

Revista Frimesa

Ano XI Edição nº69
novembro/dezembro de 2014
www.frimesa.com.br



VISUAL RENOVADO

Os Gregos criaram
o melhor iogurte.
Nós aperfeiçoamos

EXPERIMENTE ESSA NOVIDADE
E DÊ INÍCIO A UMA **SABOROSA AMIZADE.**



20%
DE UMA DELICIOSA
GELEIA DE FRUTAS

Muito mais
cremoso, muito
mais **saboroso**
e **perfeito** para você!



 Frimesaoficial



Tem gosto de amizade.

Caros Amigos,

Estamos no final de um ano recheado de eventos que deram a sensação de aceleração do tempo. Chegou o momento de avaliarmos o nosso desempenho e as causas positivas e negativas. A aprendizagem deste ano auxiliará no planejamento de 2015.

A Frimesa atingiu sua meta de faturamento e resultado econômico-financeiro, mérito de todos os colaboradores e as boas relações com os clientes e fornecedores.

O cenário econômico, político e social brasileiro é preocupante e exige mudanças significativas na macroeconomia e no enxugamento do governo. As eleições não trouxeram alento por manter o modelo atual. A expectativa é de enfrentarmos, em 2015, um ano de dificuldades para o setor produtivo. A realidade das contas públicas exige cortes profundos ou aumento dos impostos.

A mensagem para quem trabalha e produz, é de austeridade e cautela. O planejamento estratégico de curto e médio prazo deverá considerar os riscos, ameaças e ajustes necessários.

Quem administra com segurança tem mais resistência aos percalços existentes no caminho.

Desejamos que as pessoas "do bem" formem um batalhão infinitamente maior que as do outro lado.

A fé, a esperança e o amor compõem a estrutura sólida dos vencedores.

A você, a Frimesa deseja que suas metas sejam alcançadas em 2014 e que a motivação potencialize suas virtudes para percorrer com sucesso o ano de 2015.

Feliz Natal, um Ano Novo de realizações com saúde, paz, amor e a bênção de Deus.

Um grande abraço e boa leitura a todos.

A Diretoria

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, Edio Rodrigo Welter,
Genezio Clemente, Beno Zanon, Moacir
Scuzziatto e Cezar Luiz Dondoni.

Diretor Presidente:
Valter Vanzella.

Diretor Executivo:
Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Novembro	06	Sala do Produtor	18	Nossa Capa
Dezembro	10	Parceria	24	Gastronomia
2014	12	Fazendinha	26	Gestão Integrada
	16	Prêmios	27	Gestão Inovação
	17	Feiras	28	Gestão de Pessoas



www.frimesa.com.br

Revista Frimesa

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 69 Ano XI - NOVEMBRO/DEZEMBRO 2014

Departamento: Marketing **Jornalista e Editora Responsável:**

Elis D'Alessandro MTb 7476 **Textos e Fotos:** Oly Francescon Junior e Endriane Kalsing Callegari **Capa e Diagramação:** Bruno Trento Smaha

Revisão: Evelina Lemke Pereira **Áreas Colaboradoras:** Segurança Alimentar e Ambiental, Comercial, Fomento Suíno, Gestão de Pessoas, Fomentos Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas.

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

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

O novo visual dos iogurtes Frimesa que, em breve chegam às gôndolas, trazem modernidade e reforçam os valores e a essência da marca



SALADOPRODUTOR

Modelo de integração

▼ **UNIÃO** familiar garante a qualidade na produção e resultados satisfatórios para os Lawich. O cooperativismo faz parte da história da família há mais de 40 anos



ORGANIZAÇÃO E CONTROLE CONSTANTE DAS ATIVIDADES, ALIADAS ÀS BUSCA POR SOLUÇÕES, SÃO OS FATORES QUE FAZEM DOS LAWICH, DE TOLEDO, UM MODELO DE GESTÃO DA PROPRIEDADE.

A essência do cooperativismo pautou as quatro décadas de trabalho do seu Ivo e da dona Elza Lawich, produtores rurais moradores da linha Doutor Ernesto, a 10km de Toledo. O resultado não podia ser diferente. Hoje eles atuam com atividades diversificadas, produtividade e organização.

A trajetória inicia com seu Ivo, integrado da Coopagro, fundada no início dos anos 70. O pecuarista foi um dos fundadores e nesse tempo contou com os projetos da Frimesa e filiadadas para desenvolver o leite e suíno no oeste paranaense. Seu Ivo esteve também junto à proposta de criação da Cooperlac, hoje Primato.

Assim, a suinocultura e o leite fazem parte da história da família há mais de 40 anos. Um início difícil, eram quatro, cinco animais, e a suinocultura não foi diferente: a família começou com sete ou oito matrizes, com estruturas simples como lembra seu Ivo “como na época nossas terras eram pequenas, as alternativas para crescer eram estas, então apostamos nisso”.

O negócio prosperou, assim como a família. O filho Carlos, hoje aos 40, cresceu seguindo orientações dos pais, despendendo o gosto pelo trabalho, pelos animais e o campo.

Casado com Elaine há 15 anos, hoje estão à frente dos negócios, dando sequência nas inovações para melhorar ainda mais. Na divisão das responsabilidades, ele e o pai ficaram com a suinocultura, enquanto a esposa assumiu a produção de leite. Esse sistema impulsionou a família, que logo investiu ampliando o rebanho e a tecnologia.

O futuro se mostra promissor para a nova geração: Leonardo, 13, e Sara, 10, filhos de Carlos. Assim como os pais, transmitindo de geração em geração, hoje os filhos têm a oportunidade de acompanhar o trabalho que a família realiza na propriedade. Com isso garantem a possibilidade de dar sequência na atividade.

SUINOCULTURA Mesmo sem experiência, os Lawich iniciaram a criação com um matrizeiro de 120 animais. O manejo logo foi se ajustando e, como eles mesmo afirmam, tornando mais fácil, oportunizando a ampliação da atividade. “A vontade de crescer fez com que buscássemos novas saídas, assim começamos a construir um crechário, com capacidade para 1.200 leitões”, afirma Carlos.

Em menos de cinco anos os Lawich já cuidavam de 200 matrizes simultaneamente. Como o serviço começou a render bons resultados, os investimentos foram acontecendo para atingir as 320 matrizes em produção em dez anos de atividade.

Lawich Integrados Primato

Leite
15.000 Litros
Ao mês

Suinocultura
320 Matrizes
Unidade Produtora de Leitões

Leitões
1.800 Animais
No crechário



◀ **CONTROLE** dos números e das atividades da propriedade é reflexo do acompanhamento constante da família. As informações são resultado de um programa criado em 1999. Desde então, a família mantém uma série de apontamentos sobre a propriedade.

Dos 38 animais jersey do plantel, 24 estão em lactação. As bezerras nascidas na propriedade são enviadas para o Centro de Recria da Primato.

O Centro foi inaugurado no começo do ano, porém a família só passou a utilizar o sistema em junho. Assim as novilhas retornam com 20–22 meses, já prenhes de seis a sete meses, com sêmen sexado, de qualidade. “Para nós é uma preocupação a menos, com isso mantemos nosso foco na própria produção”, frisa Elaine, orgulhosa do crescimento do negócio resultado do trabalho e investimentos.

O manejo alimentar é outro ponto que chama atenção: são três hectares destinados à alimentação dos animais e para a produção de feno. Para facilitar na hora do trabalho, o corte é dividido em duas partes. Apenas para o preparo do feno, é necessária uma semana de serviço.

DETALHES Em 1999, o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural – Emater e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa, lançaram um projeto-piloto para que os produtores fizessem um acompanhamento completo dos indicadores das atividades da propriedade.

No início, Elaine confessa que o trabalho foi um tanto complicado “precisávamos fazer a anotação de todos os detalhes que aconteciam na propriedade e, como não estávamos acostumados, foi muito difícil no começo, mas com o tempo nos acostumamos”.

Hoje a família mostra, com orgulho, o acompanhamento dos números de todos os animais que já passaram pela propriedade, nos últimos 15 anos. Os apontamentos não se resumem apenas à produção, mas também aos insumos, vacinas, valores, desempenhos, além dos preços pagos pela matéria-prima durante todos estes meses.

“Com este acompanhamento conseguimos saber quais os meses e anos onde tivemos melhores resultados. Além de saber onde acertamos, conseguimos melhorar na produtividade da propriedade, tanto no leite como nos suínos”, ressalta Elaine.

UNIÃO Para auxiliar nas atividades da propriedade, os Lawich contam com o apoio de um casal



▲ **SISTEMA** silvipastoril, onde o gado leiteiro é mantido em meio a uma área de plantio de eucaliptos, proporcionando assim um ambiente melhor para o rebanho

Há dois anos, houve uma ampliação e o crechário passou a alojar 1.800 animais. Atualmente, parte dos suínos da maternidade vai para o crechário da própria família e o restante vai para outros crechários da Primato.

Hoje Carlos e a família mostram, felizes, a área que logo dará espaço ao segundo crechário, com capacidade para 2.500 leitões, fazendo assim a produção chegar próximo a cinco mil animais em capacidade máxima.

LEITE Após a divisão das tarefas, Elaine tomou a frente no cuidado com o gado leiteiro, além do acompanhamento das tarefas diárias da produtividade, genética e até mesmo os investimentos fazem parte das suas tarefas.

A propriedade conta com um sistema silvipastoril, onde mescla as pastagens com uma reserva de eucaliptos, sistema que torna o ambiente mais adequado para o rebanho.



