, Beto e Marcio comentam que a vontade é chegar a quatro granjas na propriedade.

Há dois anos, a família começou a utilizar a ultrassonografia como ferramenta de manejo. O resultado apareceu através da melhoria na eficiência dos animais. O procedimento é realizado nos animais, todos os meses, e melhorou muito os resultados da propriedade.

Edio garante que a ferramenta se tornou indispensável diante dos resultados obtidos, “hoje, podemos ver o quanto isso ajudou, agora a análise do rebanho é feita com muito mais precisão, com isso sabemos quais ações serão tomadas”.

Para dar conta das atividades do dia a dia, hoje são 15 pessoas envolvidas com o trabalho do campo. O cuidado necessário para o gado de leite fica por conta de um casal contratado. Para as granjas de suínos não é diferente, outra família acompanha o dia a dia do crechário.

A escolha pelo cooperativismo, assim como o amor à camisa verde e amarela, está no sangue da família. De instituições financeiras a alimentos de qualidade garantida, os Chapla têm a essência cooperativista correndo nas veias, e Beto ressalta que a raiz desta parceria foi plantada há muitos anos. “Ter a Copagril ao nosso lado já faz parte da tradição, sempre, desde o tempo de nossos pais. A garantia e confiança são fundamentais e isso faz com que tenhamos certeza de continuar na atividade para crescer”.

Dentre os filhos, muitos estão na região e mantêm a chama do cooperativismo acesa. Filhos, netos e bisnetos hoje fazem parte do cooperativismo.

Para que o time continue com bons resultados, a equipe técnica da cooperativa auxilia na parte de treinamentos, instruções e todo o acompanhamento necessário. Edio garante, “precisou de ajuda técnica, é só chamar que o pessoal está aqui. Em todas as áreas, temos a certeza de que a Copagril nos apoia e acompanha”.

As **77**
cooperativas
do agronegócio são
responsáveis por 85,5%
do faturamento
do cooperativismo
paranaense

PRODUTORES E COLABORADORES DEDICADOS, ESTRUTURAS INDUSTRIAL E COMERCIAL EFICIENTES, SOMADOS A UM SISTEMA BASEADO NA COOPERAÇÃO. ESSA É A FÓRMULA QUE PERMITIU À FRIMESA VENCER 2013 COM RESULTADOS ACIMA DAS EXPECTATIVAS

Os 90 minutos da partida são os 365 dias do ano, os 11 jogadores dão lugar aos milhares de produtores no campo, colaboradores das indústrias e envolvidos na venda e entrega e, o gol, esse é comemorado quando um produto Frimesa entra num carrinho no supermercado. Como em toda a partida de futebol, um time que trabalha unido, entrosado e motivado, colhe bons resultados. Assim a Frimesa contabilizou, em 2013, R\$ 1.666.974.036 de faturamento, um crescimento de 24%, sobre 2012, acima inclusive do R\$ 1,585 bilhão projetado. Outro valor que superou as expectativas foi o resultado final. O lucro líquido, após as deduções do IR, chegou a R\$ 48.731.504.

"Atingimos nossas metas, e 2013, certamente vai entrar pra história. Com todos os indicadores apontando um dos melhores anos da cooperativa, o crescimento é uma prova de que a Frimesa certamente vive hoje, uma das melhores fases tanto no resultado financeiro quanto no posicionamento da marca no mercado", ressalta o técnico deste grande time, o diretor-presidente da Frimesa, Walter Vanzella.

Para a Frimesa conseguir vencer a partida, não foi uma tarefa fácil. Competiu com grandes marcas no mercado além das adversidades. A economia brasileira, por exemplo, deve fechar com um crescimento ínfimo no PIB de 2%, valor abaixo até mesmo da média dos países latino-americanos. O consumo também perdeu o fôlego ao longo de 2013 sem contar com os poucos investimentos do governo para estimular o desenvolvimento da agroindústria e os gargalos logísticos, fiscais e trabalhistas que as empresas enfrentam.

"As estratégias adequadas de mercado, produzindo alimentos de valor para as pessoas e, sobretudo, o esforço da equipe que vestiu a camisa Frimesa permitiu que a cooperativa vencesse as adversidades", complementa o diretor executivo Elias José Zydek.

Para entender a dinâmica produtiva, industrial e mercadológica da Cooperativa Frimesa, vamos voltar à Família Chapla (veja página 14). Eles parti-

cipam de uma organização produtiva que, por meio das cooperativas, tiveram a oportunidade de diversificar a propriedade, investir na atividade e crescer com segurança. Eles são integrados da Copagril, de Marechal Cândido Rondon, e recebem apoio técnico e sua produção de 800 litros de leite por dia e os 2.400 suínos terminados por lote vem para a Frimesa, que industrializa e comercializa, buscando as melhores estratégias de mercado para valorizar a matéria-prima no campo.

Junto aos Chapla se somam os 4.664 produtores integrados – 881 suinocultores e 3.783 produtores de leite – das cinco cooperativas (Copagril, Lar, Copacol, C.Vale e Primato) que formam a base produtiva da Frimesa. Juntos eles enviaram à Central, em 2013, 219 milhões de litros de leite, registrando um aumento de 16% e mais de 1,4 milhão de cabeças de suínos – 10% a mais que 2012. Esses volumes se





atégia peã

transformaram em 289 mil toneladas de alimentos distribuídos principalmente no mercado brasileiro. Para se ter uma ideia da expressividade, para transportar esse volume são necessários mais de 9 mil caminhões.

Os números foram apoiados pela elevação de 10% na recepção de suínos, totalizando 1.417.306 cabeças industrializadas. A área de laticínios apresentou uma recepção média diária de 603.308 litros de leite, 16,6% acima do ano anterior. Transformados em alimentos, esses volumes representaram 289.142 toneladas, um resultado 10,98% maior que 2012.

Tão grande quanto o time do campo, as equipes responsáveis pela industrialização de toda esta matéria-prima somam um contingente ainda maior, confirmando o grande diferencial social da cooperativa na geração de empregos. São 5.440 colaboradores, ou seja, empregos diretos, e mais de 24.000 pessoas estão envolvidas

economicamente com as atividades da Frimesa.

No grande campeonato do mercado, a Frimesa apresentou uma das melhores campanhas. São 375 produtos que compõem o mix que, somados aos 31.101 pontos de vendas ativos, 267 a mais que 2012, permitiram levar a marca pelos quatro cantos do país.

