

REVISTA Frimesa

Ano XIV Edição nº86 | out/nov/dez de 2017
www.frimesa.com.br

40
anos

Frimesa

Frimesa

40 anos

Vai de iogurte de verdade.
Vai de Frimesa.



A cremosidade irresistível do iogurte Grego Frimesa ficou ainda mais deliciosa. Agora são 10 opções em embalagens individuais, com inspiração na diversidade de frutas que temos no Brasil. Ficou na dúvida? Prove todos.



frimesa.com.br

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

Caros Amigos,

Completamos, em dezembro, 40 anos de existência, atingindo a maturidade empresarial e cooperativista. Construímos uma história com muito trabalho, cooperação e postura ética em nossas relações construtivas.

Durante o ano realizamos eventos comemorativos com os públicos que convivemos. Concluímos a modernização de três indústrias, inauguramos o prédio do Centro Administrativo, iniciamos as obras do novo frigorífico de suínos, arrendamos um frigorífico para processar 1.400 cabeças ao dia, abrimos dois novos Centros de Distribuição e investimos na divulgação da marca Frimesa em todas as mídias. Recebemos premiações em inovação, comunicação, crescimento, sustentabilidade e reconhecimento pela atuação social e ambiental.

Nesta edição você conhecerá um pouco da nossa trajetória que foi construída por inúmeras pessoas. Nossa essência está nas pessoas. Somos milhares de colaboradores diretos e in-

diretos, produtores, clientes, consumidores e fornecedores. Todos participantes ativos deste processo de desenvolvimento sustentável.

Para coroar nossos 40 anos promovemos dois grandes espetáculos, um no dia 13 de dezembro, com o grupo de ballet Bolshoi, e outro no dia 15, com Chitãozinho & Xororó, Maestro João Carlos Martins e a Orquestra Filarmônica de São Paulo.

A você, nosso leitor, desejamos muita paz e saúde, além de sucesso em suas atividades. Atravessamos juntos um ano difícil na economia, na política e na gestão pública. Temos uma importante tarefa em 2018, que é a eleição de nossos dirigentes públicos. A vida dos brasileiros dependerá das mudanças a serem feitas na gestão pública.

Rogamos a proteção de Deus na vida de cada um para que tenhamos alegria em nosso trabalho e fraternidade com nossos semelhantes.

Feliz Natal e mudanças no Ano Novo!

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

Conselho Fiscal:

José Carlos Colombari, Genesio Clemente,
Adelar Viletti, Vilmar Fülber, Moacir Scuziatto
e Elis Carla Colombi.

Diretor Presidente:

Valter Vanzella.

Diretor Executivo:

Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Outubro |
Novembro |
Dezembro
2017

06	Sala do Produtor	18	Premiação
08	Parceria	20	CAPA
10	Análise de Mercado	31	Livro
12	Top of Mind	32	Lançamento
16	Mídia	33	Gestão de Pessoas



www.frimesa.com.br

REVISTA Frimesa

Revista Frimesa é uma publicação bimestral da Frimesa Cooperativa Central, de circulação interna e distribuição gratuita.

Rua Bahia, 159 - Medianeira (PR) CEP 85884-000
Fone: (45) 3264-8000 site: www.frimesa.com.br
e-mail: midia@frimesa.com.br

Edição 86 Ano XIV - OUT/NOV/DEZ 2017

Departamento: Marketing. **Jornalista e Editora Responsável:** Elis D'Alessandro MTb 7476. **Jornalista:** Oly Francescon Junior. **Colaboração:** Mariana Lourenci. **Capa e Diagramação:** Lincoln Pereira Gaboardi. **Revisão:** Evelina Lemke Pereira. **Áreas Colaboradoras:** Segurança Alimentar e Ambiental, Comercial, Fomento Suíno, Gestão de Pessoas, Fomentos Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas. **Impressão:** Gráfica Tuicial **Tiragem:** 18.000 exemplares.

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

A Frimesa comemora, em 13 de dezembro de 2017, quatro décadas de fundação, com uma história marcada pelo crescimento, investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos que contribuíram para a forte presença da marca nas gôndolas do país.

PLACA de fundação da SUDCOOP, a Cooperativa Central Agropecuária Sudoeste LTDA, datada de dezembro de 1977.





Inspirados na cooperação

Com necessidade de progredir, família Wagner, de Missal, se associa à cooperativa Lar e investe na suinocultura, uma receita de sucesso de 25 anos

FAMÍLIA comprova que a dedicação e a busca constante pela melhoria são os fatores necessários para garantir bons resultados.

Família que trabalha unida, assim permanece e, sem dúvidas, prospera. Quem chega à propriedade do casal Vare e Soeli Wagner comprova que essa filosofia de trabalho é responsável pelo desenvolvimento do empreendimento mantido na criação de suínos, um legado de ensinamentos que tiveram com os pais e agora passam para o filho Adriano.

Já a parceria com o cooperativismo é de longa data e quase se confunde com o início da Frimesa, nos anos 80, na atividade de suínos. O casal se associou à Cooperativa Cotrefal, hoje Lar e, a partir daí, os pequenos produtores começaram essa trajetória de sucesso.

No início dos anos 90, em um gesto visionário, os pais de Soeli criaram uma Unidade Produtora de Leitões Comunitária, com 150 matrizes que era mantida por sete sócios. Eles recebiam 100 suínos cada e o restante era vendido para a cooperativa, para tornar viável a produção.

Logo depois do casamento, Vare e Soeli, se inspiraram na iniciativa e, em 1994, começaram a criação de suínos própria na linha São Silvestre, em Missal. Ambos tinham experiência, pois os pais da dona Soeli entregam suínos para Frimesa desde 1980, enquanto Vare trabalhava com suínos e aves, ainda solteiro.

Quase vinte cinco anos depois, a família Wagner tem três principais fontes de renda: a suinocultura, a bovinocultura leiteira e as lavouras. O suíno entra com 65% do todo, proveniente das granjas com capacidade de alojar 1000 animais para a terminação. O leite, com cerca de 10 vacas, representa 19% e o restante, 16%, vem das lavouras, com o plantio em uma área de 13,31 hectares.

A TRAJETÓRIA Seu Vare recorda do início difícil. "Quando começamos, para alojar os 100 suínos que recebemos da Unidade Comunitária, não tínhamos recursos para construir uma estrutura adequada. A solução, que não era correta, mas necessária, improvisamos um espaço no próprio galpão utilizado para secagem de fumo". O que era um improviso, cerca de três anos depois, em 1997, passou a tomar forma. A família decidiu construir uma granja para 250 animais. Neste momento acreditavam ter alcançado sua produção máxima.

A cada lote os resultados melhoravam e tornavam possível dar mais um salto. Entre os anos de 1999 e 2001 os Wagner tiveram os melhores resultados de produtividade da Cooperativa na época. Estes episódios garantiram o fôlego necessário para crescer ainda mais. Em 2002 o número de animais dobrou e foi construída uma segunda granja. Para dedicarem mais tempo à suinocultura, em 2004, os Wagner tiveram de encerrar as ativida-

des com o plantio de fumo. Mas para dona Soeli, a mudança foi muito boa. "Tudo o que temos hoje é por causa da suinocultura".

Sete anos depois, em 2009, a família sentiu que era hora de crescer novamente. Construíram uma granja totalmente padronizada para mais 500 animais, alcançando a marca de 1000 animais.

Em 2013, padronizou toda a propriedade criando uma segunda granja para 500 animais, estrutura que segue até hoje, com duas granjas para 500 animais alojados em cada.

FUTURO Mesmo com um plantel de 1000 animais terminados por lote, a família ainda não pensa em parar. "Quando chegamos à capacidade de 500 suínos, pensamos que era um bom número, que poderíamos até parar", ressalta dona Soeli. Nesse momento Adriano motivou o casal para mais um salto já que pretendia se envolver nos negócios. "É satisfatório saber que todo nosso trabalho terá continuidade com nosso filho". Na verdade, o crescimento foi muito maior. Se comparada à produção inicial de apenas 100 suínos com o previsto para 2018, a atividade terá crescido 1.900% em um espaço de pouco mais de duas décadas.

Para os Wagner uma coisa é certa: todo o crescimento só foi possível graças à parceria com a cooperativa. "Só chegamos onde estamos por causa do cooperativismo. A garantia de receber sempre em dia nos dá a segurança necessária para continuar investindo", revela seu Vare.

Seu Vare conta que a área técnica da cooperativa sempre busca trazer novidades e informações durante as visitas de rotina. "Mesmo que já tenhamos uma certa experiência na atividade, sempre é bom novas informações sobre o assunto", explica Vare. 📌

MESMO com as visitas técnicas, caso a família tenha alguma dúvida, a internet e os celulares tornaram a comunicação muito mais fácil.





Atendimento diferenciado

Para o Supermercado Consalter, o relacionamento duradouro com os clientes é a receita para crescer. Valores compartilhados nos 40 anos de parceria com a Frimesa

A assegurar a excelência no atendimento é a filosofia de trabalho do empresário Marcelo Consalter para garantir os bons resultados. Atender os clientes pelo nome, o tradicional aperto de mão e a conversa informal nos corredores da loja são valores prezados pela empresa para que os clientes se sintam valorizados.

A trajetória da empresa familiar, o Supermercado Consalter, de Foz do Iguaçu, iniciou em 1976, exatamente um antes do nascimento da Frimesa. Os fundadores, seu Altair Guiotto Consalter e a dona Rosália Consalter, pais de Marcelo, começaram simples. Vindos do Rio Grande do Sul, eles decidiram abrir um comércio, seguindo o exemplo de outros familiares que estavam com negócios estabelecidos na cidade. Na época Foz do Iguaçu passava por um crescimento acelerado devido as obras da maior hidroelettrica do mundo, a usina de Itaipu.

Para a demanda crescente, os Consalter criaram um mercadinho de madeira, de quase 200 m², no Jardim Copacabana, na antiga Estrada Velha de Guarapuava. Com o desenvolvimento econômico e o crescimento populacional da cidade, que cresceu 383% no período de 1960 a 1980, a pequena loja não foi o suficiente. Aos poucos as melhorias e ampliações foram concretizadas até que em 1996 decidiu-se por uma maior expansão dos negócios.