◀ **MÃO** de obra especializada garante um maior cuidado com os animais, além do constante acompanhamento dos níveis de produtividade do plantel.

de funcionários, que já acompanha as atividades há três anos. Ildo e Ivete Follmann cuidam exclusivamente do trabalho dos matrizeiros.

Os filhos também se interessam e acompanham as atividades diárias da família. Além de poder ajudar, ainda têm a oportunidade de aprender um novo ofício.

Sara, com apenas 11 anos, já acompanha o trabalho com os animais e aos poucos está descobrindo o gosto pelo trabalho na propriedade. Leonardo, de 14 anos, também auxilia, sempre que pode, aprendendo assim a importância do trabalho na propriedade.

BIODIGESTOR Sempre com foco no meio ambiente, em novembro de 2010, foi criado um biodigestor com a finalidade de evitar a poluição do meio ambiente.

O biogás resultante da fermentação da matéria orgânica é utilizado para aquecer os leitões, durante as épocas de frio.

Hoje a propriedade conta com três lagoas, o material orgânico de uma delas é utilizado para incrementar a qualidade das pastagens para os animais.

FUTURO DA PROPRIEDADE Dentre as metas da família estão melhorar a produtividade das atividades atuais e otimizar a propriedade, melhorando alguns detalhes para otimizar os resultados. O foco maior da família agora é buscar

automatizar as atividades, reduzindo o tempo que levam para realizar todas as tarefas do dia a dia.

Nos suínos, logo no primeiro semestre de 2015, será concluída a obra do segundo crechário, que terá capacidade para 2.500 animais. Grande parte da construção será financiada, com um prazo de dez anos para o pagamento.

Já no leite, a meta é chegar a um total de 30 vacas em lactação até o segundo semestre de 2015. "Daí para frente queremos melhorar a genética dos animais", explica Elaine.

LAÇOS ESTREITOS A história de parceria dos Lawich com a Primato é antiga e vem atravessando as gerações. Carlos, que hoje está à frente das atividades, não hesita ao afirmar que o apoio das equipes técnicas é uma constante, "se precisar, é só ligar e eles logo vem".

Como o ciclo do trabalho no crechário é muito curto, quase toda semana os técnicos e médicos veterinários estão na propriedade, trazendo novidades e o apoio necessário.

No leite a situação praticamente não muda, "sempre passam para verificar como vão as coisas, como estão os animais e se precisamos de algo", ressalta Elaine.

.....
"Ter a Primato ao nosso lado é muito importante, afinal de contas, conseguimos diversos benefícios no dia a dia".
.....

Carlos Lawich



Sonho concretizado

▲ **BONI** é resultado da visão e do posicionamento adotados pela família, há três décadas

DA PEQUENA MERCEARIA À REDE SUPERMERCADISTA. HÁ 30 ANOS A FAMÍLIA PERBONI SEGUE COM OBJETIVOS DEFINIDOS E UMA ESTRUTURA PROFISSIONALIZADA.

Quando fundaram a Rede Boni de supermercados, em 1985, Jair e Lucia Perboni buscavam concretizar o sonho do negócio próprio, que respondesse pelo sustento da família.

Para chegar ao status atual foram necessários diversos investimentos. Inicialmente, era apenas uma pequena mercearia, com cerca de 90m². De mercearia passou a ser um minimercado, mercado, depois supermercado e hoje é uma rede supermercadista.

Atualmente, a Rede Boni conta com quatro lojas, com mais de mil metros quadrados. Em Curitiba são duas lojas, nos bairros Santa Cândida e Bacacheri, além das unidades em Campina Grande do Sul e Quatro Barras.

A loja de Campina Grande do Sul foi aberta em 2006, quando a família decidiu investir na compra de um antigo supermercado da região e aplican-

do um novo padrão de loja, inaugurou a unidade. A partir daí vieram as lojas de Quatro Barras e, no segundo semestre de 2014, a do Bacacheri.

Segundo o Diretor Comercial do Boni, Eder Perboni, a rede tem apresentado um crescimento acima da média. "Nos últimos dois anos nós dobramos de tamanho, nosso objetivo é estar entre as 10 maiores redes de Curitiba e Região, até 2018".

ESTRUTURA SÓLIDA Para atingir os resultados atuais, a rede está embasada em uma gestão familiar, porém profissionalizada, com áreas bem definidas. Jair Perboni, patriarca da família, ressalta que um dos segredos do sucesso do Super Boni fica na gestão.

Além da família, aproximadamente 400 funcionários, além de uma equipe de gerentes, se dedicam em manter a loja com produtos e serviços de qualidade para os clientes. Este é um dos

Raio X Super Boni

4

lojas

400

colaboradores

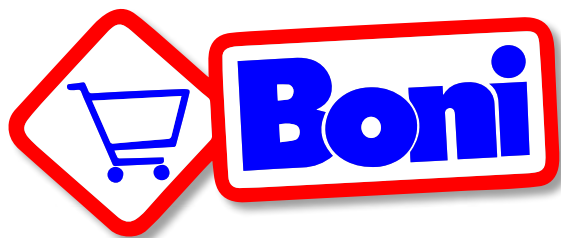
60mil

itens cadastrados

75 milhões

faturamento

Fotos: Daise Costa



fatores que Jair Perboni julga determinante para o sucesso e prosperidade do negócio: manter a atividade sob responsabilidade da família.

Um dos fatores que definem a estrutura da rede, de acordo com o idealizador do Super Boni, Jair Perboni, é relacionado aos investimentos em mão de obra proveniente da própria rede.

"Difícilmente contratamos um gerente sem que o mesmo já tenha trabalhado, em algum momento, conosco. A maioria dos nossos gestores começou na rede, trabalhando em outras funções, e foram conquistando novas posições e atribuições, conforme se destacavam, com o passar do tempo", ressalta o fundador da rede.

VANTAGENS PARA TODOS Por se tratar de uma rede, os funcionários do Super Boni procuram criar um ambiente que acolha os clientes, com bom atendimento e organização, tornando a hora das compras um momento agradável. Toda esta busca

é reflexo do objetivo da empresa, retratado no slogan "Boni – É gostoso comprar aqui".

Eder, responsável pela parte comercial e operacional explica que o resultado deste esforço é visto nas mais variadas seções dos supermercados da rede, com uma média de 10 a 15 mil itens por loja.

"Na mercearia procuramos ter a variedade adequada para cada loja, a parte de Hortifruti com produtos sempre fresquinhos e selecionados. O açougue com carnes de primeira qualidade, além de uma grande variedade de produtos de padaria e confeitaria, por exemplo".

ATRIBUTOS NECESSÁRIOS Para manter um resultado constante, diante de um mercado cada vez mais competitivo, e com uma clientela cada vez mais exigente, a família garante manter um alto padrão de qualidade.

Além disso é preciso manter o foco em preços condizentes com o mercado, procuramos estar bem posicionados, não estar muito mais caros, mas ter uma ótima qualidade. O resultado é visto pelo faturamento, que está previsto para encerrar 2014, alcançando a marca de R\$ 75 milhões.

PARCERIA VINDOURA A Rede Boni conta com os produtos e serviços da Frimesa há cerca de quatro anos. O Gerente comercial explica que desde 2011 a mesma consolidou-se de uma forma, que hoje é uma das marcas mais importantes das lojas.

"Essa parceria veio sendo melhorada de tempos em tempos, principalmente no que se refere a variedade de produtos. E essa abertura é uma consequência do serviço oferecido, com promotores, trabalhos de merchandising, empenho da equipe comercial", enaltece o gestor Eder Perboni.

O ponto forte da Frimesa com os Supermercados Boni está na parceria, nos negócios, ações/promoções e no serviço oferecido no piso de loja.

▼ **ESTRUTURAS** são resultados da busca constante por ambientes modernos, que aliam praticidade e conforto





1. Interação com os animais garantiu um maior aprendizado para as crianças.

2. Alunos tiveram a oportunidade de conhecer os pequenos animais que fazem parte do dia a dia da fazendinha.

3. Explicação sobre como funciona a cadeia do leite, desde a captação da matéria-prima até as gôndolas.



Diversão na fazendinha

APRENDER E
BRINCAR DO JEITO
DELAS. COM ESSE
CLIMA, CRIANÇAS
INTERAGEM
COM ANIMAIS E
CONHECEM A CADEIA
PRODUTIVA DO LEITE

Imagine unir o agito da capital com o clima bucólico de uma propriedade rural, aliada a uma aula prática de cuidado com os animais, a produção de leite de qualidade e instruções sobre a industrialização. Para finalizar, uma peça teatral sobre a amizade e um saboroso lanche para repor as energias.

A Frimesa reuniu tudo isso num único lugar para receber mais de 3.000 crianças em Curitiba. A Fazendinha Frimesa aconteceu de 30 de setembro a 10 de outubro e está na quinta edição levando informação e conhecimento para crianças de 04 a 10 anos. Nesse ano foram 80 turmas de 44 escolas de vários municípios da região metropolitana da capital paranaense.

Criada em 2006 e realizada até 2008, a Fazendinha retornou em 2013 e este ano trouxe diversas novidades. Realizada no bairro Cidade Industrial de Curitiba, a Fazendinha contou com o apoio da Rede Supermercadista Festival, que cedeu as instalações para abrigar as estruturas, durante os dias do evento.

O evento já faz parte do calendário da Frimesa e busca levar informações e conhecimento, de uma forma divertida e educativa, sobre o funcionamento das diversas etapas da cadeia leiteira, necessárias para obter uma maior qualidade na produção.

