

REVISTA Frimesa

Ano XVI Edição nº98 | jun/jul de 2020
www.frimesa.com.br

AVANÇA FRIMESA

**PROJETOS E ESTRATÉGIAS
PARA CRESCER NO MERCADO**

Flan Frimesa.
Quem experimenta,
recomenda.

Frimesa



O Flan Frimesa é a alegria dos apaixonados por sobremesa. Possui uma cremosidade difícil de resistir, com o delicioso sabor baunilha e uma super calda de caramelo. **Com certeza, você também vai recomendar.**



Caros Amigos,

Estamos confiantes que o ciclo da pandemia Coronavírus está se encaminhando para o seu final. Sobre tudo que passamos nesse período, não vamos nos ater. Nossa atividade, que é produzir e distribuir alimentos, é considerada essencial e por isso não pode parar. Essa condição exigiu enorme responsabilidade com a saúde das pessoas. Realizamos todos os protocolos com rigor e estamos saindo da crise inteiros e fortalecidos para a retomada do ciclo virtuoso da economia.

A retomada do crescimento será uma grande oportunidade para os que estiveram preparados para o novo desafio. Estimulados por isso e com espírito empreendedor, a Frimesa lançará no início de agosto seu grande Plano de Ação denominado AVANÇA FRIMESA.

Você conhecerá nesta edição o Plano AVANÇA FRIMESA, o qual é composto por cinco projetos impactantes que serão executados no curto e médio prazo. Eles significarão uma evolução significativa da Frimesa em faturamento, presença no mercado, tecnologia e representatividade nos negócios carne suína e leite.

A postura da Frimesa é de determinação e pragmatismo no crescimento sustentável de seus negócios. Acreditamos que o Brasil fará as reformas indispensáveis para que os empreendedores tenham garantias quanto: a segurança jurídica, a infraestrutura adequada, a redução de burocracia e o fim da corrupção.

A pandemia que afetou o Brasil provocou reflexões e exigiu novas tecnologias, novos comportamentos, e novas atitudes da iniciativa privada. É indispensável, decisivo e até obrigatório que o setor público com seus poderes, governos e políticos, também entendam o que aconteceu e urgentemente cumpram com as suas responsabilidades. Boa leitura a todos!

A Diretoria.

diretoria@frimesa.com.br

Cooperativas filiadas:

Cooperativa Agroindustrial Copagril,
Lar Cooperativa Agroindustrial,
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:

Celso Utech, Adelir João Dalmagro, Ademir
Luis Griep, Jakson Demétrio Lamin, Alisson
Petermann, Edmir Antonio Soares.

Diretor Presidente:
Valter Vanzella.

Diretor Executivo:
Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Junho	06	Coronavírus
Julho	12	Parceria
2020	14	Análise de Mercado

16	Capa
23	Novos Produtos
32	Gestão de Pessoas

Ano XVI Ed. nº98



www.frimesa.com.br

REVISTA Frimesa

Revista Frimesa é uma publicação 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

CNPJ: 77.595.395/0001-47 | CAD-ICMS: 90150611-60

Área: Marketing. **Jornalistas e Editoras Responsáveis:** Elis D'Alessandro - MTb 7476 e Elimara Biesdorf - MTb 7958. **Colaboração:** Mariana Lourenci. **Capa:** Lincoln Pereira Gaboardi. **Diagramação:** Samara Guimarães. **Revisão:** Evelina Lemke Pereira. **Áreas Colaboradoras:** Qualidade e Ambiental, Comercial, Fomento Suíno e Leite, PD&I, Gestão de Pessoas, Fomentos Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas. **Impressão:** Gráfica Tuicial. **Tiragem:** 14.000 exemplares.

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

16

CAPA

AVANÇA FRIMESA

Com um Plano de Ação otimista, Frimesa vislumbra grandes oportunidades para a retomada da economia brasileira.

Investimento em frigorífico de Assis Chateaubriand chega a 1,5 bilhão de reais e está com obras aceleradas. Paralelo às estratégias, Campanha de Prêmios 'Um Ano de Mercado Grátis' vem para aproximar consumidores e varejo da marca e para ajudar a Frimesa a alcançar meta de faturamento de 4 bilhões em 2020.



Não flexibilize sua responsabilidade!

DEPOIS DE QUATRO MESES DE PANDEMIA, FRIMESA PROTEGE COLABORADORES E ALMEJA A RETOMADA DE UM NOVO MUNDO, CHEIO DE OPORTUNIDADES.

ALÉM da higienização diária da parte interna da indústria, é realizada uma desinfecção de ambientes e salas, uma vez por semana.

“O lugar mais seguro é aqui. Tem higienização diária, com várias medidas de segurança obrigatórias para todos”. Essa é a opinião de Neli Machado, 48 anos, operadora de máquinas do setor fatiados, colaboradora da Frimesa há 20 anos. Ela chegou a trabalhar do lado de uma pessoa infectada pelo Coronavírus por seis horas, mas não contraiu a doença, nem apresentou sintomas.

Neli representa os quase 8 mil colaboradores da Frimesa que estão atuando na linha de frente da produção, durante toda a pandemia, com um principal objetivo: abastecer a casa das pessoas com alimentos de valor e qualidade. As indústrias de alimentos foram consideradas pelos órgãos governamentais como essenciais no funcionamento. Tanto a empresa como

os colaboradores, tiveram que se adaptar.

No primeiro momento, a Frimesa se preocupou em conscientizar os colaboradores sobre o cumprimento das medidas e protocolos sanitários, especialmente nos processos industriais. Agora, tem priorizado a conscientização dos colaboradores para que não flexibilizem suas responsabilidades em cumprir com as medidas de proteção. Uma terceira etapa da campanha interna de comunicação foi lançada para reforçar que a luta contra o Coronavírus continua. “A pandemia não terminou. A medicina vem avançando com a descoberta da vacina e medicamentos. Aos poucos, tudo vai passar”, reforça o diretor-presidente da Frimesa, Valter Vanzella, que faz parte do grupo de risco e permaneceu em home office por alguns dias, mas fez questão de se fazer presente, de forma segura, na cooperativa.



“Na empresa me sinto segura. Iremos sair dessa de cabeça erguida”, conta colaboradora da Frimesa, Neli Machado.

Arquivo Frimesa



TODOS os colaboradores que foram afastados, ao retornarem ao trabalho passaram por uma consulta médica avaliativa.



OS COLABORADORES possuem sua dupla fixa para almoçar no refeitório. Uma forma de facilitar a rastreabilidade dos contatos em caso de possível sintomas da Covid.

Frimesa, motor de crescimento econômico e social

Por ser um serviço essencial a Frimesa não parou, muito pelo contrário, o fluxo de produção continuou intensamente. Para aproveitar as oportunidades, as indústrias estavam preparadas com flexibilidade de produção com a missão de atender as novas necessidades dos consumidores. A tendência do mercado foi sair do food service para o varejo, fato que motivou o fatiamento de peças para trazer mais praticidade ao dia a dia de quem estava em casa. “Tudo isso foi possível com perspicácia, preparação das indústrias e otimismo das equipes”, explica o diretor executivo da Frimesa, Elias Zydek.

A Frimesa é uma das principais geradoras de emprego e renda em Medianeira.

Ela emprega 20% da mão de obra ativa no município. Na economia local,

é responsável por uma média de 30% dos impostos, tributos e taxas recolhidas.

A geração de riqueza também é destaque, uma vez que exportou até agora 200 milhões de dólares. A produção da Frimesa é 60% vendida fora do Paraná. “Trouxemos riqueza da Ásia para Medianeira e de outros estados do Brasil. Tudo isso é distribuído em salários, que são gastos no comércio local”, reforça Zydek.

Além disso, mantém uma cadeia produtiva que envolve cinco grandiosas cooperativas: Lar, Copacol, C.Vale, Primato e Copagril. São mais de 2 mil produtores de suínos e leite. Cerca de 30 mil pessoas envolvidas.

Para o presidente Vanzella, ninguém estava preparado para essa situação, as pessoas tiveram que aprender, reaprender

e se reinventar. “Muitas pessoas passarão por dificuldades financeiras devido à falta de emprego. Algumas ações de governança têm ajudado a manter a economia, além do agronegócio que tem sido uma sustentação do Brasil. É lamentável que ainda, depois de tudo que passamos, há pessoas que ainda pensem apenas em si. Precisamos começar a pensar em comunidade, num todo, porque é o mundo que está nessa situação e não apenas uma cidade”, reforça.

A Frimesa tem previsão de crescer este ano 25 % a mais no faturamento, comparado com 2019. A revisão do planejamento foi feita e a expectativa é chegar a R\$ 4 bilhões.

2020

A história continua, mas com capítulos de vitórias, cuidados e coragem para continuar lutando!

CUIDADOS

O vírus chegou e não apenas nas indústrias, mas nos lares, empresas menores, área rural, em todo lugar, no mundo todo. “Tivemos alguns casos controlados, mas graças a Deus, nenhum óbito. O que nos entristece são as pessoas procurarem culpados para a doença e jogar a responsabilidade para as indústrias. Ninguém inventou o vírus. Queremos o bem e a saúde de todos e trabalhamos diariamente para isso. Nosso colaborador é a peça mais importante. Reconhecemos o trabalho desses guerreiros”, alerta Vanzella.



04 mai.

Treinamentos das equipes de CIPA Industriais e Administrativas por equipe médica para Combate a Covid-19.



10 mai.

Identificação dos colaboradores que atuam na linha de frente no combate ao Coronavírus com coletes diferenciados.



9 mai.

Divulgado número de contato via Whatsapp para comunicação entre o colaborador e o médico ou ambulatório.



25 mai.

Adaptação de um veículo com isolamento para transporte de colaboradores com sintomas.



6 jun.

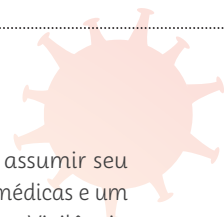
Limitação de duas pessoas por mesa no refeitório com marcação nas mesas para evitar que fiquem de frente uma com a outra.

29 mai.

Podcast orientativo transmitidos na guarita, refeitório, espaço de descanso e também nos rádios dos ônibus do transporte de colaboradores.

2 jun.

Triagem dos colaboradores por equipe treinada para questionar se a pessoa possuía algum sintoma de Covid-19 antes de entrar na indústria.



Manter as orientações e conscientizar as pessoas é um trabalho constante na Frimesa, mas algumas ações pontuais têm trazido grandes resultados. Entre elas está a distribuição de 6 mil máscaras face shield – proteção para o rosto dos colaboradores. Os treinamentos sobre Covid foram intensificados entre as equipes da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). Profissionais da saúde abordaram temas sobre sintomas, isolamento, distanciamento, encaminhamentos, além de outros temas. Além disso, os colaboradores destinados a

trabalhar com higienização do refeitório e área de descanso, medição de temperatura estão identificados por coletes verdes.

A cada turno acontece a higienização e desinfecção dos ambientes internos da indústria e uma vez por semana acontece na área externa como ruas, pontos de ônibus, catracas, banheiros, vestiários e outros locais.

Todas as pessoas afastadas são monitoradas, tanto pela empresa como pela Secretaria de Saúde do município. Ao retornarem ao trabalho passam por uma

avaliação médica antes de assumir seu posto. A Frimesa possui duas médicas e um enfermeiro e tem parceria com Vigilância Sanitária, Município e Unimed. Outra medida adotada foi a rastreabilidade das pessoas.

A colaboradora Neli Machado deixa um recado para os colegas. “Fora da empresa também precisamos cuidar, evitar sair sem necessidade. Na empresa, cumparam com todas as medidas de proteção, isso é para nosso bem e da nossa família. A gente tem que passar por essa fase de cabeça erguida”, reforça. 🍷



11 jun.

Consultas médicas de colaboradores afastados antes de retornar para suas atividades e postos de trabalho.



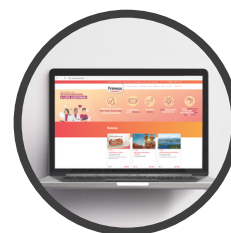
22 jun.

Higienização e desinfecção dos ambientes externos da indústria uma vez por semana.



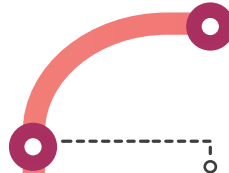
1 jul.

Instalação e atualização constante de murais distribuídos na parte administrativa e industrial.



27 jul.

Início de mais uma etapa de campanha de comunicação no combate ao Coronavírus reforçando a importância de seguir as medidas protetivas rigorosamente e não flexibilizarem os cuidados.



20 jul.

Rastreabilidade dos colaboradores através de uma identificação por número, criando duplas para a refeição e quando circularem na empresa ou no transporte facilitando a identificação dos contatos, caso apresentar sintomas.

Exercícios na pandemia

MESMO EM CASA, AS PESSOAS NÃO DEVEM FICAR PARADAS. ATIVIDADE FÍSICA TRAZ SAÚDE FÍSICA E MENTAL DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL.