Em 2012, com uma nova ampliação o Supermercado chegou a uma área de 1.600 m², um crescimento de 700% em pouco mais de uma década e meia.

A empresa não vai parar de crescer segundo Marcelo, que programa novidades para 2018. "Nossos clientes podem esperar mais novidades e mudanças para tornar o Consalter ainda melhor".

Hoje, passados mais de 40 anos de sua fundação, o Supermercado Consalter conta com uma equipe de 150 colaboradores que atuam diretamente no atendimento aos clientes. São profissionais qualificados e engajados na missão de garantir que a excelência no atendimento seja realmente o diferencial.

Além disso são diversos os benefícios que os clientes podem contar, facilidades como estacionamento, cartão próprio, entrega à domicílio, farmácia, salão de beleza, lojas de roupas e bijuterias. Marcelo ainda revela que uma das novidades para 2018 ficará por conta de um restaurante.

ATENDIMENTO PERSONALIZADO Mesmo quando vendia poucos itens, nos anos 80, a família Consalter percebeu que apenas bons produtos, preço atrativo e a boa localização do ponto co-



SUPERMERCADO Consalter está, há mais de quatro décadas, ligado à história e ao desenvolvimento de Foz do Iguaçu, no Oeste Paranaense.



PARA o Consalter, na hora das compras, o diferencial fica por conta do atendimento e da qualidade do mix de produtos.



ATENDIMENTO do Consalter sempre foi um dos grandes destaques. Assim também é a Frimesa, junto à equipe de vendas, prestando um atendimento diferenciado aos clientes.

mercial não garantiam o sucesso da empresa. Era preciso investir no atendimento para fazer com o cliente sentisse sempre vontade de voltar.

Para Marcelo os clientes podem encontrar os produtos nos mais diversos lugares, então cabe ao relacionamento ser a estratégia de fidelização da empresa. "Em meio a todas as opções, precisamos criar uma forma manter nossa clientela. Desde um cordial bom dia, um aperto de mão, ouvir um pouco sobre o dia a dia dos clientes são valores que prezamos, importantes para fazer com que os nossos clientes se sintam em casa e voltem sempre". O empresário tem experiência de quem passou por todas as atividades antes de estar à frente da administração. "Nesse tempo aprendi e tenho orgulho de dizer que, certamente, faz toda a diferença. Também prezamos pela qualidade dos nossos produtos. Para isso construímos um relacionamento muito produtivo com nossos fornecedores, o que nos permite ter marcas que ajudam a atrair o público, como a Frimesa".

Foi a partir de 1994 que a diretoria ganhou o

reforço da segunda geração da família na administração dos negócios. Marcelo trouxe consigo uma nova gestão, focada na seriedade, agilidade, consistência, sem deixar de lado o cuidado com o atendimento, marca registrada do Supermercado. "Temos orgulho de dizer que o Consalter oferece aos clientes um vasto mix de produtos, estruturado e de qualidade. Em um setor tão competitivo, buscamos criar um espaço diferenciado, pensando no bem-estar dos clientes", ressalta.

Em 2001 esta parceria ganhou um novo reforço, quando Marcelo constituiu a família, integrando a esposa Ilse na administração da empresa para que o empresário pudesse dedicar mais tempo ao relacionamento com os clientes. A estratégia deu certo que em menos de dois anos o Consalter teve ampliar a estrutura para atender os novos clientes.

PARCERIA ANTIGA A parceria entre o Consalter e a Frimesa é de longa data, tanto quanto a história de 40 anos das duas empresas, sempre preocupadas com a qualidade e inovando, seja no atendimento ou em novas opções do mix. Está à frente do atendimento à rede desde 1980, os profissionais da filial de vendas da Frimesa de Medianeira. Marcelo ressalta os pontos fortes da parceria. "A Frimesa é hoje um modelo de relacionamento. É muito importante ter a Frimesa em nossa loja, devido à qualidade dos produtos, sempre muito requisitadas pelos clientes. A Frimesa é uma marca indispensável em nosso mix de produtos".



Carne suína Incertezas à vista

O bloqueio comercial das importações das carnes bovina e suína brasileiras por parte do governo russo, nos tira do mais importante destino das nossas exportações de carne suína e o quinto destino para nossa carne bovina. Segundo dados elaborados pelo Sindicarnes-PR, de janeiro a outubro deste ano foram embarcadas em média 23 mil toneladas de carne suína por mês e pouco mais de 13 mil toneladas de carne bovina por mês para a Rússia. A partir de 01/12/17 até data incerta, estes volumes que iriam para a Rússia terão que ser destinados a outros destinos, inclusive para o mercado interno.

Sabemos que não existem opções disponíveis que possam absorver de imediato estes expressivos volumes, a não ser os países que são habituais compradores e que com esta oferta adicional já estão fazendo pressão para baixar os preços. Mesmo no mercado interno, onde havia boa expectativa em relação à performance dos negócios neste final de ano, já estamos sentindo a pressão para que os preços caiam devido a esta oferta adicional não prevista, principalmente nos preços do animal vivo, que já baixaram em torno de 15%, da carcaça, matérias-primas e dos cortes congelados. Por enquanto os produtos processados devem manter os preços de acordo com a expectativa anterior ao problema com a Rússia.

A grande incerteza vem com o início de 2018, período que no mercado doméstico historicamente há uma redução no ritmo das vendas, e porque não há ainda muita clareza quanto à reabertura do mercado russo. Algumas empresas já reduziram suas atividades em dezembro, colocando seus funcionários em férias coletivas, mas em janeiro já devem voltar a operar sem a definição do que será feito com a carne disponível. Este cenário de incerteza é terrível para o estabelecimento das melhores posições de preço para nossos produtos. Até a reabertura da Rússia ou o surgimento de outras oportunidades ficaremos vulneráveis porque além da queda nos preços, os volumes comercializados devem diminuir e os estoques devem subir. ■



Leite & Derivados Oferta elevada dificulta recuperação de preços

Os últimos indicadores divulgados sobre a disponibilidade de leite no mercado doméstico brasileiro indicam que, apesar da queda das importações em mais de 30% desde nossa última análise, ainda tivemos aumento na oferta de produtos acabados por conta do crescimento de 7,5% na nossa produção no campo no acumulado de janeiro a setembro deste ano em relação ao mesmo período do ano passado. E, para complicar um pouco mais este cenário, nos últimos 4 meses o crescimento chegou em uma média simples em mais de 13% com piques de quase 15%. É muito crescimento na produção em relação a praticamente nada de crescimento no consumo. Este se torna agora o principal motivo que dificulta a tão necessária recuperação nos preços dos produtos derivados do leite.

A aproximação do fim de 2017 traz junto uma preocupação adicional, é uma época em que o consumo cai por conta do início das férias escolares e as festas de fim de ano. É muito provável que nas principais categorias de produtos: leite longa vida, queijos e leite em pó, os preços médios de venda das indústrias para o varejo serão os mais baixos realizados nos últimos quatro anos. O leite in natura comercializado entre as indústrias e o vendido no mercado spot também deve fechar este ano com seu preço no menor patamar dos últimos anos. Tudo isso indica que a indústria vai carregar estoques deste ano para o ano que vem a fim de não comprometer ainda mais os resultados econômicos de seus negócios. No mercado externo também ocorreu queda nos preços do leite e dos queijos nos últimos meses, inviabilizando economicamente qualquer iniciativa de exportarmos.

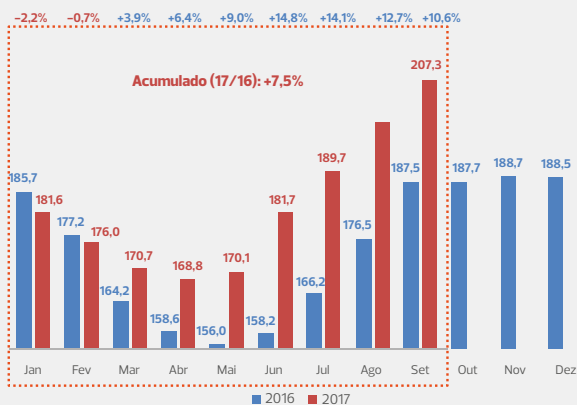
Pelo lado do produtor, podemos perceber que na média de janeiro a outubro deste ano, os preços pagos pelo leite estão quase 5% abaixo da média do ano passado neste mesmo período, levando em conta que no segundo semestre do ano passado foram realizados preços nunca antes praticados, mesmo assim é o melhor preço recebido pelo produtor nos últimos quatro anos. Apesar disso, o produtor já começa a sentir o problema, pois o preço pago vem sendo ajustado para baixo a fim de tentar equilibrar a conta pelo lado da indústria, já que o preço de venda ao varejo não tem perspectiva de alta imediata. Além disso, os custos de produção do leite estão aumentando por conta do aumento do milho e da soja. O bom preço recebido pelo produtor mais os baixos custos de produção foram os principais estimulantes do significativo aumento de produção de leite no campo, desequilibrando fortemente a relação entre a oferta e a demanda e determinando os atuais preços de venda ao varejo e ao consumidor final. A única forma de resolver esta situação é voltarmos a ter o equilíbrio, seja promovendo o aumento do consumo e/ou a redução da produção. ■

Frimesa

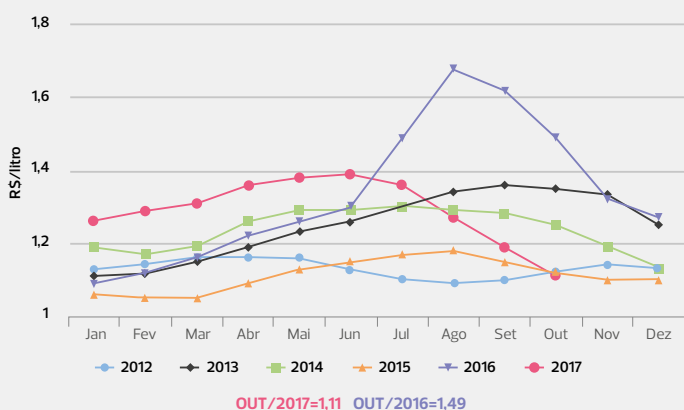
4 anos

Vai de praticidade. Vai de Frimesa.