A qualidade dos produtos e serviços prestados ao varejo teve reconhecimento. De sul a norte, a cooperativa tem conquistado a preferência da marca nas gôndolas. O prêmio Fornecedor Nota 10, é resultado do trabalho realizado no Paraná. Em São Paulo, a conquista do Troféu Ponto Extra, a maior premiação do setor varejista brasileiro, é comprovada por quem mais entende do assunto, os próprios supermercadistas. O título de melhor Parmesão do Brasil, eleito em Minas Gerais, comprova que os mineiros realmente entendem do assunto. No Pará, o Prêmio Best Seller, realizado pelo Grupo Líder também mostra que a Frimesa está expandindo horizontes. No estado vizinho, Maranhão, o Troféu Carrinho de Ouro, premiação maior da Associação Maranhense de Supermercados, ressalta que a distância entre norte e sul se resume em uma palavra: confiança.



CARNES Assim como na área de laticínios, para a suinocultura, 2013

foi um ano de destaque.

Após períodos de retração nos últimos anos, as cotações do preço do suíno apresentaram um quadro de estabilidade. O ano terminou com valores satisfatórios devido à demanda expressiva no mercado.

A Frimesa repassou como valor médio do quilo do suíno, no ano passado, R\$ 2,90, 11,78% a mais. Já o preço médio de venda atingiu R\$ 5,79 sendo 8,72% de alta. Vanzella ressalta outro motivo que fez com que os valores melhorassem: a oferta no mercado interno. "Houve uma redução também na oferta em decorrência da queda no abate, o resultado dessa soma de fatores começou a aparecer no início do segundo semestre".

As 1.417.306 cabeças de suínos abatidas pela Frimesa tiveram origem dos 881 suinocultores integrados. O volume totalizou uma industrialização de 188.828 toneladas de produtos, 10% a mais que 2012. O mix também é centrado na agregação de valor, sendo: 59,3% industrializados (presunto, salames, mortadelas, linguiças, entre outros), 24,4% cortes, 9,3% exportação e 7% subprodutos.

Faturamento

em reais

O aumento de 24% no faturamento fez a Frimesa obter uma receita de R\$ 323 milhões superior a 2012



Produção

em mil toneladas

Os investimentos nas unidades industriais permitiram à Frimesa aumentar a produção em quase 29 mil ton. O crescimento de 11% é reflexo do plano de expansão da cooperativa





Produção do frigorífico em toneladas

SEGMENTO	2012	2013	% NO MIX PRODUÇÃO
Industrializados	106.866	111.973	59,30%
Cortes	39.970	46.041	24,38%
Subprodutos	12.360	13.322	7,05%
Exportação	12.928	17.492	9,26%
Total	172.124	188.828	100%



Já no mercado externo, a Frimesa registrou um aumento de 35% em relação a 2012. Várias novas parcerias foram criadas e muitos dos países onde a Central exporta, ampliaram a carta de compras. Mesmo com uma leve queda no final do primeiro semestre, o segundo semestre foi um período de plena expansão para a cooperativa.



LEITE Jogando na lateral direita e com um crescimento considerável, no negócio leite, as indústrias da Frimesa ampliaram os volumes de produção concentrando na agregação de valor. 2013 fechou com média de 600 mil litros ao dia, 16,6% a mais que 2012. Exatamente 83% dessa matéria-prima foi destinada aos itens industrializados: iogurtes, queijos, leite condensado, doces, manteiga e requeijões. O restante destinado ao leite longa vida. Em termos de valores médios, a Frimesa obteve R\$ 4, 81 de preço de venda e evoluiu 30% no faturamento da área de leite. (veja gráficos)

Essa estratégia permitiu um excelente ano para o campo. "2013 foi diferente para os produtores de leite. As cotações da matéria-prima estavam estáveis desde o começo do ano, subiu um pouco no segundo semestre, chegando a passar a marca de R\$ 1,00 por litro". Vanzella destaca ainda que a Cooperativa concentra seus esforços no campo. "Mantivemos o valor do leite acima da média do Conseleite com aumento de 19% sobre 2012. No mercado a Frimesa conseguiu evoluir seu preço médio 10,5%, isso comprova a preocupação das cooperativas na manutenção dos negócios dos seus associados", destaca Vanzella. (veja gráficos)

Um dos fatores que influenciou a melhora nos preços foi a seca na Nova Zelândia, no final de 2012. Com a alta nos preços do mercado internacional, somada à queda na produção de países vizinhos como Argentina e Uruguai, os preços no Brasil passaram por uma fase positiva. Outro fator é o consumo do mercado interno aquecido.

«Os custos de produção do leite ainda são muito altos, mas, ainda assim, é possível obter lucros com a atividade. Outro grande fator é a variação nos valores do milho e da soja, principais insumos utilizados na alimentação animal. O alto preço dos grãos utilizados na alimentação dos animais elevou o custo de produção», completa Vanzella.

A boa notícia é que o consumo no período, de acordo com a Organização Leite Brasil, chegou a 175 litros per capta. O valor, mesmo que abaixo do ideal, 200 litros anuais, está muito acima de valores registrados há uma década, pouco mais de 90 litros.

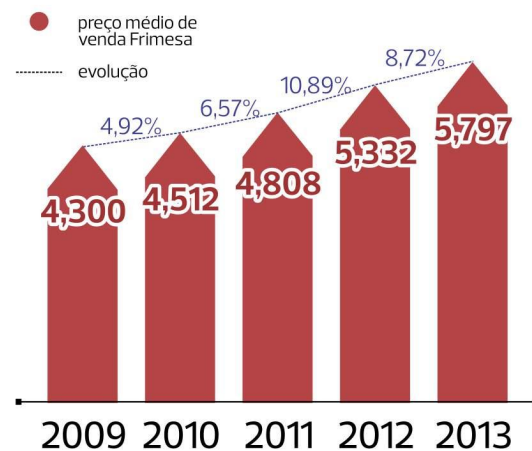


5,38%
a mais

881

**suinocultores
integrados**

➔ Evolução do preço médio de venda área carnes – em reais/ano

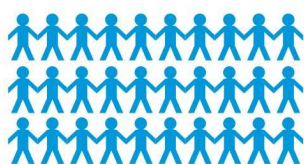


➔ Evolução do custo médio do suíno em reais/ano/kg – suíno posto no frigorífico



Produção dos laticínios em toneladas

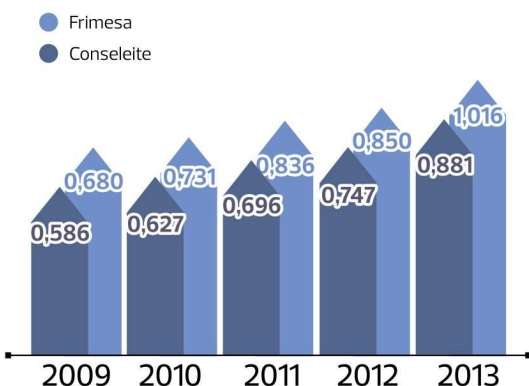
SEGMENTO	2012	2013	% NO MIX PRODUÇÃO
Industrializados	49.240	59.029	58,84%
Leite Longa Vida	28.817	31.310	31,21%
Queijos	8.280	9.975	9,94%
Total	86.337	100.314	100%