Durante o isolamento social, as pessoas permanecem a maior parte do tempo em suas casas. A orientação em ficar em casa é válida para se proteger da doença, porém, deve levar em consideração uma segunda recomendação: não fiquem parados. Cuidar da saúde também significa se movimentar.

Uma pessoa precisa fazer ao menos 150 minutos de atividade física moderada a intensa por semana para ser considerada ativa, de acordo com as diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Uma das opções das pessoas tem sido a realização de atividades físicas em locais abertos, como corrida, ciclismo ou caminhada para evitar aglomerações em academias, espaços públicos ou até mesmo para não usar o transporte público.

O assistente operacional da Unidade Fabril de Queijos da Frimesa em Marechal Cândido Rondon, Misael de Souza, 47 anos, tem tido dificuldades com as novas exigências de isolamento social, pois ele pratica o atletismo e correr de máscara não é nada agradável. Em sua casa, o esporte é prioridade e o ensino começou no berço. Suas três filhas: Jhennifer, Keli e Tamara, desde pequenas, sabem os benefícios que uma corrida pode fazer para o corpo e para mente. A esposa de Misael, Vera de Souza, colaboradora da Unidade Fabril de Carnes da Frimesa, também é esportista e foi destaque em várias competições regionais e, até mesmo, internacionais.

Misael retomou as corridas em 2015 quando foi desafiado num curso que fez pela empresa. Em 2017 correu a maratona de 42 quilômetros, em Foz do Iguaçu, e depois não parou mais.

Sua família influenciou centenas de colegas de trabalho a praticarem o exercício. Eles também fazem parte de um projeto da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste, uma extensão do curso de Educação Física, que no momento, está paralisado devido à pandemia. “Eu e minha esposa treinamos juntos, conforme podemos, com todos os cuidados necessários e exigidos devido à pandemia. Acreditamos que o esporte pode sim salvar vidas, proporciona o bem-estar e, ajuda, principalmente, a saúde mental. Temos uma boa alimentação também”, reforça.



Na foto, os colaboradores da Frimesa, Misael e Vera em competições de atletismo realizadas em 2017. Juntos em todos os lugares.

DICA

Faça uma série de exercícios diários de 15 a 20 minutos que contemple o corpo todo: braços, pernas e tronco. Tome bastante água durante a atividade física para manter o corpo hidratado.

QUALIDADE DE VIDA – Para aqueles que cumprem à risca o isolamento social durante a pandemia, o exercício pode ser praticado em casa. A saúde mental e do corpo precisa estar equilibrada entre uma alimentação saudável e uma prática regular de exercícios que podem evitar doenças, como: diabetes, obesidade e pressão alta que fazem parte do grupo de risco para evolução da forma grave da Covid-19. Também faz o organismo funcionar melhor, provoca o controle metabólico do corpo e fortalece o sistema imunológico. Ajuda também no combate à depressão e ansiedade. “A atividade física não previne o contágio do novo Coronavírus, mas deixa o organismo mais resistente e protegido contra outras doenças que podem ser fatores determinantes para potencializar a ação do vírus. Por isso, a orientação é que pratique exercícios em casa”, explica a educadora física da Frimesa, Elizandra Tibola.

Em busca do equilíbrio

O AUTOCONHECIMENTO É O CAMINHO PARA O BEM-ESTAR.
FRIMESA TEM EQUIPE DE ACOLHIMENTO PARA PESSOAS COM
SINAIS DE SAÚDE MENTAL AMEAÇADA.

Riscar os dias do calendário tem sido prazeroso depois da chegada da pandemia. A cada fim de tarde imaginamos que é menos um dia para reencontrarmos quem amamos, nos reunirmos para um churrasco com os amigos e voltarmos para a rotina que tínhamos antes do Coronavírus. O medo da doença, as incertezas diárias do que pode acontecer, as dúvidas sobre o isolamento social e mudanças na rotina, tudo isso tem gerado uma grande ansiedade nas pessoas. Acontece que depois de três meses da doença, colocar o foco no momento quando poderíamos dizer 'livres de pandemia', não é algo que acalma. "Precisamos viver o presente, se adaptar a este novo momento. Negar a existência do vírus, remetendo-se à vida que tínhamos antes, não ajudará. A humanidade sempre passou por mudanças, algumas mais abruptas, outras que acontecem sem nos darmos conta. Algumas pessoas conseguirão se adaptar mais facilmente, outras precisarão de ajuda de familiares, amigos ou até mesmo de um profissional", avalia a psicóloga da Frimesa, Suellen Chibiaqui.

A Frimesa tem quase 8 mil colaboradores e alguns, antes mesmo da pandemia, davam sinais de saúde mental ameaçada. O vírus acelerou alguns processos de adoecimento. Entre os sintomas observados nas avaliações estão a falta de energia, de ânimo para realizar as atividades costumeiras, perda ou compulsões alimentares, abuso de drogas lícitas e ilícitas, perda do controle de suas emoções e variabilidade de humor. "Somos seres gerados para nos sentirmos seguros e essa situação tem gerado uma insegurança em qualquer lugar que estivermos. Isso traz o estresse, resultando na instabilidade emocional", comenta a profissional.

Desde o início da pandemia, a Frimesa tem dado o suporte a seus colaboradores. Além de

todas as medidas de proteção aplicadas, a área da saúde foi totalmente adaptada para combater ao Covid-19. O ambulatório funciona por mais de 21 horas/dia, tendo à disposição profissionais como psicólogos, assistente social, médicos e enfermeiros que fazem acolhimentos, avaliações, isolamentos e, quando necessário, o transporte com um carro adaptado. Além disso, a empresa incentiva o colaborador a aderir ao plano de saúde que contempla acompanhamento psicológico.

Manter a calma e a paciência é o que rege a caminhada nesse novo mundo. As pessoas precisam ser gentis em seus processos de reconhecer, acolher e organizar as emoções. Cada ser humano reage de um jeito diferente, uns com mais resiliência, outros com mais dificuldade. É necessário assumir a vulnerabilidade que habita. "Precisamos falar sobre isso. Compartilhar as fraquezas é uma forma de nos fortalecermos. Quando terminamos nossa jornada de trabalho, podemos realizar atividades que nos fazem bem, momentos de harmonia, que remetem paz. Ler um livro, assistir filmes, escutar uma música, conversar com amigos. Nos autoconhecer é importante para saber lidar com o desconhecido. Quando sentir necessidade, procure a ajuda de um profissional", orienta a psicóloga organizacional, Nathieli Mion.

É o momento de se reinventar. Charles Darwin já dizia que não é o mais forte quem sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças. 🌱





Oferecer o melhor

O PRIMEIRO espaço classificado como Supermercado Silveira está em atividade, desde 1977.

REDE SILVEIRA É REFERÊNCIA NA ECONOMIA DE GAROPABA E REALIZA AÇÕES EFETIVAS, FOCADAS NA SUSTENTABILIDADE DO LITORAL.

A busca por consolidar a inovação, economia local sólida, geração de empregos e novas formas de trabalho resultaram na evolução da rede Silveira que hoje integra três lojas em Garopaba – cidade do litoral de Santa Catarina. Esse sucesso é fruto dos esforços da família Silveira.

O armazém, fundado em 1974 para revender produtos de São Paulo, se transformou em uma rede em expansão que atende os mais de 20 mil habitantes da cidade e emprega 300 pessoas. A primeira loja caracterizada como supermercado abriu três anos depois, atendendo às expectativas de

ampliação de mix de produtos e serviços. A empresa familiar tem quatro sócios, cada loja possui dois gerentes e um supervisor por setor.

São 20.000 produtos no mix, com destaque para o açougue, padaria, espaço sushi e hortifruti. O foco da empresa está em garantir boas experiências – desde o contato por redes sociais ou na porta da loja, até o fechamento do pedido, atendendo as necessidades do cliente. "Quem compra no Silveira, sabe que vai encontrar qualidade. Além disso, proporcionamos conforto aos nossos clientes com estrutura diferenciada, com muitos checkouts para evitar filas, espaço

RESPONSABILIDADE ambiental também é uma das preocupações da rede. O Sacola Zero é um projeto que estimula no cliente o fim do uso das sacolas plásticas não biodegradáveis.



de sushi e gourmeteria", explica o analista de marketing da rede, Matheus Pereira Raquel.

Inseridos no mercado do varejo, extremamente competitivo, o Silveira se destaca como uma das maiores empresas do município quanto à estrutura e empregabilidade. Para o gerente financeiro, Deivid Silveira, as estratégias estão voltadas para oferecer o melhor. "A ideia é se atualizar em todos os segmentos, gerar empregos e colaborar para economia local", explica.

Além de atender os moradores, em temporada de verão e férias, atende também os turistas que aproveitam o litoral, empregando mais pessoas. "Para uma cidade pequena como Garopaba, isso muda muito a realidade econômica da comunidade", expõe Deivid. O grupo investe em modernização dos processos internos e ampliação das lojas, anualmente. Atualmente constrói mais uma loja, no bairro Campo Duna, para aumentar sua área de atuação e dar conforto e proximidade para as pessoas.

Os cuidados do Silveira também se voltam para sustentabilidade — ambiental e social. A loja matriz possui um sistema de captação da água da chuva e reaproveitamento. Todas as lojas dispõem do projeto Sacola Zero para estimular a diminuição do uso das sacolas plásticas de difícil decomposição e também coletam óleo e pilhas usadas para destinação correta, diminuindo os impactos ao meio ambiente. As moedas de troco arrecadadas nos check-outs são destinadas para instituições de ajuda a pessoas com deficiência e de combate ao câncer.

UMA DÉCADA DE PARCERIA – A Frimesa, com um amplo portfólio, está presente nos mercados Silveira, desde 2010,

pela filial da cooperativa em Santa Catarina. O bom relacionamento se dá pelo atendimento, mix e qualidade dos produtos e pós-venda. Constantemente a Frimesa inova e amplia seus produtos com o objetivo de atender todos os perfis de consumidores, principalmente aqueles que buscam qualidade, saudabilidade e querem o melhor em alimentos cárneos e lácteos. "Ter uma marca como a Frimesa na loja faz com que os concorrentes se cobrem em termos de qualidade de produtos e serviços e isso é de extrema importância para nós, que buscamos oferecer sempre o melhor", finaliza o comprador da rede, Messias Correia de Souza. 🍷

Raio X

4600 m²

de área de vendas

300

colaboradores

52

checkouts

20.000

SKU's



Carne Suína:

Maior quantidade exportada favorece a valorização da carne suína no Brasil

Até abril deste ano o Brasil exportou, em média, quase 70 mil toneladas mensais de carne suína. A partir de maio a quantidade exportada, incluindo julho, deve fechar com uma média de 100 mil toneladas, mais de 40% acima do que vinha sendo exportado. Aproximadamente 30 mil toneladas mensais deixaram de ser ofertadas no mercado interno e, para se ter uma ideia de quanto este volume significa, esta quantidade é equivalente a carne de quase 15 mil suínos abatidos diariamente ou ao abate de quase duas empresas como a Frimesa. Os bons preços em dólar e a taxa de câmbio favorável foram os principais motivos que impulsionaram estes volumes, além, é claro, da demanda adicional por parte dos mercados como China, Hong Kong, Cingapura e Vietnã. Excluindo-se algumas exceções pontuais, a expectativa é de que esta situação ainda perdure pelos próximos meses, talvez até o final deste ano.

Os efeitos dos negócios com o mercado externo só estão sendo sentidos agora no mercado interno. Como os volumes em estoque de produtos processados e de carne in natura vieram baixando em maio e junho, tanto no varejo quanto nas indústrias, e agora em julho ficaram bem ajustados, a possibilidade de faltar carne provocou uma demanda inesperada por animais vivos e carcaça e uma alteração significativa nos preços destes itens, com aumentos superando a taxa de 30% por quilo. Na sequência, o restante da cadeia, matérias-primas

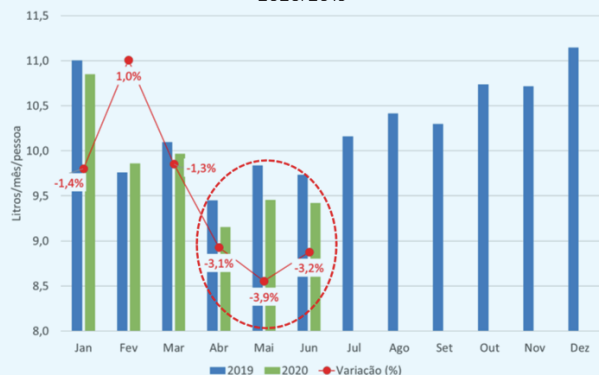
e produtos processados, também sentiu o efeito desta alta de preços. Enquanto os volumes exportados forem mantidos é muito improvável que os preços no mercado interno venham a baixar e é possível ainda que aconteçam reajustes em algumas categorias que ainda não foram equiparadas ao mercado externo.

