

Revista Frimesa

Ano XIII Edição nº76
janeiro/fevereiro de 2016
www.frimesa.com.br



SUPERAÇÃO

alternativas para vencer desafios



Jogurtes Frimesa

Delicie-se com
toda a cremosidade
do iogurte
camadas ou com
pedaços de frutas

 Frimesaoficial
WWW.FRIMESA.COM.BR



Caros Amigos,

O ano de 2015 foi marcante para a Frimesa porque concluímos um ciclo de planejamento de 10 anos, iniciado em 2005. Investimos na ampliação de três unidades industriais, introduzindo novos processos e novas tecnologias visando agregação de valor e inovação para o consumidor.

Acreditamos que a maneira mais transparente de mostrar nossa casa, o que fazemos e por quem trabalhamos, é através de uma breve viagem por dentro da Frimesa.

Trabalhamos com foco no "correto e justo" para merecer o retorno econômico e financeiro esperado e necessário para viabilizar continuamente nossos negócios.

Nossas conquistas são a somatória das conquistas de todos os integrantes das cadeias produtivas. Somos cooperativistas fundamentados em três alicerces: econômico, social e ambiental.

Durante os 38 anos de existência, experimentamos sistemas, ferramentas e metodologias de gestão que traduzissem o modelo próprio de governança corporativa.

Por princípio, a governança da cooperativa

já é participativa, representativa e transparente. O que procuramos fazer foi introduzir o profissionalismo e a tecnologia para agilizar, controlar, certificar e assegurar os processos e resultados.

Acreditamos que o conhecimento liberta as pessoas e viabiliza as empresas. Com base nessa crença desenvolvemos oportunidades para todos os colaboradores evoluírem nas suas atividades. Este é e será o caminho para a criação de valor nas cadeias produtivas do suíno e do leite.

A Frimesa preza por seus valores corporativos difundidos e praticados no seu dia a dia, nas relações com os públicos envolvidos. A somatória das ações individuais e harmonizadas no coletivo é que constroem a imagem profissional da empresa, ou seja, o respeito.

Nossas realizações são fruto do trabalho cooperativo, do alinhamento de propósitos e da determinação na busca dos resultados planejados. Além do esforço humano, contamos com a bênção de Deus nos dando luz e inspiração durante nossa jornada.

Atenciosamente,
A Diretoria
diretoria@frimesa.com.br

Cooperativas filiadas:

Cooperativa Agroindustrial Copagril,
Cooperativa Agroindustrial Lar,
Cooperativa Agroindustrial Consolata - Copacol,
C.Vale Cooperativa Agroindustrial,
Primato Cooperativa Agroindustrial.

Conselho de Administração:

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

Conselho Fiscal:

Cezar Luiz Dondoni, Edio Rodrigo Welter, José
Alves dos Santos, José Antonio Tondo, Jair Irineo
Felipe e João Wochner.

Diretor Presidente:
Valter Vanzella.

Diretor Executivo:
Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Janeiro
Fevereiro
2016

06 Sala do Produtor
08 Parceria
10 Registro
12 Gastronomia

14 Análise de Mercado
16 Nossa Capa
23 Gestão da Inovação
24 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 76 Ano XIII - JANEIRO/FEVEREIRO 2016

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

Elis D'Alessandro MTb 7476 **Jornalista:** Oly Francescon Junior

Fotos: Endriane Callegari **Diagramação e Capa:** 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:** 17.000 exemplares.

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

O país vive um momento de retração, com custos de produção e taxas cada vez maiores. No entanto, os **412** itens do mix de produtos foram decisivos para garantir um resultado positivo. **Mesmo diante das dificuldades a Frimesa fechou 2015 com R\$ 2,23 bilhões em vendas e R\$ 64,8 milhões de resultado**



SALADOPRODUTOR

Suporte essencial

PRODUTOR Devair e o filho Carlos, com alguns animais prenhes. As novilhas serão enviadas à UPBN.



PARCERIA COM A COOPERATIVA ALIADA À DEDICAÇÃO INCONDICIONAL AOS ANIMAIS TRANSFORMARAM A ATIVIDADE LEITEIRA DOS COSTA

Não chegaríamos até aqui se não fosse pela mudança radical no sistema de criação dos animais". Há cinco anos seu Devair Costa, integrado da Copacol, envia as bezerras nascidas na propriedade para a Unidade de Produção de Bezerras e Novilhas da Copacol. Com isso evoluiu a forma como era vista a atividade. "Com a estrutura e mão de obra voltada aos animais em produção, ampliamos nossos índices e melhoramos a produtividade. Alcançamos tudo isso com o apoio da cooperativa".

Moradores de Formosa do Oeste, na linha Estrada Paraná, hoje seu Devair e a família já colhem os frutos da parceria iniciada, ainda em 2011. A propriedade dos Costa começou a receber as novilhas em 2013. Atualmente já conta com a terceira geração das novilhas enviadas logo no início do projeto, em 2010.

O produtor afirma ainda que a Unidade de Bezerras é uma ótima ideia, pois a propriedade é pequena e não há espaço suficiente para as novilhas. Com o sistema de hoje, os animais vão para a UPBN com 10 dias e permanecem até completarem dois anos, retornando à propriedade prenhes de sete meses. "Ela praticamente retorna à propriedade produzindo, isso é muito importante para rentabilizar a atividade de leite, atualmente", garante.

COMEÇO Esse não é o começo da história da família na integração. Na verdade eles são há 25 anos produtores associados à cooperativa. Devair aprendeu grande parte do que sabe enquanto morava com os pais. Aos oito anos já praticava o ofício de aprendiz na pecuária de leite.

Adulto, casado com a dona Ângela, seu Devair teve como primeira fonte de renda a lavoura. Em 2002, buscando diversificar a atividade, optou pela criação de aves. Iniciou com 9.000 animais e ampliou para 17.000 animais por lote.

DIVERSIFICANDO No entanto, a família ainda sentia que faltava algo. Decidiram, em 2007, buscar uma nova fonte de renda. Surgiu então a pecuária de leite como uma alternativa de trabalho para a família. Com uma experiência acumulada, Costa logo comprou 11 vacas holandesas e iniciou o plantel.

A atividade começou com pouca infraestrut-

tura. A ordenha era feita em um local improvisado, sem luz. O produtor lembra ainda que muitas foram as vezes em que teve de ordenhar os animais embaixo de chuva.

Para solucionar este problema, em 2008, juntamente com o filho Carlos, começaram a investir na ordenha que logo passou para um sistema canalizado com um conjunto de ordenhadeiras, um animal por vez.

Em 2014 os animais em produção aumentavam e a capacidade de ordenha simultânea contava com quatro conjuntos de ordenhadeiras. Esse método otimizou o tempo e garantiu uma melhora no custo/benefício.

Hoje a propriedade dos Costa conta com 44 animais, 38 estão em lactação. Todas as bezerras da propriedade são enviadas para a UPBN. Todo o plantel hoje garante uma produção de pouco mais de 800 litros ao dia, mas já chegou a picos de 950 litros/dia.

FUTURO A mão de obra da propriedade é familiar. É seu Devair, com o apoio do filho, que estão na lida com os animais. "Não consigo pensar na atividade hoje sem pensar na ajuda que o Carlos nos dá. Sempre que possível, ele está presente auxiliando nas atividades", garante o produtor.

Carlos, com 16 anos, está no terceiro ano do Ensino Médio e já garante que quer cursar Medicina Veterinária para continuar a ajudar na propriedade. "Quero aprender e trazer coisas novas para a propriedade".

Para a atividade, a família também tem alguns planos. Segundos os Costa, o plano é mudar a atividade para um sistema Free-Stall ou até mesmo um Composto de Barn. Segundo Devair o novo sistema ainda está sendo analisado. ●

FAMÍLIA conta com as atividades de bovinocultura leiteira e avicultura, como fonte de renda





DE UM PEQUENO
armazém a uma rede
supermercadista

Fotos: Divulgação

Bom preço sempre

Os anos 50 eram cheios de promessas para o Brasil, para alguns era o país do futuro. Essa expectativa atraiu o comerciante Louis Lahoud. Com uma ideia de encontrar uma nova fonte de renda deixou a terra natal, o Líbano, para desembarcar em Teresópolis, na região serrana do Rio de Janeiro. Na chegada às terras brasileiras, não reencontrou apenas os familiares, mas aquela que viria ser a futura esposa, a dona Marcelle.

A história da Rede Regina inicia com seu Louis em um pequeno armazém com algumas prateleiras, enlatados e alguns sacos de arroz, farinha e feijão. Era um período difícil e, mesmo com muita vontade de empreender, o comerciante não conseguia melhorar o negócio. Quando resolveu liquidar tudo e voltar para o Líbano, não encontrou apenas a solução, mas a grande visão de trabalho da empresa a partir daquele momento.

