

# Revista Frimesa

Ano X Edição nº 60 maio/junho de 2013  
www.frimesa.com.br

10 anos



Tão saborosa  
quanto saudável

pg. 20



DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Ficou com água  
na boca?  
Receita na pg. 39

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



Tem gosto de amizade.



[www.frimesa.com.br](http://www.frimesa.com.br)

## Caros Amigos,

**N**esta Edição temos a alegria de comemorar 10 anos de circulação da Revista Frimesa. Nesse tempo construímos a ligação direta de nossas ações com os públicos que compõem as nossas cadeias produtivas do suíno e do leite.

A comunicação através do conteúdo da Revista integrou produtores, colaboradores, dirigentes, fornecedores, clientes e consumidores num grande abraço de aconchego amigo.

Conhecemos histórias de vencedores, tecnologias produtivas, realizações, projetos e muitas informações de negócios. Agradecemos a todos que colaboram para o sucesso da Revista Frimesa.

Você terá também um verdadeiro tributo à maravilhosa carne suína. Essa carne mais consumida no mundo ainda precisa ser mais conhecida no Brasil. Suas qualidades como alimento são

fonte de saúde e bem-estar para as pessoas. Desfrute das informações aqui apresentadas e seja um apreciador deste requinte.

Apresentamos ainda as nossas conquistas obtidas como fornecedor dos supermercados paranaenses, fato que nos orgulha e motiva para avançar ainda mais em melhorias de nossos produtos e serviços.

Esperamos que o conteúdo desta edição possa contribuir com suas atividades e reforçar nosso elo de amizade e respeito mútuo. Afinal de contas, estamos ligados pelo trabalho produtivo, pela crença no bem e pela vontade de evoluir.

Muito Obrigado.

**Diretoria Frimesa**

*diretoria@frimesa.com.br*

**Diretor Presidente:**

Valter Vanzella.

**Diretor Executivo:**

Elias José Zydek.

**Conselho de Administração:**

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

**Conselho Fiscal:**

Elton Alceu Endler, João Wochner, Moisés Piletti, Ademir Roque Beathalter, José Antônio Tondo e José Dante Locks.

**Cooperativas filiadas:**

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

# SUMÁRIO



Maio/Junho  
2013

|    |                    |    |                  |
|----|--------------------|----|------------------|
| 6  | Foco no Leite      | 18 | Visitas          |
| 8  | Foco na Carne      | 20 | Nossa Capa       |
| 10 | Parceria           | 24 | Especial 10 anos |
| 12 | Marketing Feiras   | 28 | Gastronomia      |
| 14 | Prêmios            | 30 | Gestão Integrada |
| 16 | Registro           | 33 | Recursos Humanos |
| 17 | Análise de Mercado | 37 | Receitas         |



[www.frimesa.com.br](http://www.frimesa.com.br)

## Revista Frimesa 10 anos

Revista Frimesa é uma publicação bimestral da Frimesa Cooperativa Central de circulação interna e distribuição gratuita. Rua Bahia, 159 Medianeira (PR) CEP 85884-000  
Fone: (45) 3264-8000 site: [www.frimesa.com.br](http://www.frimesa.com.br)  
e-mail: [midia@frimesa.com.br](mailto:midia@frimesa.com.br)

Edição 60 Ano X MAIO/JUNHO 2013

**Departamento:** Marketing **Jornalista e Editora Responsável:** Elis D'Alessandro  
MTb 7476 **Fotos e Textos:** Oly Francescon Junior e Endriane Kalsing  
**Revisão:** Evelina Lemke Pereira **Diagramação:** Bruno Trento Smaha  
**Capa/Anúncios:** Fábio Lucca **Áreas Colaboradoras:** Sistema de Gestão Integrada  
(Ambiental e Qualidade), Comercial, Fomento Suíno, Recursos Humanos e  
Fomento Suíno e Leite das Cooperativas Filiadas  
**Impressão:** Gráfica Positiva **Tiragem:** 14.000 exemplares.  
As matérias desta publicação podem ser reproduzidas, desde que citada a fonte.

No churrasco, na carne de panela, no assado ou na composição de vários pratos, a **carne suína** vai conquistando cada vez mais espaço na mesa do brasileiro.

Nesta edição a reportagem especial mostra que além de ser a mais **consumida no mundo**, a carne suína é uma excelente opção para uma alimentação saudável e de qualidade.



**P**ara aumentar a eficiência e a produtividade do rebanho de Jerseys, a saída encontrada pela família do seu Laércio Abich e da dona Renati Schubert Abich, moradores de Novo Sobradinho, em Toledo, no Oeste paranaense, foram os investimentos em inseminação e genética.

A escolha resultou no incremento na atividade de leite num espaço de tempo menor, além de animais de uma carga genética melhor. A média de cada vaca Jersey é de 20 litros/dia. As adoções de métodos de controle sanitário, de doenças transmissíveis e de custos de produção também são responsáveis pelo melhor desempenho da atividade de leite, como explica seu Laércio. "O rebanho puro é mais produtivo, com custo menor, se fizermos as contas bem certinho. Outro benefício é a obtenção de um leite mais rico em sólidos".

A história dos Abich começou há três décadas quando o leite servia apenas para o consumo da família. "Percebemos que a atividade poderia ser uma fonte de renda extra, logo passamos a pensar em como estruturá-la". Para isso,

em 1982, quando a antiga Coopagro iniciou as atividades leiteiras na região de Toledo, eles começaram a enviar parte da produção para a cooperativa. Seu Laércio ainda lembra quando os motoristas passavam comentando que todo produtor poderia participar, indiferentemente dos níveis de produção.

Pouco tempo depois, os poucos litros se transformaram numa produção média de 400 litros diários. Nesse tempo a propriedade agregou o diferencial de produzir leite exclusivamente de animais puros da raça Jersey, gado este, que surgiu na ilha de Jersey — localizada entre a França e a Inglaterra. A raça é famosa pelo alto teor de sólidos como a gordura e se tornou a responsável por mais de 70% da renda da família. Acompanhe a entrevista dos Abich à Revista Frimesa.

**Revista Frimesa — Passados mais de 20 anos com a produção de leite, quanto hoje a atividade responde pela renda da família?**

**Pecuarista Renati Abich —** Hoje 70% da nossa renda vem do leite. Nossa propriedade possui uma área de 12 alqueires, usamos seis para plantação de lavouras, dois para silagens, dois de pastagens para os animais e uma de grama tifton. Para diversificar a renda, cultivamos lavouras de soja, milho e aveia. Atualmente contamos com 45 animais, destes apenas 18 estão em lactação, o restante são novilhas e bezerras. Um dos diferenciais fica por conta da genética dos animais, melhorada através do processo de inseminação artificial.

# Rebanho turbinado

► **INVESTINDO** em melhoramento genético, Sr. Laércio e Dona Renati garantem os bons frutos na propriedade



**RF** — Sobre genética, como a família chegou ao ponto de manter somente animais Jersey com genética avançada?

**Pecuarista Laércio Abich** — Nesse tempo nós nunca compramos animais. Todo o rebanho é resultado de um exaustivo trabalho de melhoramento genético por meio de inseminação. Um dos fatores mais interessantes é que só utilizamos animais da nossa propriedade, assim, a cada novo animal temos a certeza de que a genética será melhorada. Com a inseminação procuramos melhorar os rebanhos.

**RF** — Qual é a capacidade e o sistema da sala de ordenha dos animais?

**Renati** — A sala de ordenha funciona com um sistema canalizado — onde o leite vai direto para os resfriadores — e conta com dois lugares para ordenha. A capacidade de armazenagem é de 650 litros, ou seja, ainda temos a capacidade de dobrar a produção diária de leite.

**RF** — E as atividades do dia a dia, como são divididas entre o casal?

**Renati** — A mão de obra é por nossa conta, não temos ninguém que nos auxilie. A ordenha fica por minha conta, algumas vezes o Laércio me ajuda. Já o trato dos animais é meio a meio. As atividades sempre são realizadas em conjunto. Com as decisões da propriedade não é diferente.

**RF** — Todo o funcionamento da propriedade é decidido em conjunto. Qual o reflexo disso?

**Laércio** — Como as decisões são tomadas em conjunto, chegamos à conclusão que todos os investimentos que faremos serão na área de genética. O resultado será um rebanho de maior qualidade, mais produtivo e mais rentável, ou seja, números cada vez melhores.

**RF** — A família está sempre buscando novas informações sobre o ramo. Como é a participação em eventos voltados à pecuária leiteira?

**Laércio** — Sempre que possível participamos de cursos, palestras, treinamentos e concursos na região. Já chegamos a participar de concursos como a Expo Toledo, onde levamos animais com lactações entre 27 e 30 litros diários. Para nossa surpresa, ficamos com o primeiro lugar.

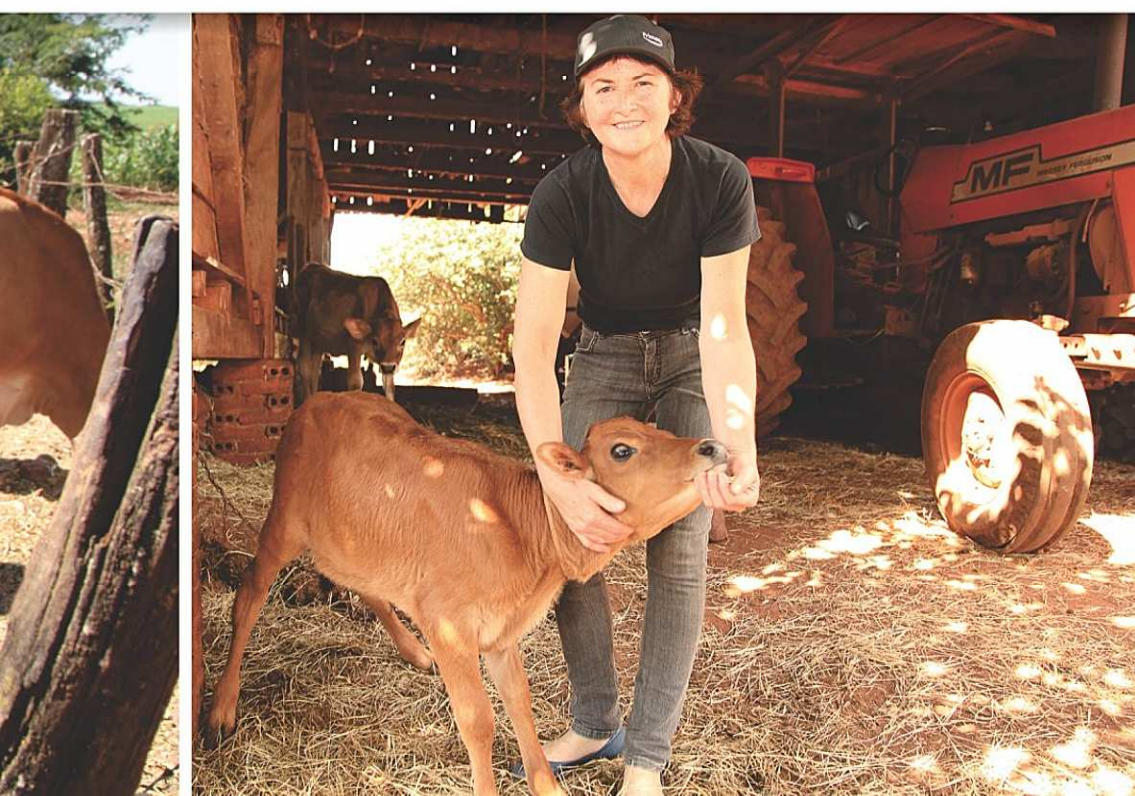
**RF** — Quais são as metas futuras da família?

**Laércio** — Um dos projetos que queremos concretizar é iniciar a venda de óvulos de alta qualidade. Essa é uma ideia que está crescendo aos poucos, só no ano passado, nós vendemos 27 animais. O diferencial destes animais fica por conta da genética melhorada, resultado de mais de três décadas de conhecimento na área.

**RF** — Por que escolher a Primato e a Frimesa?

**Laércio** — Um dos motivos mais importantes são as garantias da Frimesa, além da certeza de lucro no fim do mês. A parceria com a Primato é forte no sentido dos produtos disponibilizados. Temos um veterinário de confiança, que nos acompanha há muitos anos, por isso a parte de serviços não é tão usada.

**O MELHORAMENTO GENÉTICO FAZ PARTE DO DIA A DIA DA PROPRIEDADE DOS ABICH E O RESULTADO SÃO ANIMAIS QUE GERAM LEITE DE QUALIDADE. OS AVANÇOS CONSTANTES TORNARAM OS INTEGRADOS DA PRIMATO REFERÊNCIA NA CRIAÇÃO DE GADO JERSEY**



◀ **ATRAVÉS** da inseminação artificial, o padrão genético aumenta, garantindo assim o padrão elevado do gado leiteiro que os Abich possui

▼ **SEU ZICO** e Dona Maria acompanham diariamente o crescimento dos suínos instalados na propriedade, garantindo excelentes resultados em apenas dois anos na atividade

# Tratamento especial

**S**eu Zico é daqueles que quando a oportunidade bate na porta não deixa escapar. Com tino para os negócios não pensou duas vezes em trocar uma caminhonete por dois alqueires de terra. Em 2010, novamente obstinado, todos os dias percorria vários quilômetros de moto até áreas de reflorestamento, em busca de matéria-prima para as instalações da terminação de suínos que ele estava construindo. "Não me importei com o serviço pois precisei economizar o máximo possível se quisesse realizar o sonho de diversificar a propriedade com mais essa fonte de renda".