Infelizmente, quem produz ou industrializa a carne suína não será beneficiado integralmente pelos aumentos dos preços citados, já que a mesma taxa de câmbio que favorece a exportação de carne, também favorece a exportação de cereais como milho, soja e farelo de soja (que são a base da alimentação dos animais), e que também estão batendo recordes nos seus preços e nos volumes exportados. A valorização destes insumos deve afetar o custo de produzir um quilo de carne suína em 15% podendo chegar até 20% dependendo de onde se produz o animal. E a tendência, nesse caso, também é de manutenção da situação atual.

Mas tudo pode mudar caso a demanda no mercado externo ou o consumo no mercado interno venha a cair, por conta dos altos preços que estão sendo praticados principalmente no mercado interno, já que ele fica com aproximadamente 75% de toda a carne suína produzida no país. Se o presente cenário se mantiver em agosto e setembro é quase certo que os meses de outubro, novembro e dezembro também serão muito bons para quem produz carne suína neste país.

Disponibilidade per capita

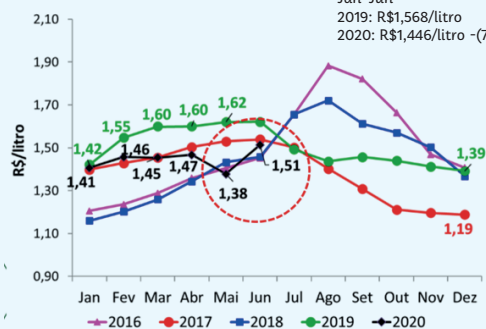
2020/2019



Fonte: Milkpoint

Preços líquidos pagos ao produtor

Jan-Jun
2019: R\$1,568/litro
2020: R\$1,446/litro - (7,8%)



Fonte: Cepea



Leite e derivados:

Menor quantidade importada favorece a valorização do leite no Brasil

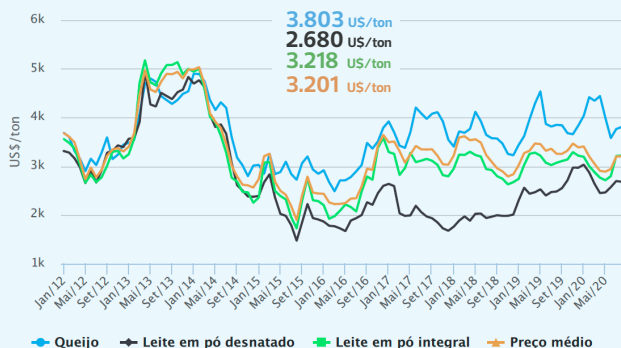
Podemos observar no gráfico que está neste artigo que a disponibilidade per capita de leite no primeiro semestre deste ano no Brasil diminuiu aproximadamente 3% em relação ao ano passado, já incluído um pequeno aumento de 0,5% na produção nacional. Portanto, até junho, a menor disponibilidade de leite no mercado interno, se deve, principalmente, ao fato de o Brasil importar menor quantidade de leite em pó e menor quantidade de queijos também. Não sabemos ainda se esta situação será da mesma forma no segundo semestre, já que o que motivou a redução das importações foi a forte expectativa de redução no consumo por conta da pandemia e seus efeitos no consumo fora do lar. Ocorre, que durante o mês de junho e julho, o mercado se deu conta de que o consumo em geral não diminuiu, mas sim, que o consumidor mudou a forma de consumir e o local de consumo. Diante disso, principalmente o varejo buscou maneiras de atender esse novo jeito do consumidor, que voltou a se alimentar em casa com toda a família e reaprendeu, inclusive, a cozinhar e a preparar seus próprios alimentos.

Desta forma, sem disponibilidade suficiente dos produtos importados, o varejo buscou mais abastecimento nas indústrias nacionais, gerando nos últimos dois meses (junho e julho),

uma forte demanda principalmente por queijos e derivados como leite condensado e creme de leite. O efeito imediato foi uma alta acelerada dos preços de venda destes produtos e, por consequência, aumento na produção das indústrias e por fim um expressivo aumento nos preços do leite in natura ao produtor (em torno de 25% somente em junho e julho).

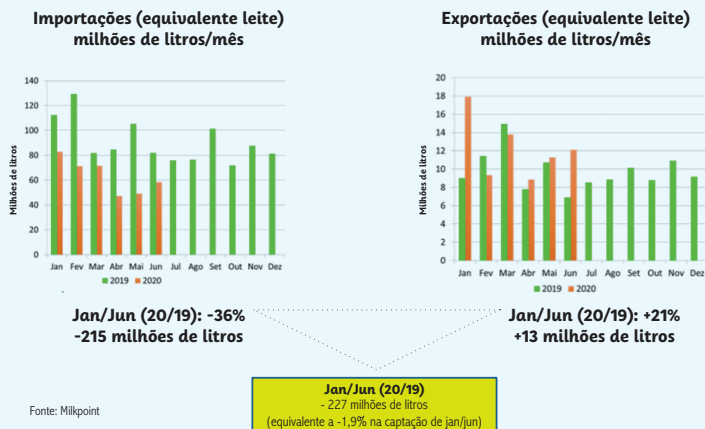
Diante deste cenário é muito provável, já agora nos primeiros meses do segundo semestre, o aumento nos volumes importados de queijo e leite em pó, a fim de regular a oferta e diminuir os preços do leite no mercado brasileiro, tanto nas indústrias quanto no campo ao produtor. Outra possibilidade é um aumento maior na produção de leite no campo, já que com os valores que estão sendo pagos atualmente pela matéria prima, torna-se viável ao produtor melhorar a alimentação dos animais com ração e outros complementos. É possível que em agosto ainda aconteça algum aumento de preços ao produtor e a partir de setembro os preços comecem a baixar, já que serão liberadas para o mercado as importações que estão sendo negociadas neste momento. Mesmo assim, acreditamos que os próximos meses ainda serão bons para quem também produz leite neste país. 🍷

Preços no leilão GDT



Fonte: Global Dairy Trade

Importações e Exportações de leite (total) 2020 vs. 2019



Fonte: Milkpoint

AVANÇA FRIMESA

PLANO ESTABELECE PROJETOS E ESTRATÉGIAS PARA EMPRESA CRESCER NO MERCADO. EM 2020, A META É ATINGIR 4 BILHÕES DE FATURAMENTO.

Com visão otimista, a Frimesa, que abastece o mercado mundial de alimentos, tem se preparado para as oportunidades que virão no pós-pandemia. Grandes projetos e investimentos de quase 3 bilhões estão previstos para expansão das indústrias e da marca com o objetivo de alcançar um faturamento de 4 bilhões em 2020, além de manter toda a cadeia produtiva de leite e carne suína.

O atual cenário econômico, social brasileiro e internacional é de queda do Produto Interno Bruto (PIB), tendo como causa principal a pandemia do Coronavírus. "Estão transparentes e conhecidos por todos, os efeitos no consumo, comércio e nas indústrias, proporcionando o alto desemprego. Também ficaram evidentes os pontos fracos nas estruturas públicas de saúde, educação, infraestrutura e a fragilidade fiscal dos governos", avalia o diretor executivo, Elias Zydek.

Os sinais são convincentes de que a pandemia está indo para o final. Quando as atividades retornarem à normalidade, será um novo ciclo virtuoso da economia brasileira e mundial, complementa o diretor-presidente, Valter Vanzella, "somos uma empresa jovem, mas a cada dia nossa marca está mais consolidada no mercado. Crescemos anualmente de 10 a 20%. Mesmo assim, estamos no mercado competitivo e precisamos inovar. Temos um Plano de Ação grande e arrojado para o futuro, pensando em até 2023".

Esse novo futuro que se aproxima estará ao alcance daqueles que estiverem preparados. A Frimesa deverá participar e desfrutar dessas oportunidades. A perspicácia somada à coragem,

visão de futuro e competências, é que impulsionou a Frimesa, em meados de 2020, a implementar o plano de ações AVANÇA FRIMESA.

São projetos e estratégias voltados para o crescimento com a proposta de chegar a um faturamento de 4 bilhões, ainda em 2020. Paralelo a esses projetos está a Campanha de Prêmios 'Um Ano de Mercado Grátis', que inicia dia 15 de agosto e segue até 27 de novembro, e visa fomentar as vendas e tornar ainda mais conhecida a marca. "Essa campanha representa a expansão, queremos ser reconhecidos pelos consumidores como uma marca de qualidade e segurança dos alimentos. E paralelo, vêm os grandes projetos de expansão da produção", reforça Zydek.

A Frimesa prevê investimentos de R\$ 2,75 bilhões na ampliação de suas operações em suinocultura nos próximos cinco anos. Sendo o principal investimento de R\$ 1,05 bilhão em uma planta que está sendo construída em Assis Chateaubriand. Ela terá capacidade para abater 15 mil suínos por dia. As obras estão na fase de terraplanagem e fundações. O primeiro abate está programado para janeiro de 2023.

De acordo com Zydek, o plano de expansão prevê também investimentos em ampliação de fábricas de ração, fornecimento de máquina e equipamentos aos terminadores. A previsão é de que só em matrizes a Frimesa aumente seu plantel em 166% até 2030, pulando das atuais 90 mil para 240 mil fêmeas. "Nosso share na suinocultura brasileira hoje é de 6,6%. Pretendemos chegar a algo entre 13% e 14%. O AVANÇA FRIMESA simboliza o espírito empreendedor e a visão de crescimento sustentável que movem a empresa. Nosso desejo é estar na vanguarda dos negócios suíno e leite para "prover alimentos de valor para as pessoas". Queremos ser referência internacional em nossas atividades e ser marca reconhecida em qualidade e segurança, pelos clientes e consumidores", finaliza Zydek.

Os projetos são:

1

Projeto Unidade Frigorífica de Assis Chateaubriand (UFA):

Executar a implantação da primeira fase de operações com capacidade de 7.500 suínos por dia, até dezembro de 2022.

2

Projeto Unidade Frigorífica de Marechal Cândido Rondon (UFR):

Habilitar a planta para exportar para a China, Japão e Coreia do Sul, com capacidade de 1.500 suínos por dia, até dezembro de 2020.

3

Projeto Unidade Frigorífica de Medianeira (UFM):

Ampliar e adequar os processos operacionais para atender as demandas do mercado interno e externo, com capacidade para 6.900 suínos por dia até dezembro de 2020.

4

Projeto Leite:

Ampliar e adequar os processos industriais para atingir 1.000.000 de litros de leite por dia até Junho de 2021.

5

Projeto 4 Bilhões:

Atingir o faturamento médio mensal a partir de Julho até Dezembro de 2020, de R\$ 350.000.000, totalizando R\$ 4.000.000.000, no ano de 2020.

Webinar Avança Frimesa

Em 07 de agosto, de forma inédita, a Frimesa reuniu o time de gestão e de vendas para apresentar o Plano de Desafios AVANÇA FRIMESA. O evento, transmitido ao vivo, da sede da empresa em Medianeira, contou com mais de mil pessoas, sendo representantes, desde o Rio Grande do Sul até o Pará, bem como, equipes de fora do país. A apresentação foi conduzida pela diretoria Frimesa que mostrou

o plano de ação, novas metas, investimentos e lançou a Campanha de Prêmios 'Um Ano de Mercado Grátis' que tem como embaixadores a dupla sertaneja Fernando e Sorocaba. "Motivamos a força de vendas e mostramos que estamos prontos para essa retomada do desenvolvimento econômico e social do Brasil", finaliza Zydek.

Mais de um milhão em prêmios!

FRIMESA REFORÇA A RELAÇÃO COM OS CONSUMIDORES E VAREJO COM CAMPANHA QUE IRÁ ENTREGAR 1,2 MILHÃO EM PRÊMIOS.

Você já pensou em ganhar um ano de mercado grátis? Com a compra de produtos Frimesa, 100 sortudos terão a chance de ganhar 12 mil reais a partir de 16 agosto. A promoção conta com a participação da dupla sertaneja, Fernando e Sorocaba, e acontece de agosto a setembro. A meta da empresa é ampliar o conhecimento da marca e apresentar o amplo portfólio de produtos em todo o Brasil.

Para acessar a promoção 'Um Ano de Mercado Grátis' o consumidor deve comprar três produtos da Frimesa, acessar o site promofrimesa.com.br e cadastrar o cupom fiscal. Em seguida receberá um número da sorte. Durante o período da campanha, de 16 de agosto a 15 de novembro, serão 3 sorteios com limite por participação de 50 números por CPF cadastrado.

Além de presentear os consumidores, a campanha vem de encontro às ações desenvolvidas para atingir as metas de vendas e, principalmente, tornar a marca conhecida e preferida por todos. "Queremos motivar o consumidor a comprar os produtos da Frimesa e ele poderá fazer isso concorrendo a prêmios. Essa será mais uma campanha de prêmios de sucesso na história da empresa", avalia o diretor presidente da Frimesa, Valter Vanzella.