Crescimento da produção brasileira de leite - ICAP/Cepea

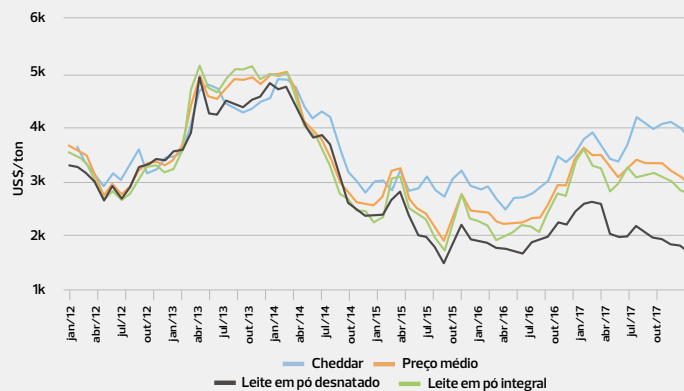


Fonte: CEPEA/ESALQ; Dados deflacionados pelo IGP-DI



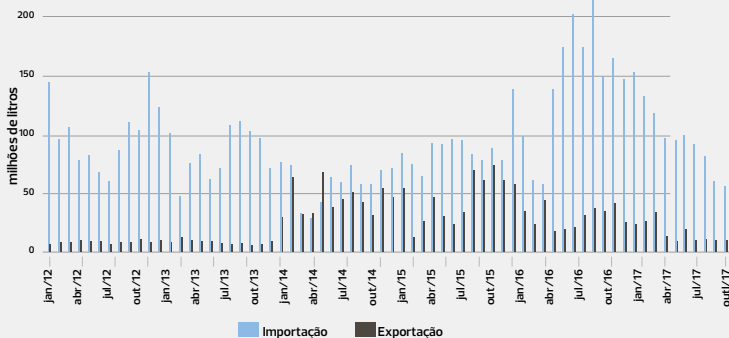
Preços no leilão GDT

Fonte: Global Dairy Trade



Exportações e importações em equivalente - leite

Fonte: MDIC



Out/2017

IMPORTAÇÃO 72,0 MILHÕES | EXPORTAÇÃO 12,9 MILHÕES

Com sistema abre fácil: a própria embalagem vira um porta-frios.



Fatias soltas, fresquinhas e padronizadas

Embalagem abre-fecha

Fatiados Frimesa. Mais sabor e variedade para o seu dia a dia.

Queijos Fatiados são perfeitos para um lanchinho rápido para matar a fome. A linha de fatiados Frimesa é composta por produtos de alta qualidade em embalagens práticas para o dia a dia.

frimesa.com.br

f/frimesaOficial



No coração dos Paranaenses

A Frimesa é a Cooperativa mais lembrada pelos paranaenses e a principal fornecedora para o segmento supermercadista, segundo pesquisa Datacenso.

De acordo com um estudo do Grupo Datacenso com mais de 1.000 pessoas, a Frimesa é a cooperativa mais lembrada do Paraná, com 39,8% dos votos. A pesquisa foi encomendada pelo Sistema Ocepar para o Comitê de Mercado do Planejamento estratégico do cooperativismo paranaense, o PRC 100.

O levantamento buscou avaliar a imagem e o posicionamento dos produtos e serviços das marcas cooperativistas. O estudo mostrou também o grau de conhecimento e preferência pelas marcas das cooperativas.

A pesquisa foi realizada com famílias paranaenses das classes A, B, C e D, divididas entre consumidores e não consumidores de produtos de cooperativas. O levantamento foi realizado com 1.023 pessoas das cidades de Curitiba, Ponta Grossa, Londrina, Maringá, Cascavel, Foz do Iguaçu, Francisco Beltrão e Pato Branco.

O estudo apontou cerca de 30 cooperativas que fazem parte do cotidiano dos consumidores e não consumidores. Constaram as principais cooperativas fornecedoras, segundo 61 supermercadistas de todo o estado. A Frimesa foi a cooperativa fornecedora mais lembrada na pesquisa, ficando entre os três maiores fornecedores do estado.

De acordo com o Superintendente do Sistema Ocepar, Robson Mafioletti, o cooperativismo está bem posicionado na mente dos consumidores e com-

pradores. Os indicadores apresentados mostram também que as cooperativas apresentam uma boa relação de custo e benefício, o que agrega valor à marca, gerando uma vantagem competitiva.

A Frimesa é a cooperativa mais lembrada pelos paranaenses. Segundo o presidente do Datacenso, economista e professor, Claudio Shimoyama, a pesquisa é uma fotografia que revela o sentimento do público consumidor e também a opinião do supermercadista que adquire e coloca nas gôndolas produtos de cooperativas. "A Frimesa estar em primeiro lugar nesse ranking, nessas situações, mostra que o esforço de comunicação, a estratégia de marketing, a estratégia de produto, enfim, a estratégia empresarial da Frimesa está no caminho certo. Isso mostra que o trabalho que ela vem desenvolvendo como estratégia para o mercado, realmente está sendo inteligente diante do público que ela está buscando e ampliando sua participação e presença dentro do mercado".



CONFIANÇA E QUALIDADE

são os fatores que mais levam os consumidores a comprar produtos das cooperativas.

Pesquisa com Consumidores

1º POSIÇÃO

56,8%

Nomes que vem à mente quando os paranaenses pensam em cooperativa (espontâneo)

1º POSIÇÃO

39,8%

Marcas de cooperativas citadas (espontâneo)

1º POSIÇÃO

79,5%

Marcas que os paranaenses têm conhecimento que são de cooperativas (estimulada)

Pesquisa com Supermercadistas

Quesito	Posição	% de frequência nas respostas
Principais cooperativas fornecedoras da empresa	1º	60,8%



Da mesa para
a cabeça e o coração
dos paranaenses.

A Frimesa é a **cooperativa mais lembrada pelos paranaenses**, segundo pesquisa realizada nas maiores cidades do estado pelo Instituto DataCenso, a pedido da OCEPAR, a Organização das Cooperativas do Paraná. Isso já é motivo para comemorar. Porém, melhor do que estar na cabeça dos consumidores, é ganhar o coração deles também: **96% das pessoas pesquisadas estão satisfeitas com os produtos Frimesa**. Para uma empresa que há 40 anos se dedica tanto para entregar muita qualidade em tudo o que faz, não existe reconhecimento melhor.



40
anos
Frimesa

Campeã em

Frimesa conquista título de empresa mais inovadora do Paraná, segundo a Revista Amanhã. No sul do país está entre as dez melhores



Inovação

Em sua trajetória de 40 anos, a Frimesa sempre priorizou as melhores práticas e estratégias para acompanhar as mudanças do mercado e do consumidor. Apesar de não ter se posicionado pelas inovações radicais, a introdução de robôs nas linhas de produção, por exemplo, é tida como uma iniciativa inédita entre os frigoríficos de suínos do país. A orientação é a busca constante pelo conhecimento e aperfeiçoamento tecnológico nos processos, produtos e relações com os públicos.

O resultado dessa postura vem do reconhecimento de ser a empresa mais inovadora do Paraná. O título de campeã no ranking vem do estudo anunciado pela revista *Amanhã*, em outubro. A publicação coloca a Frimesa, ainda, entre as dez mais inovadoras do Sul do país.

O levantamento realizado em parceria com os institutos americanos IXL-Center e GIMI, fez uma compilação, apontando o que as empresas estão fazendo para inovar, utilizando-se de novas tecnologias, tanto na área de implementação de produtos e processos.

"Para continuar crescendo, é preciso renovar produtos e melhorar processos constantemente. Inovar, para a Frimesa, é melhorar o que já temos e buscar referencial que agregue valor", afirma o presidente Valter Vanzella. Para ele, a empresa tem foco do negócio bem definido na busca constante de soluções que tornem a Frimesa cada vez mais em uma empresa de alimentos, e não apenas de produtos in natura e frigorificados.

Um dos exemplos da aplicação da inovação vem da automação industrial. Na indústria de processamento de carne suína a empresa saiu na frente ao implantar um robô na linha de abate e outro na linha de produção de presuntos. Na unidade de lácteos, em Marechal Cândido Ron-

don, as bebidas achocolatadas, creme de leite, leite longa vida, leite condensado e queijos fatiados possuem sistema robotizado para as funções de encaixotar e paletizar as caixas de expedição.

Na área de Tecnologia e Informação, a Frimesa implantou um sistema de gestão integrado com acesso às informações em tempo real. Para se ter uma ideia, a diretoria pode acompanhar de suas salas tudo o que acontece na empresa, uma ferramenta que auxilia no processo de tomada de decisão.

Para implantar as novas ideias, a partir de 2013, a Frimesa incluiu no planejamento estratégico as diretrizes e formalizou o fomento à cultura da inovação e esse tem sido o alicerce para o seu crescimento. Primeiramente foi criado um comitê estratégico formado por diretores, gerentes e supervisores das áreas com a missão de estudar e rever conceitos e, ao mesmo tempo, apoiar e incentivar atividades nas suas áreas, abrindo caminho para pensamentos e atitudes inovadoras.

Os gestores buscaram informações e amadurecimento sobre o conceito e suas práticas participando e promovendo workshops e treinamentos. Com políticas, ações e diretrizes definidas para a cooperativa, readequaram o departamento de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, ligado à diretoria, relacionando-se com entidades de pesquisa, universidades e fornecedores de tecnologias e, por fim, desenvolvendo ideias e projetos.

Concomitantemente, foi definida uma política que passou a nortear a prática, alinhando tendências e aplicações. A visão estava ancorada no conceito de que são as pessoas que geram inovação, pois são elas as engendradoras de ideias. "Era preciso ambientar a empresa e as equipes para geração de valor, tanto na renovação de produtos e embalagens, quanto na melhoria dos processos e serviços. O objetivo era trazer valor para o negócio e sustentabilidade para a Frimesa," complementa o diretor executivo, Elias José Zydek.

LEVANTAMENTO A pesquisa foi realizada pelo IXL-Center (*Center for Innovation, Excellence and Leadership*), de Boston, é uma entidade que é referência mundial na investigação das melhores práticas de gestão da inovação. O *Global Innovation Management Institute* (GIMI), de Massachusetts, é uma organização global sem fins lucrativos, criada por um grupo de executivos, acadêmicos e consultores especializados em inovação.