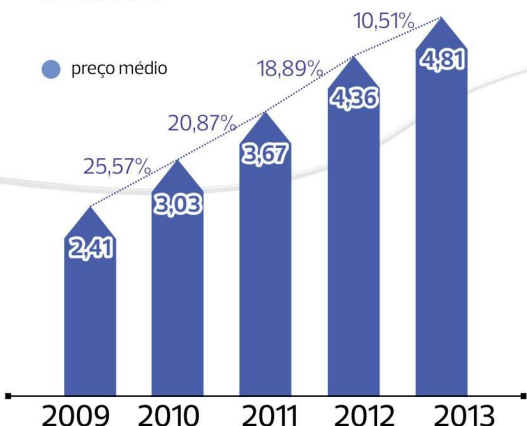
6,06%
a mais

3.783
produtores
de leite

↻ Evolução do custo médio do leite em reais/litro



↻ Evolução do preço médio de venda em reais/ano



BALANÇO SOCIAL É impossível pensar num time sem os jogadores, assim como é impossível pensar em uma cooperativa, sem os colaboradores. O sucesso da equipe depende de todos, e em 2013, a Central cresceu. O número de colaboradores chegou a 5.440 colaboradores diretos, além dos jogadores, a torcida também aumentou. O número de pessoas envolvidas, economicamente, passou de 24.000, dentre produtores, familiares, trabalhadores terceirizados e temporários.

Desafios para 2014

“Esperamos que 2014 seja tão promissor quanto 2013 foi para a Frimesa”. De acordo com Vanzella, para a Frimesa, mais do que o resultado planejado, o mais importante, “é prover as condições que permitem aos produtores e cooperativas filiadas conduzirem a produção no campo, sempre repassando o valor pela matéria-prima compatível com o mercado”.

Para continuar crescendo, em 2014, o plano estratégico prevê a conclusão do projeto de investimentos nas plantas industriais. Para isso o frigorífico, em Medianeira, e também as indústrias de leite, em Matelândia e Marechal Cândido Rondon, terão mais de R\$ 88 milhões aplicados, principalmente em tecnologia, para ampliar a capacidade de industrialização e armazenagem.

A meta da Frimesa é ser, cada vez mais, uma indústria de alimentos com produtos de valor para o cliente. O primeiro semestre de 2014 marcará o lançamento de 15 novos produtos. Dentre eles estão os iogurtes bicamadas, iogurte grego, sobremesas, além da triplicação da opção de hambúrguer e produtos fatiados.

Para dar o suporte necessário, a cooperativa planeja ainda ampliar as estruturas de vendas e distribuição. Dois novos centros de distribuição serão criados, um em Santa Catarina e outro em Minas Gerais. O Centro de distribuição localizado em Medianeira, junto à sede administrativa, também está em obras para melhorar a efetividade logística da Frimesa.

O grande objetivo da Frimesa é chegar ao fim de 2014 com faturamento de R\$ 1,85 bilhão, ou seja 13% de crescimento. Vanzella ainda termina explicando que “a Frimesa está em ritmo de crescimento forte. Se considerarmos os últimos cinco anos, praticamente dobramos de tamanho, o que confirma o acerto estratégico de investir nas cadeias de suíno e leite”.

“O aumento visto no quadro de colaboradores, mais de 10%, é reflexo da fase de ampliação que a Central vive hoje. Estes números deverão ser ainda maiores no próximo ano”, explica a supervisora de Recursos Humanos, Elisa Fredo.

Com o foco na valorização dos colaboradores e na retenção de talentos, a Frimesa possui uma política de remuneração equilibrada. Há ainda uma extensa lista de benefícios como auxílio-refeição, assistência médica, odontológica e social, além de transporte e educação. Os serviços de Saúde e Medicina no Trabalho têm vantagens como fisioterapia, ginecologia, audiometria e pilates.

Os colaboradores são a própria Frimesa e, por isso, a cooperativa possui um programa de ações estruturadas para capacitar todas as áreas de atuação (aprendizes, técnicos, operacionais, administrativos e executivos).

ASSIM COMO NOS ESTÁDIOS ONDE A GRAMA RECEBE UM TRATAMENTO ESPECIAL, A FRIMESA TAMBÉM MANTÉM PROGRAMAS SOCIOAMBIENTAIS PARA CUIDAR DO VERDE DAS MATAS E DA POPULAÇÃO PRESENTE NOS ARREDORES DAS UNIDADES INDUSTRIAIS

Para que uma equipe melhore o desempenho, é preciso muito treinamento. Na Frimesa, somente em 2013 foram mais de 213 mil horas de treinamento, um crescimento de 12,78% em relação ao ano anterior.

O setor de Recursos Humanos também mantém uma extensa lista de programação com palestras, campanhas e ações cuja única finalidade é promover a saúde e o bem-estar dos colaboradores, com destaque para a Sipat, Semanas da Saúde, da Mulher e da Alimentação. Com isso, o investimento no corpo funcional totalizou R\$ 152,5 milhões em 2013.

Na área de Gestão Ambiental, o Parque Ambiental Frimesa, sempre atuando de forma a integrar o conhecimento à natureza, recebeu, em 2013, 1.970 visitantes. O espaço de 50 hectares de mata nativa reúne aspectos culturais do município, além de uma exuberante floresta nativa, com mirantes, trilhas, árvores nativas e exóticas, além de uma cascata artificial. Sempre de olho no cuidado com o meio ambiente, em 2013, além da redução nas emissões atmosféricas, foram recicladas 3.227.612 toneladas de resíduos sólidos.



Frimesa colhe os frutos

▲ CONSELHO FISCAL:

Milton Schone, Celio Koch, José Alves dos Santos, Genézio Clemente, Elton Alceu Endler e João Wochner

Com ações certas no mercado, a Frimesa obteve um dos melhores anos, e mais uma vez foi uma importante fonte de manutenção dos produtores integrados às cadeias do leite e suínos. Esta foi a visão do Conselho Fiscal sobre a gestão 2013 da cooperativa.