A Campanha vem paralelo a um projeto grandioso de expansão, o Avança Frimesa, o qual prevê investimentos de quase 3 bilhões nas estruturas industriais de carne suína e lácteos, fomentando as vendas para alcançar a casa dos 4 bilhões do faturamento em 2020. "Temos estrutura industrial com capacidade para produzir, estamos num momento de retomada da economia brasileira, as pessoas estão com energia e vontade de aproveitar as oportunidades e nós estamos nos preparando para esse momento de evolução em tecnologia e representatividade nos negócios", conta o diretor executivo da Frimesa, Elias José Zydek.

Aproxime seu celular no QR CODE e conheça a landing page que informará tudo sobre a promoção.





Acessando o site promofrimesa.com.br, o consumidor confere tudo sobre a promoção: prêmios, inscrição, como participar, regras e os ganhadores de cada sorteio.



Mercado

Nos últimos anos, a Frimesa ampliou os investimentos em comunicação de marketing para sustentar as ações comerciais e o crescimento da empresa. O desafio é ampliar o conhecimento e preferência da marca, continuar preparando o mercado para o plano de expansão com o projeto do frigorífico de Assis, melhorar a performance de vendas em categorias estratégicas, bem como a presença da marca no ponto de venda e a conversão em venda.

Para isso, o plano das ações de marketing para 2020, desenvolvido pela agência OpusMúltipla em parceria com a área de marketing da empresa, foi dividida em duas etapas. Primeiramente a campanha de portfólio que iniciou em 15 de julho, veiculada durante 30 dias, em mídias de todo Paraná, que teve como foco apresentar para o consumidor a extensão do mix de produtos Frimesa que atende o consumidor, em todos os momentos do seu dia – do café da manhã ao jantar. Os astros foram os próprios produtos, sendo o destaque na mídia

exterior, quando as embalagens em tamanho gigante ganharam as ruas em forma de outdoors e painéis especiais de grande impacto. Muitas pessoas passam pelos outdoors e fazem fotos com as imagens dos produtos.

E, para a agosto, a grandiosa campanha 'Um ano de Mercado Grátis' com sorteio de 100 prêmios de 12 mil reais, totalizando R\$ 1,2 milhão, para comunicar ao público fortes investimentos 360°. "Este ano a estratégia foi reforçar a divulgação em praças, nas quais a marca possui boa performance, considerando faturamento e potencial de consumo", explica a gerente de marketing, Elis D'Alessandro.

Para isso, além da mídia nacional, os estados de Paraná e Santa Catarina, bem como as regiões das cidades de Campo Grande (MS),



Belém (PA), Macapá (AP), São Luís (MA), Aracaju (SE) e o interior de São Paulo tiveram recursos potencializados em canais de TV aberta.

O comercial estrelado pela dupla Fernando e Sorocaba, iniciou em 16 de agosto, em programas da TV aberta, campees de audiência. Além da TV, a internet e o ponto de venda – PDV são outros meios potencializados para a divulgação da campanha. Para a campanha chegar aos mais de 35 mil pontos de venda ativos da Frimesa foram preparados materiais, como réguas, displays, faixa de gôndola, stopper, wobler, flyer take one, plástico de forração, display de chão e adesivo fracionado. Esses são exemplos de como a empresa pretende envolver o varejo com a ação.

A mídia 360° da campanha contempla ainda anúncios em rádio, revista, mídia externa, outdoor e busdoor e projetos

especiais que serão feitos em pontos estratégicos e de grande circulação, como na estação do metrô de São Paulo. Esses anúncios contam com imagens reais de produtos, além de um painel de fumaça. As pessoas que passarem próximo aos painéis verão uma imagem, fumaça e o barulho de uma linguiça toscana assando em uma churrasqueira, por exemplo. "Não é o momento de nos escondermos. Tudo continua, e ainda mais forte pós-pandemia. Somos uma empresa jovem, mas estamos cada dia mais consolidada e acompanhamos grandes marcas no mercado competitivo. Por isso, precisamos manter as ações, investir em comunicação para estarmos na mente do consumidor e sermos a escolha certa do consumidor na hora da compra", reforça Vanzella.

POR TODOS os meios, o consumidor vai saber que pode ganhar um ano de mercado grátis. Acompanhe o mapa de ações:



Embaixadores da Frimesa

A campanha de prêmios "Um Ano de Mercado Grátis", da Frimesa, conta com a participação da dupla sertaneja, Fernando e Sorocaba, que é referência para as novas gerações com melhores eventos e lives da atualidade. Em seus shows, eles atingem diretamente mais de vinte milhões de pessoas, somam mais de 820 milhões de visualizações no seu canal oficial no YouTube e mais de 300 vídeos lançados. A dupla está presente em mais de um milhão de playlists no Spotify, tem 2 milhões de fãs na plataforma digital e mais de 3 milhões de ouvintes mensais.

De acordo com Vanzella, a dupla se identifica muito com os produtos que envolvem o churrasco e atuam com o clima e a música do sertanejo rural. "Eles têm ética e postura muito boa enquanto cantores e como pessoas que valorizam a família e a vida no campo. Isso vem de encontro com o DNA da empresa", reforça o presidente.

Os embaixadores da marca, Fernando e Sorocaba, iniciaram a parceria com a Frimesa nas lives no mês de abril, que tiveram um aumento de 50% em números de transmissões ao vivo, principalmente durante a pandemia. A primeira live dos cantores em que



Foto: @cadu_fernandes

a Frimesa esteve presente foi 'Isso é Churrasco', a segunda 'O Chamado da Floresta', a terceira 'O Quadro' e a quarta 'A Rocha'. A identificação da marca Frimesa com a dupla foi tanta que os cantores sertanejos se tornaram consumidores dos produtos. É visível nos stories dos artistas várias receitas utilizando a carne suína em carreteiros e churrasco, e os queijos em receitas especiais. "Estamos felizes em fazer parte dessa família que só cresce e leva alimentos de muita qualidade para todo o Brasil", comemora Sorocaba.

Fernando reforça esse trabalho e se diz feliz em estar com a Frimesa nessa campanha de milhões em prêmios. "É muito fácil falar de produtos que consumimos. Somos apaixonados por carne suína e queremos levar o sabor e a qualidade do produto para nosso público, principalmente os mais jovens. Que essa parceria seja duradoura", finaliza.

‘Experimenta, Fernando e Sorocaba’

De 27 de julho a 05 de agosto, Fernando e Sorocaba realizaram uma Promoção 'Experimenta, Fernando e Sorocaba'. Os participantes postaram uma foto de uma receita pronta que fizeram utilizando produtos Frimesa no seu Instagram, responderam à pergunta: por que ela vai conquistar o coração da dupla Fernando e Sorocaba? Marcaram a @frimesa e a hashtag #ExperimentaFeS. As dez melhores fotos receberam brindes. A dupla sertaneja também escolheu um participante para fazer uma chamada de vídeo.



A AÇÃO foi desenvolvida pela rede social Instagram e centenas de pessoas participaram com deliciosas receitas.

Fatiados Frimesa.
Quem experimenta,
recomenda.

Frimesa

94,4% das pessoas consultadas afirmaram que recomendariam o produto Frimesa que experimentaram.



Presunto fatiado

Presunto, mortadela, queijos. Com os fatiados Frimesa, preparar seu lanche fica mais fácil e comer fica mais gostoso. A gente produz tudo com os melhores ingredientes para todo mundo saborear e repetir.

Com certeza, você também vai recomendar.

frimesa.com.br [f/FrimesaOficial](#) [@Frimesa](#)



Lançamentos no portfólio Frimesa

CONSUMIDOR TEM SE REINVENTADO, BUSCA ALIMENTAÇÃO MAIS SAUDÁVEL E A FRIMESA TEM ACOMPANHADO A NOVA TENDÊNCIA DE MERCADO.

Desenvolver produtos em que as pessoas possam confiar. É por essa ótica que a Frimesa busca estar no dia a dia das famílias brasileiras entregando produtos de qualidade e com preços justos. A identidade do Programa de Inovação foi desenvolvida no início deste ano seguindo o manual da marca, e as demais assinaturas dos programas da Frimesa. O objetivo é identificar as ações de inovação que acontecem em todas as áreas da empresa e ser a identidade visual da área de gestão da inovação que utilizará a assinatura em seus documentos, processos e comunicações internas e externas.

Também foi adotado junto à assinatura eletrônica das áreas de Gestão de Inovação e Tecnologia da Informação.

A Frimesa, cumprindo com seu compromisso de levar saúde e bem-estar a seus consumidores por meio da alimentação, lança em seu portfólio alternativas ao leite e versões à base de vegetais.

+ proteína e sabor

Ficou mais fácil incluir hábitos alimentares saudáveis na rotina sem renunciar ao sabor. A proteína tem sido aliada para bons resultados na perda de peso, aumento de músculos e mais energia. Além disso, a proteína repara e constrói tecidos como cabelo, unha, tendões, músculos e cartilagens, além de melhorar o sistema imunológico.

A Frimesa, pensando em atender os consumidores com esse suplemento alimentar, trouxe para o mercado o logurte Protein+. Uma versão feita com leite, polpa de frutas e concentrado proteico. São 15g de proteína por embalagem, de 170g, nos sabores: Baunilha, Morango e Banana com Açaí.

Cremoso, consistente e saboroso, o logurte Proteico estará disponível também na bandeja 540g com 6 potes, nos sabores Banana com Açaí e Frutas Vermelhas.

A adição de proteína ao já nutritivo logurte, se traduz em uma alimentação saudável e muito saborosa em qualquer hora do dia, no café da manhã, nos lanches ou nos momentos pré ou pós-treino físico.



Também temos o **BURGER VEGETAL**

A Frimesa lançou para todo Brasil, no mês de julho, um burger à base de proteína vegetal da soja, com zero colesterol e sem glúten, mas que mantém o sabor e a suculência, aliada a um tempero delicioso e uma textura de encher os olhos dos apaixonados pelo hambúrguer. A ideia não é apenas atender os consumidores veganos e vegetarianos, mas também aqueles que querem aumentar o consumo de refeições a base de plantas, sem renunciar ao sabor: os flexitarianos. Esse fenômeno que tem sido a reinvenção da comida, retrata a velocidade com que as pessoas estão buscando novos hábitos

e começam a remodelar a indústria de alimentos no mundo. E a Frimesa vem com a versão do Burger Vegetal que promete apresentar sabor e nutrientes parecidos com a proteína animal. A estratégia da empresa é ampliar o portfólio de produtos de alto valor agregado e oferecer ao consumidor opções que se adaptam aos hábitos, paladar e conveniência.

O Hambúrguer 100 % Vegetal da Frimesa é muito fácil de preparar: na grelha, na frigideira, na fritadeira ou até mesmo no forno é ótimo para lanches ou ser a refeição principal. Cada unidade de 90g possui 15g de proteína.

De acordo com o gerente de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação – PDI, Claudécir Antonio dos Santos, o Burger Vegetal é mais uma novidade que a Frimesa traz para atender o consumidor. "Reinventamos nossas indústrias com o foco no cliente. Os produtos são pensados e feitos de acordo com a necessidade e a preferência deles, que hoje, priorizam os produtos saudáveis e sustentáveis com a dieta flexitariana: quando compram produtos de proteína vegetal e animal ao mesmo tempo", explica.



ZERO
COLESTEROL

15g PROTEÍNA
VEGETAL
POR UNIDADE

SEM
GLÚTEN

logurte Zero Açúcar

A linha de logurte Zero da Frimesa é referência para quem busca alimentação saborosa de baixo teor calórico.

Quatro novas opções incorporam a linha de logurte Zero: Coco, Frutas Vermelhas e Blueberry, todos de consumo individual na garrafa 170g. Com destaque para versão garrafa 850g, agora também no sabor Coco.

Sem adição de açúcar e zero gordura, torna-se a combinação perfeita para quem quer começar o dia bem, aproveitando o que há de melhor dos logurtes Zero da Frimesa.



Produtos leves



Queijos Frescais

Os queijos são excelentes fontes de proteínas e vitaminas e a Ricota Fresca da Frimesa, além de ter todos estes benefícios, é leve e fácil de digerir devido ao baixo teor de gordura. É uma excelente aliada das dietas alimentares por conter menor concentração de sódio, comparado a outros queijos.

De origem tipicamente brasileira, o novo Queijo Minas Fresca da Frimesa é produzido por especialistas em queijos, com ingredientes selecionados. De sabor leve e suave, possui consistência delicada devido ao alto teor de umidade, massa branca com algumas olhaduras irregulares, características especiais deste queijo.

Sobremesa Doce de Leite

A sobremesa cremosa da Frimesa está com um novo sabor no mercado. Com adição de 4,5% do delicioso Doce de Leite Frimesa na sua fórmula, o lançamento carrega todo o sabor, qualidade e cremosidade que já conhecemos. A sobremesa de Doce de Leite Frimesa chega no ponto de venda em embalagem bandeja com 200g.