PUBLICAÇÃO identificou as companhias mais inovadoras e criativas em diversos segmentos.



Cidadãos *honorários*

Líderes Cooperativistas recebem título de Cidadão Honorário do Oeste do Paraná. Vanzella destaca a contribuição do sistema na agregação de valor da produção e desenvolvimento das pessoas

O Diretor-Presidente da Frimesa, Valter Vanzella, foi uma das personalidades escolhidas para receber o título de Cidadão Honorário do Oeste do Paraná. Junto a ele, os diretores presidentes das cooperativas filiadadas à Frimesa, Alfredo Lang, da C.Vale, Irineo da Costa Rodrigues, da Lar, Ricardo Chapla, da Copagril e Valter Pitol, da Copacol. A indicação foi uma homenagem prestada pela Associação dos Municípios do Oeste do Paraná, a AMOP, enaltecendo a importância do sistema no desenvolvimento regional.

A entrega da homenagem contou com a presença de diversas lideranças políticas e representantes dos municípios que fazem parte da Associação. O evento aconteceu no dia 10 de novembro, no Tuiuti Esporte Clube. Além das Cooperativas do grupo Frimesa, Dilvo Grolli, presidente da Copavel, recebeu a homenagem.

A honraria reconhece a relevância econômica e social das cooperativas no desenvolvimento da região oeste. Juntas, elas faturam anualmente cerca de R\$ 22,5 bilhões e empregam mais de 40 mil colaboradores. Atuam em todo o mercado



RECEBERAM a distinção os presidentes cooperativistas Alfredo Lang, da C.Vale; Dilvo Groli, da Copavel; Irineo Rodrigues, da Lar; Ricardo Chapla, da Copagril; Valter Pitol, da Copacol e Valter Vanzella, da Frimesa.

nacional e ainda exportam para mais de 70 países.

Vanzella, em seu discurso, agradeceu o título e buscou ressaltar todos os colaboradores, além do papel do cooperativismo no desenvolvimento da sociedade. "Fica o sentimento de dever cumprido. Receber uma honraria destas é a comprovação de que estamos no caminho certo. O título é resultado do trabalho de toda uma cadeia, que vai do produtor até os consumidores. É muito bom receber um destaque assim, pois mostra a dedicação que temos para com o cooperativismo e a Frimesa. O nosso trabalho tem como resultado o desenvolvimento, a geração de oportunidades e renda, o cuidado com o meio ambiente e a própria melhora na qualidade de vida de todos".

De acordo com o Presidente da AMOP e prefeito de Matelândia, Rineu Menoncin, a homenagem é justa. "São homens que exercem um importante papel no desenvolvimento econômico da região. Valorizar as cooperativas é uma forma de reconhecermos essa força produtiva que gera emprego, renda e qualidade de vida a milhares de pessoas".

VANZELLA reforçou que o título é reflexo do trabalho diário desenvolvido pelos mais de sete mil colaboradores da Frimesa.



40 *anos*

MEMÓRIAS FRIMESA

2017:
UM ANO
COMEMORATIVO

Frimesa

O memorável ano do quadragésimo aniversário começou com mais um marco na trajetória da Frimesa. Em 31 março de 2017, a diretoria e os colaboradores entregaram, oficialmente, quatro grandes projetos: o novo Centro Administrativo, em Medianeira, e a conclusão das ampliações e modernizações das três maiores unidades industriais.

A inauguração abriu os eventos alusivos à data. "A Frimesa tem uma história que nos motiva a comemorar. A pequena cooperativa fundada no Sudoeste se transformou na quarta maior empresa de carne suína do Brasil e a primeira do Paraná", declara o presidente Valter Vanzella. Entre as conquistas está a consolidação da marca com conceito de qualidade no mercado, fato que permitiu aos produtores integrados o sonho de transformar sua produção em alimentos de valor, hoje é uma realidade.

"A história é construída por pessoas e, para celebrar estas conquistas, a Frimesa tradicionalmente prepara, a cada cinco anos, eventos voltados às pessoas". Para 2017, além das inaugurações do Centro Administrativo e das indústrias, entre março e dezembro, foi veiculada uma grande campanha de comunicação e marketing, "A Carne que o Mundo Prefere" uma proposta que visa dar sustentação ao crescimento da empresa, principalmente no segmento de carnes, no estado de São Paulo. Todas as peças levaram a assinatura do selo dos 40 anos, reforçando o tempo da empresa no mercado.

Em setembro aconteceu uma edição especial do Festicoop – Festival Interno de Música – realizado exclusivamente para os colaboradores da empresa. Outro marco importante foi o início das obras do frigorífico de suínos em Assis Chateaubriand, projeto que deverá ser concluído em 2030, com uma proposta de abate de 15.000 suínos ao dia, mais de 200% acima da produção atual.

E, finalmente, os festejos comemorativos nos dias 13 e 15 de dezembro. No dia do aniversário, 13 de dezembro, aconteceu o show com o Ballet Bolshoi seguido de coquetel (evento mais interno). A data foi marcada pelo lançamento do livro da história dos 40 anos (leia mais na página 31).

Já no dia 15 foi a vez do Show Sinfônico da dupla Chitãozinho & Xororó, com o maestro João Carlos Martins e a Filarmônica de São Paulo subirem ao palco e fecharem as comemorações dos 40 ANOS.

Nas próximas
páginas
rememoramos os
40 anos da Frimesa.
Uma cronologia
dividida em quatro
fases: o pioneirismo, a
busca pelo aprimoramento,
a consolidação no mercado, e
a nova tomada de investimentos
para expandir.

1977 | 1984

O Pioneirismo



1977

A história começou em 13 de dezembro de 1977. As quatro cooperativas fundadoras, Coasul, Confrabel, Camdul e Coopersabadi, reuniam 6800 produtores no Sudoeste do Paraná. A Cooperativa Central Sudcoop, hoje Frimesa nascia com a missão de assegurar uma renda justa para os produtores deixando de atuar apenas na produção primária para lançarem-se na agroindustrialização.



A Sudcoop começou a operar com sua sede em Francisco Beltrão, no Sudoeste paranaense. No mesmo ano iniciaram os estudos para uma implantação da primeira agroindústria de suínos. Nesse momento surge o movimento do cooperativismo do Oeste, liderado pela Cooperativa Cotrefal, hoje Lar, fato que possibilitou a compra do Frigorífico Medianeira, marcando o início das atividades operacionais da Central no segmento de carnes.

1981

MIX era composto por cerca de 20 itens no início dos anos 80.



As dificuldades financeiras e operacionais levaram à desfiliação das cooperativas fundadoras. Nesse momento, Irineo da Costa Rodrigues, hoje presidente da Cooperativa Lar, assume a presidência. Nesse período mais unidades de leite são adquiridas permitindo à Central chegar a uma capacidade de 100 mil litros ao dia. Com as aquisições, a Sudcoop passou a atuar com três marcas: Frimesa, para os produtos de carnes e Rei do Oeste e Iguaçu para os de leite e rações. A Sede da Frimesa era transferida de Francisco Beltrão para Medianeira.

1979 | 1980



REATIVAÇÃO da massa falida do frigorífico trouxe esperança à população de Medianeira.

Após longas negociações o grupo iniciou as obras para reativar o Frigorífico Frimesa. Em 25 de julho ocorre a inauguração da planta com capacidade de abate de 500 suínos por dia e produzindo linguiças, carnes curadas e defumadas, salames e copa e, principalmente, cortes in natura. A Central manteve o nome da marca, que tem sua origem em FRI - Frigorífico, ME - Medianeira, e S.A. - Sociedade Anônima. Em 19 de agosto, com a compra de duas indústrias do Laticínios Rainha, a Central ganhava um novo agregado: o leite.

1982 | 1984

FROTA era composta por 100 caminhões, no início dos anos 80.



Com uma nova diretoria, a Central Frimesa inicia um novo direcionamento para recuperar a confiança dos produtores e do mercado. Para incentivar a produção foi implementado o sistema de bonificação de suínos. Começam os treinamentos aos colaboradores, reorganização funcional e abertura de novas filiais de vendas, em Curitiba e Joinville (SC). São lançados 15 produtos, chegando a um portfólio de 118 itens. No frigorífico, o abate anual subiu para 205 mil suínos e 3 mil bovinos.

1985 | 1996

O Aprimoramento

1985

A nova gestão, presidida por Seno Lunkes, define estratégias para aprimorar a Central Sudcoop tanto industrialmente quanto na base primária para que os produtores mantivessem uma produção constante com melhores índices de produtividade e de qualidade do leite e dos suínos. A industrialização começou a tomar forma, com novas fábricas e melhores processos implementados.



NOVA DIRETORIA: Seno Lunkes, Valter Vanzella e Lodovino Grespan.

1989

Com o "Plano de Desenvolvimento da Bacia Leiteira da Sudcoop", iniciam as ações de formação de um plantel mais produtivo na área de atuação das cooperativas. Também inicia o programa pagamento pela qualidade do leite, linhas de financiamento para aquisição de equipamentos e a contratação de profissionais para qualificar e acompanhar os produtores associados. As ações resultaram na formação da grande bacia leiteira do Oeste do Paraná. O projeto transferiu mais de 10.000 novilhas para a região



1986 | 1987



AMPLIAÇÃO garante o aumento da qualidade e produtividade.

Acontece a primeira ampliação do Frigorífico, em Medianeira, para 1.200 suínos por dia e a industrialização de mil toneladas por mês, para modernizar processos e melhorar o mix de produtos. Na atividade de leite, a Frimesa também priorizou projetos para ampliar a base industrial. É lançada a pedra fundamental para a construção de uma unidade fabril de queijos, em Marechal Cândido Rondon: a UFQ.

1988

A Sudcoop foi incluída na lista de empresas qualificadas para a exportação. Na mesma época, para potencializar a produção dos suinocultores associados, entra em operação uma Unidade de Melhoramento Genético - UMGS, com um plantel de 180 matrizes. A Frimesa importou sêmen para o estudo de cruzamento genético com uma linhagem que apresentasse as melhores características de criação e manejo para a área de atuação das cooperativas.