Durante a construção da granja, com capacidade para 500 animais, seu Adivonzir e Maria Lucia Porta acompanharam todo o trabalho, sempre participando e auxiliando, mesmo nos trabalhos mais pesados. Em março de 2011 eles receberam o primeiro lote e, é claro, renovaram a disposição para que o novo negócio atingisse o sucesso de hoje. Em apenas dois anos atuando com terminação, a propriedade figura entre a lista das melhores da Cooperativa Lar quando o assunto é produtividade – veja tabela na página ao lado.

Seu Zico explica que a receita para ter sucesso depende do cuidado com o plantel, das rotinas bem estabelecidas, enfim sempre manter o lugar organizado. "Se quer ver o negócio andar bem, ver os animais desenvolvendo bem, tem que estar junto, acompanhando durante todo o dia. Ai está o diferencial no fim das contas".

Além dos suínos, a produção de 10 vacas de leite reforça a renda do casal. Hoje eles se mostram felizes com a vida na granja onde passam horas e horas se dedicando aos animais. Os três filhos já estão encaminhados com atividades fora da propriedade. Confira agora o bate-papo descontraindo da Revista Frimesa.

**O CAPRICHOS COM OS ANIMAIS E UM OLHO BEM ABERTO NAS CONTAS POSSIBILITOU AO SEU ZICO E À DONA MARIA CRESCER NA CRIAÇÃO DE SUÍNOS. ELES SÃO INTEGRADOS DA LAR**



## Exemplo em desempenho

Resultado técnico do 6º lote  
(último entregue para a cooperativa)

### CONVERSÃO

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Alimentar Ajustada/100kg:      | 2,05 kg |
| Alimentar Carcaça Bruta:       | 3,00 kg |
| Alimentar de Carcaça Ajustada: | 2,83 kg |

**Ganho de Peso Diário:** 0,920 kg

◀ **APOIO** técnico para desenvolver a criação e melhorar a rentabilidade do negócio. Seu Zico e dona Maria com o médico veterinário da Lar, Andrei Dietrich

**Revista Frimesa** — *Como começou a história da família em Diamante do Oeste?*

**Suinocultor Adivonzir Porta** — Chegamos aqui por volta de 2000, antes disso moramos durante 26 anos em uma área que hoje é utilizada para reflorestamento da própria Frimesa, a antiga Fazenda Três Zeros. Inclusive ajudei a plantar várias árvores de lá. Quando chegamos aqui, compramos um espaço com quatro alqueires e meio. Um tempo depois fiz um ótimo negócio, troquei uma camionete em um espaço com dois alqueires, que tinha um mandiocal. Hoje temos uma área de 6,5 alqueires, onde a maioria ainda é de pastagens.

**RF** — *Onde surgiu a vontade de entrar para a suinocultura?*

**Seu Zico** — No começo pensamos em criar gado, porém como tínhamos pouca terra, apenas quatro alqueires e meio, vimos que não daria muito futuro. Um certo dia, há mais ou menos três anos, a Maria comentou sobre criar suínos, fiquei encucado e comecei a buscar mais informações sobre a atividade. Para ver realmente como funcionava e tirar algumas dúvidas, passei um tempo visitando granjas de suinocultores. Juntamos alguns vizinhos e começamos a conhecer granjas modelo e que possuíam parceria com a cooperativa, saber o que havia de bom nestes lugares e conhecer técnicas que realmente deram certo. Com algumas ideias na cabeça, iniciamos o plano de montar nossa própria granja. Em 2011 recebemos o nosso primeiro lote de animais.

**RF** — *E hoje, o senhor está satisfeito com desempenho da granja?*

**Seu Zico** — Com certeza, tanto que o negócio já representa 60% da nossa renda. Antes tínhamos muitas dúvidas do que fazer, pois a nossa propriedade é pequena e o solo é desfavorável para o cultivo de grãos. Agora podemos afirmar que temos uma atividade lucrativa. Em termos técnicos o ganho de

peso diário do último lote atingiu 0,920kg e a conversão alimentar foi 2,05kg. Esses índices são convertidos em valores financeiros para a propriedade. Para se ter uma ideia, o valor recebido por animal terminado, quando fazemos a média dos últimos três lotes entregues, ultrapassou os R\$ 20,00.

**RF** — *Como são divididas as tarefas e trabalhos do dia a dia?*

**Suinocultora Maria Lucia** — Aqui temos muito trabalho, somos somente eu e o Zico para dividir as tarefas no dia a dia, às vezes costumo dizer, que quando um não faz, o outro tem que fazer, o importante é que o trabalho seja cumprido. A limpeza e o trato dos animais são muito importantes pelos resultados que obtemos, por isso temos um cuidado especial nesta parte.

**RF** — *Para tornar realidade a granja de suínos, quais os investimentos necessários?*

**Seu Zico** — Pra que a gente pudesse iniciar na suinocultura foi necessário um investimento de 136 mil reais. Conseguimos um bom empréstimo com o banco, o restante nós conseguimos vendendo algumas vaquinhas que tínhamos naquela época. Hoje temos uma granja e se pudéssemos já teríamos iniciado a construção da segunda, e assim ampliar os resultados.

**RF** — *Como é o manejo dos animais na propriedade?*

**Seu Zico** — A nossa propriedade conta com um sistema de comedouros do tipo tampão, sabemos que é mais trabalhoso, mas consideramos melhor o resultado. As vezes costumo dizer que o que temos de tecnológico aqui é a calculadora, o resto é dedicação e atenção aos animais.

**RF** — *Como pode ser considerado o acompanhamento realizado pela Lar?*

**Seu Zico** — Há um pouco mais de dois anos não tínhamos nenhum conhecimento técnico na atividade e foi com a equipe da Lar que aprendemos muito. São informações do manejo mais adequado, alimentação, como manter os animais sadios. Também temos controles de acompanhamento que permitem a prevenção de erros e uma melhor condução do lote. A cooperativa é focada em fazer o produtor crescer, com o nosso esforço, isso está acontecendo.

## PARCERIA



# Olhar empreendedor

A EXPERIÊNCIA DE SEIS DÉCADAS, ALIADA À BUSCA INCESSANTE DA QUALIDADE, É A RECEITA QUE FEZ DO BRASÃO SUPERMERCADOS, DE SANTA CATARINA, REFERÊNCIA EM INOVAÇÃO

**B**rasil, início da década de 50, nem o baixo desenvolvimento econômico do país – sustentado na época praticamente em bens primários – não desmotivou os Moschetta em fundar o armazém de secos e molhados comércio e Indústria João Moschetta na pequena Itá, no oeste catarinense, em 1953.

Convencidos que este era o caminho para expandir em negócios, em 1962 os Moschetta chegaram a Xanxerê com a ideia de abrir um supermercado. Logo, em 1968, de olho na expansão da cidade, escolheram a cidade de Chapecó (SC) para abrigar a primeira loja do Supermercado Brasão. Seguindo a filosofia de Seu João “se você tem dúvida se leva ou não um produto pra casa, não ofereça para o cliente”. A ideia do fundador era que para se manter um supermercado é preciso bem mais que recursos financeiros, é preciso enxergar a empresa com os olhos do cliente, trazendo qualidade, variedade, atendimento e preços competitivos.

A visão fez a família chegar as quatro lojas que a rede mantém hoje. São três supermercados em Cha-

pecó e um em Xaxim, todos localizados em pontos estratégicos das cidade. Para oferecer diversificação tem uma média de 26 mil itens em estoque e mantém uma equipe de 580 funcionários que compartilham a visão do Seu João.

De acordo com o diretor administrativo, Marcos Moschetta, o Brasão Supermercados é uma rede familiar e por isso “consegue estar mais perto dos clientes. A rede nos dá ainda a possibilidade de trazer mais variedade, qualidade e novidades. Também estamos sempre preocupados em trazer diferenciais, somos uma empresa de vanguarda e pioneiros em diversas inovações que trouxemos para a região oeste catarinense”.

Nos últimos anos o Brasão apresentou um grande crescimento. O diretor explica que as estratégias de investimento e expansão são “sempre trazer novidades para a região, investindo no ambiente das lojas, na conveniência e em nossos colaboradores, pois são eles os responsáveis pelo contato direto com o cliente”.

Moschetta, sobre os atributos do Grupo complementa: “Primamos pela diferenciação, é por isso que possuímos uma gama de produtos importados que o cliente



▲ **FACILIDADE** e comodidade são o ponto alto do Brasão Supermercados



▲ **AMPLO** espaço e conforto aliado à qualidade dos produtos

só encontra aqui, além de produtos nacionais, porém diferenciados, que também são exclusividade do Brasão. Isso faz com que sejamos lembrados pela qualidade, variedade e exclusividade de produtos", ressalta. Hoje os irmãos Marcos, Roberto e Eduardo estão à frente da administração do grupo.

**FOCO NO CLIENTE** Marcos explica que "existe o público que busca preço e o público que busca qualidade, variedade, ambiente e bom atendimento. Nosso foco está em todos os públicos e por isso trabalhamos para ter todos estes atributos".

Desta forma o Brasão Supermercados investe constantemente em marketing, pois é o responsável pela criação de estratégias, divulgação das promoções e diferenciais e também pelo relacionamento com o cliente. A linha de comunicação está focada principalmente em divulgar a variedade de produtos e serviços.

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL** Além do investimento em ações de desenvolvimento do quadro funcional, o Brasão mantém diversos projetos socio-

## Raio X



- ☒ 118 cidades atendidas
- ☒ 7.750 m<sup>2</sup> de área construída
- ☒ 70 Check-outs
- ☒ 580 colaboradores
- ☒ 4 supermercados

ambientais. Um exemplo é o sistema de recolha de óleo de cozinha já que este pode causar danos a fauna aquática, bem como agravar o efeito estufa. O Brasão destina de forma ecologicamente correta o óleo produzido nas instalações. Através de um programa de logística reversa, recolhe os itens que não podem ser jogados no meio ambiente como pilhas e baterias, dando o destino correto.

A empresa desenvolveu sacolas retornáveis que são comercializadas com baixo custo e com a finalidade de incentivar o consumo consciente, a redução da produção do lixo de sacolas plásticas e a preservação do planeta.

A loja Avenida possui cobertura com telhas térmicas, sistema de recolhimento da água da chuva, equipamentos, casa de máquinas e frios com Gricol, um composto que auxilia na refrigeração.

**PARCERIA SÓLIDA** Para o Brasão, a parceria com a Frimesa é muito importante pois trata-se de uma empresa que possui bons profissionais e um mix de produtos de qualidade com preço justo. A Frimesa tem como ponto forte o atendimento semanal ao setor de compras e promotores sempre presentes nas lojas auxiliando a reposição e exposição dos produtos. "É importante ter a marca em nossas lojas, pois além de produtos saudáveis são alternativas saborosas que atendem até mesmo os paladares mais refinados. Além disso, são produtos de qualidade com preços atrativos para o consumidor" comenta o Gerente Comercial, Adelar Biesek".

As lojas do Brasão são abastecidas com os produtos da Frimesa pela equipe da filial de Medianeira. São representantes comerciais, supervisores de vendas, repositoras com uma logística empenhada em atender todas as necessidades da rede.



▲ EQUIPE Frimesa presente na Mercosuper 2013

# Presença ampliada

Com foco em ampliar a participação no mercado de alimentos, a Frimesa, mais uma vez, marcou presença na Convenção Paranaense de Supermercados, Mercosuper. Em sua 32ª edição, o evento aconteceu em Curitiba, de 08 a 10 abril, com o tema "O varejo Planejado – Produção, Logística e Venda", com diversas oficinas sobre Sustentabilidade, Controladoria, Planejamento Tributário e Coaching, além de palestras com personalidades empreendedoras de destaque.

A expectativa de público e volume de negócios da Associação Paranaense de Supermercadistas – Apras, organizadora do evento, foi concretizada. Durante os três dias de evento 40 mil passaram pelos estandes da feira e movimentaram um montante de mais de 600 milhões de reais, em negócios. Situado em Pinhais, região metropolitana da capital paranaense, o pavilhão da ExpoTrade conta com uma área de 26 mil metros quadrados. Cerca de 280 fornecedores e empresas varejistas divulgaram as novas tendências em serviços e produtos que estarão em breve nos supermercados. Além da economia, pontos como marketing, logística, tecnologia e qualidade foram o foco das negociações.

Segundo o Diretor Presidente da Frimesa, Valter Vanzella, o evento é uma importante estratégia de marketing, "o relacionamento da Frimesa com o setor varejista é uma das mais importantes ferramentas para ampliar a visibilidade e a divulgação da marca".

Em um espaço privilegiado, o estande da Frimesa apresentou um design inovador, próprio para apresentar as novidades presentes no mix de produtos, hoje com 366 itens. A maior novidade ficou por conta da colocação do mezanino para ampliar o espaço de atendimento aos clientes. Na Mercosuper a Frimesa recebe supermercadistas, principalmente do Paraná e Santa Catarina, por isso, as equipes das filiais de vendas de Medianeira, Apucarana, Curitiba e Itajaí estiveram envolvidas diretamente com o evento.