Novidades nas embalagens

Um design mais limpo e cores vibrantes marcam a modernização das embalagens da Frimesa que já estão no mercado com uma nova identidade visual. A constatare renovação busca destacar as peças nos Pontos de Vendas – PDV e mostrar a cultura da empresa nas embalagens com imagens de dar água na boca. A estratégia é se destacar da concorrência e unificar a percepção da qualidade e o posicionamento da marca. Cada embalagem respeita as cores das categorias como tradicionalmente frios e lácteos em tons azuis e carnes e derivados em vermelho.

Alguns produtos se destacaram no PDV com as mudanças e nessa edição trazemos as novidades no doce de leite, requeijão e na embalagem termoformadora de alguns derivados de carne suína.

As novas embalagens trazem códigos visuais proprietários e texturas que valorizam as cores e frescor dos alimentos, mostrado em fotos e imagens.

Doce de leite

A linha de Doce de Leite Frimesa está repaginada. Os doces ganharam uma unidade visual de destaque no PDV com o rótulo adesivo e selo alumínio impresso que chama atenção na gôndola, reforça toda a qualidade Frimesa e desperta aquela vontade de comer o delicioso Doce de Leite Frimesa.

Produzido com matéria-prima selecionada e cuidado especial no processo, o Doce de Leite Frimesa não tem adição de amido, é extremamente cremoso, com sabor suave e bem equilibrado na doçura.

Sem amido.





Defumados

A linha de defumados conta com uma novidade, embalagem termoformada. A mudança contempla três itens da linha: a Costelinha Defumada, o Bacon Pedaço e o Bacon Especial de Paleta Pedaço.

A proposta agrega valor ao produto: as embalagens termoformadas, além de atribuir maior destaque visual aos alimentos no PDV, proporcionam ótima selagem conservando as características naturais dos alimentos, resistência mecânica e altíssima qualidade de impressão na tampa. A Frimesa acompanha as tendências de mercado para atender às expectativas dos consumidores.



Requeijão

Para aumentar a presença nos momentos de consumo, a família dos requeijões está mais moderna. A mudança altera o peso da embalagem que passa de 180g para 200g e o visual renova a identidade.

Um dos derivados de lácteos mais consumidos do Brasil, o Requeijão Frimesa é puro, sem adição de amido e muito cremoso, perfeito para espalhar no pão, torrada ou compor deliciosas receitas. 🍞



Websérie

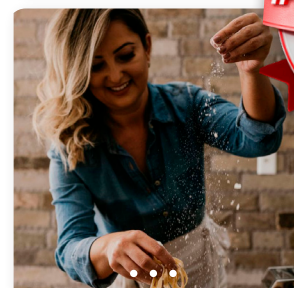
INFLUENCIADORES DIGITAIS PREPARAM DELICIOSAS RECEITAS COM PRODUTOS FRIMESA E CONSUMIDORES GANHARÃO E-BOOK.

Cozinhar é sempre inspirador, principalmente quando tudo é feito com amor, utilizando produtos de qualidade como os da Frimesa que deixam os pratos ainda mais saborosos.

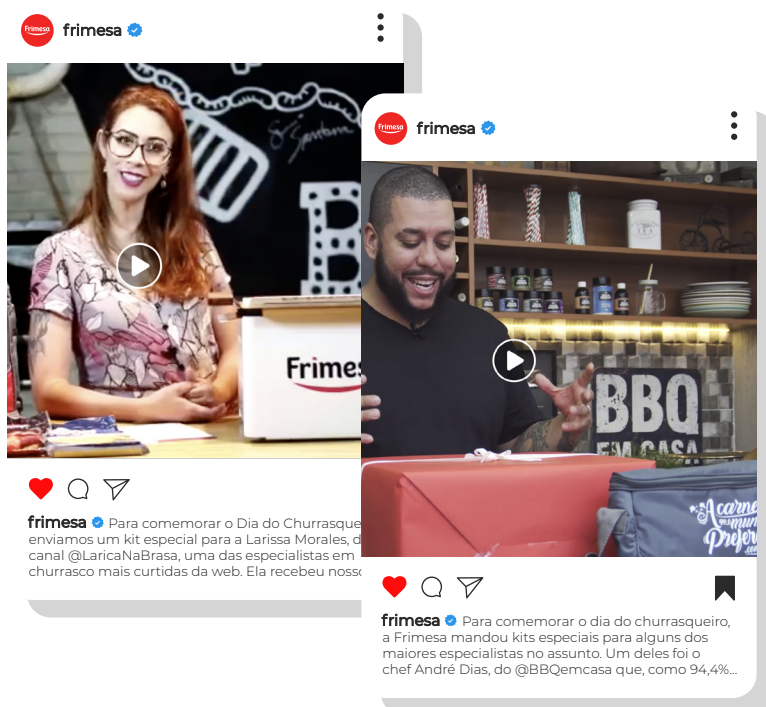
Pensando em levar um presente para seus consumidores, a Frimesa realizou a websérie #EuRecomendoFrimesa para aproximar o público do mix de produtos da marca. A ação, idealizada pela agência HouseCricket, em parceria com o marketing da Frimesa, trouxe os influenciadores Igor Rocha do canal @lgorochaoficial, Camila Sobocinski com o @eu_preparo e Estefano Zaquini do canal @estefanozaquini para preparar deliciosas receitas com os produtos da Frimesa.

O público também foi convidado a participar da ação, postando seus pratos com a #EuRecomendoFrimesa. Para completar, foi feita uma landing page onde é possível baixar um e-book com as receitas da websérie e diversas outras opções para todos os momentos do dia. Entre as receitas está a Polenta Cremosa com Ragu de Linguíça Toscana, Cheesecake de Geladeira e Lanche de Forno.

As receitas podem ser feitas para almoço, jantar e café da manhã, com sabor e praticidade, utilizando os produtos cárneos ou lácteos da Frimesa. Um amplo portfólio traz sabor para diversos momentos do seu dia a dia.



Todos os influenciadores fizeram receitas especiais com produtos da Frimesa.



CASE FINALISTA – A Frimesa é finalista do Prêmio Associação Brasileira de Marketing de Dados – ABEMD 2020 com o case 'Dia do Churrasqueiro Frimesa'. A premiação acontecerá em novembro, em São Paulo. Isso reforça as grandes ações que a empresa tem feito nas redes sociais envolvendo os influenciadores digitais dentro da Campanha "Quem Experimenta, Recomenda". O Dia do Churrasqueiro envolveu os influenciadores @LaricaNaBrasa e @BBQemcasa. Eles receberam um kit churrasco Frimesa e uma churrasqueira personalizada e ensinaram a preparar um churrasco rápido e fácil com produtos da empresa. Foram quatro post com milhares de impressões e visualizações do público.



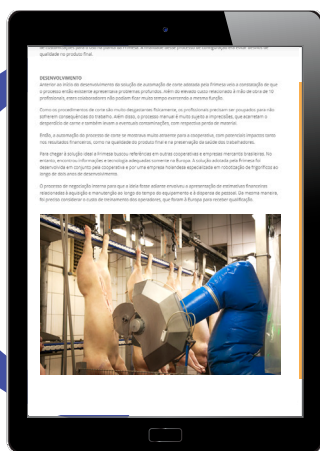
Confira os cliques das novas propagandas da Campanha.

Inovacoop

CASE INOVADOR DA FRIMESA É FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO PARA VISITANTES DO SITE INOVACOOP.

A Frimesa participa com um case inovador na nova plataforma de inovação do cooperativismo brasileiro, o InovaCoop. O site, que é uma das diretrizes definidas no 14º Congresso Brasileiro do Cooperativismo, do Sistema OCB, reúne novidades sobre inovação no Brasil e no mundo – dentro e fora do setor – cursos, ferramentas, informação e conhecimento, tudo para ajudar as cooperativas a inovarem na prática.

A Cooperativa, através da área de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação – PDI enviou algumas inovações da área de marketing como o Painele de Cheiro e ações de divulgação no metrô de São Paulo; inovações em produtos como o Porco a Passarinho e inovações organizacionais/processos como os robôs do abate. Após avaliação, o case escolhido foi do robô e está exposto no site InovaCoop para quem quiser conferir.



A Frimesa participa do site com case dos robôs do abate. Confira a matéria completa.



Inovação do Sul

FRIMESA ESTÁ ENTRE AS EMPRESAS MAIS INOVADORAS DA REGIÃO SUL DO BRASIL.

A Frimesa participou de um questionário da Revista Amanhã que julgou estratégias, processos, recursos, organização, cultura e resultados da inovação.

Este questionário foi processado pela Central do IXL – Center de Bostons nos Estados Unidos. A IXL é uma entidade que é referência mundial na investigação das melhores práticas de gestão da inovação. O Global Innovation

Management Institute (GIMI) é uma organização global sem fins lucrativos, criada por um grupo de executivos, acadêmicos e consultores especializados em inovação.

A segunda etapa foi uma entrevista com o Diretor executivo com o objetivo de destacar as inovações e cultura da inovação na cooperativa. 🍌

Assinatura inovação

A identidade do Programa de Inovação foi desenvolvida no início deste ano seguindo o manual da marca, e as demais assinaturas dos programas da Frimesa. O objetivo é identificar as ações de inovação que acontecem em todas as áreas da empresa e ser a identidade visual da área de gestão da inovação que utilizará a assinatura em seus documentos, processos e comunicações internas e externas.

Também foi adotado junto à assinatura eletrônica das áreas de Gestão de Inovação e Tecnologia da Informação.



Programa de
Inovação
Frimesa

18ª Empresa mais inovadora do Sul;

3ª Empresa mais inovadora do Paraná;

2ª Empresa mais inovadora do Oeste do Paraná;

1ª Cooperativa mais inovadora do Paraná;

1ª Cooperativa de Produção mais inovadora do Sul;

2ª Cooperativa mais inovadora do Sul;

A peculiaridade dos miúdos!

FRIMESA PORCIONA SALGADOS E INVESTE EM EMBALAGEM A VÁCUO PARA LEVAR MAIS QUALIDADE À MESA DO CONSUMIDOR.

No período de inverno, um dos pratos nacionais mais consumidos é uma deliciosa feijoada. Para atender aos paladares brasileiros, ela deve estar bem recheada de ingredientes, ou seja, um bom mestre cozinheiro orienta que a cada quilo de feijão são necessários três quilos de ingredientes. Mas, quais são esses ingredientes? São os defumados e a carne suína — normalmente os chamados miúdos, como pés, orelhas, rabo e peles. Para tornar o prato ainda mais saboroso, esses ingredientes devem levar a marca Frimesa, que tem um portfólio de mais de 20 produtos salgados destinados a pratos quentes, como sopas, caldos e a deliciosa feijoada.

De acordo com a área comercial, no período de inverno (de maio a julho), as vendas desses ingredientes dobram e as regiões do Brasil que mais consomem são: sudeste, norte e nordeste.

A Frimesa tem inovado nessa linha de produtos. Para atender as tendências de mercado, na qual o consumidor necessita de porções menores, os produtos foram individualizados e cortados em pedaços para facilitar o transporte e ter uma porção ideal para a receita que desejar. Os produtos individuais são: rabos, Joelhos, costelinhas, costelas, costela do lombo, orelhas, paleta, pés, Kit Salgado e Kit Feijoada. "Tanto a embalagem como o corte determina a qualidade do produto, por isso, seguimos padrões e buscamos atender à demanda do consumidor, disponibilidade de matéria-prima, processo e distribuição", avalia o assistente técnico da área de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (P&DI), João Marcos Alves.

O projeto de salgados porcionados da Frimesa é desenvolvido desde 2014 com o objetivo de agregar

valor e ampliar o portfólio. Paralelo aos novos cortes, o trabalho também ocorreu na escolha da embalagem desses salgados considerando as características dos produtos, como a presença de osso e sal, porções adequadas e a disposição da peça. "Optamos por embalagens a vácuo que conserva a característica e a qualidade do produto no mercado visando agregação



A feijoada é um dos pratos nacionais mais consumidos nesse período de inverno.

de valor e fortalecimento da marca", informa a assistente do P&DI Embalagens, Zelair Botesini.

Essas mudanças foram significativas para as vendas. Segundo o gestor de produtos da empresa, Amarildo de Lara, tanto os novos cortes, a individualidade das peças e a embalagem a vácuo aumentaram a credibilidade com o cliente, passaram mais segurança e ajudaram no posicionamento da marca e abertura de mercado em grandes redes. "Os clientes priorizam produtos que atendam todas as normas de qualidade, menos manuseio nas lojas e que levem segurança e praticidade ao consumidor", reforça.

"Eu sempre compro produtos da Frimesa. O kit feijoada é algo que eu procuro com frequência porque consumimos muito a feijoada por aqui. Gosto dos cortes e dos temperos do sul que são maravilhosos. A costelinha defumada é maravilhosa!"