1990

A Central Sudcoop inaugura a Unidade Fabril de Queijos – a UFQ – em Marechal Cândido Rondon, bem como estreia no mercado a marca Reggio, com a produção de queijos especiais, parmesão e provolone, além dos tradicionais mussarela e prato. A Frimesa implanta o Planejamento Estratégico, ferramenta de gestão que passou a conduzir com mais eficiência a administração no cumprimento dos resultados. Foram introduzidas as ferramentas de gestão da qualidade e produtividade, QTS, na metodologia TQC com ênfase na satisfação do cliente.



ESTREOU no mercado a marca Reggio, para identificar seus queijos finos, mussarela e prato.

1996

Depois de quase vinte anos no mercado, em 1996 o logotipo Frimesa passou pela primeira alteração no design, a nova simbologia sugeria a estilização de um prato ou sorriso. A planta industrial de carnes foi ampliada para uma capacidade de processamento diário de 1.500 animais e ainda a modernização no processo de abate e a implantação de um tunel de congelamento.

1977



FRIMESA

1996



1997 | 2006

Consolidação do Mercado

• 1997



Um novo modelo de gestão com nova diretoria modernizava a administração da Sudcoop, resultando em uma estrutura mais enxuta, ágil e profissional diante das decisões estratégicas. O programa Recoop oportuniza linhas de financiamentos para o cooperativismo, que permite a retomada dos investimentos. Ampliam-se os treinamentos e o desenvolvimento dos colaboradores com a criação do SESCOOP. Planejamento estratégico é aprimorado com mudança na estrutura organizacional. Se conclui o plano de modernização de captação de leite com caminhões isotérmicos à granel.

• 2000

A Diretoria define pela estratégia de sustentação no segmento de leite pelo volume e a otimização dos custos. Ocorre a integração com a Centralpar, das marcas CLAC e a Witmarsun. A decisão permite a Frimesa entrar no mercado com novos produtos: requeijões, iogurtes, queijo tipo petit suisse e creme de leite longa vida.



CRESCIMENTO de 300%
na industrialização.

1998



Para fortalecer as ações de comunicação e buscar sinergia na comercialização, a Central unifica a venda dos produtos de carnes e lácteos com a marca Frimesa. Para contar para o mercado a novidade, foi produzida uma campanha publicitária inusitada. A imagem do porquinho “Baby” mamando em uma vaca nas peças publicitárias simbolizava a união dos dois segmentos.

NOVA IDENTIDADE chega
às embalagens em todas as
categorias.

• 2001

Diante do desafio no mercado se define um novo posicionamento da marca Frimesa que passava pelo aperfeiçoamento das vendas e distribuição, com a reavaliação do portfólio de produtos, ampliação da comunicação e o fortalecimento das relações comerciais. Ocorre a modernização do logotipo da Frimesa e o ajuste do slogan de assinatura para “Frimesa tem gosto de amizade”. Na sequência, uma nova identidade visual chegou às embalagens, que passaram a ter o mesmo padrão visual para todas as categorias. É criado o comitê de produtos.



• 2003



Um personagem também ganhou destaque a partir do investimento na modernização industrial da unidade em Marechal Cândido Rondon. Friminho, o mascote e garoto propaganda da Frimesa para a linha de produtos infantis. São lançados novos produtos.



800.000 quilos de alimentos por dia.

2004

A Frimesa, junto com as cooperativas filiadas, define o projeto 2005 – 2015 no qual amplia o volume de produção de suínos em 400%. A meta era sair de um rebanho de 340 mil para um milhão de suínos. Para isso a Frimesa inicia investimentos na unidade industrial de Medianeira para sair de uma capacidade de 1.500 para 6.500 suínos industrializados ao dia.

2005



INDÚSTRIA de leite condensado, em Marechal Cândido Rondon.

Com foco estratégico na agregação de valor ao produto, a Frimesa inaugura a primeira fábrica de leite condensado do Paraná, em Marechal Cândido Rondon. A mudança ampliou em 400% a capacidade industrial da unidade com a automatização dos processos de queijos, modernização da linha longa vida e a inclusão de novos produtos. Frimesa realiza novas ações estratégicas de comunicação da marca.

2006

A indústria de Aurora, em Santa Catarina, é reinaugurada. Como o leite pasteurizado estava se inviabilizando, a Frimesa realinhou os investimentos para transformar a unidade em uma queijaria. Foi investido um milhão de reais para uma capacidade de produção de 150 mil litros ao dia. Diretoria define pelo encerramento das atividades dos laticínios de Cascavel, Nova Santa Rosa e Douradina, centralizando a operação da atividade leiteira na região de atuação das cooperativas.

2008 | 2017

Expansão

• 2007

Durante as comemorações do trigésimo aniversário, a diretoria entrega a primeira fase da ampliação e modernização da planta industrial de Medianeira, concluída com a entrega das adequações tecnológicas e modernização dos processos de abate, desossa, estocagem e da industrialização de presuntos, linguiças, mortadelas, curados, hambúrgueres e salsichas, para atingir uma produção de 865 ton/dia até 2015.

• 2008

Novos investimentos na planta em Medianeira amparado no tripé: expansão da capacidade de abate, modernização da indústria de processamento e construção de um CD – Centro de Distribuição. A área de logística era reestruturada, incorporando várias atividades de movimentação e na sequência são abertas novas filiais de vendas: Bebedouro (SP), Itajaí (SC) e Canoas (RS).

• 2009



Os processos da unidade da Centralpar em Curitiba são transferidos para as duas principais fábricas da Frimesa no Oeste: a de Matelândia receberia os processos de iogurtes, na época em garrafa e copo; e a unidade de Marechal Cândido Rondon ficaria com o requeijão. Outra decisão estratégica foi sair do mercado de leite pasteurizado com meta de agregar valor e rentabilizar a atividade. Iniciam as adequações para ampliação e modernização da fábrica de refrigerados, em Matelândia, com foco nos iogurtes.

• 2011

A Frimesa inaugurou o Parque Ambiental Frimesa, entregando para a comunidade um local rico em biodiversidade e aspectos histórico-culturais, um espaço destinado para a educação ambiental.

FRIMESA passou a fazer parte das 50 maiores empregadoras do agronegócio brasileiro.

• 2012

É lançado, oficialmente, o programa Suíno Certificado Frimesa com o propósito de controle de toda a cadeia, com a adoção de procedimentos operacionais que garantissem a padronização no sistema de criação e a produção de alimentos seguros. Eventos de balonismo marcam a comemoração dos 35 anos da Frimesa.



• 2013

Nova tomada de investimentos na planta de carnes moderniza as linhas de industrialização: bacons, frios fatiados, cortes especiais, hambúrgueres, fatiados, salames defumados, salsichas e mortadelas tiveram suas capacidades ampliadas. Na sequência, os recursos chegaram à área de logística. O crescimento resultou em um incremento expressivo nas contratações: 5.440 colaboradores. A Frimesa formaliza a cultura da inovação com a criação de comitê estratégico e a definição que a área de PDI – Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação assumiria as atividades de fomento.



• 2014



AMPLIAÇÃO permitiu a inclusão de mais de 50 itens na linha de iogurtes.

As obras na unidade industrial de Matelândia são concluídas. Nesse momento a Frimesa passou a contar com uma planta exclusiva para a produção de iogurtes, sobremesas e bebidas lácteas, capaz de processar 150.000 litros de leite por dia, totalizando uma produção de 187.000 toneladas de produtos por ano. A modernização da planta coroava a visão de produzir alimentos de valor agregado.

• 2015



CAMPANHA mostra, de forma divertida, que a carne suína é a mais consumida no mundo.

O Projeto Década 20, o maior estabelecido pela Central era anunciado. A proposta contemplava saltar dos 6.500 para 21.000 suínos industrializados diariamente e a Frimesa decide pela construção de uma nova indústria de carnes que seria em Assis Chateaubriand. A Frimesa lança a campanha de marketing “A Carne Que o Mundo Prefere” com o objetivo de ampliar o conhecimento da marca em carnes e expandir as vendas no estado de São Paulo.

• 2016

No processo de modernização tecnológica a Frimesa incluiu robôs nas linhas de industrialização, nas unidades de Marechal Cândido Rondon e Medianeira, os equipamentos assumiram a função de encaixotar e paletizar automaticamente as caixas de expedição. A Frimesa conquista a certificação IFS Global Markets Food, um reconhecimento internacional que otimiza as auditorias dos clientes, principalmente da cadeia de abastecimento. O crescimento da produção de suínos leva a Frimesa a antecipar o projeto de inclusão de uma nova indústria. Para isso, é arrendado um frigorífico em Marechal Cândido Rondon até que as obras em Assis sejam concluídas. A nova indústria foi estruturada para processar 1.400 animais por dia.

2008 | 2017

Expansão



AUTOMAÇÃO permitiu à Frimesa muito mais agilidade nos processos.

• 2017



Em 31 de março de 2017, a diretoria e os colaboradores entregaram oficialmente quatro grandes projetos: o novo Centro Administrativo, em Medianeira, e a conclusão das ampliações e modernizações das três unidades industriais. A Frimesa conquista o título de empresa mais inovadora e da Cooperativa mais lembrada do Paraná.



LIVRO DE MEMÓRIAS

Publicação traz a trajetória dos 40 anos da Frimesa

Com quase 200 páginas de imagens e textos, o livro "Memórias Frimesa, 40 anos de história", celebra a trajetória de sucesso da Central de Cooperativas, criada em 13 de dezembro de 1977. A publicação conta como a empresa nasceu, cresceu e se desenvolveu com relato dos principais fatos e desafios para cumprir sua missão de promover a agroindustrialização sustentando milhares de famílias.

O resgate teve como fontes os documentos, atas das assembleias, arquivos das publicações institucionais — jornal do Produtor Sudcoop, Fala Frimesa e da Revista Frimesa, além, é claro, das entrevistas com os fundadores, ex-presidentes, atual diretoria e colaboradores. Muitas das entrevistas ocorreram em 2007 e, na época, resultaram no vídeo documentário dos 30 anos, contribuíram para o livro de memórias.

Os capítulos do livro são divididos por eventos e abrangem a memória histórica, desde o surgimento da Central em Francisco Beltrão pelas Cooperativas do Sudeste do Paraná, a entrada no segmento de carnes e lácteos, a continuidade com as Cooperativas do Oeste, os projetos de desenvolvimento da base primária de produção, crescimento e modernização industrial e sua expansão e consolidação da marca no mercado.