No encerramento do evento, a Frimesa recebeu, pelo terceiro ano consecutivo, o título de Fornecedor Nota 10, além do troféu Top de Categoria – Perecíveis Lácteos. De acordo com o Gerente Comercial da Frimesa, o evento, além de ampliar a visibilidade da marca, "é um reconhecimento da posição da cooperativa, como marca amiga do cliente".

**PARA ESTREITAR OS LAÇOS COM O SETOR VAREJISTA, A FRIMESA PARTICIPOU DA MERCOSUPER 2013 COM DESTAQUE NA AMPLIAÇÃO DO ESPAÇO PARA RECEBER MELHOR OS CLIENTES.**



▼ APROXIMADAMENTE 40 mil pessoas passaram pelo estande da Frimesa



▲ EM VISITA ao estande da Frimesa o Presidente da Abras, Fernando Yamada, o secretário de Agricultura do Paraná, Norberto Ortigara e o gerente comercial Mauro Kramer



◀ **FRIMESA** foi representada pelo time na maior Feira Supermercadista

# A maior do varejo

Um local propício para o fechamento de bons negócios e a criação de ótimas parcerias, assim se definiu a feira da APAS

A maior feira supermercadista do mundo chega, em 2013, à sua 29ª edição. Realizada de 6 à 9 de maio, promovida pela Associação Paulista de Supermercados reuniu, em um só local, novas tendências, negócios, conhecimento e networking.

Durante os quatro dias, passaram pelos estandes da Frimesa, cerca de 60 mil visitantes, entre empresários e executivos do setor varejista nacional e internacional. Este fator faz do evento uma das mais importantes vitrines supermercadistas. Os mais de 550 expositores presentes no evento geraram negócios que atingiram a ordem dos 5 bilhões de reais.

Um dos diferenciais do evento é a colaboração e o compartilhamento de opiniões e expressões de todos os presentes. Estes fatores, juntos, são interpretados pelo varejo como valor estratégico e competitivo, ou seja, um respaldo direto aos investimentos e ideias que a Frimesa concretiza.

O tradicional Congresso e Feira de Negócios em Supermercados, já está na 29ª edição e proporciona reflexões e indica caminhos para o setor supermercadista. Neste

ano as soluções foram voltadas para o aprimoramento da gestão.

Em 2013, o tema do evento foi "Capitalismo Consciente – prosperar construindo relações de valor para todos". O capitalismo consciente é uma nova abordagem sobre um conjunto de valores que busca a prosperidade e interligação de toda a cadeia de valor.

O novo modelo econômico, segundo o gerente comercial, Mauro Kramer, é a consequência de "uma mudança de valores, ligados à busca pela sustentabilidade. O reflexo é uma maior dedicação e satisfação por parte dos consumidores".

A Frimesa levou para a feira, como carro chefe, a linha de pizzas e lasanhas. Neste ano os pratos prontos desembarcaram no evento com um novo visual, reflexo da busca contínua pela inovação. A repaginação faz parte de uma série de ações que visam a repaginação da marca.

A APAS, entidade organizadora do evento, representa todo o setor supermercadista do estado de São Paulo e sempre procura integrar toda a cadeia de abastecimento. Atualmente, cerca de 1.200 associados somam 2.700 lojas.



▲ **ESTANDE** da Frimesa, movimentado, durante os quatro dias de evento

# Qualidade reconh

Junte produtos de qualidade e uma marca já consolidada no mercado, some à garantia de entregas e serviços. O resultado, além de ser visto todos os dias à mesa do consumidor, foi reconhecido como "Fornecedor Nota 10" e como "Top de Categoria – Refrigerados Lácteos".

O primeiro prêmio destaca a linha de iogurtes, queijos e o petit suisse como a marca preferida dos supermercadistas. "Em 2011 readequamos todo o nosso portfólio de iogurtes e lançamos, simultaneamente, 54 novos itens no mercado. Em apenas dois anos obter esse reconhecimento do cliente é de fato uma conquista muito mais que especial", destaca o presidente Valter Vanzella. Ser Fornecedor Nota 10 também valoriza a atuação da Frimesa. "Essa premiação confirma que estamos aprimorando constantemente nossos produtos e os serviços com foco no cliente e no consumidor".

A referência do presidente é pela conquista, no terceiro ano consecutivo, como Fornecedor Nota 10 do Paraná. O reconhecimento destaca o trabalho que vem sendo realizado por todas as áreas da empresa, envolvendo desde as equipes da produção, fazendo produtos com qualidade, os vendedores e promotores organizando a melhor reposição, e até os entregadores atuando de forma eficaz com a entrega na hora certa, na quantidade certa e no local certo. Uma sequência de processos que visa a excelência.

A finalidade do troféu é premiar as empresas que se destacaram durante o ano pelo esforço, melhorias, técnicas, qualificação profissional, melhorias constantes, além é claro, da qualidade dos produtos industrializados. Os investimentos e ganhos de mercado, juntamente com o lançamento de pro-

ductos e a inovação, também são fatores que merecem reconhecimento.

Segundo o gestor de refrigerados lácteos, Roberto Cavalleri, o prêmio vem para valorizar o trabalho de toda uma equipe, "trata-se de uma indústria nova, apenas dois anos na área de

refrigerados. Além da disputa no mercado, com grandes marcas mundiais".

Para a Frimesa, estes títulos destacam a importância do trabalho desenvolvido, desde a produção de alimentos de qualidade, até chegar à mesa dos consumidores. Tudo isso aliado à atuação logística eficiente, entregando o produto, na hora, quantidade e local certos, além de uma equipe de vendedores e representantes, fazendo a melhor reposição de produtos, uma sequência de processos que visa a excelência.

"Os iogurtes, queijos e o petit suisse são produtos de gôndola, de giro no varejo. Desta forma, foi necessária toda uma equipe alinhada para tornar essa conquista possível", conclui Roberto.

Como forma de garantir maior confiabilidade e seriedade aos resultados, todas as votações são auditadas pela Nielsen. Fundada há quase 90 anos, a companhia está hoje presente em mais de 100 países.

De acordo com o gerente comercial, Mauro Kramer, tão importante quanto receber este título é criar um padrão de qualidade e dar continuidade à qualidade da marca. "As premiações são consequência do trabalho diário realizado pela cooperativa. É uma forma de reconhecimento do que temos realizado e vem para consolidar o papel da Frimesa, como marca amiga do consumidor".

As premiações foram concedidas durante o encerramento da 32ª Mercosuper – Feira e Convenção de Supermercados do Paraná, realizada de 08 a 10 de abril, em Curitiba. A Frimesa esteve mais uma vez presente no evento com estande preparado especialmente para receber os supermercadistas e mostrar seu portfólio de produtos. ●

### ▼ ENTREGA:

Mauro Kramer, Valter Vanzella e Roberto Cavalleri, com as premiações



# ecida

ELEITA A MELHOR FORNECEDORA DE ALIMENTOS REFRIGERADOS LÁCTEOS E FORNECEDORA NOTA 10, A FRIMESA CONSOLIDA A ATUAÇÃO JUNTO AO SETOR SUPERMERCADISTA PARANAENSE



▲ **QUALIDADE** dos produtos Frimesa foi reconhecida, pelo terceiro ano consecutivo, na feira da Apas, em Curitiba

# Secretário na Frimesa

Com o propósito de conhecer as necessidades das empresas do agronegócio paranaense, em abril, o Secretário da Agricultura do Paraná, Norberto Ortigara, esteve de passagem pelo oeste paranaense visitando algumas cooperativas da região. O encontro com a Frimesa coincidiu com a reunião mensal do conselho de administração em 17 de abril.

Na oportunidade, os diretores Valter Vanzella e Elias José Zydek, apresentaram a atuação da Frimesa e os projetos de crescimento. Embora o assunto não esteja relacionado a Ortigara, foi solicitada uma ajuda para que, junto à Secretaria da Fazenda, fossem adotadas medidas para equalizar com os demais estados as alíquotas tributárias de ICMS.

Na visita, a Revista Frimesa conversou com o secretário. Veja alguns trechos da entrevista.

**Revista Frimesa** — Quais as ações da secretaria para promover a cadeia produtiva do leite?

**Secretário Norberto Ortigara** — O desafio é fomentar, apoiar, desenvolver, perceber as oportunidades de pequenos produtores estarem produzindo leite, através de projetos como o Desenvolvimento Regional Sustentável do Banco do Brasil. O programa já foi empregado nas regiões norte e nordeste e, agora, iniciando também na região central e no sudoeste, que é o desafio de qualificação, aumento da produtividade e melhoria da qualidade do leite. Existe no estado o programa Paraná competitivo, que concede incenti-

vos fiscais, enfim, avalia o quadro e pode inclusive auxiliar a implantação de novas unidades de leite. Tudo isso é baseado em capitais concretos que fazem com que muitos procurem o Paraná para investir em leite.

**RF** — O Brasil tem sofrido diversas restrições sanitárias, logo, quais as ações do governo para assegurar a sanidade do rebanho paranaense?

**Ortigara** — Estamos buscando derrubar as barreiras e quem sabe parar de importar e gastar dólares. Precisamos ser agressivos no mercado externo, com produtividade, preço competitivo e eficiência, porém, para isso precisamos melhorar a qualidade do leite e dos animais. Na parte de defesa sanitária, de promoção da sanidade, foram contratados 546 novos profissionais para atender todos os municípios e todas as unidades importantes. Enfim, inspeção, defesa animal, defesa digital, a intenção é qualificar. O desafio pós-aftosa é a tuberculose e brucelose bovina, queremos lançar um programa sério e consistente, ainda este ano, falando sobre a eliminação e substituição de animais, enfim, toda uma estratégia pra ampliação da vacinação chegar em 100%. Facilitação de exames, toda uma lógica que deve ser adicionada para garantir ainda mais a qualidade do animal.

**RF** — A Guerra Fiscal entre estados tem prejudicado o estado do Paraná. Qual a perspectiva de ação para melhorar esta questão, para tornar mais competitivo?

**Ortigara** — O quadro tributário brasileiro é caótico, o Brasil retribui pouco no serviço de qualidade do cidadão. É um sistema que tem um custo elevadíssimo. Nós temos uma série de tributos e fardos pesados, que acabam exigindo custos de produção, preparação e apurações, então é perverso o sistema tributário brasileiro. Ninguém gosta de perder, nenhum estado quer perder esta guerra fiscal declarada há tantos anos. Há uma ação política do estado, apresentada há décadas, onde os estados buscam um apaziguamento, uma uniformização nas legislações e alíquotas de ICMS interestaduais.

Tudo isso diminuiria bastante a ânsia e a disputa pelo espaço e, pontualmente, vamos também guerreando, enquanto não se resolve. Vamos ajustando a legislação dentro do possível. Diferentemente de outros estados, o Paraná mantém uma linha coerente possuindo uma política de igualdade. Mas também vamos guerrear, se é pra ter disputa, vamos ter disputa enquanto não se resolve.

Em visita ao oeste paranaense, Norberto Ortigara discute com lideranças cooperativistas propostas para melhorar a competitividade do setor



▲ **REUNIÃO** debateu os altos tributos cobrados no Paraná



▼ **SECRETÁRIO** da Agricultura do Paraná, juntamente com os diretores da Frimesa



## Carne suína: Mercados muito ofertados

**T**anto o mercado doméstico quanto o mercado externo continuam muito ofertados. O mês de Maio foi muito difícil, a redução nos preços de venda foi generalizada e bem relevante. Mercados ofertados e em marcha lenta mantêm os preços de venda em baixa. A manutenção desta situação por mais algum tempo pode colocar em risco toda a temporada de 2013.

Apesar da notícia da liberação das importações pelo Japão, os embarques devem começar depois de setembro, e somente no estado de Santa Catarina, não afetando o momento atual. Importadores continuam recebendo ofertas com preços de venda muito baixos, mantendo a pressão sobre a carne suína de origem brasileira. Solução imediata seria o retorno dos embarques para a Ucrânia, aliviando a oferta no mercado doméstico e favorecendo a recomposição dos preços de venda.

Mas foi no mercado doméstico e na área de industrializados, o maior impacto na queda dos preços de venda. Justamente de onde vem o maior suporte na geração de caixa. De modo geral as indústrias tentaram resistir ao máximo à queda nos preços de venda, elevando de forma preocupante os níveis de estoque. Como não houve mudança no cenário, foi necessário reduzir os níveis de estoque com redução dos preços, sob pena de muitas toneladas de produto terem seu prazo de validade esgotado ainda dentro dos armazéns. A má notícia é que esta situação ainda deve perdurar durante o mês de junho.