“2013 foi um ano muito bom, a Central e as filiais conseguiram remunerar bem os produtores. Com certeza esse foi um bom ano para se trabalhar, não temos problemas em dizer que as expectativas foram superadas”, garantiu o coordenador do grupo, Elton Alceu Endler, da Primato.

Sobre o repasse para as cooperativas filiais, o Conselheiro Genézio Clemente, da Copacol, garante que foi muito positivo e por isso o crescimento no resultado é visto todos os anos, e isso é um grande diferencial. “Foi um ótimo ano para os produtores, em todas as cadeias. Um dos detalhes que garantem a parceria é que a cooperativa consegue viabilizar as cadeias industriais.” João Wochner, da Copagril, ressalta que “hoje a Frimesa começa a colher os resultados plantados anos atrás. E isso é muito bom, pois vemos o resultado planejado sendo concretizado”.

“Hoje tenho orgulho em falar da Frimesa e dos produtos, a tranquilidade que a cooperativa passa para os produtores é muito boa”, assim o Conselheiro José Alves dos Santos, da C.Vale, demonstra o envolvimento e a dedicação com o cooperativismo e a própria Frimesa.

Um dos fatores que fizeram com que a Central obtivesse este crescimento é a profissionalização na Gestão. Um bom exemplo fica por conta da área de Tecnologia da Informação, com ferramentas que possibilitam acompanhar, em tempo real, o desenvolvimento da Frimesa.

Sobre as ações do grupo, Endler afirma que 2013 caminhou de acordo com o planejado e superando as melhores expectativas. “Se continuarmos neste caminho, podemos ter a certeza que as novas metas serão facilmente alcançadas”.

O conselho fiscal do exercício de 2013, representantes das cooperativas filiais, entregam o cargo em 24 de fevereiro, data da Assembleia Geral Ordinária, a AGO. Durante o encontro é realizada a prestação de contas, além da eleição dos conselheiros para a gestão de 2014.



Caminho para o futuro

“Prover alimentos de valor para as pessoas” é a nova razão de ser da Frimesa. Essa declaração da missão organizacional corresponde ao que a empresa se propõe a fazer e para quem, ou seja, é o propósito de sua existência, ao mesmo tempo dão identidade e personalidade.

Na prática, a missão da Frimesa traduz na palavra prover as atividades de produzir, industrializar, fornecer, abastecer, suprir os consumidores com os alimentos Frimesa. “É uma ação que inicia no campo e termina na mesa do consumidor”, explica o diretor executivo Elias José Zydek. Já o conceito de valor tem significado de nortear a ação de todos uma vez que estabelece as expectativas do consumidor em relação à qualidade e os benefícios esperados pelos produtos Frimesa. Estes podem ser traduzidos em alimentos saudáveis, seguros, de variedade sensorial (sabores), conveniência, preparação rápida (prática, simplificação no processo) somada à marca de credibilidade e à relação de amizade.

A nova visão de futuro corresponde aonde a Frimesa deseja chegar e para isso definiu-se

Frimesa define uma nova missão e visão que devem orientar as ações para o crescimento sustentável

“Desenvolver-se continuamente de forma sustentada criando valor para os públicos envolvidos”. Uma visão precisa de metas para se tornar concreta porque, para isso, definimos um propósito estratégico, ou seja, o objetivo a conquistar que, no caso da Frimesa, é completar 40 anos, em 2017, com faturamento de 2,2 bilhões de reais e resultado de 80 milhões de reais.

Isso significa que na Frimesa, cada produto, serviço ao cliente, atividade do dia a dia da indústria, passando por todas as áreas até chegando ao ponto de venda, devem estar orientadas na missão e, ao mesmo tempo, na visão. Esse deve ser o objetivo de todos os colaboradores, como complementa o diretor executivo “os conceitos não são abstratos, eles expressam as práticas da Frimesa e a sua essência”. ●

Missão e Visão é uma declaração do que a empresa se propõe a fazer e onde ela quer chegar. Elas estão apontadas nos componentes estratégicos



Gestão da inovação profissionalizada

2014 inicia para a Frimesa com desafios produtivos de mercado e ainda investimentos apontados no plano estratégico. Para vencer esses desafios e os do futuro, além de definir uma nova missão e visão, a empresa estabeleceu nos componentes estratégicos com conceitos de direcionamento para a gestão da inovação (leia abaixo). Essa é a base da consolidação da cultura da inovação da Frimesa.

A nova realidade mobilizou e teve comprometimento da direção da empresa e a equipe gerencial, tanto nas ações de educação executiva em gestão da inovação de uma multidisciplinar quanto na concepção dos principais processos a serem implementados.

Diante deste cenário, somado à prática de gestão estratégica profissional, existe a necessidade de comunicar efetivamente a todos os públicos estas ações e, para isso, foi aprovada a política da Gestão da Inovação. Ela estabelece o caminho que deve nortear as ações em inovação indicando as responsabilidades e formalizando os principais processos a serem desenvolvidos e praticados. Trata-se de uma ação formal, porém de grande responsabilidade e comprometimento com os resultados futuros que darão a efetiva sustentabilidade da empresa para as gerações futuras.

Política da Inovação

Estabelece o papel que a inovação tem na Frimesa

A formalização da política da gestão da inovação da Frimesa é mais um passo para prover a sustentabilidade da cooperativa no futuro





◀ **EQUIPAMENTO**
realiza, a partir deste
ano, análise em produtos
derivados de leite

De olho na qualidade

UPGRADE EM EQUIPAMENTO GARANTE MAIOR PRECISÃO NAS ANÁLISES DE PRODUTOS LÁCTEOS

Desde novembro, todas as amostras de iogurtes e petit suisse estão sendo analisadas na unidade de Medianeira com o Foodscan. O equipamento já é utilizado para as amostras de carnes desde 2003 e após um upgrade do software foi possível iniciar a realização das análises em produtos lácteos também.

O Foodscan é um analisador rápido, preciso e de fácil manuseio. Ele mede com precisão diversos parâmetros incluindo gordura, umidade, proteína, sal, pH e sólidos totais dos produtos analisados. Após o preparo da amostra para análise, insere-se uma pequena quantidade desta em um prato de análise e leva-se ao equipamento que possui uma interface direta com um computador. Os resultados são apresentados na tela em menos de um minuto.

Com a utilização desse equipamento os custos com reagentes para a realização das análises foram eliminados, visto que a medição desse equipamento se baseia em uma tecnologia conhecida como NIR (Near Infrared). Nessa tecnologia, o equipamento emite uma luz através da amostra e o resultado é baseado na luz refletida pela amostra. A transmissão de luz gera dados que são submetidos pelo próprio equipamento a uma função matemática. Esta calcula o valor previsto para cada parâmetro e apresenta os resultados ao operador do equipamento.