**Consumidora dos produtos
Frimesa de Belo Horizonte- MG,
Soleni Maria Padilha.**

Qualidade

O fracionamento dos produtos também vem de encontro às exigências das Boas Práticas de Fabricação. Quando os produtos eram agrupados em embalagens maiores de dez quilos, a separação acontecia no Ponto de Venda e isso oferecia riscos de contaminação química, física e biológica diferente do que é seguido rigorosamente pela indústria. "Os produtos embalados de forma individualizada passam por um processo de seleção, ofertando peças especiais e que atendam às necessidades dos consumidores, além de facilitar o trabalho no PDV", avalia a Danieli Oliveira,

assistente técnica de seção de cortes da Frimesa.

Além disso, outra inovação que gerou ainda mais qualidade aos salgados foi a embalagem a vácuo. Houve uma diminuição de 60% nas reclamações. Os produtos salgados, por suas características naturais são propícios ao desenvolvimento das bactérias *halofilicas* e com o vácuo é interrompido esse desenvolvimento, pois sem o oxigênio a sua proliferação é dificultada. "Os produtos embalados nesse formato passaram a ter seu *shelf life* garantindo maior qualidade e durabilidade", reforça Danieli Oliveira.



**Acesse e confira como é
feito a deliciosa feijoada
com produtos Frimesa.**



A Frimesa tem em seu portfólio mais de 20 produtos salgados para incrementar suas receitas.



PRODUTOS FRIMESA

Salga emprega mais de 50 pessoas

O setor da salga, como é chamado na Frimesa, iniciou com um turno e, no mês de outubro de 2019, expandiu para mais um período e emprega um total de 56 pessoas. No período de inverno, devido ao aumento do consumo desses produtos, aumentou a produção diária alcançando 25 mil quilos/dia. Os produtos são oriundos do Abate e Cortes da Unidade de Carnes de Medianeira e Marechal Cândido Rondon.

De acordo com a encarregada da salga, Fernanda Trevisol, a Frimesa tem crescido consideravelmente com novos cortes e produtos. "As melhorias têm sido constantes, tanto na aparência como também na durabilidade. Nos dedicamos diariamente em melhorar processos, fazer com amor a seleção das peças para levar uma boa experiência na alimentação das pessoas", comemora a encarregada.

A Frimesa é uma das maiores geradoras de emprego e renda em Medianeira. Erson Henrique da Silva de Oliveira, colaborador do setor da salga há quatro anos, se sente orgulhoso em falar da importância do setor, tanto para a empresa como para os consumidores. "Produzimos alimentos de qualidade. Muita gente tem a visão que os miúdos são descartados, mas não. São produtos de qualidade, com valor alto agregado e faz parte de pratos nobres e popularizados em nosso país", finaliza.

Para Amarildo de Lara, os produtos salgados reforçam o portfólio, permitem a presença da Frimesa em mais um momento de consumo e representam entre 1% e 2% do faturamento da empresa, dependendo da época de venda.

Outras melhorias foram feitas, como controles internos dos registros de qualidade, intensificação de inspeções pessoais com o objetivo de garantir as Boas Práticas de Fabricação, treinamento dos colaboradores para entender os processos descritos detalhadamente, através dos Processos Operacionais Padrão, com o objetivo de evitar erros e dúvidas.

TODOS os projetos foram apresentados para a diretoria. Foram 21 participantes do curso de robótica.



Arquivo Frimesa

Robótica

Os 21 jovens aprendizes da Frimesa finalizaram o curso de robótica que durou 14 meses e resultou em 14 projetos. Desses, três foram específicos para o setor da salga e podem ser implementados a qualquer momento a curto e médio prazo.

Entre os projetos esteve a automatização de tanques. Cada tanque identifica o tempo que falta para retirar as carnes do sal. A ideia dos jovens é implantar um 'semáforo' onde o vermelho significa que o tanque não precisa ser mexido, amarelo está em tempo de res-salga e verde está no tempo para embalar. Essa ação facilitará a visualização das informações nos tanques e diminuirá o tempo dessa tarefa para o colaborador que acompanha os processos.

Outro trabalho desenvolvido para o setor é o de cálculos automatizados através de um software que lê a balança conforme a escolha do tipo da carne. Na salga, o controle da quantidade de temperos é feito manualmente. A ideia é automatizar esse controle de cada produto, diminuindo erros e retrabalho.

Os jovens também estudaram a possibilidade de alterar as esteiras colocando-as nas laterais das mesas, fazendo com que o sal caia diretamente no bag, no final da mesa, sem precisar trabalho manual para peneirar. 🍷

O SETOR da salga trabalha em dois turnos e reúne 56 colaboradores. Na foto, alguns colaboradores que representam as equipes.



Arquivo Frimesa

Novo Painel de Gestão

OS COLABORADORES DA FRIMESA PODEM ACESSAR A PLATAFORMA DE QUALQUER LUGAR QUE TENHA INTERNET. MAIS PRATICIDADE E AGILIDADE.

A Frimesa renovou seu Painel de Gestão para proporcionar melhor autonomia e mobilidade para os líderes e colaboradores, viabilizando a autogestão e alinhando as pessoas com a estratégia da organização. Também possibilitará acessar o perfil completo dos colaboradores e da equipe, buscar de forma rápida e prática informações sobre salário, cartão-ponto, benefícios, treinamentos, feedback e outros serviços.

Com essa ferramenta, os gestores estarão atualizados sobre os principais indicadores da sua equipe, simplificando o planejamento de férias da organização de maneira descentralizada e colaborativa, promover a autogestão disponibilizando informações relevantes para os colaboradores. "Queremos melhorar a comunicação entre os colaboradores da sede, unidades e filiais. Através do painel, trazemos mais agilidade e práticas inovadoras para todos", comenta a gerente de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo.

O novo Painel de Gestão já está no ar e todos podem acessar a plataforma de suas casas, tanto para aprovação de notificações e solicitações, como acompanhamento de alguns indicadores em

tempo real. O acesso pode ser feito pelo portal do colaborador www.eu.frimesa.com.br, em qualquer lugar que tenha disponibilidade de internet pelo celular ou computador.

Para a colaboradora da Frimesa, Daniela Aparecida Rodrigues, que atua no Espaço do Colaborador e orienta os trabalhadores para acessar o novo painel, essas mudanças proporcionaram mais comodidade para os colaboradores. "Eles adoraram a possibilidade de acessarem o painel de suas casas. Ficou mais bonito, organizado e com uma boa visualização. O design antigo tinha as letras pequenas, o que dificultava o acesso", avalia. 🗨️



Casa



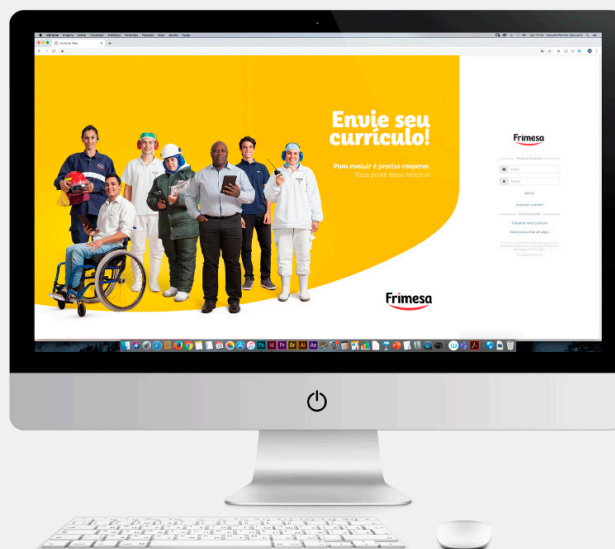
Trabalho



**Dispositivo
móvel**

BENEFÍCIOS

- Cartão-ponto
- Demonstrativo de Pagamento
- Avaliação de desempenho
- Informe de rendimentos para Imposto de Renda
- Pesquisa de opinião
- Recrutamento interno
- Descrição de cargos



Sementes do futuro



PROGRAMAÇÃO VOLTADA AOS CUIDADOS COM O MEIO AMBIENTE SENSIBILIZOU COLABORADORES E PÚBLICO INFANTIL.

Cuidar do lixo é uma responsabilidade de todos e parte da solução dos problemas ambientais enfrentados atualmente. A Semana do Meio Ambiente, realizada todos os anos em junho pela equipe ambiental da Frimesa, abordou o tema "Recicle seus hábitos, SE-PA-RE seu lixo" para conscientizar sobre a questão dos resíduos sólidos, da geração deles, até sua destinação adequada.

As atividades desse ano foram repensadas, respeitando as medidas de prevenção à Covid-19, com destaque para o Concurso de Desenho. Aberto para filhos dos colaboradores, de seis a 11 anos, serviu como ponte entre a empresa e o público infantil, incentivando a consciência ambiental, desde cedo. Dez desenhos foram para votação interna. "Criamos algo diferente. Aplicamos ações para envolvermos os filhos dos colaboradores e incentivar o desenvolvimento de uma cultura de sustentabilidade ambiental nos pequenos", afirma a gerente de Qualidade e Ambiental, Karem de Lucca Paz.

Incentivo que deu certo. A laboratorista da unidade de laticínios em Marechal Cândido Rondon é mãe de Rayssa, que conquistou o primeiro lugar do concurso. "Ela nem sabia que tinha premiação, mas contei do concurso para ela porque sei que ela gosta de desenhar e é uma forma de ensiná-la a fazer as coisas por vontade própria e soltar a criatividade." A educação ambiental é praticada na família dela e na escola, com a separação do lixo, economia de água e luz. Rayssa ganhou uma bicicleta como prêmio pela sua colocação.

Os colaboradores da área ambiental, Flavio Gross e Flavia Manente, que estiveram a frente das atividades, comentam que as expectativas foram atingidas. "O relato da mãe mostra que os participantes entenderam o princípio da ação", comemora Flavio. Flavia fala do futuro, "esperamos que esses desenhos tenham uma marca positiva nessas crianças para que elas cresçam e cada dia mais coloquem em prática a sustentabilidade".

Outras ações educativas foram desenvolvidas, como vídeos sobre resíduos sólidos e logística reversa, exposição da Árvore da Sustentabilidade, composta por folhas de papel semente,

que indicavam atitudes sustentáveis e podiam ser plantadas, dando origem a uma nova árvore. "Esperamos que essas "sementinhas" de aprendizado germinem, criem raízes, cresçam e deem frutos, com novas sementes para dar continuidade ao ciclo", conclui Karem.

A Árvore da sustentabilidade também teve destaque durante o evento, disponibilizada durante uma semana na sede em Medianeira e nas unidades fabris de Marechal Cândido Rondon. Os colaboradores podiam escolher uma das folhas de papel-semente penduradas na área, que uma vez plantada, dá origem a uma nova planta, como a quaresmeira, cravo-francês, manjerição e pimenta-malagueta. As folhas também continham sugestões de atitudes em defesa do meio ambiente, como: reduzir consumo de água, fazer uma composteira, plantar uma árvore, fazer uma horta e não queimar o lixo. 🌱



Os desenhos selecionados abordaram o cuidado com os resíduos e as suas consequências:

"O mundo em nossas mãos"



1º lugar

Rayssa Amanda G. de Souza

"Cuidar e preservar o meio ambiente ação de todos"



2º lugar

Julia Cristina W. Barbosa

"Qual sua escolha"



3º lugar

Ana Laura Giehl

Dia de Cooperar

DESAFIO DO QUINTAL

DIA C, EM MEDIANEIRA, É MARCADO POR UNIÃO DAS COOPERATIVAS NO COMBATE AO MOSQUITO DA DENGUE.

As ações do Dia do Cooperar — Dia C, também foram reinventadas devido à pandemia e a necessidade de ficarmos isolados com o mínimo possível de contato. Em anos anteriores, as atividades aconteciam em praça pública onde as cooperativas se reuniam para realizar várias ações em prol da comunidade como: consultoria jurídica e financeira, aferir pressão, testes de glicemia, corte de cabelo, arrecadação de produtos, entre outras ações. Agora, as cooperativas de Medianeira: Frimesa, Sicredi, Unimed, Sicoob, Cresol, Lar e Uniprime realizam de 15 de julho a 14 de setembro, o Desafio do Quintal, uma mobilização online para motivar as pessoas a combater a proliferação da Dengue em suas comunidades, deixando seus jardins, lotes limpos e concorrer a prêmios.

De acordo com o presidente da Cooperativa Lar, Irineo da Costa Rodrigues, é uma ação que visa prevenir doenças e preservar a saúde das pessoas. "Queremos deixar a cidade mais limpa e bonita. Pedimos que a população cuide do seu lote constantemente", reforça.

Para participar, os moradores de Medianeira deverão fotografar o antes, durante e depois da limpeza do seu lote e publicar no facebook e instagram do Desafio do Quintal utilizando a hashtag #desafiodoquintaldia.