A boa notícia é que apesar do desconforto nestes dois últimos meses do primeiro semestre, o setor suinícola, principalmente aquele vinculado ao sistema de integração, deve encerrar a primeira metade do ano com resultado em todas as fases da cadeia produtiva. A queda no custo dos principais componentes da ração permitiu aliviar o custo de produção do suíno. Historicamente o segundo semestre do ano tem se mostrado melhor que o primeiro em termos de resultado. Já podemos observar alguns sinais que podem indicar o mesmo curso de outros anos, por exemplo: a redução na oferta de animais vivos no mercado livre/spot, as cotações de preço já vem indicando alta neste item; recuperação nas cotações de preço da carcaça suína; pequenos movimentos de aumento de preço em negócios futuros na exportação. Se estes sinais mantiverem ritmo, podemos esperar na sequência ajuste nos preços de venda dos cortes in natura e em seguida nos produtos industrializados.

Já temos também outro movimento acontecendo que pode contribuir positivamente nos negócios, o aumento na taxa de câmbio do dólar. A taxa de câmbio aumenta o retorno dos negócios com o mercado externo, mas também afeta nosso custo de produção. As cotações de soja e milho já indicam alta por conta disso, o que é muito bom para os agricultores em geral, mas não tão bom para as integrações, pois aumenta o custo de produção do suíno. Muito embora que quando o custo de produção aumenta, o mercado todo precisa repassar e os preços de venda tendem a subir. Espera-se também recuperação no consumo de carne suína e de seus derivados por conta do inverno e das festas de fim de ano. O aumento na demanda e a recuperação dos preços de venda trazem consigo o resultado necessário para o negócio e a sustentação da cadeia produtiva suinícola.



## Leite & Derivados: Preços de venda continuam em alta

**D**e fato já podemos observar a mudança no patamar de preços de compra da matéria prima leite in natura nesta temporada. Rapidamente, por conta de fatores climáticos em algum lugar do mundo ou de aumento no consumo em outro e rigor fiscalizador aqui, o mercado de leite se ajustou. O que se percebe é que neste momento uma categoria muito importante para o setor, o leite longa vida, está sendo comercializado a um preço justo. Preço justo é aquele que não é abusivo ao consumidor, deixa margens saudáveis para o varejo e a indústria e não oprime o produtor, mas o estimula a crescer na atividade. Entendemos que o preço era injusto, pois estava em muitos pontos de venda valendo menos que água. Outros itens importantes, como o leite em pó que já vinha com os preços sendo atualizados e os queijos que finalmente alinharam os preços, sustentam este novo patamar de preço ao produtor. Faltam ainda corrigir os preços de venda de categorias como o leite condensado e os refrigerados lácteos.

O mercado tende a se ajustar em função da oferta e demanda, mas com estes preços elevados para a matéria prima pode vir a ocorrer uma oferta extra de leite in natura, pois é viável ao produtor inserir ou aumentar o volume de ração na alimentação dos animais. De modo geral a oferta está regulada, neste momento a produção doméstica está atendendo a demanda disponível e as importações tendem à retração com o aumento dos preços internacionais e da taxa de câmbio do dólar.

Antes desse reposicionamento, apenas duas ou três marcas muito fortes conseguiam o preço justo, ficando para as outras marcas o atendimento da maior parte da demanda com preço em alguns casos abaixo do custo. Infelizmente o público em geral tende a criticar este novo nível de preços para os produtos lácteos. Não podemos esquecer a importância do leite como alimento, principalmente nas primeiras fases da vida onde ele é a fonte principal de proteína, gordura, açúcar e água. Como vamos sobreviver sem leite?



▼ MEMBROS da Cooperativa Agrifirm, da Holanda

## Holanda na Frimesa

No final de abril, 17 integrantes da cooperativa holandesa Agrifirm, realizaram uma excursão pelo Paraná para conhecer um pouco sobre o modelo cooperativista. Além da busca por inovações e soluções, os holandeses aproveitaram o momento para trocar experiências.

O roteiro incluiu uma passagem pela Frimesa. De acordo com o Consultor de Segurança Alimentar e organizador da excursão, Jaap Obdam, a finalidade principal da visita é "ver e discutir os sistemas de produção da Holanda e do

Brasil, comparando os parâmetros técnicos, programas veterinários e previsões do mercado, além de liberação das importações de carne suína para a Europa".

Para a supervisora do fomento suíno, Fabiane Bachega, "realizar este intercâmbio é muito importante, pois demonstra que o conhecimento e a troca de informações são essenciais para a busca de melhores resultados".

A Agrifirm é formada por mais de 17 mil agricultores e horticultores holandeses, e a cooperativa é baseada em conceitos sustentáveis. Operando em dez países da Europa e na China, o grupo movimenta, anualmente, 2 bilhões de euros em volume de negócios.

## Troféu "Cooperativas Orgulho do Paraná"



◀ INÁCIO Donel, em Curitiba, recebe o Troféu Cooperativas Orgulho do Paraná

Na AGO, a Ocepar homenageou o ex-presidente da entidade, Inácio Aloysio Donel, com o Troféu "Cooperativas Orgulho do Paraná". Donel é gaúcho de São Luiz Gonzaga, onde nasceu no dia 13 de fevereiro de 1936. Chegou ao Paraná em 1964, no município de Missal e, no ano seguinte, assumiu a gerência da Cooperativa Camasil, que mais tarde passou a ser chamada de Cotrefal e atualmente é a Cooperativa Lar Agro-industrial, sediada em Medianeira. Ele presidiu a Cotrefal entre março de 1968 e março de 1973 e foi reeleito em fevereiro de 1979, permanecendo como presidente até 1991. Foi vice-presidente da Ocepar de 1987 a 1989, reeleito em 1990, quando assumiu a presidência da entidade, para completar a gestão de Wilson Thiesen, eleito presidente da OCB. Durante seu mandato, Donel idealizou e implantou os Núcleos Regionais Cooperativos como forma de buscar soluções para os problemas relacionados com o desenvolvimento do sistema cooperativista. (Assessoria Ocepar)

# Exemplo em Desenvolvimento

Frimesa apresenta modelo de planejamento para líderes cooperativistas

**A** Ocepar promoveu o Fórum Financeiro, em 26 de abril, em Curitiba. O evento trouxe uma novidade na programação: a apresentação de diferentes modelos de desenvolvimento adotados por cooperativas agropecuárias do Paraná.

O modelo de gestão e os projetos de crescimento da Frimesa foram destaques no evento. Segundo o diretor executivo, Elias José Zydek, a cooperativa está iniciando um novo ciclo de desenvolvimento, cujo foco é gerar valor ao cooperado por meio da inovação. "Industrializar não é mais inovar. É preciso atuar em outros degraus para criarmos valor. Criar valor é a grande estratégia e podemos fazer isso de diversas formas, mudando um comportamento, por exemplo. O desenvolvimento é consequência de atitudes apropriadas", enalteceu Zydek.

O painel reuniu ainda representantes da Coamo,



▲ ELIAS ZYDEK representou a Frimesa no Fórum Financeiro da Ocepar

Copacol, e Castrolanda, que expuseram suas experiências aos cerca de 90 participantes do evento. Durante o evento houve ainda a palestra do gerente de Desenvolvimento e Autogestão do Sescop paraense, Gerson José Lauer-mann. Ele falou sobre o cenário econômico e financeiro do cooperativismo paraense e mostrou ainda indicadores de gestão, com ênfase no ramo agropecuário.

Segundo Lauer-mann, 2012 foi o melhor ano da história das cooperativas agropecuárias. "Isso aumenta a nossa responsabilidade, principalmente porque queremos continuar crescendo, mostrando resultados", frisou.

Ainda, de acordo com ele, a ideia de apresentar os modelos adotados pelo cooperativismo paraense no Fórum Financeiro foi incorporada ao evento para demonstrar o trabalho realizado pelas cooperativas agropecuárias nessa trajetória bem-sucedida no Estado.

## Conselho Lar

**N**o início de maio, um grupo de 13 dirigentes e líderes da Cooperativa Agroindustrial Lar visitaram a Frimesa. Além de ver o dia a dia da cooperativa, os visitantes conheceram mais sobre os processos e as operações da planta industrial.

Os diretores e conselheiros aproveitaram a oportunidade para fazer visitas panorâmicas em alguns dos setores da Frimesa, bem como o Parque Ambiental Frimesa.



▲ CONSELHEIROS conheceram o dia a dia da Unidade Industrial de Carnes

## Roteiro do Conhecimento

**P**ara conhecer a dinâmica de uma Central, em 22 de maio, 27 integrantes da filial do Espírito Santo da Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB – realizaram uma visita à Unidade Industrial de Medianeira.

Dentre os presentes estavam dirigentes e gestores de cooperativas do ramo agropecuário, além de integrantes da diretoria executiva e da equipe técnica do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – Sescop.

Além de reforçar os laços cooperativistas, o intercâmbio tem como objetivo conhecer as boas práticas de gestão e governança, organização do quadro social, fidelização de cooperados, processo de capitalização, prestação de assistência técnica aos cooperados e programas de capacitação aos colaboradores.

▼ FRIMESA fez parte do roteiro de visitas dos cooperativistas do Espírito Santo





NOSSA**CAPA**

A carne suína é a mais consumida no mundo e o Brasil está entre os maiores produtores mundiais. Ainda assim, esta saborosa fonte de proteínas sofre preconceitos por grande parte dos brasileiros

# Preferência mundial

A Revista Saúde estampou na capa da edição de abril uma reportagem evidenciando a saudabilidade da carne suína. “Ela conquistou o topo das opções saudáveis”, dizia a publicação. O tema gera intermináveis discussões por todo o país, como afirma a reportagem, já que pessoas evitam o alimento por considerá-la gordurosa e transmissora de doenças. É claro, esta é uma visão de meio século atrás, quando os animais eram criados sem acompanhamento, em meio à lama, sujeira, restos e detritos. Dos criadores atuais sai uma carne limpa, rica em minerais, vitaminas e com pouca gordura.

As mudanças que aconteceram nestas cinco décadas fizeram com que os animais ficassem menores e mais saudáveis, com isso a procura pela carne suína cresceu. Há quem diga ainda que é muito mais saborosa que a carne bovina e mais saudável que alguns cortes de aves, esta é a carne suína. Com alternativas cada vez mais nutritivas, o suíno tenta repetir no Brasil o que já acontece em todo o mundo, chegar ao topo do pódio das mais consumidas. “Com novos métodos de criação, alimentação e controle genético, a carne suína se tornou mais magra e saudável, sem perder o sabor. A busca por alimentos cada vez mais benéficos fez com que certos cortes suínos se tornassem mais vantajosos que as carnes de gado e frango”, afirma a médica veterinária Fabiane Bachega.

De acordo com estatísticas do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, (USDA), nos últimos 50 anos, cortes como o lombo suíno tiveram uma redução de mais de 80% nos teores de gordura e 65% no total de calorias. E as reduções não param por aí, a camada de gordura dos ani-

## Duelo de carnes\*

Em comparação, a carne suína ganha da carne de frango e bovina na maioria das categorias



### MIOLO DE ALCATRA

Contém menos proteínas do que a carne suína e ganha na presença de colesterol

|            |       |
|------------|-------|
| CALORIAS   | 241   |
| PROTEÍNAS  | 31,9g |
| GORDURAS   | 11,6g |
| COLESTEROL | 92mg  |
| FERRO      | 3,2mg |



### LOMBO

Podendo ser consumida mais de uma vez na semana, o lombo é a parte mais seca do animal

|            |       |
|------------|-------|
| CALORIAS   | 210   |
| PROTEÍNAS  | 35,7g |
| GORDURAS   | 6,4g  |
| COLESTEROL | 103mg |
| FERRO      | 0,5mg |



### COXA

Mesmo sendo conhecida como uma carne magra, a coxa de frango perde para o lombo por ter mais colesterol e calorias

|            |       |
|------------|-------|
| CALORIAS   | 215   |
| PROTEÍNAS  | 28,5g |
| GORDURAS   | 10,4g |
| COLESTEROL | 145mg |
| FERRO      | 1,2mg |

mais ficou quase 80% menor, prova da mudança genética.

O diretor presidente da Frimesa, Valter Vanzella, considera que todas as transformações pelas quais a carne suína passou "fizeram mudar a visão dos brasileiros sobre o consumo desta fonte de proteína tão importante no dia a dia".

O resultado de toda essa melhoria genética garantiu à carne suína o título de fonte de proteína animal mais produzida e consumida no mundo, com uma produção de 105.519 mil de toneladas em 2012, quase duas vezes maior que a carne bovina. No Brasil ocorre o inverso, a carne bovina ainda lidera o ranking.

Em 2012 a produção e o consumo interno da carne suína cresceram no Brasil, reflexo da retomada nos preços e custos de alimentação mais estáveis, consequência da alta recorde em matérias-primas como soja e milho. Já o mercado externo fechou em baixa, resultado das restrições impostas por países como a Ucrânia.