A Fazendinha também procura incentivar um consumo maior de leite e derivados entre as crianças. Segundo informações veiculadas pelo último levantamento da Organização Mundial da Saúde – OMS, o consumo anual, per capita, no Brasil está em cerca de 150 litros, valor bem abaixo da média mundial, de pouco mais de 200 litros.

ONDE TUDO COMEÇA Assim que o transporte chegava à Fazendinha, já começava a ser percebido o burburinho e os olhares curiosos das crianças que, surpresas, não escondiam o sorriso e a alegria em conhecer uma realidade totalmente nova.

Para receber os alunos, os ilustres mascotes, Friminho, Vaquinha e Porquinho, animavam e





▲ **MUITA** animação e descontração durante o teatro com as mascotes da Frimesa.

faziam a diversão de todas as turmas com brincadeiras, danças e muitos abraços. Do ponto de vista das crianças, os personagens são “apenas” animaizinhos de pelúcia, com praticamente dois metros de altura.

Agora acompanhados dos mascotes, os alunos param para uma foto oficial da turma, que vai diretamente para o perfil da Frimesa no facebook, para que os familiares, colegas e amigos possam curtir e compartilhar os momentos.

Neste momento, os mascotes partem para se preparar para receber a próxima turma. As crianças, já bastante curiosas, se agrupam em volta de um cercado onde conhecerão como é o processo de ordenha dos animais.

Os monitores, coordenados pelo veterinário Eduardo Portugal, questionam as crianças “Quem aqui gosta de leite?”. A resposta de aprovação das crianças é tão animada quanto o coro que a compõe. Porém, ao indagar sobre a procedência, “de onde vem o leite?”, as respostas começavam a diferir e iam desde “vem do mercado” e “vem da caixinha”, até “tem no mercado” e “é feito no sítio”.

Após a chegada de uma vaca mansinha, com quase 800 quilos, que aguardava pacientemente para ser ordenhada, nem mesmo a equipe de veterinários e técnicos agropecuários conseguia atrair a atenção dos alunos.

Os olhares de espanto e curiosidade das crianças, aos poucos, davam lugar à admiração de quem não queria perder nem um momento das explicações. Durante o bate papo, os monitores ensinavam aos alunos detalhes sobre os cuidados com a higiene, alimentação e até mesmo como

funciona o sistema de ordenha mecanizada. Tudo isso em um genuíno cenário rural.

Para encerrar a etapa de ordenha, a equipe colocava o leite tirado dos animais em grandes mamadeiras. Com as mamadeiras em mãos, os monitores perguntavam “quem quer alimentar os bezerrinhos?”. A resposta das crianças volta a ser uma só, que se dirigem para o cercado ao lado, bem próximas dos animais. De mão em mão, as mamadeiras serviam para reforçar a experiência e a imersão no meio rural.

Após concluída esta etapa, a visita prosseguia para a parte dos pequenos animais, onde as crianças podiam interagir e tocar em animais como coelhos, cabras e ovelhas. Para muitos dos alunos, estes animais até então eram conhecidos apenas como ilustrações vistas em livros e cartilhas.

INFORMAÇÃO E INTERAÇÃO Continuando o passeio, após todo o contato com os animais, as crianças tinham a possibilidade de conhecer, de uma maneira lúdica, as etapas que compõem a cadeia produtiva do leite.

Pensando nisso, a Frimesa utilizou painéis interativos que trazem, desde a ordenha até a venda nos supermercados. Tudo isso, passando por etapas como a coleta, o transporte, a chegada do produto na indústria, as análises laboratoriais e o envase dos produtos.

Segundo o tecnólogo em alimentos e um dos monitores do evento, André Anderson, é nesta parte que as crianças aprendem o caminho que a matéria-prima percorre até chegar no ponto de venda, transformada em produtos de valor agre-

Fazendinha oportunizou aos alunos a chance de interagir com os animais, desde a ordenha (1) até o aleitamento dos bezerros (2). **Equipe** de colaboradores que acompanharam as atividades do Projeto (3).

gado. “Além de ser uma maneira interativa de desmistificar os processos de produção do leite e dos mais diversos derivados da linha de lácteos”.

Para mostrar que as crianças aprenderam tudo sobre o meio rural, o processo de produção e sobre os cuidados com o meio ambiente, as crianças participavam de um Quiz na Roleta Ambiental, onde mostravam o quanto sabiam sobre o tema em questão.

O prêmio era o convite para as crianças prestigiarem uma peça teatral com os personagens característicos da fazendinha, a Vaquinha e a Porquinha, além do Friminho.

DIVERSÃO PARA TODOS Ao chegar ao local do teatro, todo colorido e decorado, as crianças se acomodavam em almofadas e aguardavam ansiosas para o início do teatro. A curiosidade aumentava e rapidamente as crianças já começavam a procurar os personagens.

A dona Vaquinha, toda preocupada em realizar a Festa da Amizade, quase nem percebia a presença das crianças, que logo tratava de se enturmar e contar com o apoio dos presentes.

Com várias músicas e brincadeiras, os personagens Friminho, Vaquinha, Porquinha e até o Zequinha, ensinavam às crianças o verdadeiro significado da amizade, bem como a importância de se cultivar amizades boas e verdadeiras.

Com a festa da amizade pronta, a vaquinha convidava os visitantes para a parte mais saborosa do passeio: um delicioso lanchinho. E é claro que ainda não acabou: ainda no lanche, as crianças ganhavam um kit contendo um caderno de atividades e lápis de cor, para mostrar que aprenderam tudo sobre a visita.

Após tomado o lanchinho, as crianças retornam às escolas, agora conhecendo como funciona uma fazendinha, o processo de ordenha e sabendo tudo sobre cuidados com a saúde e o meio ambiente.

Segundo a Supervisora de Marketing da Frimesa, Elis D'Alessandro, a meta da fazendinha é instruir as crianças, por meio de atividades práticas. “O projeto da Fazendinha Frimesa busca unir ludicidade, criatividade e educação, além de ser uma forma das crianças interagirem com os animais, afinal há uma parcela considerável de alunos e até mesmo professores que não tiveram a oportunidade de vivenciar tais experiências. E é essa a mensagem que queremos transmitir, fazer parte do desenvolvimento das crianças”.



Novas conquistas

FRIMESA RECEBE PRÊMIOS EM RECONHECIMENTO À ATUAÇÃO COM O VAREJO E COM A COMUNIDADE

A qualidade dos alimentos Frimesa, somada a atuação junto ao setor supermercadista, deram à cooperativa os títulos "Carrinho de Ouro", "Marca em Destaque 2014 – Distribuição", "Top Fornecedores Condor 2014" e "Top Excelência". Os prêmios são resultado do esforço em levar alimentos de qualidade para todo o território nacional.

Para Vanzella, os prêmios é fruto do trabalho da equipe Frimesa. "É o resultado de todo o empenho em oferecer excelentes produtos e um padrão elevado de atendimento e serviços aos supermercadistas nos quatro cantos do país".

O Carrinho de Ouro é o reconhecimento dos supermercadistas na região nordeste, que por meio da Associação Maranhense de Supermercados – AMASP promove a integração com os maiores envolvidos no setor. A premiação foi entregue durante o encerramento da 19ª edição do Troféu Carrinho de Ouro, em novembro, em São Luís – Maranhão.

O certificado Marca em Destaque 2014 – Distribuição é a prova de que a Frimesa está hoje entre as cinco marcas mais vendidas no varejo de Vizinhança, dentre um universo com mais de 400 mil estabelecimentos com até quatro check-outs. Os títulos de destaque em Leite, logurte e Petit Suisse, foram resultado de uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores – ABAD, em parceria com a empresa de pesquisas Nielsen.

Nos 40 anos da rede Condor, no Paraná, os presenteados foram os parceiros comerciais. A Frimesa recebeu o título de Fornecedor Top em Perecíveis, prêmio entregue pelo Presidente da rede, Pedro Joanir Zonta.

E, para encerrar o rol está o Top Excelência, título concebido pela Associação Comercial e Industrial de Medianeira – Acime. O Top Excelência é o maior evento de opinião pública da cidade, realizado em parceria com a G10 Pesquisas. Para a população medianeirense, a decisão é unânime, a Frimesa é a marca símbolo da cidade, pelo décimo segundo ano consecutivo. Esta é a constatação da 13ª edição do prêmio Top Excelência, realizado na noite de 24 de outubro, na cidade-sede da Cooperativa.





Parcerias e novidades

▲ **EQUIPE** Frimesa marca presença nas feiras de Minas Gerais e Paraná

Com produtos cada vez mais abrangentes, atendendo mercados dos quatro cantos do país, a atuação da Frimesa não se resume apenas aos pontos de venda, mas também às parcerias firmadas nas maiores feiras supermercadistas do país. Encerrando o calendário de feiras da Frimesa estão a 17ª SuperNorte, realizada no Pará e a 28ª SuperMinas Food Show, que aconteceu em Minas Gerais.

A SuperNorte – Convenção de Supermercados e Fornecedores da Região Norte – aconteceu de 13 a 15 de outubro e foi realizada no Hangar – Centro de Convenções e Feiras da Amazônia, em Belém, no Pará.

Com a finalidade de criar parcerias e fechar bons negócios, a 17ª edição do evento reuniu mais de 35 mil pessoas, entre visitantes, fornecedores, supermercadistas e distribuidores de todo o Brasil. Todo esse pessoal foi responsável por movimentar cerca de 40 milhões de reais, durante os quatro dias da feira.