O objetivo da Frimesa é registrar as experiências, perpetuar e disseminar a cultura, bem como homenagear todos os envolvidos, participantes dessa história. A publicação, além de preservar a memória, estará disponível para consulta das cooperativas, colaboradores e público geral. A produção do livro foi da equipe de Marketing da Frimesa e a autora é a jornalista e colaboradora da empresa há 26 anos, Elis D'Alessandro.



Agora na versão familiar

Nutritivo e saboroso, chegou no mercado o leite fermentado 850g

Desde outubro é possível encontrar nos supermercados o recente lançamento da Frimesa, o leite fermentado 850g, versão familiar. Mais uma vez a novidade vem atender aos pedidos dos consumidores. A Frimesa percebeu a demanda por tamanho maior ainda em 2015, quando inovou ao introduzir o produto em 170g, já que no mercado era possível encontrá-lo apenas em embalagens de 75 até 120 gramas.

Muito saboroso, o Leite Fermentado Frimesa agrega valor nutricional pois trata-se de um alimento à base de leite desnatado e fermentado por lactobacilos selecionados, fator que contribui para o bom funcionamento do organismo. Adoçado na proporção certa para agradar a todos os paladares e embalado de forma prática, pode ser consumido a qualquer hora do dia, porém, precisa ser refrigerado, uma vez que passa pela pasteurização.

Com um processo de fermentação realizado por meio de microrganismos benéficos à saúde, o Leite Fermentado é um produto saboroso, com um sabor levemente cítrico. As características se distinguem pelo tipo de bactéria utilizada bem como pelas propriedades particulares que cada um desses cultivos conferem ao produto. O leite fermentado Frimesa traz como diferencial a união dos cultivos das seguintes bactérias lácticas: *Lactobacillus Acidophilus*, *Lactobacillus Casei*, *Bifidobacterium Sp* e *Streptococcus Thermophilus*.

NOVIDADE ►

na linha de fermentados: a versão 850g tem diversas propriedades benéficas.





PARTICIPANTES

comemoram resultados do Programa Cuide-se +

Programa Cuide-se+

Em evento realizado com os colaboradores participantes do Programa e profissionais foram mostrados resultados e estabelecidas metas individuais para o acompanhamento nutricional

No dia dois de outubro, a segunda turma de participantes encerrou a primeira fase do programa Cuide-se+. O programa, oportunizado pela Frimesa aos colaboradores, tem a parceria com o Sesi e o Sescop e busca informar sobre alimentação saudável, como ela pode prevenir doenças, promover a melhoria na saúde, desempenho e produtividade.

Por meio de atendimento clínico-nutricional, baseado no Índice de Massa Corporal, realizado em espaço para exames na cooperativa, foi possível identificar os erros cometidos e hábitos alimentares que cada aluno precisaria adotar para melhorar a qualidade de vida.

"São pessoas consideradas acima do peso pelo IMC e que têm interesse em participar do programa. Concluímos a primeira e segunda turma este ano e já estamos indo para a terceira e quarta turma também", comenta a gerente do departamento de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo.

Na maioria dos casos a obesidade ocorreu aliada à hipertensão, diabetes e outras complicações. A partir dos resultados colhidos o acompanhamento pessoal será feito a cada três



meses com as nutricionistas do programa para a promoção da saúde e eliminação dos fatores de risco.

O programa oferece uma assistência para melhorar a saúde e qualidade de vida dos colaboradores dos mais variados setores. Assim, ocorre a prevenção de doenças pela mudança de práticas alimentares e inclusão de atividades físicas, com palestras e oficinas educativas. 🍎

PROFISSIONAIS e alunos comemoram os ótimos resultados do projeto na unidade de Marechal Cândido Rondon.



Mudança de hábitos

A 7ª Semana da Alimentação incentivou hábitos saudáveis e melhor qualidade de vida dos colaboradores

Em junho a Frimesa lançou o programa Repense com o objetivo de firmar a cultura do consumo consciente de recursos entre os usuários e colaboradores dos seus restaurantes industriais. Desde então, a meta de desperdício alimentar do restaurante é de 30 g por pessoa ao dia.

Em outubro, nos dias 16 a 20, foi apresentada a 7ª Semana da Alimentação, a fim de divulgar a importância de uma alimentação equilibrada e prática regular de atividades físicas para uma melhor qualidade de vida e prevenção de doenças.

A programação reforçou o combate ao desperdício alimentar, promoveu a mudança de hábitos e o reaproveitamento integral dos alimentos. "Atualmente, a maior perda de alimentos vem das cascas, folhas, talos e sementes, que são descartados sem que as pessoas associem este descarte como um desperdício", comenta a nutricionista do restaurante, Bruna Luz.

Em geral, o projeto convida a refletir sobre os motivos que levam às perdas e como os colaboradores podem ajudar a reduzi-las, busca o combate

ao mau uso de EPIs, recursos naturais, água, energia e a melhoria do processo de coleta seletiva.

Pesagem e registro diário dos alimentos desperdiçados, exposição do resultado, informativos sobre o programa em cartazes e adesivos estão expostos e a possível alteração dos valores das refeições, caso não se alcance a meta, são ações feitas para alcançar o objetivo. "Semanalmente, atualizamos o nosso 'termômetro do desperdício' que alerta se estamos dentro, em alerta ou longe da nossa meta estipulada", completa Bruna.



PROGRAMA tem como meta reduzir o desperdício de alimentos para 30g por colaborador ao dia.



Segurança Garantida

Terceira formatura de Bombeiro Civil realizada no dia sete de novembro traz reforços à segurança industrial



No último dia 07 de novembro, em festa solene, realizou-se a formatura da terceira turma do Curso de Bombeiro Civil. Foram 17 formandos das cooperativas Lar e Frimesa reunidos com seus familiares e amigos no salão da Assercoop. Ao todo, concluíram-se 210 horas de curso em parceria com o Sescop, feitas durante 5 semanas, entre os meses de setembro e outubro, por doze alunos da Frimesa e cinco da Lar.

Os novos bombeiros estão, agora, aptos a verificar frequentemente os equipamentos de combate a incêndios, também os corredores e rotas de fuga quanto a sinalização e desbloqueio, identificar riscos e possíveis focos; devem informar sobre as irregularidades encontradas e liderar simulados pela liberação das pessoas presentes no local; podem propor medidas corretivas e sugerir melhorias na segurança, quando possíveis de aplicação.

Os instrutores da empresa Action Life treinaram os colaboradores de Medianeira e Marechal Cândido Rondon, com provas práticas e teóricas aplicadas às áreas de prevenção e equipamentos de combate a incêndio, equipamentos para proteção, produtos perigosos e primeiros socorros.

O colaborador do setor de abate, Marcos José das Dores, obteve a maior média do curso, 94,85. "Estes colaboradores, além do aprendizado de uma nova atividade e da capacitação pessoal, superaram seus limites e ainda garantiram um diferencial no dia a dia", acrescenta a gerente do departamento de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo.

O TROFÉU de melhor aluno foi entregue à Marcos das Dores pelo diretor Elias José Zydek.

Crianças do município participaram do Turminha Cozinha Brasil



UNIDADE MÓVEL DO PROJETO FOI TRAZIDA PARA MEDIANEIRA PARA ESTIMULAR A SUSTENTABILIDADE E OS HÁBITOS SAUDÁVEIS

Oitenta alunos da Escola Municipal João Guimarães Rosa, de Medianeira, participaram nos dias 24, 25 e 26 de outubro do Turminha Cozinha Brasil, divisão do Cozinha Brasil voltado para crianças. O programa foi realizado em uma unidade móvel do projeto a fim de informar sobre alimentação saudável.

De forma lúdica, eles aprenderam sobre alternativas alimentares e receitas sustentáveis. "A escolha da escola participante quis priorizar o bairro onde a cooperativa se encontra e também por beneficiar filhos de colaboradores", explica a gerente do departamento de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo.

O projeto busca estimular uma alimentação saudável com foco em três pontos: o sabor, a economia e a qualidade. O ambiente motiva a participação dos alunos: um Food Truck equipado com as ferramentas para o preparo dos alimentos onde as aulas, receitas práticas e a degustação são feitas. No encerramento, as crianças receberam uma apostila com as receitas desenvolvidas. Com as receitas em mãos elas podem aplicar seu conhecimento dentro das suas casas, junto aos pais, auxiliando na melhora na qualidade das refeições da família.



GESTÃO DE PESSOAS INFORMA

Portal do Colaborador

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

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

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

Inflação

De acordo com o INPC – Índice Nacional de Preços ao Consumidor, órgão especializado do IBGE sobre a medição da inflação acumulada, o valor registrado entre outubro de 2016 e 2017 chegou a 1,83%.

Ainda, de acordo com o índice, desde o início do ano a inflação acumulou cerca de 1,63%. Se comparado ao mesmo intervalo do ano anterior, houve um acréscimo de 0,22% entre os períodos. Os reajustes são percebidos no aumento dos preços de produtos de todas as naturezas.

13º Salário

A expectativa de um Natal ainda mais festivo é precedida de um benefício, o 13º salário, equivalente a um salário a mais, pago anualmente pelas empresas. A remuneração adicional – instituída pela lei 4.090, de 13 de julho de 1962 – pode ser feita em até duas parcelas.

A primeira deve ser quitada até 30 de novembro e a segunda até 20 de dezembro. Como acontece com o salário, o valor do 13º salário também sofre descontos que incluem INSS e Imposto de Renda.

O 13º salário corresponde a 1/12 da remuneração por mês trabalhado ou fração igual ou superior a 15 dias trabalhados.

Cuidados no verão

Fatores frequentes na estação podem causar problemas à saúde, mas com uma boa alimentação, hidratação e proteção ao sol, é possível preveni-los

As temperaturas altas e o sol quente durante o verão podem prejudicar a pele e causar sérios problemas se não forem tomados cuidados com a saúde, como a hidratação constante e a proteção solar.