Essas participações serão avaliadas por uma Comissão Organizadora e as três melhores ganharão prêmios em dinheiro. Os critérios de avaliação serão a área limpa, manutenção da limpeza, organização, envolvimento da família e destinação do lixo.

Durante os 90 dias da ação haverá sorteio de prêmios entre os participantes.

Serão premiados os três primeiros lugares, sendo:

3º lugar — R\$ 500,00

2º lugar — R\$ 1000,00

1º lugar — R\$ 1500,00



Doação de alimentos em Rondon

Em Marechal Cândido Rondon, o Dia do Cooperar aconteceu no mês de junho e foi marcado por uma campanha de doação de alimentos para ajudar as famílias que tiveram suas rendas prejudicadas, devido à pandemia do Coronavírus. As cooperativas envolvidas na ação foram: Cercar, Coofamel, Cooperlindeiros, Cooperagir, Copagrill, Cresol, Frimesa, Sicoob, Sicredi, Unimed, Uniprime e Acimacar, com o apoio do Cojem, Conselho da Mulher Empresária e Sesc. Foram arrecadadas 4.666 peças de roupas e calçados adulto e infantil, 3.445,52 quilos de alimentos, produtos de higiene e limpeza, leite em pó e longa vida nos pontos de doação dos supermercados rondonenses, além de R\$ 8.188,66 em dinheiro, recebidos durante a live realizada no dia 27 de junho pelas bandas rondonenses Full Rocker e Storehouse e a dupla Dalton e Lucas.



Arquivo Acimacar

Lives do Cooperar

O diretor presidente da Frimesa, Valter Vanzella, resume o significado do cooperativismo que tem uma história de sucesso no Paraná: "Somos uma sociedade de pessoas que nos ajudamos mutuamente. O cooperativismo vem ajudando de forma fantástica toda a região, gerando emprego e desenvolvimento".

É com essa visão que todos os anos as cooperativas do Paraná e do Brasil se unem para realizar ações em prol do Dia do Cooperar – neste ano, realizado em 04 de julho. Devido à pandemia as

ações foram reformuladas para evitar as aglomerações. Por isso, a maioria das atividades aconteceram online. A Frimesa participou de toda a programação desenvolvida pela Organização das Cooperativas do Paraná – Ocepar, acompanhando as lives, participando das palestras online e inserindo na programação regional um vídeo da música 'Sou Frimesa', escrita e interpretada por colaboradores.

O Dia do Cooperar é desenvolvido pela Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB e com apoio do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – SESCOOP. 🟢



Linguicas Frimesa.
**Quem experimenta,
recomenda.**

94,4% das pessoas consultadas afirmaram que recomendariam o produto Frimesa que experimentaram.

Linguica Toscana

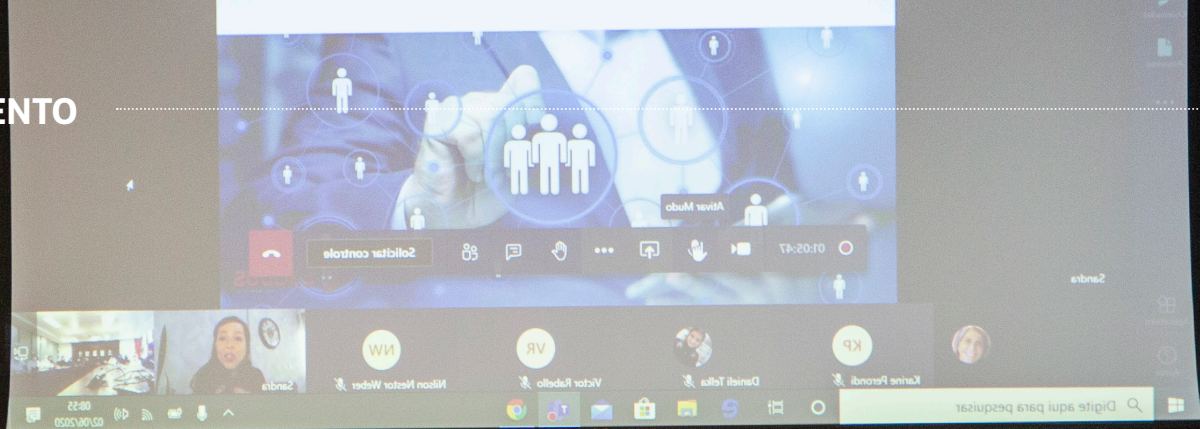
Quando você vai de Linguica Frimesa, sabe que vai saborear um produto com a maior qualidade, feito para deixar qualquer refeição deliciosa. Não é por acaso que, de acordo com nossa pesquisa de satisfação, 94,4% das pessoas que experimentam, recomendam Frimesa. **Com certeza, você também vai recomendar.**

frimesa.com.br  /FrimesaOficial  /Frimesa

Frimesa



TREINAMENTO



Ensino remoto

FRIMESA SE REINVENTA EM TREINAMENTOS PARA COLABORADORES COM AULAS ONLINE EM PARCERIA DO SESCOOP.

Apesar de todos os desafios que a pandemia trouxe para a educação no mundo todo, as mudanças vieram para ficar. As medidas de isolamento social, de higiene e de controle de aglomerações são realidade em todos os lugares, inclusive na Frimesa, e isso não deve mudar enquanto não tivermos uma vacina disponível para prevenir o Coronavírus.

A Frimesa, sempre preocupada em atualizar seus colaboradores, atuava com cronograma anual de cursos e treinamentos que foram paralisados devido à nova realidade. A expectativa era de retomar as aulas presenciais, mas após experiências em países como a China, França e Coreia do Sul, que começaram a retomar as aulas em meados de maio e foram forçadas a fechar por causa do novo aumento de transmissão da doença, as mesmas não aconteceram.

Devido ao risco eminente de novas infecções, a tendência em todo o Brasil, assim como na Frimesa, é que prevaleça a modalidade de ensino híbrida, a qual combina com o ensino presencial e online. "No momento, estamos elaborando um Plano de Ação para nossos treinamentos. Tivemos uma experiência de um curso de gestão gerencial online no início de junho através do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – Sescop que foi bem aceito", explica a encarregada de Gestão de Pessoas, Karine Perondi.

O Sescop também tem se reinventado, disponibilizando uma nova plataforma para centralizar conteúdos, além de buscar por profissionais que possam atender às demandas de ensino ofertadas. "A primeira experiência foi positiva, tivemos uma interação dos participantes e atingimos colaboradores de todas as nossas unidades e filiais", avalia Karine Perondi.

No Plano de Ação dos treinamentos da Frimesa, constam também as adaptações tecnológicas com computadores, webcan, caixas de som, microfones e toda uma logística de espaço e investimento para esse novo método de Ensino a Distância. "Iremos economizar em deslocamento, viagens, estadias e otimizamos tempo, mas vamos precisar investir

também nessa nova forma de ensino", avalia a encarregada, que tem se dedicado na elaboração do plano perante os posicionamentos da empresa e dos órgãos competentes.

Atualmente, a Frimesa já tem a ferramenta moodle que oferta treinamentos específicos focados no desenvolvimento do colaborador. Essa plataforma também tem sido reformulada, melhorada e alimentada com novos conteúdos.

"O uso da tecnologia é sensacional. Apesar da distância, ela nos aproxima. Podemos nos reunir com várias pessoas de todas as unidades que às vezes nem poderiam participar. Além disso, gera economia para a empresa. O aproveitamento é o mesmo que presencial. É ruim não podermos estar juntos, mas temos que nos adaptar às mudanças no mundo."

Janaina Trento, supervisora industrial, Unidade Fabril de Matelândia.

"Foi muito proveitoso, pois tive a oportunidade de estar de forma distante debatendo por igual com os colegas e a instrutora conseguindo tirar minhas dúvidas."

"Acredito que este modo de treinamento, apesar de estar sendo aplicado por força da pandemia, vai ser tornar constante, já que conseguimos usá-la com sucesso."

Flavio Renato Mota do Amaral, supervisor industrial, Unidade Fabril de Capanema.

Gestantes ganhadoras

COLABORADORAS GESTANTES DA FRIMESA PARTICIPARAM DE DESAFIO NO ISOLAMENTO SOCIAL E GANHARAM PRÊMIOS.

Os projetos de atenção à saúde dos colaboradores da Frimesa também foram reinventados devido à pandemia. As mais de 200 gestantes colaboradoras puderam participar do desafio #GestantesFrimesaEmCasa o qual teve como objetivo melhorar a saúde mental e desenvolver a habilidade com artesanato.

Se inscreveram no projeto 15 gestantes que produziram peças artesanais durante o distanciamento social, sendo que no dia 01 de junho, cinco dessas foram premiadas com kits bolsa maternidade e outras utilidades para o bebê. As peças artesanais foram avaliadas segundo os critérios de criatividade, beleza e reaproveitamento.

Em primeiro lugar, ficou a colaboradora Eliane Cechi da Unidade de Medianeira, com porta-objetos reutilizando plástico e tecido. Em segundo e terceiro lugar estão as colaboradoras Francieli Alves, com uma caixa de costura; e Angelita Mulder que realizou dobradura, ambas trabalham Unidade de Látex em Marechal Cândido Rondon. Em quarto lugar a colaboradora Miriane Santana da filial de Bebedouro, São Paulo, que confeccionou um pote de vidro. A colaboradora Luana Martins



ALÉM de ocupar as gestantes, o projeto entregou prêmios especiais como bolsas, mamadeiras e mantas.

Arquivo Frimesa

decorou latas com EVA e tecido e conseguiu o quinto lugar.

O cuidado com as colaboradoras gestantes faz parte do Programa Cuidar. Paralelo ao desafio, todas as gestantes cadastradas na Frimesa foram presenteadas com uma mamadeira. 🗨

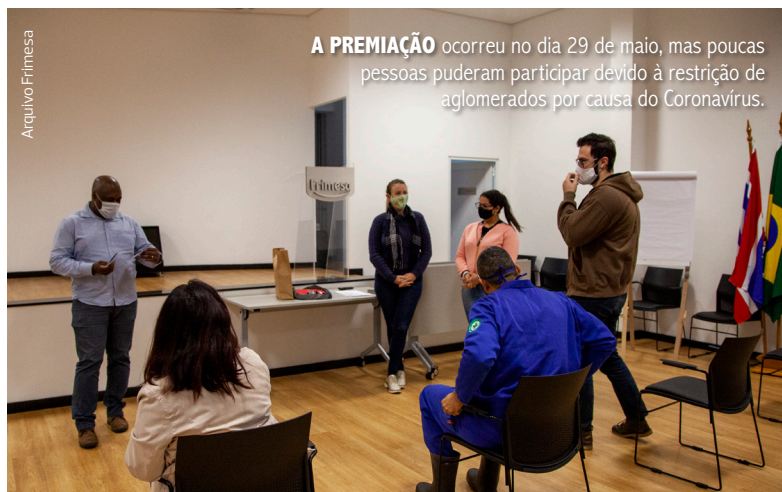
Semana SIPAT

ATIVIDADES VIRTUAIS SOBRE ERGONOMIA, RUÍDO E SEGURANÇA FORAM REALIZADAS, ENVOLVENDO OS COLABORADORES.

Com o tema "Cuide de você para cuidar dos outros" a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho – Sipat, realizada no mês de maio, envolveu todos os colaboradores em ações aplicadas virtualmente devido à pandemia. A reinvenção da Semana contou com uma série de vídeos sobre ergonomia que foram disponibilizados no eu.frimesa.com.br. O destaque foi para a realização de um quiz sobre segurança, ergonomia e ruído que teve 474 participações e premiou os dez primeiros participantes. Teve sorteio de brindes para os demais.

Além das comunicações internas, um vídeo da diretoria da Frimesa também marcou a abertura da Semana Sipat, reforçando a importância dos cuidados nos locais de trabalho mas, principalmente, o cumprimento das medidas de prevenção ao Coronavírus. "Dadas às condições, nossa semana foi positiva, conseguimos conscientizar o trabalhador sobre sua saúde e segurança", reforça o supervisor de segurança do trabalho, Ilsson Sassi Junior.

Também foi realizado um Concurso de Paródias e os vencedores foram: 1º colocado – Renato Soares (Sala de máquinas) – "Eu cuido de você"; 2º colocado – Antônio Muller (Cortes) – "Eu cuido de você para cuidar de todos"; 3º colocado – Guilherme (DGP) e Valdecir (Sesmt) – "Podemos trabalhar como quiser". Foram entregues R\$ 600,00 em prêmios. 🗨



A PREMIAÇÃO ocorreu no dia 29 de maio, mas poucas pessoas puderam participar devido à restrição de aglomerados por causa do Coronavírus.