Durante o evento aconteceram diversas palestras, cursos e visitas técnicas. O foco destes eventos está na constante transformação que a economia brasileira tem registrado nos últimos anos, o que exige novas posturas dos empresários supermercadistas.

Já em Belo Horizonte, dentre os dias 21 e 23 de outubro, aconteceu a 28ª Superminas – Congresso e Feira Supermercadista e da Panificação. O evento foi realizado na capital mineira, Belo Horizonte.

Nos três dias de evento, aproximadamente 60 mil pessoas passaram pelos corredores da

Superminas. Durante este período, estima-se que foram movimentados quase R\$ 1,5 bilhão em negociações, resultado da expansão dos setores supermercadista, varejista e panificador no estado e no país.

Segundo o Gerente Comercial da Frimesa, Mauro Kramer, eventos desta natureza são os momentos ideais para apresentar os produtos da marca, além de firmar parcerias com os supermercadistas. "Nestas feiras fica comprovada a expressividade da cooperativa, cada vez maior, encurtando assim as distâncias com fornecedores e clientes, que nos prestigiam e comprovam a já consolidada qualidade dos produtos que compõem o mix da Frimesa".

FRIMESA FIRMA PARCERIAS, MARCA PRESENÇA E TRAZ NOVIDADES PARA OS VAREJISTAS DAS REGIÕES NORTE E SUDESTE DO BRASIL



Nova inspir

FRIMESA MODERNIZA CONCEITOS DAS EMBALAGENS E RENOVA PRODUTOS. A INOVAÇÃO É RESULTADO DA PROPOSTA DE AGREGAR VALOR ÀS NOVAS LINHAS. COMEÇA COM REFRIGERADOS E SERÁ ESTENDIDA PARA OS DERIVADOS DE CARNES

Cores vibrantes, textura exclusiva, frutas em destaque para valorizar o sabor e mais informativa. Esse é o resultado do novo visual das embalagens da Frimesa que, em breve, chegam às gôndolas para facilitar ao consumidor a identificação dos produtos e reforçar o posicionamento e valores da marca. A modernização envolve comunicação e também o lançamento de novos produtos – destaque para leite fermentado e novas apresentações de iogurtes – e será estendida à linha de carnes e demais itens de lácteos.

Para chegar à nova proposta visual dos iogurtes, a inspiração veio nas pinceladas artísticas. Para isso trabalhou-se em um rico processo de análise e criação que levou em conta os valores e necessidades da Frimesa e inputs de consumidores. “O resultado, foi um visual que trouxe modernida-



ação

de aos rótulos e à marca, sem perder sua essência. A textura artística exalta a criatividade e remete o feito à mão – artesanal e exclusivo”, revela a supervisora de Marketing, Elis D'Alessandro, referindo-se que a mensagem para o consumidor é que o produto foi feito especialmente para ele.

A renovação destaca a diferenciação entre as linhas de iogurtes tradicionais, zero e funcionais. “Nosso objetivo é gerar valor, também queremos ajudar a consumidora a encontrar com facilidade o produto que busca e conhecer as novidades”, destaca D'Alessandro, referindo às cores que já indicam a categoria do alimento. Na linha Zero, por exemplo, a cor roxa indica a categoria. Uma exclusividade da Frimesa será adicionar uma fita métrica para indicar a funcionalidade do produto.

Na categoria de io-

gurtos funcionais a supervisora revela que há muitas novidades para melhorar a comunicação.

“Tivemos a aprovação do registro da linha junto à Anvisa e agora podemos trazer na embalagem a alegação da funcionalidade do produto”, diz a responsável pelos registros regulatórios da Frimesa, Catiucia Giraldi. Isso significa que agora a Frimesa tem a funcionalidade probiótica dos iogurtes comprovada. A característica dos micro-organismos benéficos é a de contribuir para o equilíbrio da flora intestinal, aumentar a absorção de minerais como o cálcio, ferro e magnésio, além de melhorar a digestão da própria lactose.

Ainda, na linha dos iogurtes funcionais, a maior novidade é a adição da submarca Equilibrius, que reforça ainda mais a comunicação dos benefícios

FITA MÉTRICA: SAÚDE E BEM-ESTAR

SUBMARCA PARA A LINHA FUNCIONAL



dos produtos e o visual da embalagem traz desenhos estilizados de mulheres em atividade. Representam "o ativo", mais um diferencial em relação à concorrência.

Ainda na linha, a comunicação de produtos para consumidores com dieta com restrição à lactose, está cheia de novidades. Primeiro é o lançamento de três sabores de iogurtes: coco, morango e frutas vermelhas em copo de 170g. Segundo, a linha que soma o leite longa vida de 1 litro está com uma comunicação exclusiva totalmente diferenciada.

A comunicação da linha, unificada e exclusiva, começa pela cor "verde azulada", mesma do leite Baixa Lactose. Será adicionado o selo com a mensagem "Você Bem". A mudança é reflexo do aumento da demanda por produtos que tragam, cada vez mais, benefícios à saúde e ao bem-estar.

RECHEADA DE NOVIDADES Além do novo conceito de comunicação, a Frimesa vai diferenciar a linha de refrigerados no ponto de venda com lançamento de produtos envasados em embalagens tipo bandejas em "décor". O projeto vai permitir ampliar a apresentação de refrigerados com novas versões para o consumidor. Serão diversos lançamentos em final de 2016, mas inicialmente serão seis apresentações. Os produtos da linha "Décor" trazem, como particularidades, a rotulagem lateral das embalagens, o design diferenciado e moderno, atributos e fatores que reforçam a comunicação

dos produtos, despertando o desejo nos consumidores.

A novidade mais aguardada é o lançamento da linha de leite fermentado. Serão duas versões: na linha infantil com garrafinha 75g e adulto na garrafa de 170g. A versão adulta é o destaque, sendo tamanho e posicionamento inédito no mercado.

Segundo o supervisor da Gestão da Pesquisa & Desenvolvimento e Inovação, Claudécir dos Santos, os fermentados têm apresentado um grande crescimento nos últimos anos. "A linha hoje já corresponde por 11% de todos os produtos lácteos comercializados, ou seja, a cada dez produtos vendidos hoje, nos supermercados, um é leite fermentado, por isso buscamos atender essa demanda".

INVESTIMENTOS E RESULTADOS Para realizar todo o projeto de renovação das linhas de refrigerados, foi necessário um investimento em todas as unidades fabris de lácteos. As melhorias não se restringiram apenas às linhas de refrigerados, mas em toda linha de lácteos.

Para tanto, segundo o gerente da área de lácteos, Erivelto Costa, os investimentos começaram ainda em 2013 e serão encerrados em 2015. "As indústrias trabalharão com produção plena em 2016. Assim, a produtividade dobrará, passando de 10 para 20 toneladas ao dia". As linhas que receberão os maiores investimentos são de iogurtes, bebidas lácteas, achocolatados e requeijões, além das novidades nas linhas de sobremesas, fermentados e iogurtes gregos. No entanto, os investimentos não param por aí, há ainda a previsão de investimentos na área de carnes, para os próximos anos.

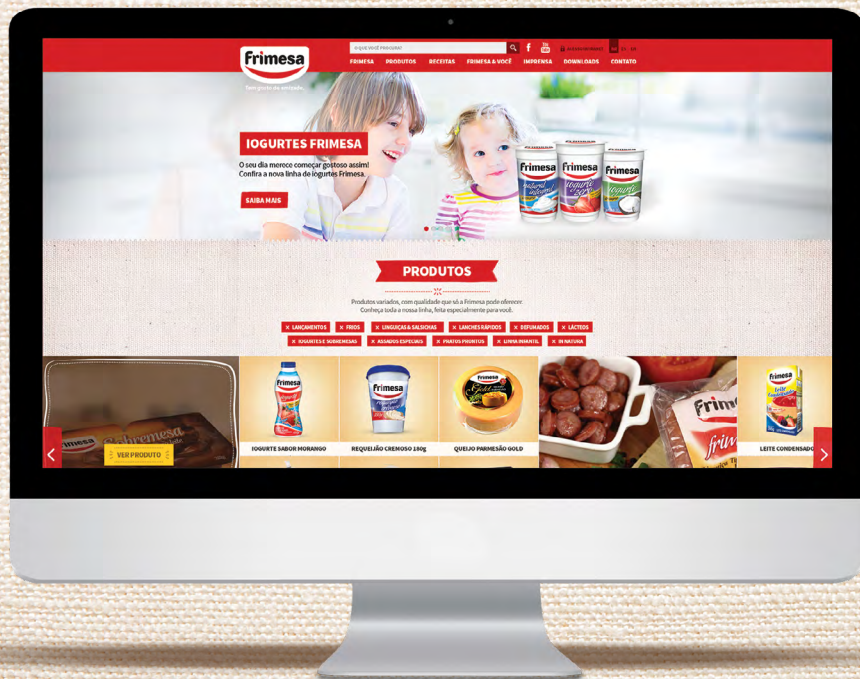
LINHA LACTOSE
GANHA SELO E COR
QUE COMUNICAM
BENEFÍCIOS





Tem gosto de amizade.

Site novo



A partir de fevereiro, quem acessar o www.frimesa.com terá muitas novidades. Além da estrutura mais enxuta que permitirá uma navegação mais amigável, serão adicionadas novas funcionalidades para permitir mais interatividade com os consumidores e clientes.

Entre as novidades o novo design do site destaca produtos e receitas, deixando o ambiente dinâmico e colorido. O consumidor poderá compartilhar por Facebook e e-mail as receitas e informações dos produtos e ainda comentar e enviar as suas receitas preferidas.