Aqueles que farão contato com a água devem aplicar protetor solar de 20 a 30 minutos antes, renovando a cada três horas. Pessoas que ficam expostas ao sol durante o trabalho devem fazer o mesmo para evitar o câncer de pele. Se possível, evitar expor-se das 10h até às 16h.

Beber água durante o dia é muito importante, também, atentar-se aos alimentos consumidos, que devem ser leves. Frutas, verduras e legumes, ricos em água, vitaminas e minerais facilitam a digestão e melhoram o metabolismo. Refrigerantes não são recomendados para hidratação.



TREINAMENTOS

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



SETEMBRO

OUTUBRO

1	04,11, 18, 25/09 e 02/10 DESENVOLVIMENTO GERENCIAL 15 colaboradores participaram de cinco módulos do curso, realizado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira. O treinamento durou 40 horas, ao todo.	02 e 03, 04 e 05, 09 e 10, 17 e 18 PLANILHAS ELETRÔNICAS 54 colaboradores da Unidade de Medianeira, divididos em 4 turmas, participaram de um treinamento. Ao todo os cursos tiveram uma duração de 64 horas.	1
2			2
3			3
4	04, 06, 11, 13, 18 e 20 FEEDBACK E COMUNICAÇÃO 15 colaboradores, da Unidade de Medianeira, participaram de um curso de Feedback, com uma duração de 24 horas. O curso foi realizado na Unidade de Medianeira.	03 e 04 INTERPRETAÇÃO E NORMAS DA QUALIDADE As normas de Qualidade e suas validações foram tema de um treinamento realizado em Medianeira. 20 colaboradores participaram do curso, que teve 16 horas de duração.	4
5			5
6			6
7	04, 06, 09, 11, 14, 15, 19, 21, 25, 26, 27, 28 FEEDBACK E COM. Duas turmas, com 15 colaboradores cada, participaram de um curso de Feedback, com uma duração de 48 horas, ao todo. Os cursos foram realizados em Medianeira.	09, 16, 23, 30/10 e 06, 13/11 COMUNICAÇÃO E FEEDBACK 21 colaboradores participaram de um curso de retroalimentação de informações, com 24 horas de duração. O curso foi realizado na Unidade de Medianeira.	7
8			8
9	18 ESTRATÉGIA DE VENDAS A Frimesa realizou uma palestra com a área comercial. Ao todo 100 colaboradores participaram do curso, realizado na Unidade de Medianeira, que teve três horas de duração.	16, 23, 30/10 e 06, 20/11 FEEDBACK PARA GESTORES 15 colaboradores participaram de um treinamento de retroalimentação de informações, que teve 40 horas de duração. O curso foi realizado na unidade de Medianeira.	9
10			10
11			11
12	15 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO Durante duas horas, 150 colaboradores, entre gerentes, supervisores e lideranças, participaram da reunião do Planejamento estratégico, realizada na Unidade de Medianeira.	17 e 18 NORMA IFS FOODS O curso voltado ao entendimento da norma da IFS Foods aconteceu na Unidade de Medianeira, teve uma duração de 16 horas e contou com a presença de 25 colaboradores.	12
13			13
14	19 a 20, 21 a 22, 25 a 26 e 27 a 28 PLANILHAS ELETRÔNICAS 57 colaboradores, em 4 turmas, participaram de um treinamento voltado a planilhas eletrônicas. Ao todo os cursos tiveram uma duração de 64 horas.	18 ESTRATÉGIAS DE RELACIONAMENTO – VENDAS Durante quatro horas, as equipes comerciais tiveram um treinamento de vendas. O curso foi realizado em Medianeira e teve a participação de 70 colaboradores.	14
15			15
16			16
17	19 a 21 SUPORTE TÉCNICO TI 36 Colaboradores da área de TI participaram de dois cursos voltados ao serviço de apoio a usuários. Os dois cursos tiveram uma duração de 24 horas, ao todo.	20, 27/10 e 10, 16/11 DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL I 16 colaboradores participaram do 1º módulo do curso, realizado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira. O treinamento teve uma duração de quatro horas.	17
18			18
19			19
20	23 TRABALHO EM EQUIPE 18 colaboradores da filial de Apucarana participaram de um treinamento sobre trabalho em equipe. O curso teve uma duração de oito horas.	24, 27/10 e 07, 10, 13/11 DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL II 19 colaboradores participaram do 1º módulo do treinamento, com uma duração de quatro horas. O curso foi realizado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira.	20
21			21
22			22
23	27 GESTÃO DE CONFLITOS 26 colaboradores participaram de um treinamento voltado às formas de lidar com situações de conflito. O curso, realizado na unidade de Medianeira, teve uma duração de oito horas.	23 e 24 BRIGADA DE EMERGÊNCIA 17 colaboradores da Unidade de Marechal Cândido Rondon participaram do treinamento de 16 horas sobre os cuidados voltados ao ambiente de trabalho.	23
24			24
25	29/08 e 05, 12, 26/09 DESENV. EQUIPE ALTA PERFORMANCE 30 colaboradores, da área de TI, participaram de dois treinamentos voltados ao aperfeiçoamento das atividades diárias. Os cursos totalizaram 32 horas.	25 e 31 GESTÃO DE TEMPO O curso oferece técnicas e métodos de organização, controle e definição das tarefas do dia a dia. Ao todo 42 colaboradores participaram do treinamento que durou 16 horas.	25
26			26
27			27
28	18 a 29/09 e 02 a 25/10 BOMBEIRO CIVIL (TÉCNICO) 12 colaboradores de Medianeira participaram de dois treinamentos voltados aos procedimentos básicos de segurança nos ambientes de trabalho. Os cursos foram divididos em dois módulos, totalizando 210 horas.	26 e 27 SUPERVISÃO DE ESPAÇO CONFINADO Treinamento sobre os cuidados no trabalho realizado em espaços confinados, para 19 colaboradores, realizado na Unidade Industrial de Medianeira, durante 16 horas.	28
29			29
30			30
31			31

GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

Outubro

05 anos

Medianeira

Ana Da Silva
Cleosane Magalhães
Cristiano Magagnin
Debora Geronimo
Deize Dlniewski
Denilzo Maciel
Eliane De Matos
Eliane Fernandes
Eliane Grabin
Eliane Tibolla
Elisa Basgal
Everton Chagas
Fabio De Campos
Francisco De Pontes
Haroldo Dos Santos
Leonice Specht
Luana Cardoso
Luiz Araujo
Maiara De Lima
Neide Pegoraro
Neli Vargas
Olmir Wilers
Sabrina Oliveira
Sibele Da Rosa
Silvana Dos Santos
Vanessa Marostega

Matelândia

Ary Rosa
Paulo De Lima
Marechal Cândido Rondon

Alice Albrecht
Marcia Dantas
Scarlethanny Barbosa
Capaneira

Gelson Dos Santos

Apucarana

Dayane Da Silva
Heloisa Soares

Curitiba

Fabiana Santana
Juliana Amorim
Patricia Padilha

Rosilei Vargas

São Paulo

Jaciene Da Conceição
Rodrigo Pinhal
Tiago Dos Santos
Vanessa Leal

Seção

Embut. Ind. Not.
Desossa Cab. Not.
Desossa Cab.
Expedição 1ºT
C.Q.
Higiene Ext.
Desossa
Triparia Not.
Fat. Cortes Not.
Expedição 3ºT
Abate
Estufa Not.
Mortadelas
Def. Not.
Recep. Suínos
Embut. Ind. Not.
Desossa Cab.
Emb. Salsicha
Embut. Industr.
Higiene — ADM
Mort. Not.
Desossa Not.
Higiene Int. 3ºT
Desossa
Desossa
Desossa Not.

Seção

Higiene Int. 3ºT
Sobremesa

Seção

Copa
Embalagem
Higiene Int.

Seção

Ind. Unidades

Seção

Vendas

Vendas

Seção

Vendas

Vendas

Vendas

Vendas

Seção

Vendas

Vendas

Vendas

Vendas

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviço dedicado à Frimesa



Vilmar Da Rocha
Higiene 1ºT
Medianeira
30 anos em Outubro



Manoel Neto
Triparia
Medianeira
30 anos em Outubro



Helio Neuls
Custos
Marechal C. Rondon
25 anos em outubro

05 anos

Medianeira

Anisia Da Silva
Antonio Bazei
Valdenir Medeiros
Vilma Mognon

Seção

Desossa
Desossa
Almox. ADM
Fatiados Not.

10 anos

Medianeira

Azir Della Pasqua Neto
Geneci Garcia
Luzia Ferreira
Rozania De Oliveira
Marechal Cândido Rondon
Cleberson Da Silva
Lourdes Manteufel
Mara Auler
Marcia Tiz Wust
Valdecir Correia

Seção

Financeiro
S.I.F.
Desossa
Desossa Cab.
Seção
Cond. Form.
Leite UHT
Custos
Leite Cond.
Leite UHT

15 anos

Medianeira

Eliane Bruisman
Gilmar De Oliveira
Itamar Paz
Rodrigo Silvina
Sandra Padilha
Marechal Cândido Rondon
Olairt Cassuli

Seção

Fatiados
Emb. Ind.
Expedição 2ºT
Vendas
Planej. Custos
Seção
Mecânica



Jorge De Paula
Ind. 3º Turno
Medianeira
20 anos em Outubro



Darci Dos Santos
Expedição
Marechal C. Rondon
25 anos em Novembro

NOVEMBRO

05 anos



Marinei Carrer
Vendas
Medianeira
25 anos em Novembro



Maria Ribeiro
Transporte
São Paulo
25 anos em Novembro



Vanderlei Gonçalves
Caldeira
Matelândia
25 anos em Novembro



Otavio Wammes
Leite Concentrado
Marechal C. Rondon
25 anos em Novembro



Nelci Menuzzi
Logística
Medianeira
25 anos em Novembro

Medianeira

Antonio Deina
Celso Da Silva
Cleuves Nogueira
Cristiane Correa
Elizete Dos Santos
Emanuele Ricce
Everton Schossler
Gustavo Toniazio Dutra
Ivanete Engster
Jonatas De Macedo
Josiane Batista
Lucia Dos Santos
Lucinei Roveda
Makeli Barbosa
Marcelo Blasius
Raquel De Jesus
Rodolfo Seffrin
Rosangela De Santana
Selma De Almeida
Marechal C. Rondon
Evelin Voigt
Terezinha De Oliveira
Curitiba
Anderson Dos Santos
Claudiane Kologe
São Paulo
Erica Brito
Bebedouro
Roseli Da Silva
Chapecó
Vania Padilha