Ao fazer a promoção e deixar os preços mais acessíveis (para fechar o negócio), seu Luis duplicou, triplicou o número de clientes e pedidos

até que começou a faltar mercadorias. Primeiro buscou abastecimento de diversos itens e, naquela época, já praticava uma gestão por categoria: se precisava vender massa tinha de vender molho para a macarronada ficar completa. A visão do empresário para nunca faltar a mercadoria, com política de bons preços para vender mais, conquistou os teresopolitanos.

CRESCIMENTO A transição, de um pequeno armazém para uma rede supermercadista, ocorreu de forma gradual, orgânica e sustentável. Os negócios e a família prosperaram, Louis e Marcelle tiveram três filhas, Regina, Denise e Natália que participam hoje ativamente dos negócios. O nome do supermercado foi, inclusive, uma homenagem à primogênita Regina.

A diretora de Recursos Humanos, Denise Lahoud, explica que "nossa rede é sinônimo de pioneirismo na região, alguns documentos se perderam com o tempo, mas ainda recordo de uma folha que continha uma solicitação de venda datada de 1955, há mais de 60 anos".

EXPERIÊNCIA COM FOCO NA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES TRANSFORMARAM UM PEQUENO ARMAZÉM DE TERESÓPOLIS EM UMA TRADICIONAL REDE, O REGINA SUPERMERCADOS



A história do Regina continuou nos anos 60, com o armazém, situado na Rua 1º de Maio, bairro da Várzea, onde vendiam-se cereais em sacos, óleos e alguns enlatados, ainda no sistema de balcão. No início dos anos 70, através do resultado desse armazém, foi adquirido um terreno ao lado onde foi construído o Condomínio São Luís. O térreo do condomínio foi o cenário da primeira loja de autosserviço. Surgia assim o Regina supermercados.

Tão logo foi adquirido outro terreno, onde foi construído mais um condomínio com quatro andares, que abrigou um depósito de vendas e o escritório administrativo. Este depósito vendia itens para clientes de pequeno porte do interior de Teresópolis, além da venda direta no balcão e do abastecimento na loja da Rua 1º de Maio.

No final da década de 70 foi inaugurada a segunda loja. No térreo funcionava o autosserviço e no segundo andar uma loja de departamentos. O sistema mantinha ainda a venda direta no balcão e por atacado. Os três andares acima eram utilizados como depósito.

CONTINUIDADE Em 26 de dezembro de 2001 o fundador da rede, Louis Lahoud, foi assaltado ao tentar entrar no banco, baleado e não resistiu, vindo a falecer. Com o falecimento trágico e repentino do seu fundador, as três filhas, Regina, Denise e Natália decidiram continuar com o ne-

ESTRUTURAS amplas e modernas garantem conforto na hora das compras no Regina Supermercados



MIX variado, bons preços e qualidade no atendimento são diferenciais da rede supermercadista

gício em respeito ao pai e logicamente aos mais de 200 funcionários, na época, em 2001.

Os genros Sérgio e Fernando uniram-se ao negócio. Hoje a empresa é constituída por três Lojas de Autosserviço, uma Loja de Departamentos, um Centro de Distribuição e uma Panificadora. Ao todo, as seis unidades contam com 324 colaboradores, resultado do sonho de seu Louis, que inspirou a família a continuar os negócios.

EVOLUÇÃO A Diretora Financeira da rede, Regina Lahoud Ramos, afirma que para manter o foco no crescimento, as estratégias de investimento e expansão foram pautadas na Missão e Visão da rede. "Ser referência na rede de supermercados da cidade, atuando com lojas modernas e agradáveis, priorizando sempre bons preços, qualidade, variedade e excelência no atendimento ao cliente". Estes atributos foram fundamentais para o crescimento em um mercado extremamente competitivo.

Hoje, como uma rede, as vantagens para os clientes são inúmeras: melhores preços, política que sempre se manteve, qualidade dos produtos e maior variedade de itens. Com tudo isso foi necessário uma gestão mais eficiente dos recursos humanos, que garantiu assim um melhor atendimento aos clientes.

PARCERIA A equipe do Regina Supermercados considera a parceria com a Frimesa muito positiva. Regina Lahoud afirma que "falar da Frimesa é muito fácil, uma empresa extremamente proativa, sem fronteiras, sempre disposta a ajudar. Isso mostra, a todo momento, que a Frimesa é extremamente séria para com os seus compromissos".

Segundo a diretora, o ponto forte da Frimesa é a logística de entrega, "nunca ficamos sem os produtos, todos os clientes fieis à marca são atendidos em nossas lojas. Hoje podemos afirmar que o mix Frimesa é parte integrante das nossas lojas e, o melhor, os produtos são de alto giro". ●

Fornecedor destaque

TÍTULO É RESULTADO DO TRABALHO E DO SERVIÇO PARA EXPANDIR A ATUAÇÃO DA FRIMESA NA REGIÃO NORTE DO BRASIL



A Frimesa recebeu o título de Fornecedor Destaque 2015, pela Associação Amapaense de Supermercados – Amaps e a Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Estado do Amapá – Adaap.

Segundo o Gerente de vendas da Frimesa, Vanderlei José Centenaro, receber este prêmio é muito gratificante. “É a prova que estamos expandindo as fronteiras e ampliando a visibilidade da Frimesa. Esse crescimento é resultado do trabalho integrado com as empresas parceiras, além de um reconhecimento da qualidade dos produtos”.

Realizado em conjunto com o Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidores do Estado do Amapá – Sindaap e o Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado do Amapá – Sindgêneros, o evento é resultado de uma pesquisa de opinião realizada com os integrantes dos sindicatos, além de diversos segmentos da comunidade empresarial do Amapá.

Parceria de sucesso

REPRESENTANTE DA FRIMESA RECEBE PRÊMIO NO MARANHÃO



Em sua 20ª edição, o Troféu Carrinho de Ouro, realizado em Novembro de 2015 e promovido pela Amasp – Associação Maranhense de Supermercados, premiou os supermercadistas e fornecedores que mais se destacaram no decorrer do ano.

A votação contou com a participação de quem realmente entende do assunto, supermercadistas, atacadistas, além de fornecedores e distribuidores. Para a votação, a Associação criou um sistema on-line, que garantiu o sigilo na hora da escolha dos destaques de 2015.

A Marewer Representações não ficou de fora do evento e recebeu, pelo décimo segundo ano consecutivo, o título de Melhor Representante. Esta é uma prova do excelente trabalho realizado pela equipe responsável por levar o nome Frimesa à região nordeste do Brasil.

Novas oportunidades



UNIDADE ampliará o número de produtores integrados, aumentando assim, as possibilidades de crescimento

Foto: divulgação

UNIDADE DE LEITÕES DA COPACOL TRARÁ OPORTUNIDADES PARA NOVOS PRODUTORES

A Copacol inaugurou, no final do ano passado, mais uma Unidade de Produção de Leitões (UPL), em Central Santa Cruz, distrito de Cafelândia. A obra, com um investimento de R\$ 40 milhões, tem capacidade para alojar 4,2 mil matrizes que produzirão 8,6 mil leitões ao mês.

A cooperativa conta hoje com 120 suinocultores integrados responsáveis por gerar 18 mil suínos por mês. Com a nova UPL, esta produção será ainda maior, o número de suinocultores aumentará para 180 e juntos produzirão 26 mil suínos ao mês.

O Presidente da Copacol, Valter Pitol, afirmou que com esta ampliação, muitas famílias serão beneficiadas. "Estamos investindo para atender a nossa cota de produção de suínos para a Frimesa e também para garantir a sustentação dos nossos produtores e gerar novas vagas para os associados entrarem na atividade e produzirem com segurança e rentabilidade".

Manejo de qualidade



COLABORADORES que participaram do treinamento com foco na qualidade do manejo

TREINAMENTO SOBRE BEM-ESTAR ANIMAL AUXILIA COLABORADORES DA UNIDADE DE CARNES

Com foco no aumento da qualidade da matéria-prima, a Frimesa realizou um encontro com os responsáveis pelo fomento suíno das cooperativas filiadas, responsáveis por levar as informações, novidades e técnicas até os produtores integrados.

O evento, realizado em outubro, contou com a participação de 25 pessoas ligadas às áreas de recepção e abate dos animais. Para trazer as novidades a área do fomento suíno da Frimesa convidou o pesquisador nas áreas de manejo pré-abate, bem-estar e qualidade da Embrapa, Victor Lima.

O pesquisador trouxe informações, questionamentos e procedimentos que influenciam na qualidade da matéria-prima. A finalidade da conversa foi apresentar fatores que resultem numa melhora significativa tanto para a qualidade quanto para o manejo suíno.