Essa é uma tecnologia de ponta, utilizada pela Frimesa para, além de reduzir os custos com a rotina de análises (reagentes, vidrarias, mão de obra), tornar os processos mais rápidos e eficientes, pois elimina possíveis erros. O resultado é visto por meio da melhoria no controle de qualidade dos produtos Frimesa. ●



*Frimesa no meu
restaurante*

Odisseia de sabores

"TRAGO A GASTRONOMIA
COMO UMA RELIGIÃO,
QUESTÃO DE FÉ MESMO.
VIVO A COZINHA TODOS
OS DIAS E AMO O QUE FAÇO"

COM EXPERIÊNCIA DE
DIVERSOS PAÍSES, AMADEU
REIS UNE A BAGAGEM DE
DUAS DÉCADAS COM A
LIBERDADE PARA CRIAR
PRATOS E RECEITAS ÚNICAS

Sabe o que países como Croácia, Espanha, França, Holanda, Inglaterra, Itália, México e Portugal tem em comum? Além de todos eles participarem da Copa do Mundo deste ano, foram por estes lugares que o Chef Amadeu Reis, de 45 anos, passou, para conhecer a gastronomia e se especializar na culinária de cada cultura.

Filho de descendentes de italianos, Amadeu veio de uma família que teve a gastronomia como uma constante. Ele lembra da época que os pais tinham um restaurante, quando despertou ainda cedo o gosto pelos temperos, óleos e iguarias das mais variadas cozinhas.

Mesmo assim, o gosto pelos esportes e é claro, o futebol com os amigos, durante muito tempo foi maior. Por isso ao entrar na faculdade, começou a cursar Educação Física, porém não chegou a terminar a graduação.

Amadeu Reis

Com a gastronomia por religião, o Chef hoje trabalha, no Mabu Thermas e Resort. Além do hotel, atua como consultor e com treinamentos relacionados à gastronomia. Com molhos agrídoces e frutados, Amadeu revela que tem uma paixão especial pela cozinha mediterrânea.

O amor pela gastronomia falou mais alto e aos 21 anos mudou o endereço para a Inglaterra. “Naquela época a nação vivia o boom da gastronomia, então decidi que seria lá que iniciaria minha jornada na área”.

Chegando lá, com alguns poucos contatos e muita força de vontade, em menos de duas semanas já estava trabalhando em um restaurante italiano. Hoje Amadeu lembra da maior dificuldade, o clima. “Desembarquei durante o inverno, por isso a diferença de temperaturas era muito grande. Até me acostumar com o frio levou um tempo”.

O momento decisivo para a carreira de Amadeu foi no primeiro restaurante onde trabalhou, em Oxford, cerca de 90 quilômetros de Londres. Os seis meses de aprendizado garantiram ao Chef outras oportunidades. “Neste momento tive certeza que a gastronomia era minha paixão”.

Quando já conseguia trabalhar, se manter e estudar, Reis buscou se especializar na London College, uma renomada escola de culinária de Londres. A partir de 1995 começou uma grande jornada, e até 2002 passou por seis grandes e renomados restaurantes.

O próximo passo foi buscar inspiração na Itália, onde ficou durante nove meses se especializando na cozinha que despertou o amor do Chef pela culinária.

De retorno à Londres, e sobrecarregado com as atribuições de trabalhar em quatro grandes restaurantes executivos, Amadeu voltou ao Brasil para descansar. Três meses em Curitiba foram suficientes para sentir saudades e para retornar para a Europa. “Trabalhar como Chef é muito valorizado, por isso decidi voltar, fiquei mais nove meses”.

Entre idas e vindas, Amadeu Reis percebeu que o Brasil era mesmo sua casa. De retorno à Curitiba, o Chef ficou até 2005, trabalhando em restaurantes da capital. Após recebeu quatro grandes propostas, Manaus, Salvador, São Paulo e Foz. Ao ver todos os lugares, não teve dúvidas. O próximo desafio seria na Tríplice Fronteira, no Mabu Thermas e Resort.

Há nove anos como Chef do hotel, hoje Amadeu coordena um grupo de 62 pessoas, responsáveis pelos pratos que encantam pessoas de todos os cantos do mundo. São mais de 25 mil refeições servidas ao mês, estas pessoas com certeza não vêm apenas as belezas naturais, mas provam pratos considerados verdadeiras maravilhas aos olhos e paladares.

“Cozinhar não é apenas um trabalho, longe disso. Trago a gastronomia como uma Religião, questão de fé mesmo. Vivo a cozinha todos os dias e

amo o que faço”, assim Amadeu explica um pouco do amor que tem pela arte.

Aos que querem entrar para o mundo da culinária, Amadeu incentiva, “hoje existem muitas escolas, e é muito importante a teoria, desde que seja acompanhada da prática. Assim o conhecimento sobre a área fica muito mais completo”. ●

Receita do Chef

Lombo Suíno recheado com damasco e espinafre

por: Amadeu Reis

INGREDIENTES: 1 kg de lombo suíno; 250g de damasco; 1 copo de vinho branco; sal; pimenta do reino branca; 1 ramo de alecrim; 400g de espinafre cozido; 4 colheres (sopa) de açúcar; 1 unidade de limão e 4 dentes de alho.

MODO DE PREPARO: Corte o lombo no sentido longitudinal, abrindo-o como uma manta. Tempere com sal, pimenta do reino, alho, vinho branco e suco de limão. Deixe marinar por 12 horas. Afervente os damascos na água com 2 colheres de açúcar, até que amoleçam. Escorra e abra-os ao meio. Retire o lombo da marinada, abra-o e espalhe os damascos sobre a manta. Salpique com as ervas e enrole como um rocambole. Amarre-o bem. Esquente uma panela com óleo, junte 2 colheres de açúcar e deixe caramelizar. Doure o lombo de todos os lados e jogue a marinada. Tampe a panela e, de vez em quando, vá pingando água até que esteja cozido. Deixe esfriar por 5 minutos, retire a linha e corte-o em fatias. Sirva com o molho da panela.



Frimesa

Tem gosto de amizade.



Um
toque de
amizade nas
suas
receitas.

EXPERIMENTE TAMBÉM O
LEITE CONDENSADO
FRIMESA E FAÇA DELÍCIAS.



Diálogo aberto

▲ **FERRAMENTA** Portal do Colaborador agiliza o acesso às informações individuais e coletivas

Fundamental hoje em dia, a comunicação é um elemento chave para o avanço do desenvolvimento econômico e pessoal. Tão importante quanto o próprio ato de comunicar é o crescimento que os meios de comunicação têm apresentado nas últimas décadas.