Seção

Sangria Not.
Expedição 2ºT
Embut. Toscana
Salga
Higiene Int. 3ºT
Expedição 3ºT
Desossa
Mortadela Not.
Embut. Ind. Not.
Fatiad. Cortes Not.
Emb. Def. Not.
Higiene Int. 3ºT
Embut. Ind.
Expedição 3ºT
Triparia
Desossa Not.
T.I.
Higiene ADM
Embut. Ind.
Seção
Prod. Ind.
Requeijão
Seção
Vendas
Vendas
Seção
Vendas
Seção
Vendas
Seção
Vendas

10 anos

Medianeira

Andreia Modzinski
Claudete Dos Santos
Cleonice De Almeida
Donizete Dos Santos
Ivanilda Fraporti
Linda Coelho Bispo
Marta De Oliveira
Renato Ribeiro
Sebastião De Andrade
Zelair Da Silva
Marechal Cândido Rondon
Antonio De Freitas
Evanilda Gonçalves
Maria De Oliveira

Seção

Fatiados
Fatiados Not.
Emb. Salsicha
Mecânica Geral
Emb. Salsicha
Desossa Cab.
Embut. Industr.
Cozimento
Refinaria Not.
Embut. Industr.
Seção
Sala de Máquinas
Copa
Leite UHT

15 anos

Medianeira

Anisia Da Silva
Antonio Bazei
Valdenir Medeiros
Vilma Mognon

Seção

Desossa
Desossa
Almox. ADM
Fatiados Not.



Vitor Frosi
Gerência Ind.
Medianeira
30 anos em Dezembro

DEZEMBRO

05 anos

Medianeira

Bianca Vieira
Canisio Kappaun
Jessica Da Silva
Leandro Vieira
Lucas Belitzki
Lucelia Arnhold
Marcia Da Silva
Patricia Da Silva
Roque Bruxel
Sidney Giusti
Vanderlei Fernandes
Matelândia
Jairo Da Silva
Luana Packer
Marechal Cândido Rondon
Angela Schlup
Margarete Taube
Apucarana
Sandra Rossato
Curitiba
Eliziane De Souza
Ingo Junior
São Paulo
Alessandra De Moraes
Mundo Novo
Gilmar Machado
Itajaí
Luciane Ribeiro
Canoas
Andreia Goularte
Lidiane Da Cunha
Siandra Ortiz

Seção

Ger. Industrial
Desossa Not.
Emb. Industrializ.
Mortadelas
Expedição 1ºT
Desossa
Des. Cab. Not.
Emb. Hambúrguer
Lavanderia
Transportes
Obra
Seção
Manutenção Geral
Sup. Industrial
Seção
Leite UHT
Leite UHT
Seção
Vendas
Seção
Vendas
Vendas
Seção
Vendas
Seção
Plat. Recepção
Seção
Vendas
Seção
Vendas
Vendas
Vendas

10 anos

Medianeira

Emerson Bageti
Fabiane Maciel
Fabricio Bassetto
Jodete Dias
Juliana Ramos
Maria Ribeiro
Vilmar Lima
Matelândia
Saulo Evangelista
São João
Ronaldo Minozzo

Seção

Prep. Massas Not.
OPM
Contábil
Embut. Ind. Not.
Contábil
Abate
Refinaria
Seção
Laboratório
Seção
Plataforma

SABOR E TRADIÇÃO
- DESDE -
★ ★ ★ 1977 ★ ★ ★

Frimesa



Vai de Doce de Leite Frimesa.

Se você acha que doce de leite é tudo igual, é porque ainda não experimentou o Doce de Leite Frimesa. Ele é produzido por meio de um processo especial, que dá mais cremosidade, pureza e consistência. Você não vai mais querer saber de outro. Vai de cremosidade e sabor. Vai de Frimesa.

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Tender Frimesa com mostarda e mel

INGREDIENTES: 2 colheres (sopa) de mostarda, 3 colheres (sopa) de mel, Uva Itália (cerca de 15 grãos), 200 g de cerejas frescas (ou em conserva), 1 manga média cortada em cubos, 100 g de nozes picadas, Cravo-da-índia para decorar, Cebolinha verde picada para decorar, 1 Tender Frimesa, Papel-alumínio.

MODO DE PREPARO: Prepare uma mistura com a mostarda e o mel, mexa bem e reserve. Faça cortes quadriculares no tender Frimesa, espete cravos nas junções e lambuze-o com a mistura de mostarda e mel. Leve ao forno preaquecido (180°C) coberto com papel-alumínio por 25 minutos. Vá regando o tender com o caldo que se formar no fundo. Retire o tender do forno e remova o papel-alumínio. Junte parte das frutas (sem a calda) em torno dele para que sejam aquecidas também e volte ao fogo baixo por mais 10 minutos.

MONTAGEM: Coloque o Tender Frimesa em uma travessa, decore com o restante das frutas e a cebolinha e sirva.

Farofa de Linguíça Toscana Frimesa com abacaxi

INGREDIENTES:

200 g de Linguíça Toscana Frimesa, 50 g de Manteiga Frimesa sem sal, 150 g de farinha de milho em flocos, 1 unidade de cebola pequena bem picada, 2 dentes de alho bem picados, ½ maço de cheiro-verde bem picado, 150 g de abacaxi pérola cortado em cubos médios, Sal a gosto, Pimenta-do-reino a gosto.

MODO DE PREPARO:

Asse a linguíça toscana no forno e reserve. Depois de esfriar, corte em rodela finas. Derreta a manteiga em uma frigideira, acrescente o alho bem picado e a cebola e deixe refogar bem até começar a dourar. Adicione a linguíça fatiada e refogue, junte a farinha de milho e mexa bem. Em seguida, adicione os pedaços de abacaxi e o cheiro-verde. Acerte o sal e a pimenta. Sirva em temperatura ambiente.

Pernil Frimesa assado com limão e estragão

INGREDIENTES: Pernil Suíno Frimesa, 1 colher de sal grosso, 1 cebola média picada, 3 dentes de alho picados, 2 colheres de cheiro-verde picado, Pimenta-do-reino a gosto, Suco de 1 limão, 3 colheres de estragão picado, Farinha de trigo para empanar, 1 litro de caldo de legumes.

MODO DE PREPARO: Tempere o Pernil Suíno Frimesa com sal grosso, cebola, alho, cheiro-verde, pimenta-do-reino, limão e estragão. Deixe no tempero de um dia para outro. Retire do tempero e passe o pernil na farinha de trigo, frite todos os lados da carne em uma frigideira com azeite. Regue o pernil com caldo de legumes, deixando a carne cozinhar. Assim que cozida, salpique estragão moído por cima. Coe o caldo e reduza. Sirva com arroz branco.

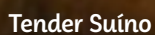
Lombo Suíno Frimesa recheado com queijo gorgonzola, tomate seco e arroz pilaf

INGREDIENTES: 1 unidade de Lombo Suíno Frimesa, 1 cebola picada, 2 dentes de alho picados, 2 colheres de cheiro-verde picado, Sal a gosto, Pimenta-do-reino a gosto, 200 g de Queijo Gorgonzola Frimesa, 100 g de tomate seco, 300 ml de Leite Frimesa, 50 g de farinha de trigo, 50 g de Manteiga sem Sal Frimesa, 1 xícara de arroz branco, Ervas finas (manjerição, louro, alecrim e tomilho), 500 ml de caldo de legumes, Suco de 1 limão, Barbante, 1 colher de chá de noz-moscada.

MODO DE PREPARO: Com uma faca, abra o Lombo Suíno Frimesa e corte até pouco mais da metade. Depois, tempere a carne com cebola, alho, cheiro-verde, sal e pimenta. Reserve. Corte o queijo gorgonzola em pequenos pedaços, junte aos tomates secos e coloque tudo dentro do lombo. A seguir, amarre com o barbante. Em uma frigideira, doure todos os lados do lombo e, em seguida, leve ao forno preaquecido a 180°C. Regue com azeite. A cada 10 minutos, vire o lombo para pegar cor em todo o corte. Depois de 40 minutos, retire do forno, espere 5 minutos para dar uma resfriada e corte as fatias de lombo recheadas. Faça um molho branco simples para acompanhar juntando a farinha de trigo, a manteiga e o leite em uma panela mexendo sem parar até engrossar. Tempere com sal, pimenta, noz-moscada e limão. Arroz pilaf: refogue uma colher de cebola e um dente de alho em uma panela com óleo. Junte os grãos de arroz, refogue e adicione as ervas finas amarradas com um barbante. Adicione o caldo de legumes até cobrir o arroz. Depois tempere com sal e espere cozinhar.



ОПИСАНИЕ



Three packages of Frimesa frozen meat products are displayed against a red background. The packages are labeled 'lomo', 'tender', and 'pernil'. Each package features a clear window showing the meat and the Frimesa logo at the top.

Segundo o USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos), a carne suína é a mais consumida do mundo, na frente da carne bovina e da carne de frango.

Nossa marca chega aos 40 anos com bons motivos para sorrir.

Quando cooperativas, produtores e colaboradores, trabalham juntos, produzem alimentos de qualidade, com todo o cuidado e carinho em cada detalhe, e conquistam a confiança e a preferência de milhões de brasileiros, o sorriso da nossa marca faz todo o sentido.

Quando sabemos que nossos produtos fazem parte do cotidiano de famílias empenhadas em levar para casa, mais do que alimentos, uma boa dose de alegria e bem-estar para suas vidas, o sorriso da nossa marca fica ainda mais fácil de compreender.

Quando nossos produtos são reconhecidos como a escolha inteligente de famílias que encontram neles o sabor, a qualidade e o preço justo que procuram, evidentemente, nossa marca tem um motivo a mais para sorrir.

Quando olhamos com orgulho para a nossa história de sucesso, com gratidão profunda pelos valores herdados de nossos fundadores e com a determinação de prosseguir construindo um mundo melhor para todos, nossa marca encara os próximos 40 anos com um sorriso cheio de entusiasmo e esperança. Pode acreditar.