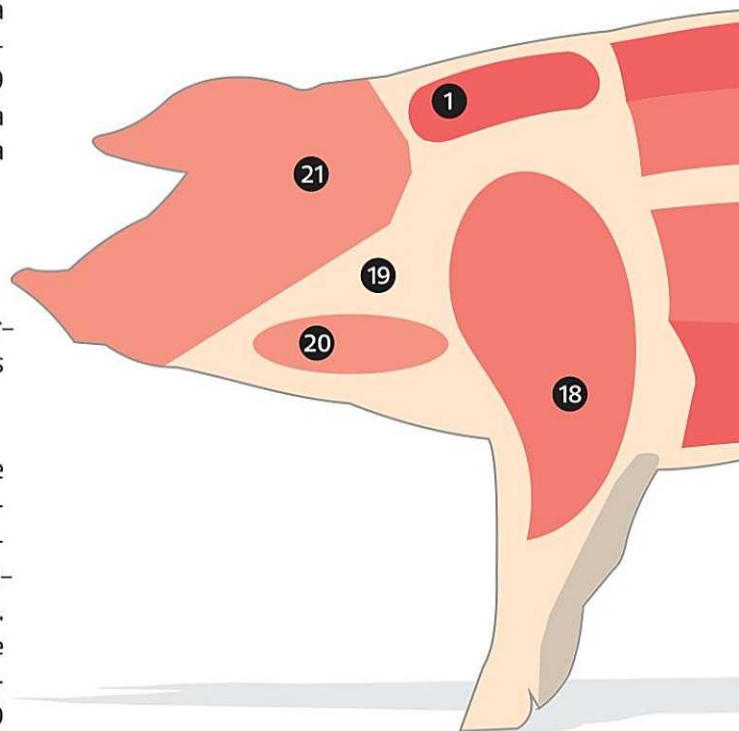
**OFERTA E DEMANDA** De toda a produção mundial de carne suína em 2012, 105.519 mil toneladas, a China foi responsável por praticamente metade, com 52.350 mil toneladas. Na segunda posição vem a União Europeia, bloco econômico composto por 27 países, com 22.630 mil toneladas. Os Estados Unidos ficam com o terceiro lugar e um total de 10.554 mil toneladas ao ano. Juntos os três maiores envolvidos detêm mais de 80% de toda a produção mundial. O Brasil, quarto colocado, participa com apenas 3,16%, o que representa pouco mais de 3.330 mil toneladas.

Com o consumo, os resultados são semelhantes, a China lidera com 50,25% do consumo mundial, a União Europeia vem atrás, com 19,46%, os Estados Unidos detêm a terceira maior fatia, com 8,04%. A Rússia aparece na lista, em quarto lugar, com uma parcela de 3%, e logo atrás está o Brasil, com 2,54%.

**INVERSÃO DE VALORES** Mesmo com toda a participação de mercado, o Brasil ainda segue na lanterna quando o

# Os cortes

Conheça os tipos de corte da carne suína.



assunto é consumo de carne suína. Dados da Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína (Abipecs) e do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, Hong Kong lidera a lista do consumo mundial e chega a 66,5kg per capita, ao ano.

O Brasil vem ampliando o consumo da proteína constantemente e, em 2012, foi registrado que o país ultrapassou a marca de 15 kg per capita, muito próximo da média mundial, de 16 kg. Mesmo um grande feito, nota-se que ainda está muito longe dos resultados em países desenvolvidos, onde o consumo ultrapassa a casa dos 30 kg.

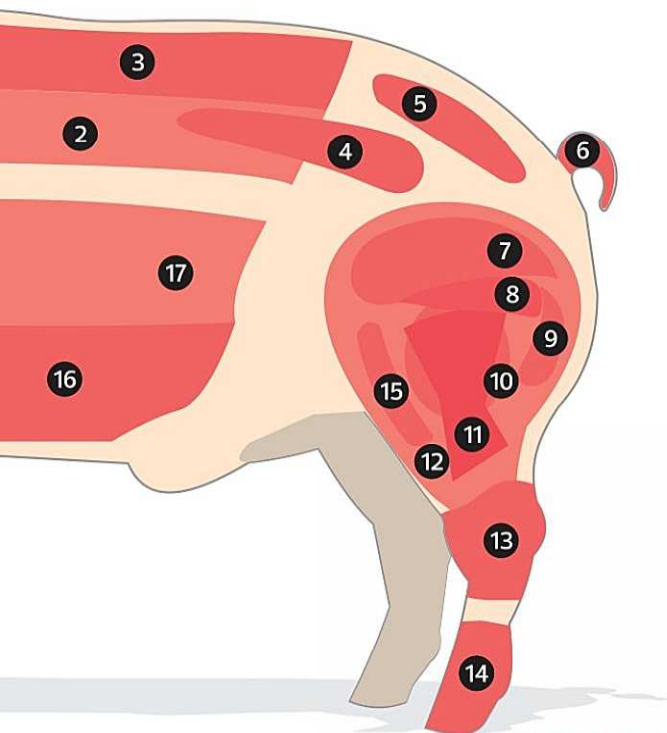
Estes valores ficam ainda menores se comparados com outras fontes de proteínas. As tabelas do MAPA, apontam que o consumo brasileiro de carnes per capita vem aumentando com o passar dos anos. Os cortes de aves lideram com 47 kg, em segundo vem a carne bovina, com 36 kg e a carne suína fica na terceira posição com 15 kg.

**RESULTADO DA DIETA** Hoje a carne suína é considerada uma das fontes de proteínas mais nutritivas e é bem mais saudável do que muitos imaginam. De acordo com a Nutricionista, Heloísa Antonio Cosmo, "antigamente existia um mito, da carne suína causar doenças e hoje isso não existe mais, devido aos altos padrões de qualidade. Hoje em dia existe

No mundo, a **carne suína é a mais cobiçada**. Segundo a USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos) a carne suína ocupa a **primeira posição no consumo mundial**, veja tabela:

## Consumo de Carne – Mundo (em mil ton)

| TIPO   | 2012    | 2013    | CRESCIMENTO |
|--------|---------|---------|-------------|
| Suíno  | 104.929 | 106.978 | 2%          |
| Bovino | 55.759  | 56.044  | 0,5%        |
| Frango | 86.385  | 88.410  | 2,3%        |
| TOTAL  | 247.073 | 251.432 | 1,8%        |



- |    |                 |    |         |
|----|-----------------|----|---------|
| 1  | Sobrepaleta     | 12 | Pernil  |
| 2  | Lombo           | 13 | Joelho  |
| 3  | Carré (bisteca) | 14 | Pés     |
| 4  | Filezinho       | 15 | Patinho |
| 5  | Suã             | 16 | Barriga |
| 6  | Rabo            | 17 | Costela |
| 7  | Alcatra         | 18 | Paleta  |
| 8  | Picanha         | 19 | Pele    |
| 9  | Tatu/Lagarto    | 20 | Papada  |
| 10 | Coxão Mole      | 21 | Máscara |
| 11 | Coxão Duro      |    |         |

## Os preferidos \*

A preferência nacional da carne suína fica por conta do Lombo, logo atrás vem a Bisteca e o terceiro lugar é ocupado pelo Pernil.

\*Fonte: Revista Saúde, Abril de 2013

muita preocupação na criação dos animais, o resultado é uma melhora na qualidade na matéria-prima. Por possuir um excelente valor nutritivo, a carne suína está sendo incluída cada vez mais na merenda escolar e na alimentação de pessoas que buscam uma melhor qualidade de vida, através de uma alimentação balanceada, capaz até de prevenir doenças".

A carne suína é rica em vitaminas do complexo B como a B6 e a B12, importantes para o bom funcionamento cerebral. Um importante mineral também presente é o potássio, que regula os níveis de sódio e auxilia pessoas que sofrem com pressão alta. O zinco é importante para fortalecer as defesas do corpo, além de ferro, cálcio, tiamina, riboflavina, cálcio e fósforo.

"Por possuir uma versatilidade muito grande, a carne suína pode ser utilizada para o preparo de pratos como estrogonofe, risoto e até panqueca, que além de saborosos são saudáveis. Além disso, as recomendações internacionais toleram o consumo de até 250 miligramas de colesterol ao dia. Em 100 gramas de bisteca e lombo suíno estão presentes, em média, apenas 55 miligramas. A carne suína agora apresenta níveis maiores de gordura insaturada, saudável para o corpo humano, substituindo as gorduras saturadas, malélicas por obstruir os vasos sanguíneos", conclui a nutricionista.



### ➤ BISTECA

Por ser um corte que também é considerado magro, a maioria ganha do miolo da alcatra no quesito colesterol. Dispense a capa de gordura que envolve a carne e opte pela versão grelhada à frita.

### ➤ LOMBO

Por ser uma das peças mais magras e nutritivas, o consumo diário pode chegar a duas fatias, ou seja, aproximadamente 100g de carne. Localiza-se no dorso do animal, logo abaixo da bisteca.

### ➤ PERNIL

Muito cobiçado para ser usado em sanduíches, o pernil detém, em 100g da carne, 1,3mg de ferro, valor superior à coxa e ao peito de frango, que tem 1,2 e 0,5 mg, respectivamente.

# Uma década de informação

A REVISTA FRIMESA NASCEU COM DESAFIO DE APROXIMAR A COOPERATIVA COM O CAMPO, OS COLABORADORES, CLIENTES E ATÉ MESMO CONSUMIDORES. NESSE TEMPO GANHOU FORMATO, CONQUISTOU LEITORES E PRÊMIOS. A COMEMORAÇÃO VEM COM NOVIDADES

**H**á dez anos a Revista Frimesa registra, informa, divulga e, principalmente, encurta a distância entre a empresa e seus colaboradores, clientes, fornecedores, consumidores, produtores e cooperativas filiadas. A primeira edição chegou à mão de dez mil leitores exatamente em agosto de 2003. Trazia em 20 páginas a filosofia que guia a publicação até hoje: transmitir a essência do cooperativismo, estabelecer o bom nome da marca, ser uma fonte de conhecimento dos produtos e operação da Frimesa contribuindo para o seu crescimento no mercado.

"Quando uma empresa se torna grande é difícil contar as novidades. Com essa finalidade unificamos outros veículos de comunicação que existia na época e idealizamos a Revista Frimesa que vinha com a meta de atender às expectativas de comunicação da empresa", lembra o presidente Valter Vanzella. Para ele, o bom trabalho realizado recebe o reconhecimento e apreciação devido à qualidade vista a cada edição. "Certamente a

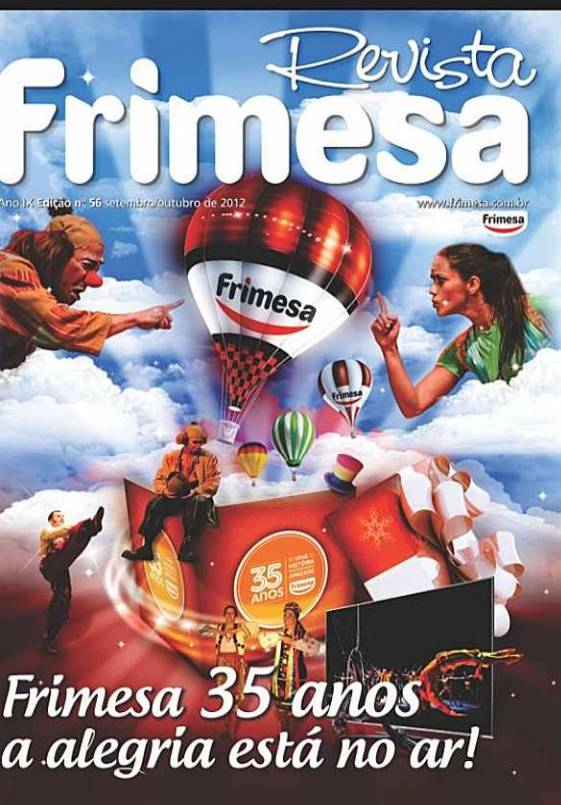
Revista Frimesa pode ser considerada um marco no modelo de informação cooperativista".

O diretor executivo, Elias José Zydek, diz que nesse tempo a Frimesa amadureceu, deu salto na tecnologia, qualidade e crescimento. "A Revista veio como uma resposta aos anseios de se apresentar este crescimento. Um veículo que sabe se comunicar com todos os agentes envolvidos, produtores, colaboradores, clientes e comunidade. O ciclo evolutivo que foi visto através da Revista sempre compreendeu o plano de vida da Frimesa".

Mostrar o que a cooperativa tem, valorizar as pessoas que fazem parte dela e, além do público interno, mostrar às autoridades aquilo que a cooperativa vem fazendo é, na opinião do presidente da Ocepar João Paulo Koslovski, o grande marco da Revista. "Não podemos esquecer uma série de questões que são tratadas, na Revista Frimesa, em termos de educação, de promoção social, que agregam, no âmbito da família, da comunidade e da sociedade como um todo".

**DA UM A SESENTA** A preocupação em produzir um veículo de comunicação que retrate a Frimesa e as pessoas que fazem parte dela pauta o trabalho da Revista desde a produção da primeira edição. A número 1, publicada com dez mil exemplares e 20 páginas, trazia na reportagem de capa um resgate





# As capas marcantes



**Desabafo** Reportagens de capas especiais que apresentaram as dificuldades, os entraves do desenvolvimento do agronegócio brasileiro



**Reconhecimento** Reportagens com destaque aos prêmios e reconhecimento alcançados

10 anos em números

60 edições

1.645 matérias

1.750 páginas

3.397 fotos

763 mil exemplares

do avanço dos 25 anos da Cooperativa na industrialização de alimentos. O quadro "Sala do Produtor" já estava presente com objetivo de valorizar quem produz a matéria-prima entregue diariamente nas fábricas da Frimesa. A edição trazia ainda espaço especial para os produtos, a campanha de comunicação que se iniciava, além de registro de eventos. A pauta técnica fazia um registro das ações do fomento de leite e ainda duas páginas exclusivas para os colaboradores da empresa. Um pequeno espaço para dicas de saúde e receita finalizavam a última edição.