O consumidor encontrará também no site um cantinho especial para o "Frimesa e Você" que traz dicas, informações de saúde e bem-estar e momentos deliciosos. Outra novidade é a página "Seja Frimesa", dedicada à área de Gestão de Pessoas, aberta a contato de novas oportunidades de trabalho e o menu de "Inovação", que abre um canal de contato com a área.

D'Alessandro afirma que "esse é nosso cartão de visita online. A nossa preocupação foi oferecer um site mais funcional e em dispositivos móveis. Em relação ao design, o visual está mais clean e muito mais moderno, com as novas facilidades de acesso e atualizada, pois o site será atualizado diariamente com novos conteúdos e informações", desenvolvido em parceria com a Agência Digi.

FERMENTADOS EM TRÊS
VERSÕES E BEBIDA CHOCOLATE: MUITO MAIS SABOR





Leite & Derivados

Alta remuneração provoca superoferta de leite

Normalmente no período de final de ano o consumo de leite e seus derivados sofre uma redução, temos o fim do período letivo e, com isso, o início das férias escolares; também temos comemorações de fim de ano e muita gente tirando férias no trabalho também. Somente com a manutenção da oferta de laticínios e a redução na demanda já ocorre a necessidade de redução nos preços de venda sufocando as pequenas margens que a indústria tem. Nesta temporada temos um agravante nesta situação. Está acontecendo uma superoferta de leite no campo estimulada pelos altos preços pagos pela matéria-prima durante o ano. A capacidade instalada está chegando ao seu limite para absorver toda esta produção e, principalmente, não existe consumo para todo este volume. Fica evidente desta forma um cenário de oferta maior do que o normal e justamente em um período de queda no consumo.

Onde é possível a formação de estoques a fim de regular, pelo menos um pouco, a oferta de produto ao mercado, as indústrias o estão fazendo. Porém, este estoque está sendo formado com custo alto em relação aos preços praticados no mercado neste momento, transferindo assim para o futuro a possibilidade de realizar lucro ou não com este estoque, dependendo do comportamento dos preços de venda. Mesmo assim, a oferta disponível neste fim de ano será muito maior que no passado, portanto podemos esperar preços de venda ainda mais baixos. Consequentemente é muito provável uma redução mais significativa nos preços pagos ao produtor, a fim de equilibrar a condição econômica no setor industrial.

Infelizmente, neste momento, do ponto de vista do mercado, a única forma de melhorar as posições de preço no varejo é a redução na oferta, e este processo se inicia no produtor. É preciso que o produtor se conscientize que apesar da atraente viabilidade na produção de leite, ele precisa reduzir a oferta para manter preços na venda da sua produção nos níveis atuais. Caso contrário, logo teremos o mercado forçando as indústrias a pagar valores abaixo dos custos de produção.

Uma alternativa, a fim de reduzir a oferta ao varejo, seria a exportação, mas os preços lá fora estão mais baixos que aqui, por isso o Brasil passa a ser uma opção para exportadores de outros países que também estão com excesso em sua produção.

E como já foi dito, a volta ao normal no consumo doméstico deve ocorrer somente a partir de março de 2015, mesmo assim não absorverá toda a oferta disponível. Portanto, nos preparemos para um final de temporada com muito leite e que não precisemos derramá-lo fora.



Carne suína

Liquidação de fim de ano

Embora, historicamente, a época de fim de ano seja sempre de muita expectativa no nosso ramo de negócios, com elevada demanda, este ano parece que vamos ter um natal atípico em termos de consumo. Ocorre que a demanda parece estar com ritmo mais lento, ainda no aguardo de consumidores mais dispostos a comprar. As categorias mais impactadas são as de produtos processados, inclusive os produtos de época. Este ritmo mais lento tem causado preocupação às indústrias, estoques que foram formados para serem vendidos em novembro e dezembro já estão sendo comercializados com preços de venda promocionais, inferiores aos esperados para a época. O foco nos negócios deixou de ser o preço mais alto e passou para a realização dos estoques, caso contrário volumes não vendidos em dezembro, ficarão para janeiro com preços ainda mais baixos.

A frustração em relação à realização da venda dos estoques dos processados aos preços planejados, acabou por afetar a posição do preço do animal vivo e da carcaça suína que vinham muito valorizados. Os preços destes itens caíram mais de R\$ 1,00 por quilo, no mês de novembro. Outros itens como os cortes in natura que também estavam muito valorizados e procurados, principalmente as matérias-primas, começaram a perder força em suas posições de preço e demanda. Manter os estoques em favor de melhores preços não é uma boa estratégia neste momento. Todo esse movimento atípico para a época indica que podemos ter um início de ano mais difícil, com disponibilidade de estoque, preços em queda e baixa demanda. São sinais que nos alertam quanto à estratégia a ser seguida no início de 2015. É provável que não tenhamos, no próximo ano, posições tão boas nos preços de venda quanto em 2014.

Outro fator que afetou a situação do mercado doméstico foi a exportação. Depois de muito trabalho para liberar plantas brasileiras para atender o mercado russo, onde os preços de venda estavam altíssimos, ocorreu uma procura pela compra de matéria-prima para processamento, pois quem estava habilitado tratou de exportar tudo que podia. Essa ação influenciou na formação de altos preços de venda para o mercado doméstico. Isso ocorreu a partir de agosto deste ano. Acontece que agora parte do que foi destinado à Rússia não obteve mais aquelas altas posições de preço, deixando os exportadores sem alternativa, a não ser voltar ao mercado doméstico. Nesse ponto se encontra parte da explicação para a queda acentuada e rápida das cotações de preço do animal vivo e da carcaça. A outra parte da explicação está no ritmo lento do consumo doméstico. Portanto, fiquemos atentos às mudanças de cenário neste início de ano. Podemos sofrer para manter o desempenho atual.

Mesmo com esta turbulência no final da temporada, o setor suinícola vai fechar o ano muito bem. Toda a cadeia produtiva está com sustentação e um pouco de folga para suportar possíveis apertos no início de 2015.

Visita filantrópica



No início de novembro, uma comitiva formada pelo Governador do Distrito 4640, do Rotary Internacional, Sr. Celso Luyiz Fracaro, ladeado pelos Presidentes do Rotary Internacional, Distrito 4640, Valdecir Denuzzi, Rotary Caminho do Colono, Evandro Mees e Rotary Rio Alegria, Leandro Niehues, além de outros integrantes dos clubes de serviço, visitaram a Frimesa.

A visita fez parte da agenda oficial do governador para conhecer mais sobre o desenvolvimento, tanto econômico como educacional, dos municípios que fazem parte da área de abrangência do distrito 4640. ●

Parceria internacional



Um grupo de aproximadamente 100 pessoas, integrantes dos Centros de Convivência do Idoso de Medianeira e Foz do Iguaçu, visitaram, no início de novembro, o Parque Ambiental Frimesa. O passeio faz parte de um projeto promovido através da parceria entre a União Dinâmica de Faculdades Cataratas – UDC e a Associação Internacional de Universidades da Terceira Idade.

A parceria, que já existe há dois anos, tem por finalidade aproximar os integrantes da terceira idade com o meio acadêmico. Os resultados obtidos durante esta série de atividades será levada à sede da Associação, situada na Europa. ●

Fim do Processo



Aproximadamente 90 colaboradores das Unidades de Produção de Leitões – UPL's da Copacol, situadas em Formosa do Oeste e Carajá, visitaram a Frimesa para conhecer mais sobre o final do processo e da atividade que trabalham: a suinocultura.

A visita, que foi dividida em duas etapas, 22 de novembro e 06 de dezembro, serviu para ampliar o conhecimento dos colaboradores sobre a cadeia produtiva no geral, não apenas algumas etapas específicas, além de apresentar informações sobre a história da Frimesa e do sistema cooperativista como um todo. ●



*Frimesa no meu
restaurante*



O CHEFE
VANDERLEI SILVA,
DO RESTAURANTE
PORTO CANOAS,
FOI UM DOS
FINALISTAS DO
DESAFIO DE
SABORES. O
PRATO, À BASE
DE DOURADO,
É, HÁ MAIS DE
UMA DÉCADA, O
CARRO-CHEFE DO
RESTAURANTE.

Experiência singular

Fotos: Leandro Carvalho

Com uma vasão média de 1,5 milhão de litros de água por segundo, as Cataratas do Iguaçu, localizadas no oeste paranaense, são um verdadeiro espetáculo aos olhos. Eleito uma das sete maravilhas da natureza, o parque é um dos lugares mais belos do mundo, pela experiência proporcionada aos visitantes. Esta sensação não se limita apenas à visão, audição, tato e olfato, mas também pela beleza das quedas, pelo som dos pássaros, pelo aroma inconfundível da natureza, ou até pelo fato de poder andar nas trilhas, em contato com os animais.

A soma destas percepções não para por aí. O paladar também é agraciado durante esta visita, e há um local especial para isso: o Restaurante Porto Canoas. O local chega a servir mais de mil refeições diariamente.

Um dos chefes responsáveis por fazer da gastronomia um capítulo extra no passeio dos visitantes é o Baiano, também conhecido como Vanderlei Silva, 30 anos. Nascido em Porto Seguro, começou a ajudar nas tarefas de casa, logo cedo descobriu o gosto pelas panelas e pela própria culinária.