Arquivo Frimesa

UNIDADE MCR

Arrastão da Dengue

Cerca de dez colaboradores da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes – CIPA, da Unidade Fabril de Queijos da Frimesa, em Marechal Cândido Rondon, e do Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho – Sesmt, realizaram um arrastão de limpeza em toda a parte interna da indústria, no dia 23 de junho. O objetivo foi eliminar os focos de mosquito da dengue e ajudar o município a diminuir o índice de casos. Foram recolhidos dois sacos de lixo com bastante plástico e lona. O próximo arrastão está previsto para o início do verão. 🌧



GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

ABAIXO VOCÊ CONFERE A TRAJETÓRIA DE COLEGAS QUE AJUDAM A CONSTRUIR A FRIMESA TODOS OS DIAS. OS DEMAIS COLEGAS COMEMORANDO TEMPO DE CASA VOCÊ ENCONTRA EM EU.FRIMESA.COM.BR/FRIMESA (GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA). APROVEITE PARA FELICITÁ-LOS. A LISTA É ATUALIZADA MENSALMENTE.



A assistente administrativa da Unidade de Matelândia, Juliane D'Agostini, tem 15 anos de empresa e acompanhou a evolução no segmento de iogurtes. "De lá pra cá melhorou a questão tecnológica, a qualidade e variedade de produtos, o complexo industrial e o corpo funcional cresceu de 35 para 300 colaboradores", pontua. Atualmente na área de Gestão de Pessoas, entrou na Frimesa aos 23 anos, ainda cursando faculdade. "Fico super feliz e orgulhosa de estar aqui há tanto tempo, consegui independência financeira e construí minha vida", comemora Juliane. Ela é casada e mãe de duas meninas.



Beatriz Corbari, 49, é monitora no setor de Cortes, em Medianeira. Colaboradora desde 1995, quando deixou de ser doméstica, precisou acompanhar os colegas para aprender, mas hoje, orienta os recém-chegados. Seu marido (*in memoriam*) também trabalhou na Frimesa e juntos conseguiram dois terrenos, um carro e uma moto. Viúva, com uma filha estudante, Beatriz faz a renda da casa e por isso se importa com a segurança. "Adoro trabalhar aqui, também por causa dos benefícios e do salário garantido todo mês. E aconselho: se você trabalha corretamente, você garante seu emprego", afirma.



Sebastião da Silva (ou Tião, como é conhecido entre os colaboradores da Unidade de Medianeira), está na Frimesa há 30 anos. Era agricultor em Matelândia quando em 1990 decidiu deixar a vida no campo e encontrou trabalho no setor de higiene da Frimesa, ainda Sudcoop. Segue ali até hoje, fazendo a preparação dos produtos químicos para a limpeza fabril. Aos 57 anos é casado e pai de dois filhos e se orgulha de fazer parte da família Frimesa. "Graças ao trabalho conquistei minha casa própria, carro, evolui muito profissionalmente e como pessoa", conclui.

Embaixadores do bem!

COLABORADORES DA FRIMESA SÃO EXEMPLOS EM PARTICIPAR DE AÇÕES SOLIDÁRIAS E DEMONSTRAR AMOR AO PRÓXIMO.

A Frimesa é feita por pessoas que são agentes transformadores, disseminam as boas práticas e ajudam a comunidade. Essa preocupação em contribuir é também um dos princípios do cooperativismo. Em todas as unidades fabris e filiais, algumas pessoas têm sido embaixadoras de ações do bem, principalmente no período da pandemia.

Mesmo com as limitações de contato, o abraço ou um aperto de mão foi substituído por orações diárias, por uma palavra de reflexão. Todos os dias, às 09h45min, num espaço aberto, mantendo o distanciamento, próximo à Lavanderia na sede da Frimesa, os colaboradores são convidados a reforçar sua fé.

A idealizadora do gesto foi a Maria Elena Raffel que começou com um grupo de três pessoas e, hoje, mais de 50 colaboradores participam dos dez minutos de orações, reflexões sobre alguns temas do cotidiano, muitas vezes baseados na bíblia. "Independente de religião, todos são convidados a participar. A fé é uma só e se as pessoas tiverem, podemos alcançar todos os sonhos", acredita Leninha.

Leninha é uma das colaboradoras que fazem a diferença dentro e fora da empresa. Ela coordena, há 38 anos, um projeto de doação de cestas básicas a famílias carentes, através da Igreja Evangélica Assembleia de Deus. São 80 mulheres que doam, uma vez por mês, alimentos não-perecíveis para compor uma média de 20 cestas básicas destinadas a famílias carentes de Medianeira. Além disso, doam roupas, móveis e medicamentos.



TODOS os dias, alguns colaboradores em seu horário de descanso, tiram uns minutinhos para fazer orações.

Arquivo Frimesa



**GESTÃO DE PESSOAS
INFORMA**

Notificações

Colaborador, acesse o Pannel de Gestão através do eu.frimesa.com.br (acesso rápido) e verifique se há notificações com relação ao seu cartão ponto. Você precisa fazer login com seu número de crachá e senha informada na folha de pagamento. Para realizar ajustes vá para — Pannel de Gestão — My Analytics — Acerto de Ponto.

Combate à Covid-19

Continuamos com o Plano de Contingência ao Coronavírus, e medidas foram reforçadas. Termos, ações internas e informações estão disponíveis em eu.frimesa.com.br, e murais internos. Caro colaborador, em todo caso, fale com a sua liderança. Recomendamos as medidas repassadas pelo Ministério da Saúde.

Inflação

De acordo com o INPC — Índice Nacional de Preços ao Consumidor — órgão especializado do IBGE que realiza a medição dos níveis de inflação acumulada, a variação registrada em junho de 2020 foi de 0,30% e um acumulado de 2,35% em 12 meses.

Algumas pessoas que, costumeiramente, encontram formas de ajudar o próximo:

Jheynefer Cristina Fachin é supervisora de produtividade da Unidade Fabril de Queijos (UFQ) de Marechal Cândido Rondon e participou junto com o marido de uma campanha de doações de alimentos para famílias afetadas pelo Coronavírus. Eles doaram alimentos não-perecíveis como feijão e arroz para compor cestas básicas, através do Dia do Cooperar. "Fizemos parte de uma cooperativa e precisamos ser solidários", incentiva.

Participar de ações voluntárias é compromisso para a família de Mara Marlize Auller, também colaboradora da UFQ. Após ver um projeto de Solidariedade em uma rádio de Marechal Cândido Rondon, que solicitava doações de roupas de bebê de 0 a 3 anos, Mara juntou as roupas que seu filho não usava e doou. Foram mais de 20 peças que compuseram vários kits distribuídos às mães desempregadas ou que não possuíam condições de comprar. "Quando vi a foto dos kits com as roupas do meu filho me senti orgulhosa e feliz em participar", reforça.

Cortes suínos Frimesa
**Quem experimenta,
recomenda.**

Frimesa

94,4% dos pessoas consultadas afirmaram que recomendariam o produto Frimesa que experimentaram.

Picanha suína

Não é difícil entender por que o mundo prefere carne suína. Além da variedade de pratos que você pode preparar, ela também tem uma variedade de vantagens: saúde, praticidade, preço. Sem falar que é uma delícia, né? E a Frimesa tem a linha mais completa, com 12 cortes diferentes, para toda refeição ficar mais gostosa. Desse jeito, a carne que o mundo prefere também vai ser a sua preferida.



acarnequeomundoprefere.com.br

f/FrimesaOficial

@/Frimesa

RECEITAS PARA COLECIONAR



RECEITAS PARA COLECIONAR

Caldo de Linguiça tipo Calabresa e Bacon Frimesa

INGREDIENTES:

6 batatas em cubos
6 xícaras (chá) de água
Banha Frimesa
1 cubo de caldo de legumes
200 g de Linguiça tipo Calabresa Frimesa em fatias
200 g de Bacon Frimesa em cubos
1 cebola picada
2 dentes de alho picados
1 maço de couve fatiada
Sal, pimenta-do-reino e cheiro-verde picado a gosto

MODO DE PREPARO:

1. Em uma panela grande, em fogo médio, cozinhe as batatas com a água e o caldo de legumes. Desligue e deixe esfriar.
2. Bata metade das batatas com um pouco da água do cozimento no liquidificador até formar um creme.
3. Em outra panela, em fogo médio, aqueça 2 colheres de sobremesa rasas de Banha Frimesa e frite a Linguiça tipo Calabresa Frimesa e o Bacon Frimesa em cubos até dourar.
4. Adicione a cebola, o alho e refogue até que doure a cebola.
5. Junte as batatas em pedaços com o caldo do cozimento e a batata batida, a couve, sal, pimenta, cheiro-verde e cozinhe por 4 minutos ou até a couve ficar a seu gosto.

Brigadeiro de Milho Verde

INGREDIENTES:

3/4 xícara de leite integral Frimesa
1 lata de milho verde
1 lata de leite condensado Frimesa
1 colher de sopa de manteiga Frimesa
1/4 xícara de creme de leite Frimesa
Coco queimado ralado
Manteiga para untar

MODO DE PREPARO:

1. Bata o milho verde com o leite (se possível, bata por uns 3 a 4 minutos).
2. Peneire para obter apenas o líquido.
3. Em uma panela adicione o leite batido com o milho, o leite condensado e a manteiga.
4. Leve ao fogo baixo e mexa até engrossar, junte o creme de leite fresco e misture novamente até engrossar. Reserve na geladeira, coberto por plástico filme para resfriar (aproximadamente 3h).
5. Com as mãos untadas com manteiga, enrole pequenas bolinhas e passe no coco queimado ralado. Coloque em forminhas e sirva.

Canjica de Doce de Leite

INGREDIENTES:

1 1/2 xícara de milho de canjica (branca)
1 l de leite integral Frimesa
400 g de doce de leite Frimesa
1 un de canela em rama (ou pau)
8 un de cravo-da-índia
1 caixa de creme de leite Frimesa

MODO DE PREPARO:

1. Cozinhar a canjica conforme instruções da embalagem.
2. Dispor o milho já escorrido em uma panela, adicionar o leite, o doce de leite, a canela e os cravos.
3. Cozinhar em fogo baixo, mexendo de vez em quando, até que a mistura engrosse.
4. Retirar do fogão, retirar a canela em pau e os cravos.
5. Misturar o creme de leite, porcionar e reservar para esfriar.

Dica:

Para deixar seu preparo mais bonito e apetitoso, você pode salpicar, logo antes de servir, ingredientes como: paçoca, castanhas, nozes, amendoim, amêndoas, entre outros, conforme sua preferência.

Molho de Linguiça Toscana Frimesa

INGREDIENTES:

1/2kg de Linguiça Toscana Frimesa
1 cebola média (picada)
Cheiro verde a gosto
200ml de molho de tomate
100g de Queijo Mussarela Frimesa (ralado)
Banha Frimesa

MODO DE PREPARO:

1. Retire o envoltório da Linguiça Toscana Frimesa. Pique-a em pedaços pequenos.
2. Coloque a Banha Frimesa e a cebola na panela para dourar.
3. Adicione a Linguiça Toscana Frimesa e refogue até dourar.
4. Depois de dourada, acrescente o molho de tomate e deixe apurar.
5. Coloque o cheiro verde e desligue o fogo.
6. Transfira para um refratário médio e finalize com o Queijo Mussarela Frimesa no molho ainda quente.

SABOR E TRADIÇÃO.
— DESDE —
★ ★ ★ 1977 ★ ★ ★

Frimesa

Copa e Salames Premium Frimesa. Quem experimenta, recomenda.

Os salames e a copa da linha premium Frimesa têm só o que interessa: cortes nobres de carne temperados com especiarias, sem nada de lácteo na formulação. Tudo pra você deixar momentos especiais ainda mais únicos. Quem experimenta, recomenda!

frimesa.com.br  /FrimesaOficial





PROMOÇÃO

Frimesa

Fernando



Sorocaba



1ano
DE MERCADO
GRÁTIS

Compre 3 produtos Frimesa e concorra a

R\$ 1.200.000,00

em compras.

PROMOFRIMESA.com.br

Acesse
o **QR Code**
da promo!



Distribuição gratuita de prêmios. Válida para qualquer pessoa física, portadora de CPF, maior de 18 anos, residente no Brasil, que de 16/08/20 a 15/11/20 efetuar a compra, em um mesmo cupom fiscal, de 3 produtos promocionados iguais ou diferentes, e seus múltiplos, disponíveis em qualquer loja que comercialize os produtos Frimesa e esteja sinalizada com material de comunicação. Inscrição no site de 16/08/20 a 26/11/20. Sorteios com base na Lotomania: 15/09/20, 16/10/20 e 27/11/20. Guarde o original do cupom fiscal pois poderá ser exigido para o recebimento do prêmio. Os 100 prêmios de R\$ 12.000 serão divididos entre os sorteios e entregues em 1 cartão pré-pago, sem função de saque, para utilização na rede credenciada VR Benefícios. Consulte os períodos, limite de inscrições e demais condições de participação no regulamento em www.promofrimesa.com.br. CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SECAP Nº 04.008455/2020.