*Frimesa no meu
restaurante*



**Despertar
dos sentidos**

NO RESTAURANTE DO SUPERMERCADO IRANI, EM CASCAVEL, HÁ UMA ESPECIALISTA EM CRIAR PRATOS E OS TRANSFORMAR EM VERDADEIRAS OBRAS DE ARTE PARA SEREM APRECIADAS COM TODOS OS SENTIDOS. CONHEÇA A CHEFE LUZIA DOS SANTOS

Imagine uma feijoada saborosa, fumegante com todos os ingredientes que se tem direito. Pense no aroma dos ingredientes cozinhando, nas cores dos temperos que acompanharão o prato, no barulho ao saborear um bacon crocante e na sensação de lambuzar os dedos ao comer uma costelinha. Com certeza um prato desses não é um banquete apenas para o paladar, é algo para ser apreciado por todos os sentidos.

Se conseguiu imaginar vai ficar com água na boca. Despertar estas sensações é o trabalho de Luzia Aparecida Brito dos Santos, cozinheira do Restaurante do Irani Supermercados, de Cascavel.

O amor pela atividade começou muito cedo, pois para ela a gastronomia não se resume apenas aos sabores e aromas. "Sempre amei ver a beleza dos pratos prontos, hoje entendo que cozinhar é uma arte para ser apreciada com todos os sentidos".

Logo cedo começou a gostar da cozinha. Nasceu e morou até os 12 anos em Braganey, no oeste paranaense, depois mudou-se para Cascavel. O primeiro trabalho foi como doméstica, onde além de cuidar da casa também era responsável pelas refeições.

O primeiro trabalho na área de gastronomia foi em 2000, quando aceitou o desafio para trabalhar como auxiliar de cozinha. Em 2003 passou de auxiliar para cozinheira, onde trabalhou até 2006. Curiosa e detalhista, Luzia conta que buscou aprender receitas através de recortes de jornais, revistas especializadas e embalagens de produtos.

Entre 2006 e 2009 buscou se aprofundar na gastronomia, onde estudou novos pratos na internet, em redes sociais, programas culinários e através de contatos. A curiosidade e a busca constante pela evolução renderam à ela, em 2009, o convite para entrar para a equipe do Restaurante do Irani Supermercados, em Cascavel.

No Irani Supermercados, a cozinheira passou a compor o quadro de funcionários. Como sempre buscou compartilhar o que sabe sobre gastronomia, logo tornou-se inspiração para a equipe.

Para ela o ponto mais importante do Restaurante é a liberdade e a abertura para criar e trazer novidades. O resultado já era de se esperar, o restaurante do supermercado quase sempre está cheio. Após mais de uma década de dedicação à

gastronomia, Luzia pode ser considerada uma chefe de cozinha e tem como meta crescer, aproveitar as oportunidades, experimentar novos pratos e sabores na cozinha e transformar as novidades em deliciosos pratos.

O restaurante serve uma média de 380 refeições ao dia, de segunda à sábado, o que resulta em cerca de 10 mil refeições ao mês. Com pouco mais de 280 dias de trabalho, se descontados os domingos e as férias, são servidas em torno de 107 mil refeições no ano. Em todo o tempo de Irani Supermercados, Luzia já ajudou a alimentar mais de meio milhão de pessoas.

Uma coisa é certa, no dia a dia do restaurante alguns ingredientes são essenciais. "Muitas receitas levam creme de leite, nata, iogurte natural, manteiga, requeijão, doce de leite, linguiça toscana, linguiça calabresa, apresuntado, costelinha suína, dando aquele gosto único às receitas", explica Luzia. ●

Receita do Chef

Costelinha suína ao molho barbecue

Chefe Luzia dos Santos

INGREDIENTES: 1,5 kg de Lombo Suíno Frimesa; 600g de Nata Frimesa; 100g de champignon fatiado; sal e pimenta a gosto.

MODO DE PREPARO: Espalhe sal e pimenta por toda a carne. Deixe marinar por pelo menos 1 hora. Coloque para ferver por 30 minutos em uma panela com bastante água quente e um frasco do barbecue. Escorra a água, arrume as costelinhas em uma assadeira e espalhe o molho barbecue nos dois lados, sem economizar. Na hora de assar, cubra com papel alumínio e leve ao forno baixo por 40 minutos. Após, retire o papel alumínio e pincele a costelinha com o molho. Aumente a temperatura do forno e asse as costelinhas por mais 10 minutos. Na hora de servir pincele mais uma vez o molho na carne.

DICA DA CHEF: Quanto mais tempo a carne ficar marinando melhor, vale a pena deixar até 24 horas. Isso garante que a carne ficará muito mais saborosa.





Carne suína

Valor do suíno despenca

Como foi previsto, os preços da carne suína despen-
caram neste início de 2016. As razões aparentes foram a
redução na demanda dos consumidores brasileiros e o
aumento da oferta por conta da redução dos volumes
exportados nos últimos 60 dias. A diminuição dos volu-
mes comprados por habituais importadores provocou
também uma redução nos preços em dólar que refleti-
ram diretamente nos preços do mercado interno. Os pre-
ços mais afetados foram do animal vivo no mercado livre
(spot) que era comercializado em dezembro em média a
R\$ 3,70, e agora em fevereiro, está sendo cotado perto de
R\$ 2,60 por quilo; e da carcaça suína, que estava em torno
de R\$ 7,00, agora R\$ 5,00 por quilo, isto é, uma redução
de 40%. Os cortes suínos também tiveram seus preços
reduzidos, mas com impacto menor, ao redor de 20%.

Na contramão desta queda de preços nas carnes in-
nature, e mesmo com redução no consumo, os produ-
tos processados tiveram aumento nos seus preços de
venda, em alguns casos acima de 10%. Mesmo que ainda
não completamente absorvido pelo varejo e consumidor,
este aumento é necessário a fim de sustentar a cadeia
produtiva da carne suína, que está sofrendo forte impac-
to com o aumento de seus custos, principalmente pela
alta do preço do milho, principal componente na alimen-
tação dos animais. A incapacidade de absorção imediata,
por parte do consumidor, deste aumento nos preços vai
diminuir temporariamente o faturamento das indústrias
e provocar o aumento dos estoques.

Nossa expectativa é de que, já a partir de março, o
ritmo dos negócios possa melhorar tanto no mercado in-
terno quanto na exportação. Com a passagem de even-
tos como o ano novo chinês celebrado na Ásia, as festas
de carnaval e o retorno às aulas no Brasil, espera-se que
o consumo volte ao normal. E com custos de produção
aumentando e preços de venda tão baixos espera-se
uma redução na oferta de suínos produzidos fora dos
sistemas de integração, o que deve ajudar no equilíbrio
entre oferta e demanda provocando, na sequência, a re-
cuperação nos preços que neste momento estão fora da
realidade. ●



Leite & Derivados

Valor do leite dispara

Historicamente, as quedas mais acentuadas na produção
ocorrem sempre a partir de março/abril de cada ano, com o
consequente aumento do preço pago ao produtor. É o perío-
do chamado de entressafra e que precede ao início do inverno,
época que também se aumenta o consumo de leite. Neste ano,
entretanto, a redução antecipada da produção no campo pare-
ce ser o principal motivo pelo qual os preços do leite in natura
estão subindo com força fora de época. Já em janeiro pudemos
observar em algumas regiões queda de aproximadamente 10%
na captação, aparentemente motivada pela redução na oferta
de comida aos animais. O aumento no custo do milho está afe-
tando diretamente o custo da ração, além da silagem. Energia,
mão de obra e insumos completam o cenário de dificuldades na
produção de leite.

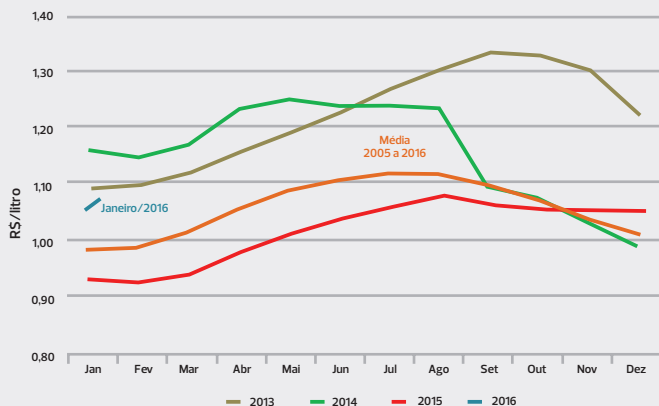
Mesmo que o aumento no preço do leite in natura volte a es-
timular a produção, é provável que tenhamos uma entressafra
mais acentuada, pois não há tempo para recuperação do atraso
na produção. Isso significa possibilidades de preços ainda mais
altos para o produtor. Como a redução na oferta está maior que
a redução no consumo, os reajustes nos preços de venda estão
sendo feitos na maior parte dos derivados lácteos, principal-
mente os itens de necessidade básica como leite longa vida e
queijos, que estão puxando a frente. Produtos mais supérfluos,
como iogurtes mais elaborados, estão perdendo espaço nas
vendas por conta do preço que já é alto. Resta às indústrias uti-
lizar o leite disponível naqueles produtos com maior giro e maior
geração de resultado a fim de compensar um pouco a redução
na escala de produção e, consequentemente, a redução do fa-
turação.