A oportunidade de trabalhar na atividade veio com o convite de um vizinho, que era Chef de cozinha. O Chefe, que já havia contratado um de seus irmãos, foi a pessoa que ensinou os primeiros passos do que Vanderlei sabe hoje. Para acompanhar a família, quase uma década depois, ele abriu mão do emprego e mudou-se para Foz do Iguaçu, onde logo arrumou um emprego e trabalhou um ano na área de gastronomia de um hotel da cidade.

Quando surgiu a oportunidade de fazer parte da equipe do Restaurante Porto Canoas, ainda em 2006, Vanderlei começou como ajudante de cozinha, passou por todas as áreas e hoje atua como Chefe, coordenando uma equipe de 25 pessoas.

Como atuou em várias áreas, o chefe aprendeu um pouco de diversas partes da gastronomia, como por exemplo, saladas, sobremesas, ornamentação e decoração de pratos. Com isso, pode ter uma visão generalizada de todo o trabalho.

Segundo ele, o grande diferencial do local onde atua, o Restaurante Porto Canoas, é o fato de que todas as refeições têm, "um inconfundível gostinho de tempero caseiro, são feitas com amor. Estes fatores fazem com que as pessoas não apenas venham, mas retornem também".

Sobre o Desafio de Sabores, surgiu a ideia de inscrever o prato característico do local, o Dourado Porto Canoas. O prato, preparado há mais de uma década, é sinônimo de integração, pois reúne a família toda, além de ser o carro-chefe do restaurante.

Hoje Vanderlei não consegue imaginar como seria sua vida sem a gastronomia, o trabalho para ele é algo que não faz apenas parte do cotidiano, mas sim, "algo que já está no sangue. Nos finais de semana, em vez de descansar, vou para a cozinha, lá eu aproveito para aprender técnicas e receitas diferentes".

A meta de Vanderlei é se especializar, cursar gastronomia e buscar ser um chefe completo, um líder, auxiliando toda a equipe. No entanto, o chefe mesmo ressalta, que quer ser "principalmente, um líder completo, um chefe presente, auxiliando a equipe todos os dias e fazendo com que todos cresçam juntos".

O chefe ressalta ainda que como a maior parte da equipe é formada por jovens, se torna mais fácil lidar com o pessoal, afinal de contas "toda a equipe quer aprender e se aprimorar, assim é melhor, pois todos querem crescer". ●

Receita do Chef

Risoto de Linguíça Toscana com Abobrinha

Por: Wanderlei Silva

INGREDIENTES:

200g de arroz cozido; 150g de abobrinha; Uma Linguíça Toscana Frimesa Assada; Uma unidade de Creme de Leite Frimesa; 50g de queijo parmesão ralado Frimesa; Um dente de alho; 30g de alho poró; 10g de Manteiga Frimesa; Cheiro verde.

MODO DE PREPARO:

Em uma panela pequena aqueça a manteiga, depois coloque o alho e alho poró, todos devidamente picados e refogue. Em seguida coloque a abobrinha cortada em cubinhos e acrescente a linguíça assada e cortada em cubinhos. Após refogar, acrescente o creme de leite, o arroz cozido e o queijo parmesão ralado. Mexa por 5 minutos em fogo baixo, após desligar o fogo, acrescente sal a gosto e cheiro verde.



GESTÃO INTEGRADA

Consciência Ambiental

► **FOCO** das palestras foi desenvolver o senso crítico nos alunos, transformando-os em agentes transformadores

FRIMESA LEVA CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO PARA OS BANCOS ESCOLARES. FORAM ENVOLVIDAS MAIS DE MIL CRIANÇAS, NAS CIDADES ONDE A COOPERATIVA MANTÉM UNIDADES INDUSTRIAIS



A Frimesa também desenvolve ações voltadas a não geração de resíduos sólidos. Na Unidade de laticínios de Matelândia, o departamento do almoxarifado substituiu o consumo de plástico strach por fitas plásticas reaproveitadas para o armazenamento de embalagens e insumos; para a ação adquiriu-se um aparelho de arquear, o qual será pago em 11 meses, considerando que a economia mensal, a partir desta substituição, será de R\$ 1.300,60.

Para conscientizar a população sobre uma melhor qualidade de vida e a redução dos impactos ambientais gerados pelos resíduos sólidos, a Frimesa buscou atingir uma parcela muito importante de toda a população, as crianças.

Assim, durante o período de 10 de novembro à 1º de dezembro, a caravana, composta pelos personagens Friminho e Verdiso, acompanhados dos colaboradores do Departamento Ambiental, realizou atividades lúdicas e educativas com os alunos dos quintos anos das escolas pública e privada de Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon.

As palestras foram ministradas para mais de mil alunos de 23 escolas dos três municípios. De acordo com a encarregada da Gestão Ambiental, Gisele Caldereiro, o projeto visa atender cerca de dois mil alunos. "Como muitas escolas já estavam com as agendas comprometidas, daremos continuidade em 2015, utilizando a cartilha "Construindo um Futuro Melhor" como suporte nas atividades, despertando na criança o cuidado com o planeta".

O foco do projeto é voltado à reeducação da prática do consumismo, formas de redução e reaproveitamento, à classificação dos resíduos sólidos e o correto tratamento, bem como a definição de logística reversa.

A auxiliar de Controle Ambiental, Andrieli Schulz, responsável pela aplicação do projeto nas escolas, afirma que "a educação ambiental é percebida como uma estratégia inicial para o Desenvolvimento Sustentável, onde o foco não é apenas sensibilizar as pessoas, mas também cumprir a função de favorecer a mudança de hábitos que contribuam para a conservação do meio ambiente".

Para isso foram realizadas as seguintes ações: palestras sobre conscientização ambiental, apresentação de um vídeo sobre a cooperativa com foco no Parque Ambiental Frimesa e a responsabilidade com o meio ambiente, entrega da cartilha ambiental e material de apoio para os alunos.

No rumo certo

INDÚSTRIA DE ALIMENTOS: NO CAMINHO DA INOVAÇÃO E DE NOVOS PRODUTOS

A indústria de alimentos brasileira, responsável por quase 15% do faturamento do setor industrial e por empregar mais de 1 milhão de pessoas, tem conseguido seguir as tendências internacionais na área de produção, mas ainda precisa desenvolver trajetórias mais consistentes na área de inovação.

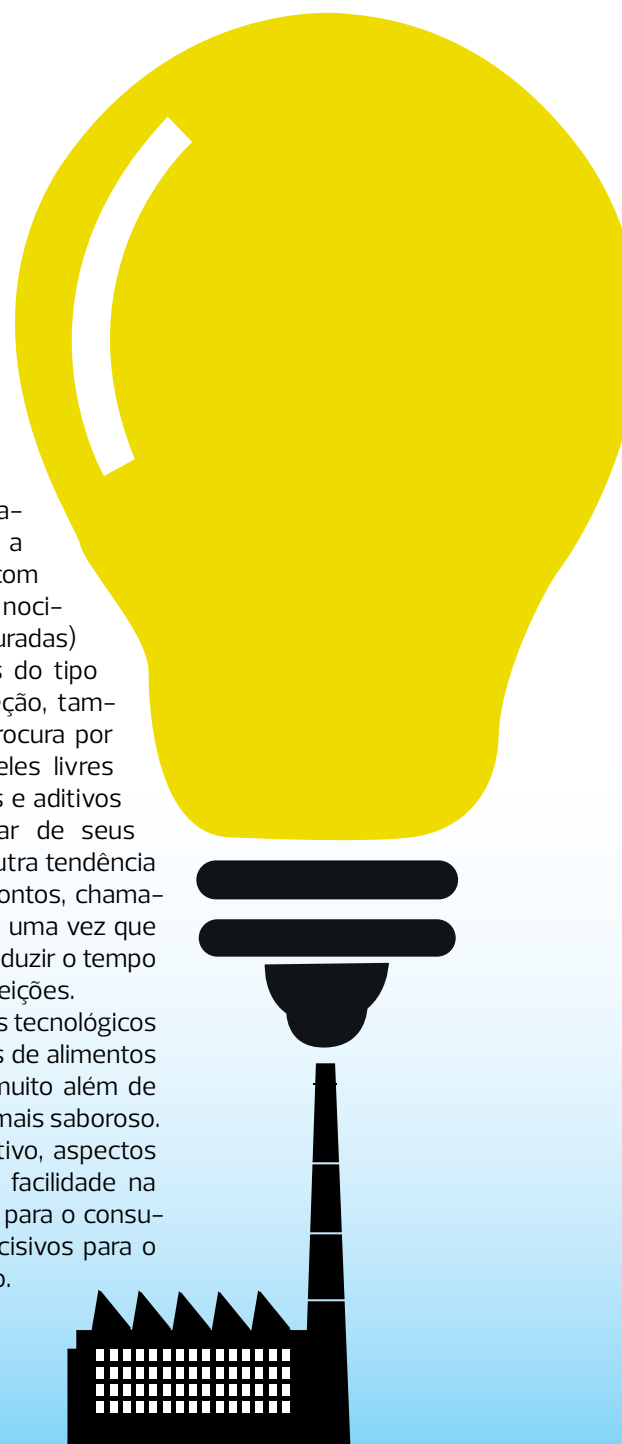
As principais inovações ligadas ao mercado de alimentos estão nas áreas de insumos, biotecnologia, bens de capital e embalagens. O mercado de alimentos funcionais tem crescido a taxas anuais de aproximadamente 10% e se revela um campo fértil de pesquisa e oportunidades comerciais.

As inovações na indústria alimentícia são majoritariamente incrementais. As grandes inovações ocorrem principalmente na área de formulação de ingredientes e aditivos, alimentos funcionais, transgênicos e embalagens.