Com o avanço da internet, a Frimesa expandiu, rapidamente, a comunicação com os colaboradores. Em 2014, esta comunicação ganha mais uma ferramenta: o portal do colaborador.

O portal surge com um objetivo bem definido, unificar e simplificar o acesso à informação, além de incentivar a troca de informações entre os mais diversos setores, diminuindo as distâncias.

Um dos grandes pontos positivos do portal é a facilidade com que o colaborador poderá acessar as informações referentes a benefícios e atribuições laborais. A agilidade no acesso é um dos destaques para o novo aliado dos colaboradores.

Para acessar o portal é fácil, basta entrar na Intranet da Frimesa, na aba Sistemas e clicar na opção Portal Frimesa, outra forma é através do link: <http://portalfrimesa.sede:9090/web>. O usuário de acesso de cada colaborador é o número do crachá. Já a senha foi informada na folha de pagamento de Dezembro e Janeiro. Mas atenção, para os colaboradores que utilizam o sistema senior, os campos de usuário e senha permanecem os mesmos.

Para a supervisora de Recursos Humanos, Elisa Fredo, a ferramenta, além de estreitar a relação entre a cooperativa e os colaboradores, "é uma forma inovadora de promover a melhoria nos indicadores, devido à facilidade no acesso a informações e ferramentas".

O que tem no portal?

Além de disponibilizar as informações referentes ao dia a dia do colaborador, o portal oferece ainda uma série de outras facilidades e serviços:

- Novidades
- Notícias
- Cardápio dos refeitórios
- Folha de Pagamento
- Recrutamentos
- Aniversariantes
- Vagas
- Normas e códigos de conduta
- Movimentações
- Programas de auxílio
- Atendimentos
- Benefícios e Convênios
- Treinamentos



RECURSOS HUMANOS INFORMA

Imposto de Renda

Em 1º de Janeiro começou a valer a nova tabela do Imposto de Renda deduzido na fonte. Em relação aos valores de 2013, houve uma correção de 4,5%. O valor ficou abaixo da inflação brasileira, pelo 18º ano consecutivo.

Em dezembro o IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo – demonstrou que a alta, no último ano, ficou em torno de 5,85%. O valor é superior ao centro da meta de inflação estipulada pelo governo, de 4,5%, usada como referência para o reajuste do imposto.

De acordo com a nova tabela, os trabalhadores que recebem até R\$ 1.787,77 mensais ficam isentos do pagamento do imposto.

Base de cálculo mensal (R\$)	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do imposto (R\$)
Até 1.787,77	---	---
De 1.787,78 até 2.679,29	7,5	134,08
De 2.679,30 até 3.572,43	15	335,03
De 3.572,44 até 4.463,81	22,5	602,96
Acima de 4.463,81	27,5	826,15

Participação nos resultados

Em 2014 a tabela anual utilizada para o cálculo do IR sobre a participação dos trabalhadores nos lucros ou resultados das empresas (PLR) também teve reajustes. O novo valor foi corrigido pelo mesmo percentual da tabela do imposto de renda.

A tabela mensal foi corrigida em 4,5%, mesmo valor aplicado à tabela anual. Assim, o limite passa de R\$ 6.000,00 para R\$ 6.270,00.

De acordo com a lei, a PLR está sujeita à tributação do IR, exclusivamente na fonte, separada dos demais rendimentos recebidos, pelo trabalhador, no mês.

A tributação é feita com base na tabela anual, não integrando a base de cálculo da declaração do Imposto de Renda.

Oferta de trabalho

A Frimesa está ampliando sua produção, para tanto estão sendo contratadas pessoas de ambos os sexos.

Recruta 30 Jovem Aprendiz Industrial. Pré-requisitos: estar cursando Ensino Profissionalizante Industrial, com idade acima de 18 anos.

Oferece vagas para Deficientes Físicos ou Reabilitados do INSS, para a Unidade Frigorífica e Unidades de Leite.

Interessados comparecer na Sede da Frimesa Rua Bahia, 159, Bairro Frimesa – nas segundas, terças, quintas e sextas-feiras, das 14h às 17h.

Informações pelo fone: (45) 3264-8003.

Horário de verão



Após 119 dias, na meia noite de 16 de fevereiro, termina o horário de verão. Para o novo horário, na meia noite de sábado, 16, para domingo, 17, os relógios deverão ser atrasados em uma hora. Os relógios da Frimesa também voltarão ao normal, por isso, não se esqueça de atrasar seu relógio.

O decreto é vigente nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins e no Distrito Federal.

TREINAMENTOS

A parceria entre a Frimesa e o Sescop – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – todos os meses é vista através dos vários cursos, treinamentos e qualificações realizados para os colaboradores.

DEZEMBRO

JANEIRO

4	6 – PLATAFORMA E-SOCIAL Em dezembro, 22 colaboradores participaram do treinamento que teve oito horas de duração. O treinamento foi ministrado pelo palestrante da Lourenço e Giudice Treinamentos Empresariais.	20 e 21 – CURSO DE TRANSPALETEIRA 19 colaboradores participaram do curso, ministrado pelo instrutor da Univel, Wilson Alves. O curso teve uma duração de 12 horas e foi realizado em parceria com o Sescop.	20
5			21
6			22
7			26
8	9 e 10 – GESTÃO DA INOVAÇÃO Ministrado pelos instrutores do ISAE – FGV, reuniu 42 colaboradores. O curso foi realizado em parceria com o Sescop.	27 A 29 – CURSO DE EMPILHADEIRA Com duração de 20 horas, foi ministrado pelo instrutor da Univel, Wilson Alves. O treinamento, realizado na unidade industrial de Medianeira contou com a participação de 15 colaboradores.	27
9			28
10			29
			30

Nova oportunidade

Para reaproximar os colaboradores que se encontram afastados da cooperativa, em Dezembro, aconteceu um encontro dos afastados com a equipe de saúde e medicina da Frimesa. Neste encontro a médica Caroline Lanzarin falou sobre qualidade de vida.

O intuito da reunião foi mostrar aos colaboradores que, para garantir uma boa qualidade de vida, é preciso manter hábitos saudáveis no dia a dia. “Cuidar bem do corpo, ter uma alimentação equilibrada, relacionamentos saudáveis, ter tempo para lazer e outras atitudes que façam o indivíduo sentir-se bem. Realmente ter hábitos que nos auxiliam a lidar com as situações de stress, a definir objetivos de vida”, reforça a médica.