Não sabemos ao certo ainda, mas é muito provável que neste
ano aconteça um aumento nas importações brasileiras de lác-
teos como leite em pó e queijos, a fim de preencher a ruptura
provocada pela queda na produção nacional. Os preços em dólar
no mercado externo estão muito baixos, principalmente para o
leite em pó, passando a ser viável importar mesmo com nossa
elevada taxa de câmbio. Mesmo assim, um maior volume nas
importações não deve gerar grande impacto nas posições de
preço do mercado interno. Uma alteração maior neste cenário
de altos preços somente deve acontecer no segundo semestre
deste ano, isso se a produção voltar a crescer muito. ●

Média Brasil Ponderada Bruta (BA, MG, GO, PR, SC, SP, RS)

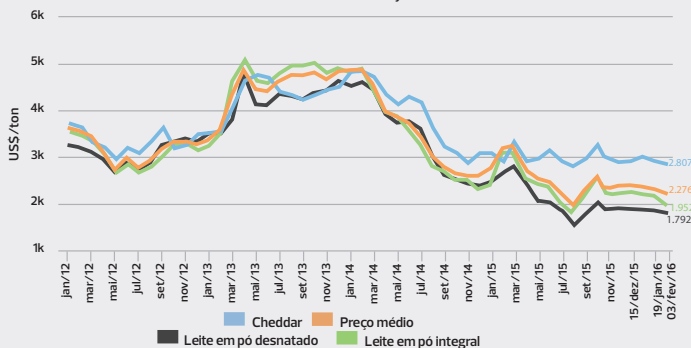
Valores Reais - R\$/Litro (Deflacionado Base "Dez/15")

Fonte: CEPEA-ESALQ/USP



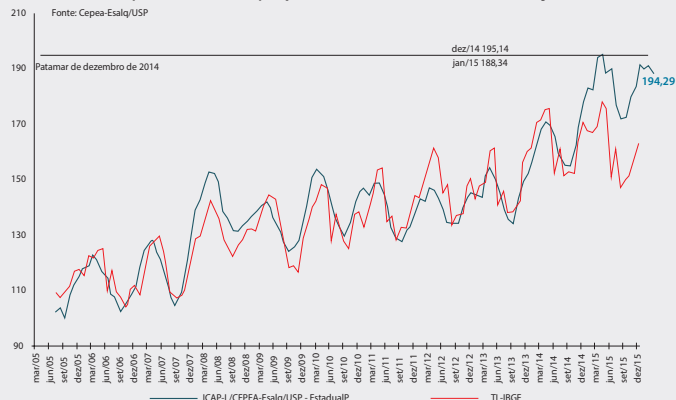
Preços no leilão GDT

Fonte: Global Dairy Trade



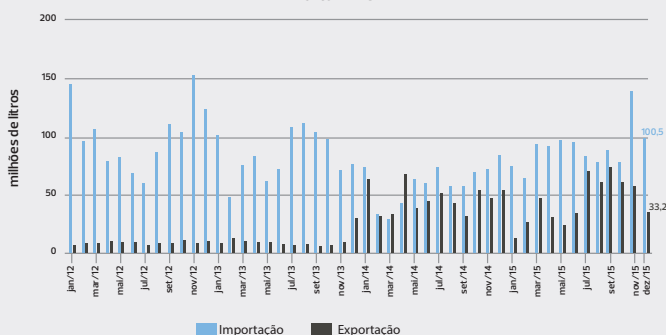
ICAP-L/CEpea - Índice de Captação de Leite - DEZ/2015. (base 100=junho/2004)

Fonte: Cepea-Esalaq/USP



Exportações e importações em equivalente - leite

Fonte: MDIC



Tem gosto de amizade.

GOSTOSO NA
MEDIDA CERTA.



✓ ZERO GORDURA
✓ SEM AÇÚCAR



2015 superado



A FRIMESA FECHA COM RECEITAS DE \$ 2,23 BILHÕES. O CRESCIMENTO É RESULTADO DO PLANEJAMENTO DE 10 ANOS, QUE TEVE COMO PROPÓSITO A AGREGAÇÃO DE VALOR E A INOVAÇÃO PARA O MERCADO. OS DESAFIOS CONTINUAM E A CENTRAL SE PREPARA PARA MAIS UM CICLO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

2005 a 2015 – há dez anos a empresa estabeleceu um projeto de crescimento orgânico ampliando as indústrias, incorporando novas tecnologias e processos para agregar valor e inovar na produção de alimentos. A visão de longo prazo, com foco na industrialização, permitiu à empresa avançar, mesmo diante de um cenário de recessão econômica, como afirma o presidente Valter Vanzella. “A Frimesa cresceu nas vendas e na produção, e fecha o ano com balanço positivo. E, mais importante, permite a sustentação de toda cadeia ao transformar a matéria-prima em alimentos. A distribuição de valor é para milhares de pessoas”.

Vanzella destaca ainda que os indicadores econômicos financeiros da Central evoluíram refletindo a solidez da empresa, superando as dificuldades. “Em 2015 tivemos muitos desafios nos ambientes econômico e político que certamente influenciaram nosso desempenho. Mas a visão de longo prazo e a atual situação da empresa sustentaram o resultado e agora a Frimesa projeta um novo ciclo de desenvolvimento”.

No ano que encerrou, as vendas da Central totalizaram R\$ 2,23 bilhões, um crescimento de 11,39%. As sobras somam R\$ 64,8 milhões. Os números ganham expressão diante do cenário da economia brasileira, com taxas recordes nos juros, desemprego, dólar alto e inflação de 10,67% (a mais alta dos últimos 13 anos). Pelas projeções o Produto Interno Bruto – PIB – encolheu 2,95%.

“Esses fatores impactaram nosso faturamento que ficou 2,28% abaixo do projetado, porém 11,39% acima do valor de 2014. Ter um crescimento diante de um cenário destes prova que acertamos nos nossos projetos iniciados ainda em 2005 e agora colhemos os frutos”, afirma Vanzella. “Tivemos sobras num ano em que muitas empresas não conseguiram. Estes números mostram uma face muito positiva de 2015. Tomara que em 2016 possamos repetir estes feitos”.

Segundo o diretor-executivo, Elias José Zydek, o mix diversificado foi um dos fatores decisivos que auxiliou a sustentar a cadeia produtiva, encerrando o ano com uma boa margem. “Tudo isso possibilitou remunerar os cooperados e colaboradores, sempre tendo em mente os custos de produção”. Zydek também reforça que os números são reflexos de uma gestão focada nas metas bem definidas e fruto do trabalho dos mais de 6.500 colaboradores.

E mesmo com o setor industrial brasileiro de alimentos produzindo 2,8% a menos, se com-

parado com 2014, a Frimesa foi na contramão, ampliando seus volumes em 2,23%, totalizando 331.186 toneladas. 90% de toda a produção foi distribuída no mercado brasileiro para uma carteira de 34.346 clientes ativos. A exportação representou 10% do total das vendas enquanto o mix se diferencia num portfólio de 412 produtos diferentes, com 48 lançamentos.



DESEMPENHO EM CARNES O mercado da suinocultura foi de altas e baixas em 2015, mas o saldo mais positivo com certeza é o registro no aumento do consumo, apesar de ser pequeno se comparado a diversos países. Com preços mais atrativos que as outras carnes, o consumo per capita por habitante saiu de 14,8 para 15,4 quilos/ano. Isso refletiu nos produtores devido ao aumento no preço do suíno vivo. Na Frimesa o quilo do suíno posto no frigorífico chegou a R\$ 3,30, na média.



LINHA automatizada de hambúrguer na Unidade Industrial de Carnes, em Medianeira

Segundo o Gerente de Carnes, Vitor Frosi, 2015 foi um ano impar. "Encerramos um ano extraordinário. O mercado reagiu muito bem, tudo se manteve alinhado durante o ano. A desvalorização do real, cada vez maior, fez as exportações ficarem em alta. O reflexo virá em 2016, quando este cenário começará a mudar, ao passo em que os custos começarão a sofrer com o câmbio dólar X real".

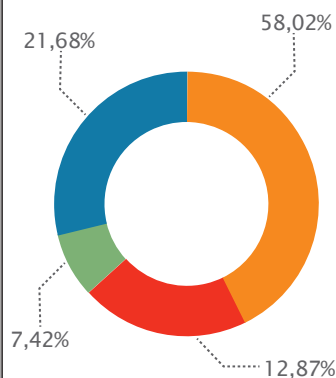
Com 5% da produção nacional e quarta empresa no ranking, a Frimesa processou em 2015 1.656.944 suínos, 6,97% a mais, ou seja, os produtores puderam entregar 107 mil animais a mais, se comparado com o ano anterior.