Os novos aromas, corantes, amidos modificados, enzimas e moléculas, criados pela indústria de ingredientes e aditivos, assim como os micro-organismos probióticos, antioxidantes, imunopeptídeos, isoflavonas e outros componentes que caracterizam os alimentos como funcionais representam a maioria das inovações em alimentos.

Segundo os especialistas, a tendência atual é a alimentação saudável, com substituição de gorduras nocivas (como as trans-saturadas) pelas benéficas (como as do tipo ômega 3 e 6). Nessa direção, também tem aumentado a procura por alimentos orgânicos, aqueles livres de agrotóxicos, hormônios e aditivos químicos artificiais, apesar de seus preços pouco atrativos. Outra tendência são os alimentos semi-prontos, chamados "do freezer ao forno", uma vez que se deseja cada vez mais reduzir o tempo gasto com o preparo de refeições.

Atualmente, os desafios tecnológicos enfrentados por indústrias de alimentos ao redor do mundo vão muito além de tornar o seu produto final mais saboroso. Em um mercado competitivo, aspectos como cores, embalagens, facilidade na preparação e comodidade para o consumidor final podem ser decisivos para o sucesso de um lançamento.





A essência da amizade

INSPIRADO NOS PRINCÍPIOS E VALORES, O CÓDIGO DE CONDUTA TRAZ ORIENTAÇÕES DE ATUAÇÃO DOS COLABORADORES

A filosofia empresarial da Frimesa está pautada em crenças e valores que norteiam a sua atuação na sociedade, com consumidores, clientes e colaboradores. O resultado é visto por meio do compromisso firmado todos os dias, de produzir alimentos de qualidade e valor agregado.

Os princípios que fazem parte da cooperativa, presentes no Código de Conduta, são o respeito pelo meio ambiente, o comprometimento com os resultados, criatividade e inovação para solução das adversidades, honestidade nas relações, a amizade e o respeito como forma de aproximar as pessoas, além de encantar o cliente, razão maior da existência da Frimesa.

O desenvolvimento e fortalecimento sustentável da Frimesa é fruto do trabalho e amizade dos colaboradores. O Código de Conduta foi criado para guiar e incentivar a todos, por meio da essência da empresa, independentemente das responsabilidades e atribuições. ●

ESSÊNCIA

1. TER RELACIONAMENTO RESPEITOSO
2. CRIAR AMBIENTE DE TRABALHO AGRADÁVEL
3. RESPEITAR AS DIFERENÇAS INDIVIDUAIS
4. SER RESPONSÁVEL PELOS SEUS ATOS
5. PRESERVAR A CONFIDENCIALIDADE DAS INFORMAÇÕES
6. PRESERVAR O PATRIMÔNIO DA FRIMESA
7. DEFENDER OS INTERESSES DA FRIMESA
8. MANTER RELAÇÕES COMERCIAIS ÍNTEGRAS
9. RESPEITAR E CONSERVAR O MEIO AMBIENTE
10. CUMPRIR AS LEIS E RESPEITAR AS INSTITUIÇÕES



◀ **EQUIPE** que esteve à frente das orientações de tratamento e cuidados com o câncer

Na Frimesa, outubro e novembro possuem um significado a mais, a conscientização e o cuidado com o Câncer de Mama e Próstata, respectivamente.

Os eventos Outubro Rosa e Novembro Azul buscam divulgar ações, informações e orientações relacionadas a tratamentos adequados e cuidados sobre o câncer que, se diagnosticado em tempo, possui grandes chances de cura.

A meta dos movimentos é incentivar as pessoas, alertando sobre a realidade da situação, bem como a importância do diagnóstico precoce. Com o apoio da família e amigos, tratamentos preventivos e força de vontade, é possível superar esta doença.

Para ambos os casos, mama e próstata, a idade é um dos principais fatores de risco. No câncer de mama, as taxas de incidência aumentam rapidamente até os 50 anos e, posteriormente, esse aumento ocorre de forma mais lenta.

Proteção

PREVENÇÃO E
CONSCIENTIZAÇÃO
MARCARAM OS MESES
DE COMBATE AO CÂNCER
DE MAMA E PRÓSTATA

Já no caso do câncer de próstata, mesmo na ausência de sintomas, o exame deve ser realizado, anualmente, a partir dos 45 anos. No caso de pessoas com histórico familiar, a idade cai para 40.

Mesmo com todas as informações, ainda existem preconceitos sobre o exame da próstata. De acordo com a Sociedade Brasileira de Urologia, 44% dos homens nunca consultaram um urologista, aumentando assim o risco de câncer.

É importante ressaltar que, se diagnosticado e tratado em tempo, o câncer possui 90% de chances de ser curado.

► **AÇÕES** buscaram conscientizar e desmistificar o assunto, ressaltando a importância da prevenção

para todos





GESTÃO DE PESSOAS INFORMA

Portal do Colaborador

Criado em 2014, para facilitar o acesso a informações referentes aos benefícios e atribuições trabalhistas, o Portal é uma ferramenta que auxilia todos os colaboradores, de forma fácil e ágil. Para acessar é fácil, basta entrar no link:

<http://portalfrimesa.sede:9090/web/guest>

O campo usuário deve ser preenchido com o número do crachá do próprio colaborador. Já a senha é informada na folha de pagamento. Mas atenção, para quem utiliza o sistema Senior, os campos de usuário e senha são os mesmos do aplicativo.

Inflação

De acordo com o INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, órgão especializado do IBGE sobre a medição da inflação acumulada, o valor registrado entre setembro de 2013 e 2014 chegou a 6,58%.

Ainda, de acordo com o índice, desde o início do ano, a inflação acumulou cerca de 4,61%. Se comparado ao mesmo intervalo do ano anterior, houve um acréscimo de 0,49% entre os períodos. Os reajustes são percebidos no aumento dos preços de produtos de todas as naturezas.

Inclusão

Após renovada a parceria com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, foram abertas vagas para novas turmas do curso de Inclusão Digital. As aulas das novas turmas iniciarão em 02 de março de 2015 e serão realizadas nos períodos da manhã, tarde e noite, nos contra turnos do serviço.

Oferta de trabalho

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

Oferece vagas para pessoas com Deficiência Física ou Reabilitados do INSS, para a Unidade Frigorífica e Unidades de Leite.

Interessados comparecer na Sede da Frimesa – Rua Bahia, 159, Bairro Frimesa – de segunda a sexta-feira, das 08h às 10h.



Formação e oportunidades

Na Frimesa, o Programa de Jovens Aprendizes não se resume apenas à oportunidade do primeiro emprego, mas do crescimento pessoal e profissional.

Com esse propósito, desde o início do ano, cerca de 130 jovens participaram de diversas palestras e treinamentos, com foco no desenvolvimento prático. Para isso, os supervisores de todas as áreas administrativas e industriais expuseram as atribuições e funcionamentos dos respectivos setores.

Foram ministrados também alguns treinamentos pela área de Desenvolvimento Organizacional, bem como algumas palestras com convidados externos.

De acordo com a encarregada administrativa, Karine Perondi, a intenção do programa é preparar os jovens para o mercado de trabalho, "complementarmente à formação dos cursos profissionalizantes e fazer com que eles vislumbrem um crescimento dentro da empresa enquanto colaboradores".

Perondi ainda ressalta que o propósito, a partir de 2015, é para que o programa tenha continuidade, com novas palestras, assim todos os jovens aprendizes poderão participar".

Criada a partir da lei nº 10.097 de 19 de dezembro de 2000 e ampliada pelo Decreto Federal nº 5.598 de 2005, a lei de aprendizagem é uma oportunidade para jovens entre 16 e 24 anos entrarem para o mercado de trabalho.



TREINAMENTOS

Cursos, treinamentos e qualificações, esse é o resultado da parceria entre a Frimesa e o SESCOOP – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. Quem ganha com isso são os colaboradores que, constantemente, podem ampliar os conhecimentos sobre o trabalho.

OUTUBRO

NOVEMBRO

1			03, 04, 10 e 11 OPERADOR DE TRANSPALETEIRA	1
2			Realizado na unidade industrial de Medianeira e Marechal Cândido Rondon, o curso contou com 30 participantes, divididos em 2 turmas. No total os 4 dias de treinamento, ministrados pelos instrutores da Univel, totalizaram 24 horas.	2
3				3
4				4
5				5
6				6
7				7
8				8
9				9
10				10
11				11
12				12
13				13
14				14
15				15
16				16
17				17
18				18
19				19
20				20
21				21
22				22
23				23
24				24
25				25
26				26
27				27
28				28
29				29
30				30

01 a 30 **AUTOMAÇÃO**

O curso, voltado às áreas de Operação e Manutenção Industriais, teve a participação de 15 colaboradores e aconteceu durante o mês todo. O instrutor do Senai de Foz do Iguaçu, Evandro Buzanello, ministrou o treinamento, que teve um total de 44 horas.

1 a 3 e 22 a 24 **CIPA**

40 colaboradores, integrantes da nova CIPA, participaram de um treinamento com o instrutor Gustavo Salles, do Senai de Foz do Iguaçu. Ministrado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira, de 20 a 22 de agosto, o curso teve 20 horas de duração.

08 e 09 **TRANSPALETEIRA**

Realizado na unidade industrial de Medianeira, o curso contou com 15 participantes. Com um total de 15 horas de duração, o treinamento foi ministrado pelos instrutores da Univel.