Os colaboradores também tiveram a oportunidade de tirar dúvidas sobre a saúde deles, além de preencher um chek-list, onde foi avali-



▼ **CURSO** abordou temas de forma prática

ada a condição física, psíquica, social e econômica, bem como a atualização dos dados no sistema da empresa.

A psicóloga ocupacional Karine Perondi explicou que o objetivo foi prestar assistência ao afastado, “para um melhor acompanhamento durante o tratamento, auxiliando-o na recuperação, bem como obter um maior comprometimento do mesmo em relação à saúde”. ●

GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviços dedicados à Frimesa

Fevereiro

15 anos

Medianeira

Lídia Taparo da Silva
Glaci Margarete Spohr

Seção
Fime
Embut. Indust.

Bebedouro

Rudinei Felisberto

Seção
Vendas

10 anos

Medianeira

Joel Ribeiro
José Carlos Bispo
Wanderley Ribeiro
Rui Carlos Trindade
Sueli de Oliveira Rocha
Valdivino Santos Roque

Seção
Contabilidade
Desossa
Desossa
Preparo Massas
Embal. Indus.
Túnel Congelamento

Curitiba

Cristina das G. da S. de Matos

Seção
Logística Interna

5 anos

Medianeira

Eliane Melos
Bruno Trento Smaha
Juliana A. Choptian Busatta
Diego Fernando dos S. Flor
Marcio Kaktin Calixto
Edemilson Machado
Almeni R. de Oliveira
Renato Carlos dos Passos
Rildo Manoel da Silva
Wilson Silva Ferreira
Zeneide Coelho
Andreia Cristina Kovaes
Lourival Silvestre
Eliseu Francisco dos Santos

Seção
Recursos Humanos
Marketing
Fime
Adm. Manutenção
Elétrica
Graxaria
Desossa
Desossa
Silos Carne
Salga Noturno
Embalagem Cong.
Embalagem Indus.
Mortadelas
Defumados

Marechal C. Rondon

Sedoni Fredes Pereira
Mario Burgin

Seção
S.I.F.
Past. Padroniz

Apucarana

Josiane de Salles Moraes

Seção
Vendas

Chapecó

Marina Morcelli

Seção
Vendas



Benedito José da Silva
Sala Máquinas
30 anos: Fevereiro 2014



Nilson João Hoffmann
Sala Condimentos
25 anos: Fevereiro 2014



Edma Goldhardt
Desossa
25 anos: Fevereiro 2014



Darci Alves
Past./Padr. - Matelândia
25 anos: Janeiro 2014



Valdecir Antonio Cortivo
Condimentos
25 anos: Janeiro 2014



Alcedir Karpasak
Desossa
25 anos: Janeiro 2014



Arcelino R de Oliveira
Refeitório - Medianeira
25 anos: Janeiro 2014



Marli Amanda Diesel
Vestário - Rondon
20 anos: Janeiro 2014



José M. do R. Moraes
Expedição - Rio
20 anos: Janeiro 2014

Janeiro

15 anos

Medianeira

Alcineia Dessanti Schwaab

Seção
Laboratório

10 anos

Medianeira

Ricardo Nadaletti Carra
Lucilene Sirlei Bruismann da Cruz

Seção
Contábil
Maturados/Salame

Mundo Novo

Mauro Soares da Silva

Seção
Logística Int.

5 anos

Medianeira

Fabiano da Rosa
Teresinha Gregório de Santana
Heloisa Antonio Cosmo
Grazielle da Rosa
Janete Ferreira da Costa
João Pinto
Nilson Vieira Bueno
Romilda de Oliveira
Clenir Rodrigues Dias
Jonas Lourenço de Oliveira
Josemar de Freitas
Nilvane Mayer
Ide Aparecida Vaz Schmidt
Ronildo Paixão da Silva
Rudineia dos Santos Campos

Seção
Informática
Higiene
Refeitório
Lavanderia
Higiene Interna
Higiene Interna
Higiene Interna
Abate
Graxaria
Salga - Noturno
Toscana
Mortadelas
Mortadelas
Mortadelas

São Paulo

Elaine da Conceição Souza
Nayra Nascimento dos Reis

Seção
Vendas
Expedição

Rio de Janeiro

Greice Maria Moreira Siqueira

Seção
Vendas

Matelândia

Janaína Trento

Seção
Controle Qualidade

Curitiba

Paulo Eduardo Rodrigues

Seção
Vendas

Marechal C. Rondon

Tânia Maria da Silva Spohr
Janete Bayer
Rosângela A. Almeida Appel

Seção
Vestário
Leite UHT
Leite UHT

Mundo Novo

André Antonio Cagliari

Seção
Plataf./Recepção

Capanema

Edo Hermann

Seção
Indus. Unidades

Apucarana

Cícera Aparecida Carlos
Juliana Graciela S. Alves da Silva

Seção
Vendas
Vendas

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Bombonzinhos Frimesa

22 PORÇÕES

INGREDIENTES: 400g de chocolate ao leite (barra); 1 caixa de Leite Condensado Frimesa; 1 colher (sopa) de Manteiga sem sal Frimesa; 100g de coco ralado.

MODO DE PREPARO: Em uma panela coloque o leite condensado e a manteiga e aqueça, mexendo constantemente até aparecer o fundo do recipiente. Retire do fogo e acrescente o coco, mexendo até ficar homogêneo, reserve.

Derreta o chocolate em banho-maria e preencha forminhas de gelo (untadas) até cobrir o fundo.

Após, acrescente o recheio e cubra novamente com o chocolate. Leve à geladeira por 30 minutos. Retire das forminhas e sirva.

Torta de Batata e Bacon

APROX. 25 PORÇÕES

INGREDIENTES: 200g de Bacon Frimesa (cortado em cubos); 1 cebola (picada); 1kg de batata (descascada e em fatias); 200g de Queijo Prato Frimesa; 30g de Queijo Parmesão ralado Frimesa; 5 ovos; Manteiga com sal Frimesa para untar e pincelar; sal e pimenta do reino a gosto

MODO DE PREPARO: Em uma frigideira antiaderente, frite o bacon na própria gordura até dourar. Acrescente a cebola e refogue, mexendo até dourar; reserve. À parte, cozinhe as fatias de batata em água e sal por 5 minutos, escorra-as. Com metade das batatas forre o fundo e as laterais de uma assadeira ou forma de aro removível de 22cm de diâmetro, previamente untada com a manteiga. Espalhe o queijo e reserve.

Em um refratário misture os ovos ligeiramente batidos, o creme de leite, o bacon reservado, sal e pimenta. Espalhe sobre o queijo na forma e cubra com as fatias de batata restantes. Pincele com manteiga e polvilhe com o queijo parmesão ralado.