Duas edições depois, a revista já agregava mais páginas: 24 e uma tiragem de 12 mil exemplares. Na edição número cinco foi preciso aumentar novamente as páginas do espaço para falar dos lançamentos e temas relacionados a eventos e ações do Recursos Humanos da empresa.

E assim, de lá para cá, a tiragem da revista ampliou, na versão impressa são 15 mil exemplares, o número de páginas praticamente duplicou chegando a 32. A partir da edição 17, a publicação ganhou a versão on-line podendo ser lida na íntegra na home page da Frimesa.

sa. As pautas estão divididas em mensagem inicial da diretoria, sala do produtor, parceria (reportagem com clientes), registro de prêmios da empresa, eventos, visita, pauta do marketing com lançamentos, campanhas e feiras, análise de mercado, reportagem de capa, gastronomia e receitas, matéria técnica, matéria com tema ambiental e gestão da qualidade e espaço especial dedicado aos colaboradores.

"A cada edição fomos aperfeiçoando, trazendo novidades tanto no visual quanto na produção de reportagens de qualidade", diz a jornalista Elis D'Alessandro, que acompanha a produção da Revista desde a primeira edição. "Nesse tempo foram muitas trocas de ideias com a contribuição de diversos profissionais da empresa e fora dela para produzir cada edição".

Na prática foram centenas de pessoas entrevistadas, outras centenas de fotos e milhares de linhas redigidas. "Mas se o trabalho foi e é muito, o prazer em cumpri-lo é ainda maior. Em especial porque cada letra, cada imagem publicada tem uma missão maior: fortalecer os laços de amizade da Frimesa com as pessoas que se relacionam com ela", complementa a jornalista.

Essa dedicação rendeu vários prêmios: seis deles vem do prêmio Ocepar de Jornalismo, sendo as vencedoras na edição 26 em 2007 e na 32 em 2008, dois segundos lugares na 20 em 2006 e na 48 em 2011 e dois 3º lugares na edição 13 em 2005 e na 36 em 2009. A conquista do prêmio Sangue Novo no jornalismo paranaense, em 2006, se soma às conquistas. "São reportagens que fazem uma radiografia do cooperativismo paranaense e seu benefício para a sociedade", destaca Elis. As duas principais reportagens premiadas levavam na capa os títulos "O jeito certo de crescer" e "Prosperidade à base de cooperação".

**AS NOVIDADES** Para comemorar os dez anos e dar continuidade na sua missão de levar informação, a Revista Frimesa está recheada de novidades. Primeiramente, a mudança pode ser percebida no projeto visual com recursos que valorizam a informação e a versão on-line poderá ser acessada pelo sistema de QR Code e ser lida pelo celular, tablets (veja ao lado).

As novidades seguem com o número de páginas que passam para 40 para abrir espaço para novos quadros. A "Sala do Produtor", por exemplo, a cada edição trará duas entrevistas, uma com um produtor de leite e outro com suinocultor, substituindo o espaço da matéria técnica. A decisão é para valorizar ainda mais o campo e mostrar os trabalhos realizados pelas cooperativas filiadas nas propriedades

# As capas do crescimento

integradas. Outra importante mudança está no espaço das receitas que passa para a última página, assim cada edição terá quatro receitas que podem ser recortadas e colecionadas.

No espaço gastronômico, a edição de aniversário inaugura o quadro "A Frimesa no meu restaurante" que trará entrevistas com chefs de cozinha destacando o cuidado no preparo de receitas e suas histórias regadas de sabor e dicas especiais.

Toda a repaginação visa modernizar e manter o meio, como um veículo sempre atual, pautado nas constantes novidades da Frimesa. Tendências, lançamentos e novas tecnologias fizeram e continuarão fazendo parte do dia a dia dos editoriais.

Para se ter uma ideia, por trás de cada página da Revista existe uma equipe de profissionais responsável pela produção de texto, fotos, diagramação até a revisão final. A missão desse time é continuar a dialogar, como aconteceu em todos esses anos, nos quais as 60 edições da Revista trouxeram 1.750 páginas de informações ligadas às cadeias de carnes e leite, além do cooperativismo. De Leste a Oeste, de Norte a Sul, mais de 763 mil revistas já foram entregues em todos os cantos do país.



## Os números

Ano a ano a Revista Frimesa traz a clareza do desempenho das Cooperativas evidenciando os dados do balanço econômico e social



## Pronta pra crescer

Em diversas capas os leitores puderam acompanhar os planos de crescimento da Frimesa na industrialização e comercialização de alimentos

# Acesso e agilidade

Você certamente já viu essa imagem em algum lugar, anúncios, propagandas, jornais, revistas e em diversos produtos. Esse é o QR Code – código de resposta rápida – uma versão 2.0 dos códigos de barra.

A Frimesa, a partir desta edição, trará no sumário um código QR que direcionará o leitor para o site. Com isso você terá receitas, notícias, informações sobre as linhas de produtos, além de vídeos e a versão digital da revista. Todo esse conteúdo com a facilidade de acessar a qualquer hora, em qualquer lugar.

O código de barras bidimensional está se tornando cada vez mais comum e um dos grandes diferenciais é que este código pode ser lido por dispositivos móveis com câmera. Para poder acessar é muito fácil, basta ter acesso à internet e um leitor de QR codes.

De acordo com o coordenador de sistemas da Frimesa, Thiago Algeri, o QRCode pode ser utilizado como "um canal de marketing móvel poderoso, e como todo canal de marketing, este é direcionado a uma determinada massa de consumidores, com interesses específicos e recursos específicos, como consumidor para ter acesso a este tipo de comodidade ou facilidade".

O procedimento para ler o código é muito simples. Execute o programa instalado no seu celular, smartphone ou tablet, posicione a câmera de forma a escanear o código. Assim que o programa decodificar o código irá lhe apresentar o link do site, ou lhe redirecionará automaticamente para o domínio da Frimesa.



▲ **QR CODE:** mais uma facilidade para o consumidor acessar o site da Frimesa



Frimesa no meu  
restaurante

# Conversa saborosa

Nesta edição a Revista inaugura o quadro "Frimesa no meu restaurante" com um medianeirense que busca inspiração nas pessoas e seu cotidiano, o chef Fernando Hart

"Gastronomia, para mim, é mais que paixão, é amor para a vida toda"

A partir dessa edição a Revista Frimesa vai mergulhar no apetitoso mundo da gastronomia para contar histórias de artistas da boa comida. O quadro vai trazer alguns segredos de cozinheiros e cozinheiras de mão cheia, capazes de produzir maravilhas com os ingredientes certos. Algumas, verdadeiras obras de arte, são inclusive regadas com produtos Frimesa, afinal, Chefs de cozinhas e a Frimesa têm em comum a saborosa missão: oferecer uma alimentação de qualidade que resulte na felicidade das pessoas.

A estreia é com o empresário Fernando Luis Hart, de 33 anos. O início da história do empreendedor se perde em meio a fogões, rolhas de vinho, tampinhas de garrafa e sacos de batata. Hoje não esconde o sorriso ao dizer que a culinária faz parte da vida dele, "não existe um começo e, certamente, não haverá um fim. Minhas lembranças de infância estão sempre relacionadas com panelas, colheres de pau e alimentos fresquinhos, pois venho de uma família que sempre trabalhou na área da alimentação".

Toda a vivência fez dele um amante da boa culinária e o tempo deu a experiência necessária para se tornar um Chef. "Saber combinar os sabores dos alimentos e o

## Fernando Hart

Fernando é proprietário e Chef do Restaurante Chickenin. O empresário considera a busca por conhecimento e o senso crítico apurado como ingredientes para as melhores receitas.



ponto ideal para obter o melhor em cada prato leva tempo, requer muito empenho, muito trabalho e esta capacidade vem da experiência adquirida ao longo dos anos. Não se vira chef fazendo um curso de três ou quatro anos. Ser chef é vivenciar a culinária".

Há dez anos, Fernando decidiu viajar pelo Brasil, conhecendo a grande diversidade de sabores e iguarias. A escola onde ele viveu a culinária foi o restaurante da família, o Chickenin, que já existe há quase três décadas. A história começou muito antes, com os pais trabalhando com alimentação e os avós proprietários de restaurante, o legado foi uma série de receitas que só melhoram com o passar dos anos.

As referências do jovem chef vêm da pesquisa. "Se quer conhecer algo sobre uma culinária em específico, busca conhecer e se aprofundar no assunto. Sou influenciado constantemente por novidades: uma ida à feira, um livro, uma receita que ouço em uma conversa informal. Pequenas coisas do dia a dia fazem com que eu consiga preparar grandes pratos".

O resultado desta diversidade de conhecimentos pode se resumir em uma ideia, a de que a alimentação é fundamental para uma vida saudável. "Como diria uma frase bastante popular: "Somos o que comemos". Penso exatamente assim. A saúde do corpo está diretamente relacionada a uma alimentação equilibrada".

As maravilhas produzidas pelo chef podem ser apreciadas no Chickenin, em Medianeira, no oeste paranaense distante há 60 km de uma das sete maravilhas naturais do mundo: as Cataratas do Iguaçu. As opções do cardápio do Chickenin são influenciadas, principalmente, pelas força das etnias italianas e alemãs da região.

Quem tem espaço garantido na cozinha é a manteiga, o requeijão cremoso e leite integral da Frimesa "São itens que estão na base de várias receitas e não abro mão deles. Se você quer um prato de qualidade precisa de produtos de qualidade". O Chef comenta ainda que quase sempre conta com os produtos Frimesa nas receitas do dia a dia, e o motivo não poderia ser outro, "além de excelentes são produtos de confiança, trata-se da marca da nossa cidade".

A carne suína também está presente em alguns pratos servidos no restaurante. "Estamos numa das regiões mais produtoras do Brasil e ainda é preciso valorizar a carne suína que, infelizmente, sofre preconceitos". Para derrubar a rejeição é preciso inovar, de acordo com o chef, uma das formas é agregar molhos às receitas.

Um prato muito servido do Chickenin, lombo suíno com molho de damasco "O lombo deve ser servido no ponto exato, nem muito assado para não ficar rijo, nem pouco assado. O molho vai deixar o prato mais suculento e saboroso".

Para fazer as receitas ficam ainda mais saborosas, Fernando revela que possui, como marca registrada, a inovação e senso crítico apurados, termina comentando que não existem truques para um prato perfeito, o que existe é a prática e o conhecimento.

“

PARA QUEM GOSTA DE COZINHAR  
A REGRA É CLARA: PRATIQUEM, SE  
APERFEIÇOEM E SEJAM CURIOSOS

”

## Lombo suíno com damasco

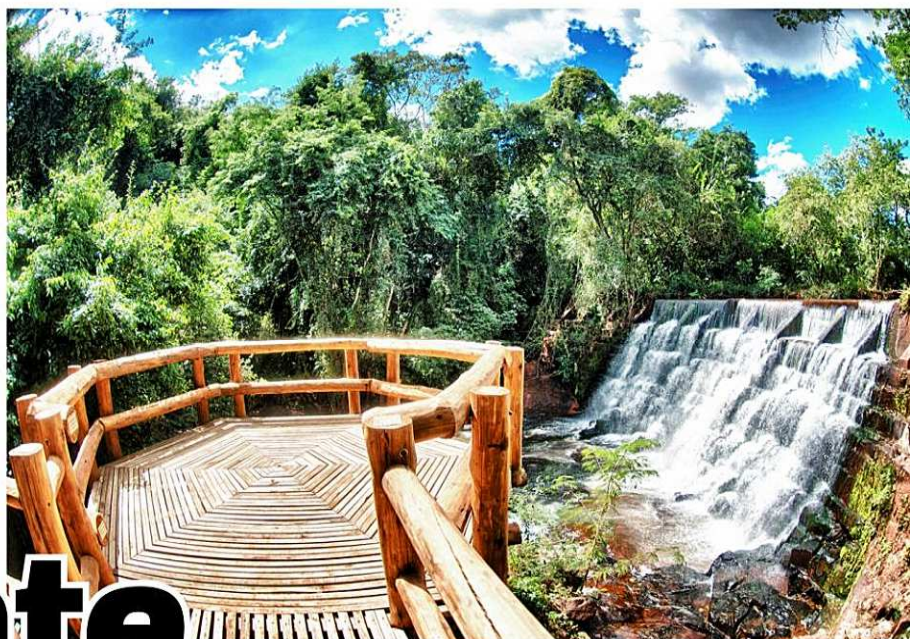
por: Fernando Hart

**INGREDIENTES:** 1 peça de lombo suíno Frimesa; ervas provença (tipo de ervas finas); vinho branco; 450g de damascos turcos inteiros, desidratados e sem sementes; 1 xícara de água; 2 colheres (sopa) manteiga Frimesa; água; sal e pimenta calabresa a gosto.