A matéria-prima da Frimesa vem, exclusivamente, dos 906 produtores integrados às cooperativas filiadas. Toda a produção foi transformada



Produção do frigorífico em toneladas

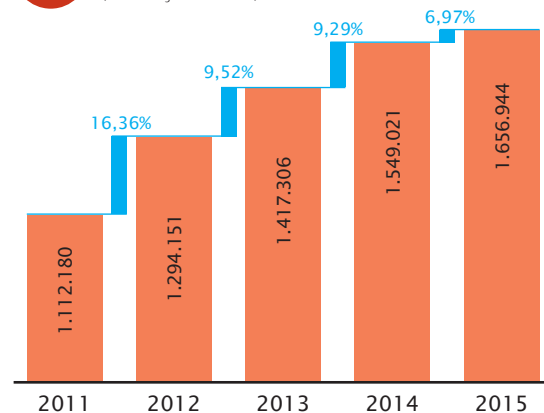
PRODUTO	2014	2015	%
Industrializados	112.884	116.725	3,40
Cortes	50.545	45.459	-10,06
Exportação	19.870	26.987	35,82
Subprodutos	15.042	15.561	3,45
Total	203.626	209.647	2,96%



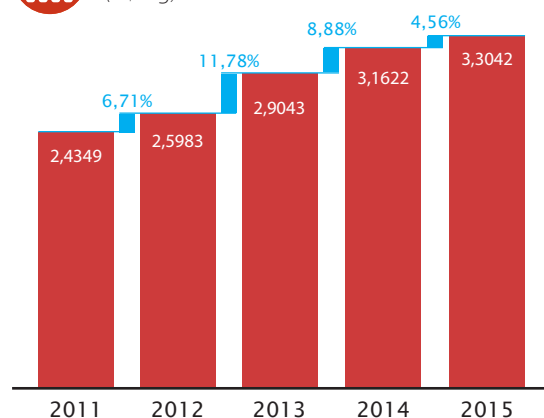
Área de carnes soma **258** produtos e corresponde a **63%** do mix de produtos



Evolução do abate de suínos (cabeças/ano)



Evolução do custo médio do suíno (R\$/kg)



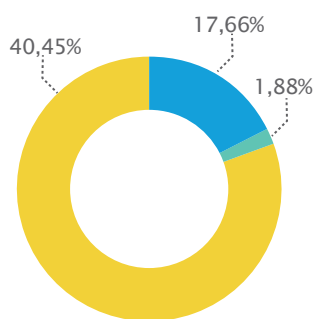


Produção laticínios

em toneladas

PRODUTO	2014	2015	%
Industrializados	70.788	69.843	-1,33
Leite Longa Vida	38.692	41.502	7,26
Queijos	10.856	10.194	-6,10
Total	120.336	121.539	1%

Os lácteos representam **37%** dos negócios da Frimesa e contam com **154** produtos de valor agregado



em 209.647 toneladas de produtos, um aumento de 2,96%, se comparado com as 206.626 toneladas de 2014.

Frosi destaca os investimentos: "No ano passado, a empresa aplicou recursos de R\$ 54 milhões na área de carnes. Os projetos que se destacaram foram de ampliação das linhas de industrialização de hambúrguer, presuntaria e a linha de linguiças frescas".

Em 2016 serão finalizadas as obras. "Terminaremos as ampliações previstas para a unidade industrial de carnes. Hoje já estamos na metade das obras, portanto haverá um aumento significativo na produção e uma melhora nos processos, onde já trabalharemos com linhas robotizadas", ressalta Frosi. "Ao final do ano já conseguiremos perceber um crescimento nos resultados, no entanto, o resultado esperado será percebido mesmo em 2017".



DESEMPENHO EM LÁCTEOS Segundo o Gerente de Lácteos da Frimesa, Erivelto Costa, 2015 não foi um ano comum. "Enfrentamos um ano atípico, onde iniciamos 2015 com uma produção alta e os preços em baixa. Conforme o ano foi prosseguindo, este cenário inverteu-se, a produção ficou muito baixa e os preços pagos pela matéria-prima ficaram em alta".



AUTOMATIZAÇÃO na linha de leite fermentado, na Unidade Industrial de Lácteos, em Matelândia

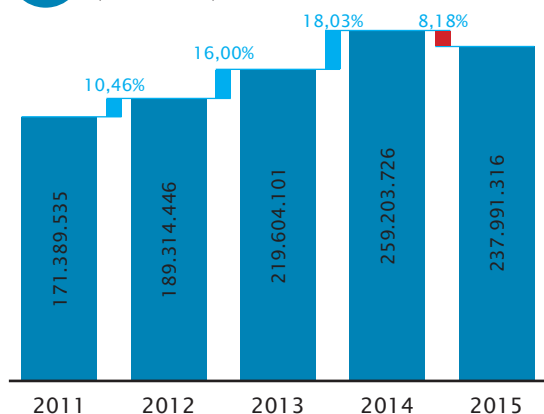
A abertura de novos mercados externos para a matéria-prima fez com que o leite tivesse uma procura maior, resultando assim em uma oxigenação na demanda e consequentemente nos preços pagos atualmente.

No entanto, mesmo com uma recuperação em mercados da América do Sul, Estados Unidos, Europa e Oceania, o cenário visto foi um mercado



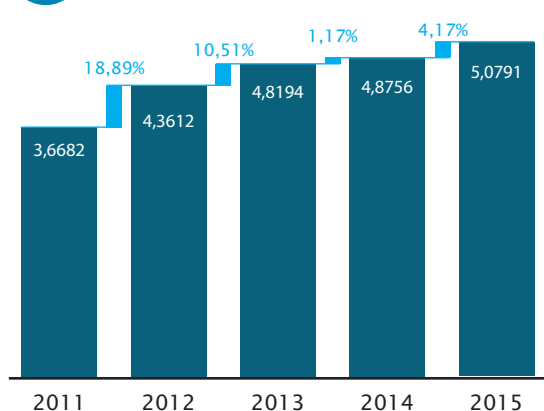
Evolução da entrada de leite

(litros/ano)



Evolução do preço médio de venda

(R\$/ano)



ainda fraco. Toda esta situação só voltará ao normal com um equilíbrio entre a oferta e a demanda.

Durante o ano foram realizados investimentos em uma linha de leite fermentado e iogurte bandeja decor. Também foram implementadas duas células de robotização para as linhas de paletização da linha longa vida. Outro destaque foi a

de encontrar alternativas para garantir melhores resultados. A modernização e a robotização trouxeram grandes resultados. Outra estratégia foi sair das commodities e partir para produtos de valor agregado".



BALANÇO SOCIAL Alinhados aos valores cooperativistas, a Frimesa acredita que o sucesso empresarial e crescimento econômico só se tornam possíveis quando geram condições cada vez melhores para os seus colaboradores. São 26.339 pessoas envolvidas economicamente com a empresa entre produtores e familiares, empregos terceirizados e temporários e os 6.520 colaboradores. Mais de 400 novas vagas de trabalho foram abertas neste ano.

Segundo a supervisora de Recursos Humanos, Elisa Fredo, a Frimesa é uma cooperativa e sua essência traduz a prática da responsabilidade social com o desenvolvimento. "A meta da Frimesa é construir uma cultura organizacional comprometida nos processos de produzir alimentos, crescer e agregar valor".

Sempre com foco na valorização dos colaboradores, a Frimesa pratica uma política de remuneração equilibrada, com participação nos resultados e oferta ainda um conjunto de benefícios. Além de uma gama de programas voltados à saúde dos colaboradores ainda existem auxílios como assistência médica, odontológica, social, transporte e educação. Os serviços de medicina no trabalho contam com ambulatorios e profissionais especializados em ergonomia, fisioterapia, medicina no trabalho, ginecologia, psicologia, audiometria e enfermagem.

Outro destaque do Recursos Humanos está no desenvolvimento de uma extensa agenda de programas, campanhas e ações para promover a saúde e bem-estar com destaque para ações como Sipat, Semana da Saúde, da Mulher e da Alimentação. O investimento no corpo funcional totalizou R\$ 215 milhões em 2015, valor 17,7% maior que 2014.

Alinhada com o foco no desenvolvimento humano, a Frimesa mantém ações estruturadas para capacitar colaboradores das mais diversas áreas de atuação (aprendizes, técnicos, operacionais, executivos, administrativos). As qualificações oferecidas em 2015, voltadas à esferas técnicas, motivacionais e comportamentais totalizaram 234.204 horas de treinamento total ao ano. Focando na valorização de seus colaboradores e retenção de talentos, 432 pessoas foram promovidas, sendo 23 por meio do recrutamento interno (programa de valorização de talentos).



CÉLULA robótica na linha Longa Vida, na Unidade Fabril de Marechal Cândido Rondon

aquisição de uma linha de bebida 200ml longa vida para achocolatado e creme de leite.