Leve ao forno pré-aquecido, em temperatura média por 35 minutos ou até dourar. Deixe descansar por 30 minutos, desenforme e sirva em seguida.

Filé suíno com crosta de ervas em redução de balsâmico

INGREDIENTES: 1 peça de filé mignon suíno; 150 ml de vinho tinto; 200 ml de vinagre balsâmico; 50 ml de molho shoyu; 30 ml de mel; Pimenta do reino; 2 colheres (sopa) de azeite; 2 colheres (sopa) de farinha de rosca; 3 colheres (sopa) de queijo ralado; 2 colheres (sopa) de castanhas de caju moídas; 40g de manteiga; 1 colher (sopa) de ervas finas; 2 colheres (sopa) de salsa e cebolinha picadas; 2 fatias de pão de forma; 2 ovos; sal.

MODO DE PREPARO: **Redução de Balsâmico:** Em uma panela coloque o vinho, aguarde até começar a ferver e depois junte o mel, o shoyu e o balsâmico. Deixe ferver por aproximadamente 2 minutos, até o molho começar a reduzir. **Filé:** Corte o filé mignon em medalhões de 5cm de altura (similar a três dedos). Tempere com sal e pimenta do reino. Reserve. Em uma frigideira, coloque o azeite e sele os medalhões de todos os lados. Reserve. **Crosta de ervas:** Em uma travessa, esfale o pão e misture a castanha de caju moída, a farinha, o queijo, as ervas finas, o sal, e dê a liga com dois ovos. Tempere com sal e pimenta. Abra a massa, com 1 cm de espessura, com um rolo, sobre um plástico, para não grudar. Corte e fixe a crosta sobre cada medalhão e aperte bem para não soltar. Coloque os medalhões em uma assadeira e asse por 5 minutos, a 180°C, até dourar a crosta. Faça um espelho no fundo do prato com a redução e coloque os filés de forma harmoniosa sobre o molho. Acompanamentos: arroz branco e salada verde.

Sobremesa Gelada

10 PORÇÕES

INGREDIENTES: 1 lata de pêssegos em calda. **Creme de Gelatina:** 1 envelope de gelatina (sem sabor); 1 caixa de Creme de Leite Frimesa; 2 claras em neve; 9 colheres (sopa) de açúcar. **Creme:** 1 litro de Leite Integral Frimesa; 1 caixa de Leite Condensado Frimesa; 3 gemas; 3 colheres (sopa) de amido de milho; 1 caixa de Creme de Leite Frimesa.

MODO DE PREPARO: **Creme de gelatina:** Prepare a gelatina conforme as instruções do fabricante e leve a geladeira. Bata as claras em neve com o açúcar, reserve. Junte as claras em neve com a gelatina pronta e acrescente o creme de leite, mexendo bastante. **Creme:** Leve ao fogo o leite, o leite condensado, as gemas, o amido de milho e o creme de leite, reserve.

MODO DE MONTAR: Em um refratário coloque uma camada de pêssego em calda, depois uma camada de creme e por último o creme de gelatina, decore como quiser.

VAI REUNIR
OS AMIGOS?
PEÇA FRIMESA,
FAZ TODA A DIFERENÇA!



Tem gosto de amizade.



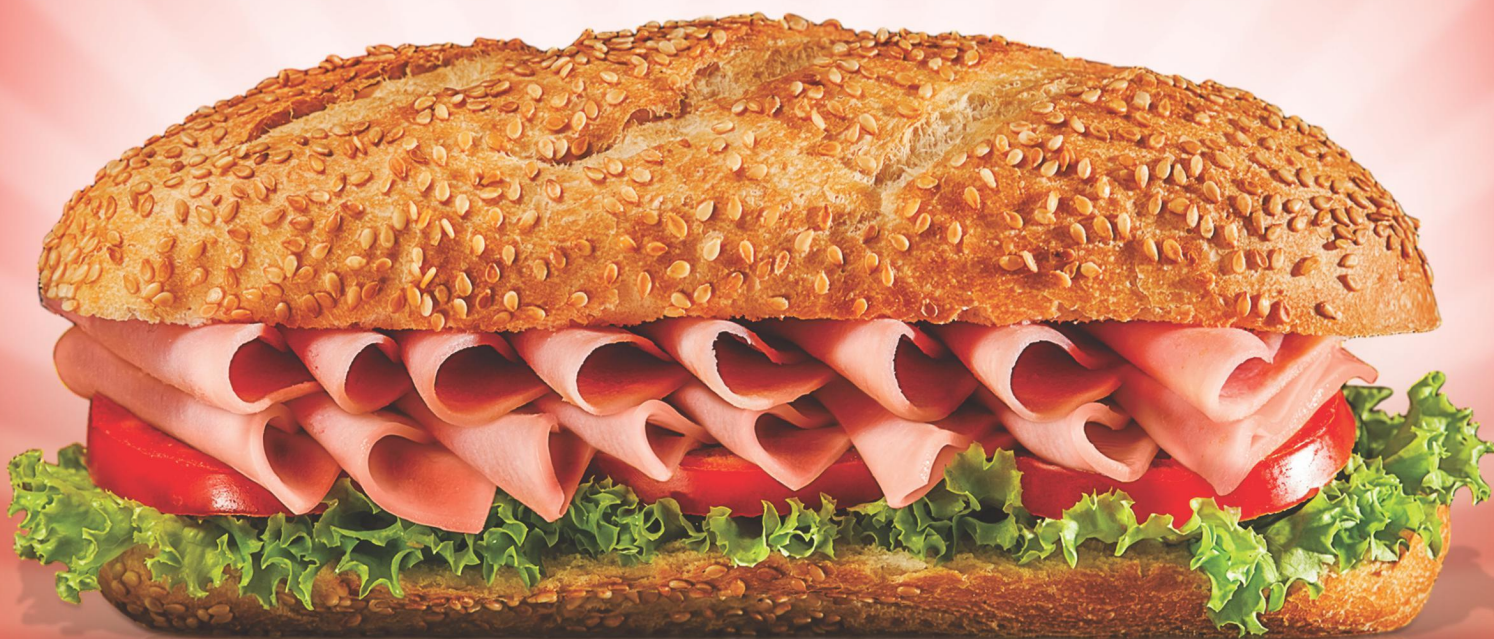
www.frimesa.com.br



Tem gosto de amizade.

A Combinação Perfeita

Pão Fresquinho + Presunto Frimesa



Pensou Presunto?
Peça Frimesa.

Leve, saboroso, fininho...
irresistível!