**MODO DE PREPARO:** Abra o lombo suíno de forma com que pareça uma manta, tempere com sal, pimenta calabresa, ervas de provença e deixe marinar com o vinho por 12 horas na geladeira. Recheie com os damascos, enrole e amarre com barbante. Leve ao forno em um recipiente refratário com uma xícara de água e adicione a manteiga, (pode ser colocadas algumas mandioquinhas salsa junto para assarem), cubra com papel alumínio em temperatura alta, por 90 minutos. Depois deste período, retire o papel alumínio e asse por mais 30 minutos, pincelando o lombo ao menos 4 vezes com o molho que se formou na assadeira. Sucesso!



# 5 de junho Dia Mundial do Meio ambiente

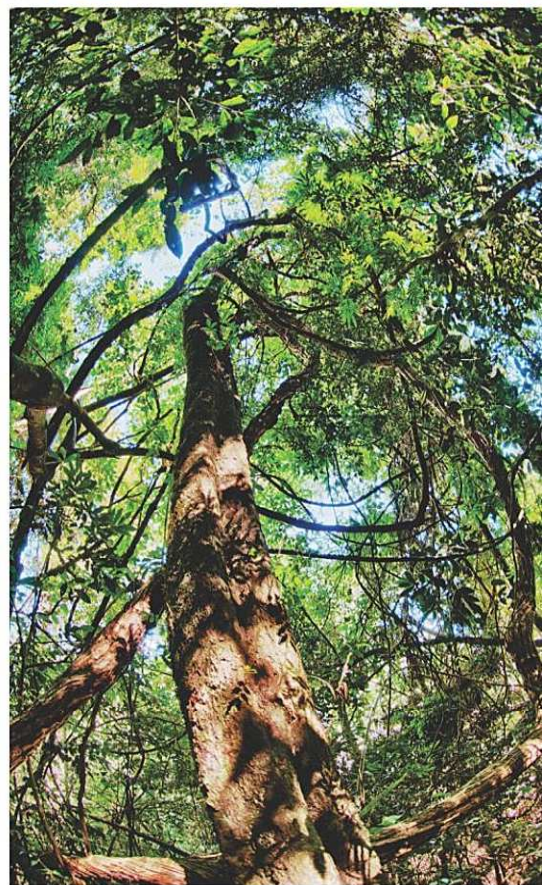


"Pensar, Comer e Conservar – Diga não ao Desperdício", esse é o tema da campanha em prol ao meio ambiente

Em 2013 o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) promovem a campanha: Pensar, Comer e Conservar – Diga não ao Desperdício. Considerando que descarta-se anualmente 1,3 bilhão de toneladas de alimentos no planeta, a iniciativa tem por objetivo evitar o desperdício, poupar recursos e reduzir impactos ambientais.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), a produção global de alimentos ocupa 25% das terras habitáveis e é responsável por 70% do consumo de água potável, 80% do desmatamento e 30% das emissões de gases estufas. Desta forma, ao desperdiçar comida perdem-se também outros recursos ambientais que foram utilizados em sua produção.

Em contrapartida, a FAO destaca que um em cada oito habitantes do globo vai para cama, diariamente, passando fome e que mais de 20 mil crianças com menos de 5 anos morrem todos os dias por conta de desnutrição. A fome causa mais mortes do que doenças como a



▲ **BIODIVERSIDADE** do Parque Ambiental Frimesa: fauna e flora compõem o complexo industrial da Central



**PENSAR • COMER • CONSERVAR**  
**DIGA NÃO AO DESPERDÍCIO**

Aids, a malária e a tuberculose, combinadas. A ONU prevê que até 2075 a população mundial chegue a 9,5 bilhões de pessoas, um acréscimo de 3 bilhões em relação à população atual, o que reforça a necessidade de se adotar uma estratégia para combater o desperdício de alimentos e, assim, tentar evitar o aumento da fome no mundo.

Ciente desta realidade a Frimesa se esforça por transformá-la para melhor. O tema será abordado na 2ª Semana Integrada de Meio Ambiente e Qualidade, e já vem sendo trabalhado cotidianamente nos refeitórios das unidades que possuem nutricionistas de forma a minimizar as perdas de alimentos. A sensibilização é realizada por meio de banners, reuniões e exposição de materiais nos refeitórios.

Como exemplo prático e visível de resultados amplamente positivos, temos a Unidade de Marechal Cândido Rondon, onde o projeto é realizado desde o ano de 2008. O programa chama-se: "Bandeja Limpa", nome escolhido pelos próprios colaboradores em um concurso. Todos os restos que ficam nas bandejas são pesados, separadamente por horário de refeição. Semanalmente os colaboradores são informados quanto aos horários que tiveram o menor e maior desperdício. Desde o início do programa até o ano de 2012, evitou-se a geração de 7 toneladas de resíduos. A meta atual é de 10 gramas por pessoa por dia. De Janeiro a Abril de 2013, a média de sobras atingiu 5,56g por pessoa por dia. Com esta mudança de hábito e comportamento, reduzem-se os desperdícios, consideravelmente os custos e, não existe a menor dúvida, aumenta o lucro. Em verdade, está se reduzindo o consumo de materiais e energia (alimentação de funcionários, energia elétrica, água e esgoto, vapor, condensado, ar comprimido, combustível, lubrificantes, gases, produtos químicos, peças sobressalentes, embalagens e matérias-primas), ou seja, reduzem-se os impactos ambientais.

#### **Fique de olho, minimize o desperdício dentro de casa!**

Uma família desperdiça cerca de 20% da comida que compra, isto inclui os alimentos crus e aqueles que já passaram por processo de cocção.

**PLANEJE** Veja o que realmente precisa ser comprado para evitar excessos. Pense nas compras de acordo com o prazo de validade dos alimentos. Após a compra planejada, verifique se a quantidade de alimento em preparo é suficiente. O ideal é cozinhar a quantidade certa para que não sobre no prato e na geladeira.

**ARMAZENE CORRETAMENTE** Se o alimento não for armazenado da melhor forma, em temperatura e embalagem adequadas, provavelmente não permanecerá em bom estado por tempo suficiente para o consumo. É lixo na certa.

**APROVEITE INTEGRALMENTE OS ALIMENTOS** Todas as partes podem ser utilizadas em diversas preparações. Casca, entrecasca, talos, sementes e folhas, que normalmente descartamos, podem ser ingredientes de pratos doces, salgados e até bebidas.

## Boas práticas de fabricação

A crescente preocupação com a qualidade e segurança dos alimentos gerou o desenvolvimento de várias ferramentas de gestão da qualidade, as quais têm sido criadas e utilizadas na expectativa de atender quesitos de idoneidade em respeito ao consumidor, oferecendo um produto seguro e, ao mesmo tempo, contemplar as exigências legais para a comercialização. Além destes pontos, há também a diminuição de custos, gerados pela redução de perdas e otimização da produção, dentre outros benefícios.

Dentre as ferramentas disponíveis, podemos destacar o sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) e as Boas Práticas de Fabricação (BPF). O APPCC é uma ferramenta que trabalha no caminho da prevenção. Da sigla, o AP (análise de perigos) é a peça chave para todo o sistema, principalmente para a determinação dos PCC's (pontos críticos de controle). Estes perigos à saúde do consumidor são classificados em perigos químicos, físicos e biológicos, e variam quanto ao grau de severidade e riscos potenciais de manifestação em consumidores. Os perigos biológicos compreendem bactérias patogênicas, vírus e parasitas. Os perigos químicos incluem os agrotóxicos, antibióticos e sanitizantes. Já os perigos físicos têm como exemplo, cacos de vidro, lascas de madeira, metal, ossos, adornos, entre outros.

As Boas Práticas de Fabricação (BPF) abrangem um conjunto de medidas que devem ser adotadas pelas indústrias de alimentos, a fim de garantir a qualidade sanitária e a conformidade dos produtos alimentícios com os regulamentos técnicos. A legislação sanitária federal regulamenta essas medidas em caráter geral, aplicável a todo o tipo de indústria de alimentos.

As BPF abordam os princípios, os procedimentos e os meios fundamentais favoráveis para a produção de alimentos com qualidade aceitável.

Os requisitos gerais de BPF abordam itens de limpeza das indústrias de alimentos, a construção, o uso higiênico apropriado dos equipamentos/utensílios e a higiene pessoal dos manipuladores de alimentos.

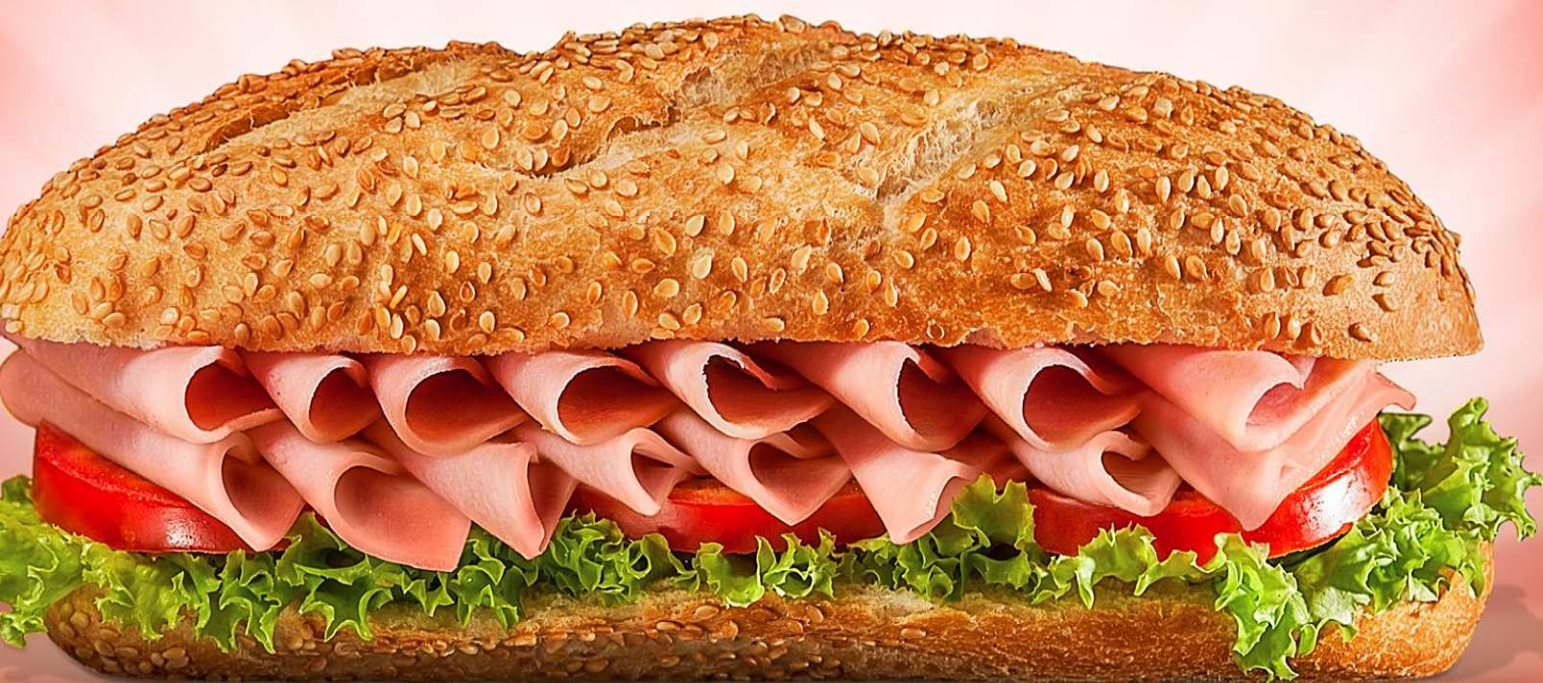
Em todas as plantas industriais da Frimesa estão implantadas estas ferramentas, sendo repassadas a todos os colaboradores através de treinamentos. O cumprimento é verificado pelo controle de qualidade através das inspeções pessoais, análises laboratoriais dos produtos, índices de reclamações e devoluções de clientes.



Tem gosto de amizade.

# A Combinação Perfeita

## Pão Fresquinho + Presunto Frimesa



Pensou Presunto?  
Peça Frimesa.

Leve, saboroso, fininho...  
**irresistível!**



◀ **CONCURSO** de frases premiou crianças da Escola Municipal João Guimarães Rosa

# Conhecimento gera Segurança

Para sensibilizar os colaboradores, demonstrando a prevenção como um fator indispensável à qualidade de vida, foi realizada a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho

A 33ª edição da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho aconteceu na Frimesa de 22 a 26 de abril, na unidade de Medianeira. A SIPAT é uma forma de fomentar o conhecimento sobre qualidade de vida e prevenção de acidentes. Para isso, nesta edição o lema foi "Faça acontecer: melhore sua qualidade de vida, prevenindo-se". A organização é do Serviço Especializado em Engenharia, Segurança e Medicina do Trabalho – SESMT – e das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes – CIPA. Nas demais unidades, o evento está programado para outras datas.

Com ações voltadas à conscientização, a SIPAT abordou informações sensibilizando os colaboradores a acidentes no trabalho. Neste ano, o evento trouxe algumas novidades referentes à qualidade de vida profissional, de acordo com o encarregado do SESMT, Moacir Barbieri. "Esse é o momento de sanar as dúvidas e levar conhecimento a todos. Nessa semana concentramos informações sobre prevenção de acidentes, além de uma conscientização para fazer do ambiente de trabalho um lugar melhor".