Os 3.979 produtores integrados entregaram às quatro indústrias de leite da Frimesa – Marechal Cândido Rondon, Matelândia, Capanema (PR) e Aurora (SC) – 655.132 litros de leite ao dia. Isso resultou em uma produção de 237.991.316 litros no ano, 8,18% menor, em relação a 2014.

Todo esse volume captado transformou-se em 121.539 toneladas de alimentos industrializados – doces, manteigas, leite condensado, requeijão, leite longa vida, iogurtes, leites fermentados, iogurtes gregos, sobremesas – sempre seguindo o compromisso da Frimesa: Industrializar cada vez mais derivados de lácteos com valor agregado, diversificação e qualidade.

"O maior desafio foi conseguir administrar os gastos: mais custos para produzir embalagens, energia, colaboradores, insumos, tudo isso fez as margens caírem", explica Costa. "Tivemos

CONFORME AS PREVISÕES E TENDÊNCIAS, 2016 SERÁ UM ANO DE MUITA TURBULÊNCIA E INCERTEZA, ONDE O BRASIL ENFRENTARÁ INÚMERAS ADVERSIDADES ATÉ QUE O GOVERNO SE ESTABILIZE, NORMALIZANDO A POLÍTICA E A ECONOMIA



Análise Conselho Fiscal

Certamente o ano ficará marcado, tanto pelo anúncio de um novo frigorífico, como pelas dificuldades que o país enfrentou. O conselheiro da Copagril, João Wochner, vê o anúncio como algo positivo em meio a um cenário de crises. "O novo Frigorífico é uma oportunidade que a Frimesa, junto com as cooperativas filiadas, darão para os produtores. É a chance de podermos prospectar e ampliar os resultados das propriedades".

Já Cezar Dondoni, da Primato, lembra da situação que as cooperativas viveram em 2015. "Mesmo com a má gestão política que vemos todos os dias nos noticiários, as cooperativas estão mantendo a situação. O agronegócio está bem positivo, mantendo os resultados, mesmo diante de um quadro de crise".

O conselheiro da C.Vale, José Tondo, concorda com esta situação e ainda analisa que "toda esta situação, de inflações e aumentos constantes

estão fazendo os resultados ficarem cada vez menores". Mesmo com os resultados obtidos, o conselheiro integrado da Lar, Edio Welter, também vê este cenário como preocupante. "O ano conseguiu terminar bem, poderia ter sido muito melhor, se não fossem os rumos da política no país. Por sorte o cooperativismo tem uma solidez capaz de sustentar anos assim".

No entanto, a situação vivida ainda não foi superada. O conselheiro da C.Vale, José dos Santos, ressalta que o ano que se inicia será ainda mais difícil do que 2015. "O agronegócio ainda não sentiu muito o impacto da crise. As receitas vão continuar caindo aos poucos, até chegar ao ponto de termos retração no crescimento".

Jair Felipe, conselheiro integrado da Copacol, conclui afirmando que o resultado não foi suficiente para afetar as cooperativas. "As cooperativas estão estabilizadas, mas será um ano para segurar ao máximo, um ano de recessão".

CONSELHEIROS Jair Irineo Felipe, da Copacol; João Wochner, da Copagril; Edio Rodrigo Welter, da Lar; Cezar Luiz Dondoni, da Primato; José Antonio Tondo e José Alves dos Santos, da C.Vale

A melhor linguiça feita com o melhor corte

Frimesa
LINGUIÇA DE PERNIL
1kg

Frimesa
Tem gosto de amizade.

Frimesaoficial
FRIMESA.COM.BR

TEM GOSTO DE PRATICIDADE

#FRIMESAEOVOCÊ

Fatias finas, saborosas e perfeitas
para o seu prato predileto



f Frimesaoficial



Tem gosto de amizade.

Conhecimento competitivo

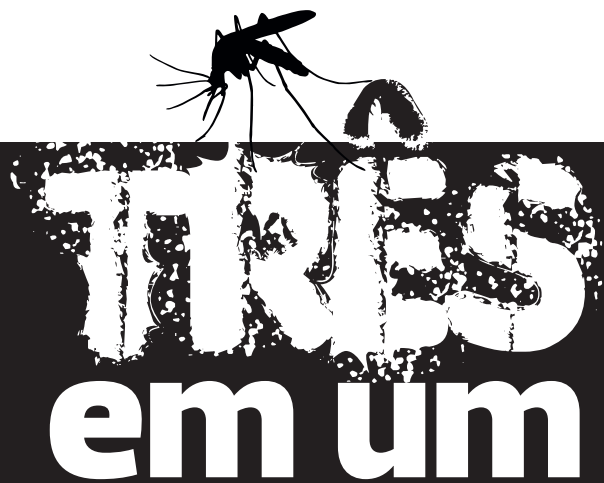
TEMA MUITO DEBATIDO,
O CONHECIMENTO
COMPETITIVO FAZ
CADA VEZ MAIS PARTE
DOS PROCESSOS E
MÉTODOS

Esse é um processo que vem exigindo cada vez mais atenção das organizações nos últimos tempos, tem originado trabalhos de investigação e investimentos cada vez mais significativos por parte das empresas que reconhecem a sua crescente importância. Reconhecidamente trata-se de um recurso estratégico inserido nas empresas e no cotidiano das pessoas. Estamos na era do conhecimento, num processo lógico toda experiência e informação gerada pelo ser humano em sociedade transforma-se em conhecimento, conhecimento este presente nos bancos acadêmicos, nos livros, nas enciclopédias virtuais e nos processos produtivos das empresas.

Esse tipo de gestão consiste numa modelagem de processos corporativos por meio de conhecimentos gerados, é uma maneira de estruturar as atividades organizacionais no ambiente interno e externo, trata-se de um gerenciamento corporativo. Muitas empresas estão pensando em seus funcionários operacionais e administrativos, não mais como simples "Recursos Humanos", mas sim, como "Capital Humano". Sabendo como o meio reage às informações, pode-se antever as mudanças e se posicionar de forma a obter vantagens e ser bem-sucedido nos objetivos a que se propõe. Em uma definição resumida pode-se dizer que a Gestão do Conhecimento é um processo sistemático, articulado e intencional, apoiado na geração, codificação, disseminação e apropriação de conhecimentos, com o propósito de atingir a excelência organizacional.

A Frimesa, além de preparar as pessoas, busca apoio junto às ferramentas que potencializem essa geração, armazenamento e disseminação do conhecimento. Em breve será potencializado o processo de gestão do conhecimento, através de iniciativas coordenadas, partindo da implantação de uma ferramenta computacional que dará o melhor suporte à realidade e à cultura existentes na Frimesa.





Além da Dengue, agora os mosquitos da família Aedes também são os agentes transmissores das doenças Chikungunya e Zika. A principal diferença entre as doenças é a intensidade entre elas

A Dengue é um dos maiores problemas de saúde pública, em todo o Brasil e em praticamente todos os países do mundo. Doença infecciosa aguda causada por um vírus e que é transmitida pela picada dos mosquitos Aedes Aegypti e Aedes Albopictus.

Segundo dados do Ministério da Saúde, o Brasil registrou cerca de três vezes mais casos da doença em 2015, se comparado com 2014.

No Brasil, a expansão do mosquito acontece devido a diversos motivos, entre eles podem ser citadas as condições socioambientais favoráveis, bem como o aumento das chuvas e o calor contínuo durante o verão.

SINTOMAS Quem for diagnosticado com uma destas doenças, deve ficar atento ao surgimento dos sintomas. As três possuem praticamente os mesmos sintomas, a principal diferença é a intensidade entre elas.

O quadro clínico é amplo, apresentando desde uma síndrome febril inespecífica até quadros graves, como hemorragia, choque e, às vezes, óbito. A forma clínica clássica caracteriza-se pelos seguintes sintomas:

- Febre;
- Dor nas articulações;
- Dor muscular;
- Dor de cabeça;
- Dor nas costas;
- Erupções cutâneas;
- Manchas vermelhas pelo corpo.

TRATAMENTO Ao serem observados os primeiros sintomas das doenças, deve-se buscar orientação médica no serviço de saúde mais próximo. Todo tratamento somente deve ser realizado sob orientação médica.

PREVENÇÃO A Dengue e as duas “primas” mais recentes, a Febre Chikungunya e a Zika Vírus são causadas pelo mesmo mosquito. As larvas do Aedes Aegypti nascem e se criam em água limpa e parada, não necessariamente potável.

De acordo com a médica do trabalho, Caroline Locatelli Lanzarin, é preciso adotar medidas de prevenção. “Melhor que tratar é evitar o surgimento de focos de reprodução, combatido com ações simples e diárias”.