13 a 15 **EMPILHADEIRA**

Para capacitar novos operadores de empilhadeira, foi realizado pelo instrutor da Univel, Wilson Alves, um curso de 20 horas, para 15 participantes.

16 a 18 **DESENVOLVIMENTO GERENCIAL**

40 colaboradores participaram do sétimo módulo do curso, promovido pelo instituto ISAE/FGV. O treinamento teve uma duração de 16 horas e foi realizado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira.

29 e 30 **RASTREABILIDADE**

O instrutor da Food Design Consultoria e Planejamento Alimentício LTDA, Jonathan Motillon, ministrou um curso sobre rastreabilidade, recolhimento e gerenciamento de crises, para 15 colaboradores. O curso foi realizado na Unidade Industrial de Medianeira e totalizou 16 horas.

03, 04, 10 e 11 **OPERADOR DE TRANSPALETEIRA**

Realizado na unidade industrial de Medianeira e Marechal Cândido Rondon, o curso contou com 30 participantes, divididos em 2 turmas. No total os 4 dias de treinamento, ministrados pelos instrutores da Univel, totalizaram 24 horas.

06 e 07 **NR11 – OPERAÇÃO COM PONTE ROLANTE**

Uma turma com 15 colaboradores participou do treinamento, que totalizou 12 horas. O curso foi realizado na Unidade Industrial de Marechal Cândido Rondon e foi ministrado pelo instrutor Gustavo Salles, do Instituto Makro.

10 **RELAÇÕES DE TRABALHO**

20 colaboradores participaram do treinamento que foi realizado em Medianeira. O curso totalizou 08 horas e foi ministrado pela instrutora Regina de Souza, da Sab Consultoria e Associados.

10 a 25 **AUTOMAÇÃO**

O curso, voltado às áreas de Operação e Manutenção Industriais, teve a participação de 15 colaboradores, foi iniciado em junho e será encerrado em novembro. O instrutor do Senai de Foz do Iguaçu, Evandro Buzanello, ministrou o treinamento que teve um total de 40 horas.

20, 21, 22 e 29 **DESENVOLVIMENTO GERENCIAL**

40 colaboradores participaram do oitavo e nono módulos do curso, promovido pelo instituto ISAE/FGV. Os treinamentos, tiveram uma duração de 24 horas e foram realizados no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira.

24 e 25 **GESTÃO DA INOVAÇÃO**

40 colaboradores, das unidades de Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon, participaram do sétimo módulo do programa. O curso foi ministrado pelos Instrutores do ISAE e teve 24 horas de duração.

24 a 28 **NR-10**

Uma equipe de 15 colaboradores participaram do curso referente à norma que regula a segurança em Instalações em Serviços em Eletricidade. O curso, que totalizou 40 horas, foi ministrado pelo instrutor do Senai, Rodrigo Budel.

24 a 26 **EMPILHADEIRA**

O instrutor da Univel Wilson Alves ministrou o curso de operador de empilhadeira para 15 colaboradores da Unidade Industrial de Marechal Cândido Rondon. O treinamento teve 15 horas de duração.

GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviços dedicados à Frimesa

Novembro

05 anos

Medianeira

Anderson dos Santos
Ailton Carvalho
Fabiana Cozer
Giovani Delazari
Ivone de Oliveira
Jorge Fraporti
Maria Rolon
Roselei Sangali
Roseli Pinati
Rosemar Schmidt
Sidnei Graf
Tiago Lessa
São Paulo

Tatiane Evangelista Marechal C. Rondon

Diego da Conceição
Vanusa Senturião
Capanema

Cláudio Guth

Bebedouro

Fátima da Silva
Giovana Barros
Karina Janas

Aurora

Márcio Maldaner

Seção

Contabilidade
Manutenção
Vendas
Elétrica
Desossa
Obra
Vendas
Vendas
Vendas
Desossa-Noturno
Desossa-Noturno
Engenharia

Seção

Vendas

Seção

Salga
Serviços

Seção

Higiene

Seção

Vendas

Auxiliar

Vendas

Seção

Médico Veterinário

10 anos

Medianeira

Marisete Makievicz
Carmeci André
Juliano de Lima

Luciane Grichok
Rosana Remboski

Sidnei Borsoi

Matelândia

Aldair de Carvalho

Curitiba

Ana Paula Cabral

Marechal C. Rondon

Juarez de Araújo

Valteci Lobo

Walmir Furtado Junior

Seção

SIF

Embutidos

Mortadela-Noturno

Desossa

Fatiados-Noturno

Engenharia

Seção

Manutenção

Seção

Vendas

Seção

Logística

Manutenção

Produção

15 anos

Medianeira

Airton Kelnir

Dirceu Vieira

Valdecir da Silva

Matelândia

Vilson Niedermeier

Seção

Expedição

Higiene

Condimentos

Seção

Leite UHT

Dezembro

05 anos

Medianeira

Fernando da Rosa
Adelar Henz
Adriana de Santana
Ana Paula Maurer
Aparecida Alves
Cláudia Mara da Silva
Cleonice Frescki
Eliziane dos Santos
Fernando dos Santos
Marcelo de Aguiar
Marcelo dos Santos
Márcia Siqueira
Marines Vargas
Naieli Mucke
Noeli de Almeida
Rafael Romero

Matelândia

Elias Miranda

Curitiba

Lorena Dourado
Lourdes Pires
Luiz Carlos dos Santos
Rosângela Saar

Apucarana

Katia Pereira

Itajaí

Adreia Rabello

Seção

Comercial - DEVEN

Desossa

Embutidos

Industrializados

Embutidos

Desossa

Almoxarifado

Logística

Expedição

Desossa

Manutenção

Desossa

Desossa

Controle Qualidade

FIME

Cozimento-Noturno

Seção

Creme de Leite

Seção

Vendas

Vendas

Vendas

Vendas

Seção

Vendas

Seção

Vendas



Moacir Barbieri
Sesmt

30 anos Novembro



Claudino dos Santos
Maturados

20 anos Novembro



Lauri da Silva
Embutidos

20 anos Novembro



Maria Batista
SAC

20 anos Novembro



Valdecir Barbosa
Sesmt

20 anos Novembro



Valdir Galvão
Doce Leite - Rondon

20 anos Novembro



Eliane A. Ferlin
Financeiro

25 anos Novembro

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Pudim Frimesa

Wanderlei Silva

INGREDIENTES:

395g de leite condensado Frimesa; quatro ovos; 300ml de Leite Frimesa.

Caramelo: 1 xícara de açúcar cristal; 1 xícara de água.

MODO DE PREPARO:

Misture todos os ingredientes no liquidificador e bata por dois minutos.

Caramelo: Coloque o açúcar na panela para caramelizar, em seguida adicione a água, espere dar o ponto de fio, coloque no fundo da forma e adicione o pudim. Leve ao forno em 165°C por 20 minutos, em banho-maria.

Gelado de Pêssego

5 PORÇÕES

INGREDIENTES:

1 envelope de gelatina sem sabor; 1 caixa de creme de leite Frimesa; 1 caixa de leite condensado Frimesa; 1 lata de pêssegos em calda.

MODO DE PREPARO:

Escorra os pêssegos e reserve a calda. Pique os pêssegos e coloque em um refratário de vidro. Dissolva a gelatina conforme orientações do fabricante. Leve ao liquidificador todos os ingredientes, adicionando a calda na mesma medida do creme de leite. Derrame sobre os pêssegos a mistura do liquidificador, leve à geladeira para firmar e decore com algumas frutas.

Dica:

O pêssego pode ser substituído por figos, peras, ameixas, cerejas ou outra fruta de sua preferência.

Cajuzinhos Frimesa

50 PORÇÕES

INGREDIENTES:

500g de amendoim (torrado e moído); 300g de achocolatado em pó; 2 xícaras (chá) de açúcar; 1 xícara (chá) de Leite Integral Frimesa; 1 colher (sopa) de Manteiga sem sal Frimesa.

MODO DE PREPARO:

Coloque todos os ingredientes em um recipiente e misture até formar uma massa homogênea. Unte as mãos com manteiga e, com pequenas porções de massa, forme cajuzinhos. Passe-os no açúcar para decorar.

Pudim Capuccino

12 PORÇÕES

INGREDIENTES:

1 caixa de leite condensado Frimesa; a mesma medida de leite Frimesa Integral; 3 ovos; 1 xícara (chá) de achocolatado em pó; 2 colheres (sopa) rasas de café solúvel

Calda de chocolate:

100g (1/2 barra) de chocolate meio amargo
1/3 xícara (chá) de leite Frimesa Integral

MODO DE PREPARO:

Misture todos os ingredientes em um refratário. Despeje essa massa em uma forma/refratário de tamanho médio (modelo forma de pudim) previamente untada com margarina, e cubra com papel manteiga. Leve ao micro-ondas por 8 minutos. Deixe esfriar e leve à geladeira. Quando estiver gelado e firme, desenforme.

Para preparar a calda, coloque o chocolate e o leite em um recipiente e leve ao micro-ondas por 1 a 2 minutos na potência máxima; mexa bem e deixe esfriar. Regue o pudim com a calda e sirva.

VAI REUNIR OS AMIGOS?

Leve Frimesa, faz toda a diferença!



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



Tem gosto de amizade.

imagens ilustrativas

TEM GOSTO DE PRATICIDADE

#FRIMESAEOVOCÊ

Fatias finas, saborosas e perfeitas
para o seu prato predileto



Agora com novas embalagens.
Impossível de resistir.



Frimesaoficial



Tem gosto de amizade.