CUIDADOS Dentre estas ações estão cuidados como:

- Não deixar água acumulada;
- Virar todas as garrafas com a boca para baixo, evitando o acúmulo de água dentro delas;
- Fechar bem o saco de lixo e deixá-lo fora do alcance de animais;
- Remover folhas, galhos e tudo que possa impedir a água de correr pela calhas;
- Manter a caixa d'água bem fechada. Colocar também uma tela no ladrão da caixa d'água;
- Colocar no lixo todo objeto não utilizado que possa acumular água;
- Manter bem tampados tonéis e barris d'água;
- Trocar a água dos vasos de plantas e lave-os com escova, água e sabão uma vez por semana;
- Encher de areia até a borda os pratos das plantas ou lavar semanalmente com escova;
- Colocar o lixo em sacos plásticos e manter a lixeira bem fechada;
- Lavar semanalmente por dentro, com escova e sabão, os tanques utilizados para armazenar água;
- Lavar por dentro, com escova e sabão, os utensílios usados para guardar água em casa. ●



Frimesa em pauta

DISSERTAÇÕES DE CONCLUSÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO ABORDARAM TEMAS RELACIONADOS À COOPERATIVA

Cada vez mais as empresas têm procurado formas de diminuir os gastos e encontrar alternativas mais econômicas, sem deixar de lado a qualidade. Seja por meio de uma alternativa simples, pela economia ou até mesmo por encontrar novas formas de realizar o que já é feito.

Pensando nisso, 19 colaboradores da Frimesa abordaram três assuntos relacionados à economia na produção e valorização da mão de obra.

Os materiais abordaram alguns dos assuntos que fazem parte do cotidiano da Frimesa, utilizados como trabalho de conclusão de curso no Programa de Desenvolvimento Gerencial. O curso foi ministrado pelo Instituto Superior de Administração e Economia, da Fundação Getúlio Vargas, e teve como orientador, o professor Gianfranco Muncinelli.

O primeiro dos artigos foi "Minimizando Perdas do logurte por Meio das Trocas de Sabor", que buscou analisar a revisão da programação das linhas de produção, com vista à minimização das perdas. O artigo apresenta ainda uma tentativa de otimização e controle dos processos na produção diária.

Já o segundo artigo teve como tema o "Plano de contenção de perda de produtos acabados". O trabalho teve como objeto de estudo a área de Expedição da Unidade de Carnes. O grupo buscou identificar fatores e causas que podem gerar avarias de produtos acabados.

O último artigo veio das áreas de Gestão de Pessoas e Manutenção e teve como tema a "Terceirização versus primarização: um estudo na área de manutenção industrial". A pesquisa analisou os gastos relacionados às contratações e evidenciou a economia da mão de obra direta, em relação à terceirizada.

COLABORADORES tiveram três artigos publicados na 10ª edição especial Técnico E Científico, do Paraná Cooperativo

Minimizando Perdas do logurte por Meio das Trocas de Sabor

Colaborador	Seção
Antônio Fedatto	EXPEDIÇÃO
Flávio Amaral	GERÊNCIA INDUSTRIAL
Janaina Trento	CONTROLE DE QUALIDADE
Juliane D'Agostini	GESTÃO DE PESSOAS
Thiago de Moura	SUPERVISÃO INDUSTRIAL
Victor Rabello	GERÊNCIA INDUSTRIAL

Plano de Contenção de perda de produtos acabados

Colaborador	Seção
Adeildo Pereira	EXPEDIÇÃO
Antonio Girardi	EXPEDIÇÃO
Claudinei Silva	ALMOXARIFADO
Edson de Lima	COMPRAS
Fabrizio Basetto	CONTÁBIL
Marcos da Silva	EXPEDIÇÃO
Osmani Costa	HIGIENE INTERNA

Terceirização Vs Primarização: Um estudo na área de manutenção industrial

Colaborador	Seção
Adair Leal	FATIADOS
Eliane Melos	SEÇÃO PESSOAL
Gilso dos Santos	SEGURANÇA DO TRABALHO
Ilson Sassi Junior	GESTÃO DA PRODUTIVIDADE
Karine Perondi	DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL
Rodrigo Girardi	MECÂNICA FRIGORÍFICA



JANEIRO

05 anos

Medianeira	Seção
Analita Sehenem	Higiene Interna
Anderson de Lima	Desossa
Celso Josefino	Desossa
Deomir Brum	Maturados
Eliandro de Souza	Expedição
Geancarlo Sgorla	Engenharia
Ines de Sá	Industr. Noturno
Jucelia Martins	Embutidos
Manuel Sabino	Toscana Noturno
Max Leandro Neves	Sesmt
Renato de Oliveira	Manutenção
Rosana Silveiro	Vendas
Rosângela Adão	Hambúrguer
Silmara de Britto	Toscana
Silvana Roque	Industrializados
Sônia Utzig	Toscana
Vanessa Eckardt	Expedição
Matelândia	Seção
Edson Luiz Vicenzi	Manutenção
Mundo Novo	Seção
Diego de Souza	Plat. Recepção
Marli Boing	Plat. Recepção
Apucarana	Seção
Lucilene Rodrigues	Vendas
Porto Alegre	Seção
Fabiano Marques	Logística
Fernando Garcia	Logística
Juliana Blanke	Logística

10 anos

Medianeira	Seção
Aladia Lorencon	Maturados/Salame
Alexandre Almeida	Higiene Interna
Celso Cardoso	P&D
Clarice da Silva	Embutidos
Darling Bosco	Auditoria
Edson da Silva	Toscana Not.
Eliane Soutier	Indústria
Eliane Toldo	Refeitório
João Huve	Salga
Luciane Boito	Logística
Lucimeri Bruisman	Embutidos
Maraisa Back	Logística
Marcos de Souza	Congelados
Maria da Mota	Toscana
Maria da Rocha	Mortadela Not.
Maria Rigotti	Desossa
Marli Soares	Mortadela Not.
Mauro Franceschetti	Toscana Not.
Paulo Pereira	Elétrica
Solange de Paula	Higiene Interna
Suzana Anoz	Industrializados
Suzana Lopes	Desossa
Marechal Cândido Rondon	Seção
Fabio Garcia	Transporte
Rio de Janeiro	Seção
Elizabeth da Silva	Vendas

15 anos

Medianeira	Seção
Eneirton da Silva	Industrializados Not.
Fabiano Martinelli	Mortadela Not.
Neusa Utzig	Controle Qualidade

FEVEREIRO

05 anos

Medianeira	Seção
Ana Paula Bonett	Emb. Congelados
Daniele Soares da Silva	SIF Noturno
Denise Elizabeth Reisner	Fatiados Noturno
Eliete Ferreira da Costa	Desossa
Gilmar de Meira Silva	Industrializados
Giovane Pereira Alievi	Mortadelas
Janete Lapazini de Oliveira	Desossa Noturno
Josseli Silveira	Industr. Noturno
Judite da Silva	Toscana Noturno
Juliano Hobold	Elétrica
Liane Royer	Industr. Noturno
Lidiane Pistilhi	Hambúrguer Not.
Marli Mariano	Sala de Máquinas
Meri Rodrigues	Miúdos
Noeli de Souza	Industr. Noturno
Roberto Junior	Presuntaria
Ronaldo Julião Alves	Sala de Máquinas
Silvia de Vargas	Financeiro
Solaine Boeno	Higiene Interna
Tiago Wickert	Emb. Congelados
Veroni Carvalho	Hambúrguer Not.
São Paulo	Seção
Josiana da Silva	Vendas
Marcio Ramos	Vendas
Valeria Silva	Vendas
Rio de Janeiro	Seção
Andrea Froeder	Logística Interna
Matelândia	Seção
Edemilson Luiz Chandoha	Caldeira
Marechal Cândido Rondon	Seção
Adriana Recktenwald	Coagulação
Cristiano Godois Crispim	Expedição
Edina Correia Borges	Requeijão
Elza Maria de Oliveira	Ambiental
Vancler Neitzke	Caldeira
Apucarana	Seção
Amanda da Silva	Vendas
Kelly Cristina Pedroza	Vendas
Luciano Rossi	Vendas
Bebedouro	Seção
Dayane Rego	Vendas
Itajaí	Seção
Patrícia Kestring Gabriel	Vendas

10 anos

Medianeira	Seção
Cesar Luis Kotz	Desossa
Fatima Gripp de Souza	Vendas
Jandilson Justen	Expedição
Selma Eufrazio da Silva	Salsicha
Marechal Cândido Rondon	Seção
Ângela Cristiani Pahl	Controle Qualidade

15 anos

Medianeira	Seção
João Valdoir Chaves	Preparo Massas
Marechal Cândido Rondon	
Edson de Souza	Salga

GENTE

QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

Colaboradores homenageados
pelo tempo de serviços
dedicados à Frimesa



MARLEI MARCOLIN
Secretaria Diretoria
Medianeira
35 anos em Janeiro

Quer fazer parte dessa história?

A Frimesa oferece vagas de emprego para o setor produtivo, na unidade frigorífica e para as unidades de leite. **Estas vagas podem ser preenchidas por pessoas com deficiência física, auditiva e mental leve, bem como reabilitados do INSS.** Interessados comparecer na Sede da Frimesa – Rua Bahia, 159, Bairro Frimesa – de segunda a sexta-feira, das 08h às 10h.



CARLOS ROBERTO PEREIRA
Defumados
Medianeira
30 anos em Fevereiro



WILSON RODRIGUEZ PEREIRA
Engenharia
Medianeira
30 anos em Fevereiro



PAULO PREIS
Mecânica
Medianeira
20 anos em Janeiro



VILSON JUNG
Toscana
Medianeira
20 anos em Janeiro



TANIA CHIOTTI
Vendas
Medianeira
20 anos em Fevereiro



ALDINO ALVES
Industrializados
Medianeira
20 anos em Fevereiro



DIRCEU DE AMARIS
Desossa
Medianeira
20 anos em Janeiro



JOSE XISTO PIO
Estufa
Medianeira
20 anos em Fevereiro



MARIA GERÔNIMO
SIF
Medianeira
20 anos em Fevereiro



ADOLFO PIESKE
logurtes
Matelândia
20 anos em Fevereiro



GESTÃO DE PESSOAS INFORMA

Portal do Colaborador

Criado 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 dezembro de 2014 e 2015 chegou a 11,27%.

Ainda, de acordo com o índice, o valor registrado em 2014 ficou na marca dos 6,22%. Se comparado 2015 com o ano anterior, houve um acréscimo de 5,05% entre os períodos. Os reajustes são percebidos no aumento dos preços de produtos de todas as naturezas.

Horário de Verão

Após 119 dias, na meia-noite de 21 de fevereiro, termina o horário de verão. Para o novo horário, na meia-noite de sábado (21), para domingo (22), 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.

Participação

Em 2016 a tabela anual utilizada para o cálculo do IR sobre a participação dos trabalhadores nos lucros ou resultados das empresas (PLR) também teve reajustes.

A tabela mensal foi corrigida em 6,5%, mesmo valor aplicado à tabela anual. Assim, o limite passa de R\$ 6.270,00 para R\$ 6.677,55.

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.



Imposto de renda

O prazo para enviar a declaração do Imposto de Renda 2016 será entre 1º de março e 30 de abril

Em 1º de Janeiro começou a valer a nova tabela do Imposto de Renda deduzido na fonte. Em relação aos valores de 2015, houve correção entre 4,5 e 6,5%. O valor ficou abaixo da inflação brasileira, pelo 20º ano consecutivo.

Em dezembro o IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo – demonstrou que a alta, no último ano, ficou em torno de 10,28%. 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\$ 1.903,98 mensais ficam isentos do pagamento do imposto.

O prazo para enviar a declaração de ajuste do Imposto de Renda de Pessoa Física 2016 será entre 1º de março e 30 de abril deste ano. Para receber a restituição, ainda nos primeiros lotes, é preciso que seja feito o envio o mais cedo possível.

As declarações podem ser feitas pela internet, através do ReceitaNet, programa de transmissão da Receita Federal, ou nas agências do Banco do Brasil ou da Caixa Econômica Federal. O prazo de envio vai até o final de abril. Para quem não entregar a declaração dentro do prazo, o valor mínimo da multa será de R\$ 165,74W.

Este ano estão obrigados a declarar os contribuintes que tiveram rendimentos tributáveis superiores a R\$ 28.123,91 em 2015. Para estes colaboradores, a declaração de rendimentos estará disponível no Portal, a partir de 20 de fevereiro.

Base de cálculo mensal (R\$)	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do imposto (R\$)
Até 1.903,98	----	----
De 1.903,99 até 2.826,65	7,5	142,80
De 2.826,66 até 3.751,05	15	354,80
De 3.751,06 até 4.664,68	22,5	636,13
Acima de 4.664,69	27,5	869,36

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Torta de 4 Leites e Mousse de Chocolate

4 PORÇÕES

Chef Luzia dos Santos

INGREDIENTES: **Creme 4 Leites:** Meia lata de leite em pó Frimesa; 1 lata de Leite Condensado Frimesa; 1 lata de Creme de Leite Frimesa; 1 garrafinha de Leite de Coco; 1 colher de chá de emulsificante de sorvete; 1 colher de sopa de margarina sem sal. **Mousse de Chocolate:** 3 ovos; 1 pote de Nata Frimesa; 200 g de chocolate meio amargo; 2 colheres de sopa de açúcar.

MODO DE PREPARO: **Creme 4 Leites:** Colocar todos os ingredientes na tigela da batedeira, mexer com a colher. Após ligar a batedeira na velocidade média, deixar bater até parar de crescer, cerca de cinco minutos depois. **Mousse de Chocolate:** Bata as gemas até dobrarem de volume. Junte o açúcar e continue batendo. Derreta o chocolate e acrescente à gemada. Junte o creme de leite, batendo sempre. Por fim, acrescente as claras em neve (bem batidas), misturando rapidamente na batedeira.

MONTAGEM: Para esse procedimento deverá ser usada uma base de massa de pão de ló neutra. Em cima da massa de pão de ló colocar uma camada de Mousse de Chocolate e outra de Creme 4 Leites.

Sanduíche de Presunto com Abacaxi

01 PORÇÃO

INGREDIENTES: 100g de Presunto Fatiado Frimesa; 100g de abacaxi maduro; Salsinha picada a gosto (para misturar com o abacaxi); Manteiga Frimesa com sal (em ponto de pomada); Folhas de alface; 2 fatias de pão italiano.

MODO DE PREPARO: Pique o abacaxi em cubinhos e, para não molhar o pão, escorra em uma peneira e seque com papel toalha; passe o abacaxi na salsinha picada. Espalhe uma camada fina de Manteiga Frimesa em ponto de pomada nas 2 fatias de pão. Monte o sanduíche com uma camada de alface, uma camada de Presunto Cozido Frimesa e, por fim, o abacaxi. Decore com tomates ou cerejas e sirva.

Espetinho de Frango com Linguiça

06 PORÇÕES

INGREDIENTES: 350g de peito de frango (em cubos médios); 5 gomos de Linguiça Toscana Frimesa; 1 pimentão verde (em cubos médios); 1 pimentão amarelo (em cubos médios); 4 cebolas pequenas. **MARINADA:** ½ colher (sopa) de sal; 1 colher (chá) de páprica doce; ½ colher (chá) de pimenta calabresa; 1 ramo de alecrim (picado) fresco ou seco; 1 colher (sopa) de cebola (picada); 1 colher (sopa) de azeite; Suco de 1 limão.

MONTAGEM: Coloque a Linguiça Toscana Frimesa para cozinhar em água fervente por 5 minutos, escorra e deixe esfriar. Corte em rodelas com cerca de 1cm de largura e reserve. Corte o peito de frango e os pimentões em cubos médios, as cebolas pela metade e reserve. Em um pote misture os ingredientes da marinada do frango (sal, páprica, pimenta calabresa, alecrim, cebola, azeite, limão). Coloque o frango em um saquinho ou em uma travessa e jogue a marinada, massageie bem o frango e deixe descansar, coberto, na geladeira, por pelo menos 20 minutos. Deixe os espetinhos de molho na água por 10 minutos para não queimarem. Monte o espeto intercalando os ingredientes. Escolha a forma que deseja "assar", pode ser forno, frigideira, grill ou churrasqueira.

Picolé de Morango e Chantilly

04 PORÇÕES

INGREDIENTES: **Camada de Frutas:** 1 xícara (chá) de morangos; 1 xícara (chá) de água; 3 colheres (sopa) de açúcar. **Camada de Chantilly:** ½ xícara (chá) de Creme de Leite Frimesa; 1 colher (sopa) de açúcar; 1 colher (chá) de essência de baunilha.

MODO DE PREPARO: **Camada de Frutas:** Coloque o morango, o açúcar e a água em uma panela e ferva por 5 minutos. Bata a mistura no liquidificador e deixe esfriar. **Camada de Chantilly:** Bata o Creme de Leite Fresco Frimesa com a baunilha e o açúcar até ficar bem cremoso e cheio de ar, sem ficar muito duro.

MONTAGEM: Coloque tudo em formas de picolé, na sequência: metade de morango, depois chantilly, finalizando com morango. Misture só um pouquinho com um garfo para o picolé ficar um pouco marmorizado. Coloque no freezer por 5 horas. Pronto!



O leite e os iogurtes **Zero Lactose Frimesa** são indicados para todos os níveis de intolerância à lactose.

VOCÊ BEM.
VOCÊ EM HARMONIA



 **Frimesaoficial**
WWW.FRIMESA.COM.BR

Frimesa



IMAGEM ILUSTRATIVA

GRZGØ

Mais saboroso,
mais cremoso e
mais proteína.
Você sacia a fome
de um jeito
muito prático.

Experimente também
na versão tradicional.

 Frimesaoficial
WWW.FRIMESA.COM.BR

Frimesa