Uma das atividades foi o concurso de frases com a participação de 140 crianças, dentre elas, filhos de colaboradores e alunos da escola João Guimarães Rosa. Para a diretora da instituição, Juliana Trento Viesseli, a iniciativa é muito boa, afinal "tudo o que faz as crianças pensarem é positivo. Praticamente todos os alunos toparam participar do concurso e isso é muito bom, é a prova de que a parceria com a Frimesa sempre é um sucesso".

A estudante Maria Eduarda Turmina foi a vencedora do concurso, com a frase "Não esqueça de se proteger,

porque alguém espera por você!", comentou que ficou muito feliz em saber do resultado e achou legal poder participar do evento.

Durante a Sipat 2013 foram realizadas ainda diversas atividades, como exposição e palestras. Uma das palestras que abrangeu as lideranças e monitores foi a da Norma Regulamentadora 36, que estabelece alguns critérios para trabalho em Frigoríficos. "É muito importante que os colaboradores procurem realizar suas atividades de maneira segura, todos os dias, não somente com conceitos, mas praticando a prevenção", ressalta Moacir.

## Conheça mais sobre a NR 36:

A Norma Regulamentadora – NR 36 é a mais recente do Brasil. Foi publicada em 18 de abril e define critérios de segurança e saúde no trabalho, em empresas de abate e processamento de carnes e derivados. Com esta norma, "a tendência é que haja uma harmonização maior nos requisitos de saúde e segurança nos frigoríficos. Devido ao fato do Brasil ser um país de dimensão continental, nem todos os frigoríficos possuem cuidados com o colaborador, como a exemplo das cooperativas", ressalta o supervisor de Gestão da Produtividade, Itamar Cassol.

A Frimesa está se adequando às exigências da NR 36, que estabelece diferentes prazos para atendimento aos diversos itens.

▲ **EQUIPE** do Sesmt apresentou a importância da prevenção de acidentes





# Aprendendo na prática

▲ NOVA turma de Jovens Aprendizes

Como forma de criar um espaço propício para o aprendizado, a Frimesa abre suas portas para jovens iniciarem suas carreiras de trabalho

**A** Frimesa, todos os anos, oportuniza aos jovens o ingresso no mercado de trabalho. Esse aprendizado busca repassar, além de um maior aprofundamento sobre as atividades desenvolvidas, o exercício prático dos conteúdos.

Em abril foi iniciada uma nova turma de jovens aprendizes. 50 estudantes com idade entre 16 e 18 anos ingressaram na cooperativa. Esta é uma oportunidade para os jovens entrarem no mercado de trabalho e desenvolver suas potencialidades, antes mesmo de terminar o ensino médio.

Durante o período de aprendizagem teórica e prática, os jovens conhecerão mais sobre o funcionamento e a dinâmica do cooperativismo, além dos princípios, crenças e valores. Todos estes fatores são importantes quando se busca melhorar continuamente, para ser referência nacional em qualidade de alimentos.

Como parte integrada do processo de capacitação, os novos aprendizes participarão de atividades voltadas para o desenvolvimento pessoal, como treinamentos, palestras e cursos. Estas ações têm como meta expandir a visão, o conhecimento e a experiência destes jovens profissionais.

Wellinton Carlos Santos Cardoso acredita que a oportunidade é muito importante, afinal com apenas 16 anos já está em um emprego registrado, "quero crescer e passar pelos setores até encontrar algo que eu me encaixe".

Já Samara Guimarães, de 16 anos, comenta que a Frimesa é um local muito bom para ingressar no mercado de trabalho, pois "além de termos a oportunidade de crescer e sermos contratados, a equipe está sempre disposta a auxiliar, caso surja alguma dúvida".

## Conscientização e alerta

**C**omo forma de trazer mais conhecimento sobre as drogas, em abril, a Frimesa trouxe a especialista em Toxicologia Forense, Patrícia Cleci Pinto, para conversar com os jovens aprendizes. Explicando, de forma simplificada, os males e consequências do uso de substâncias tóxicas, a palestrante sanou várias dúvidas dos presentes.

Durante o treinamento, 77 jovens aprendizes puderam saber sobre um assunto que, ao mesmo tempo, é sinônimo de curiosidade e cautela. De acordo com a encarregada do setor de Desenvolvimento Humano, Arlita Matté Zanini, este tema é muito importante pois, "a Frimesa, através das ações de responsabilidade social, procura levar temas socioeducativos aos seus públicos e as drogas, por estarem presentes nos mais variados ambientes é um tema que trazemos para alertar, especialmente os jovens, na defesa das tentações e influências desta prática".

Bacharel em Direito, pós graduada em Perícia Forense e especialista em Toxicologia, Patrícia vem realizando este trabalho há um ano, e explica que os jovens têm conhecimento mas, ao mesmo tempo, têm dúvidas sobre o assunto.

"Com este trabalho, procuro difundir o conhecimento e mostrar o que vai acontecer se os jovens se tornarem usuários, muitos sabem sobre as consequências do uso das drogas. Eu só faço eles verem se estão dispostos a pagar o preço, se vale a pena seguir este caminho", ressalta Patrícia.



◀ **PALESTRA** sobre drogas mostrou aos Jovens Aprendizes da Unidade de Medianeira, os males e as consequências na utilização de substâncias tóxicas

# TREINAMENTOS

Os frutos da união entre a Frimesa e o Sescop – Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo – são vistos através dos diversos treinamentos e qualificações para os colaboradores, realizados constantemente.

## ABRIL

### 1 – OPERADOR DE MOTOSSERRA

10 colaboradores participaram do curso, promovido pela Makro Treinamentos. O treinamento ministrado por Efren Luciano teve duração de 08 horas e foi realizado no Centro de Treinamentos da Unidade de Medianeira.

### 2 A 17 – FEEDBACK PARA GESTORES TURMAS 1 A 7

O Instrutor da Ussol, Luis Aguiar, trouxe, durante o curso informações sobre a importância do feedback, capacidade de dar e receber opiniões, críticas e sugestões. O treinamento teve uma duração de 08 horas e contou com a participação de 150 colaboradores.



### 15 A 19 – CURSO DE CIPA

Como forma de atualizar os conhecimentos sobre a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, 33 colaboradores participaram de um treinamento com o instrutor Claudinei Paiva, da DLR Treinamentos. Ministrado no auditório da Unidade de Medianeira, o curso teve 20 horas de duração.

### 23 A 25 – CURSO DE ORATÓRIA

Realizado na unidade industrial de Medianeira, o treinamento foi ministrado pelo instrutor da Evolutart, Leomar Meith. 15 colaboradores participaram do curso, que teve uma duração de 20 horas.

## MAIO

### 6 A 10 – TRABALHO EM ALTURAS

Ministrado pelos instrutores da Univel para 67 colaboradores, divididos em cinco turmas, o curso visou o treinamento para trabalho em altura. O treinamento, com oito horas de duração.



### 13 E 14 – OPERAÇÃO DE TRATOR

Durante dois dias os colaboradores da Frimesa participaram de um treinamento com o consultor do Senai, Licio Souza Andrade. O curso de NR-11 foi ministrado para 10 colaboradores e teve uma duração de 16 horas.

### 13 A 16 – ESPAÇO CONFINADO

20 colaboradores da unidade industrial de Medianeira, participaram de um curso para trabalho em espaços confinados. O curso, ministrado pelos Instrutores da Univel teve uma duração de 16 horas.



# GENTE QUE FAZ A NOSSA HISTÓRIA

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviços dedicados à Frimesa

## Maio

### 15 anos

#### Medianeira

Neila Cristina de A. Alf  
Jonas Rudimar Krohn Alf  
Valtuir Lunardi  
João Costa Santos

#### Seção

S.I.F.  
Elétrica  
Sangria  
Preparo de Massas

#### São Paulo

Jair Gonçalves

#### Seção

Vendas

### 10 anos

#### Medianeira

Olmar Alves dos Santos

#### Seção

Desossa Cabeça

#### Curitiba

Silvana Aparecida de Souza

#### Seção

log./Beb. Láctea

### 5 anos

#### Medianeira

Terezinha B. B. de Freitas  
Valdecir Puerari  
Ronaldo Antonio Vitali  
Cleusa Barbosa  
Everton Ribeiro Macedo  
Marcelo Leandro W. Padilha  
Neumar da Silva  
Ormino Rodrigues Pimenta  
Sérgio Vieira  
Frank Zane Menegazzi  
Thiago de Freitas da Silva  
Divanusa Machado de Souza  
Nadir de Oliveira  
Luiz Fernandes Bueno  
Ivone Angelina P. de Campos

#### Seção

FIME  
Logística  
Transporte  
Expedição  
Expedição  
Expedição  
Expedição  
Higiene Interna  
Mecânica Geral  
Mec. Frigorífico  
Elétrica  
Abate  
Desossa  
Emb. Congelados  
Embutidos Indust.

#### São Paulo

Renata H. de S. P. Gasparotto  
Silvana de Oliveira Libório

#### Seção

Vendas  
Vendas

#### Matelândia

Claudeci P. dos Santos  
Thiago Fernando C. de Moura

#### Seção

Manutenção Geral  
Sup. Industrial

#### Curitiba

Joabe Fabrício  
Roselei Rosa Niendicker

#### Seção

Vendas  
Vendas

#### Marechal C. Rondon

Franciele Regina Gibbert  
Jegiane Letícia da Trindade  
Clarice Siedwoski Willmbrink  
Marcia Maria W. Willmbrink

#### Seção

Laboratório  
Laboratório  
Embalagem  
Cam. Parmesão

#### Capanema

Luiz Fernando Basegio

#### Seção

Ind. Unidades

#### Apucarana

Valdineia da Silva Barbosa

#### Seção

Vendas

## Junho

### 15 anos

#### Medianeira

Marinaldo F. da Rocha  
Everton Elias A. Cardoso  
Roberto Carlos Rockenbach  
Salésio Nunes

#### Seção

SESMT  
Desossa  
Presuntaria  
Emb. Industrializ.

#### Marechal C. Rondon

Edivaldo de Oliveira

#### Seção

Coagulação

### 10 anos

#### Medianeira

Sebastião Candido da Silva  
Celi das G. Barros de Paula  
Milton Luis Maurer  
Altevir Cristovan dos Santos  
Iduart Severino Silva  
Jaudir Felipe de Oliveira  
José Graciano Filho

#### Seção

Elétrica  
Calib./Rebob. Tripas  
Emb. Indust.  
Obra  
Obra  
Obra  
Obra

#### São Paulo

Suely Aparecida Guersoni

#### Seção

Vendas

#### Curitiba

Terezinha de Carvalho

#### Seção

Vendas

#### Marechal C. Rondon

Nelso Stumm

#### Seção

Expedição

#### Capanema

Cloves Erich  
Claudio José Andriolli

#### Seção

Manut. Geral  
Ind. Unidades

### 5 anos

#### Medianeira

Rodrigo Luiz Lorenzi  
Diogo Mendes  
Aparecido Francisco dos Santos  
Leandro Antonio Bonett  
Clecir Ferreira da Silva  
Neri Terezinha A. Valesan  
Claudimir Antonio Tavares  
Adriano Buche  
Ailton Mengue  
Ignácio Roque Menzel  
José Fernandes  
Odair Antonio Nedel  
Sandro Luiz Kroth  
Dorines Maria Bernardon  
Vilmar José da Silva  
Rafael Felipe Hoffmann  
Vania Fabichacki Hammes  
Adriana Alves Santiago Graf  
Juliano Penes  
Valcy Barboza de Souza

#### Seção

FIME  
Almoxarifado Emb.  
Expedição  
Expedição  
Higiene Interna  
Higiene Interna  
Elétrica  
Desossa  
Desossa  
Desossa  
Desossa  
Desossa  
Fatiados Cortes  
Silos Carne  
Câmara Resf.  
Desossa - Noturno  
Embut. Industr.  
Embut. Industr.  
Mortadelas

#### São Paulo

Tatiana Cristina Pinotti

#### Seção

Vendas

#### Curitiba

Margarete C. dos Santos Coleti

#### Seção

Vendas



Junival dos Santos  
Defumados  
20 anos: Junho 2013



Alceu da Cruz  
FIME  
20 anos: Maio 2013



Dirceu Lunardi  
Desossa  
25 anos: Junho 2013



Edimar Cordeiro Benevides  
Financeiro - Medianeira  
20 anos: Maio 2013



Vanderlei J. Centenaro  
Deven  
25 anos: Maio 2013



Silvestre Santin  
Mec. Frigorífico  
25 anos: Maio 2013



Marta Rosane Schulz  
Fatiados - Medianeira  
20 anos: Junho 2013



Maria de F. Gonçalves  
Emb. Industrializados  
20 anos: Junho 2013



Ivani Rossato  
Emb. Banha  
20 anos: Junho 2013



Febraro Périco  
Estufas  
25 anos: Maio 2013

# *Receitas para coleccionar*



# Receitas para colecionar

## Pudim Gelado Especial

10 PORÇÕES

**INGREDIENTES:** 1 caixa de Leite Condensado Frimesa, 1 caixa de Creme de Leite Frimesa, 1 unidade de maria-mole sabor coco.

**MODO DE PREPARO:** Caramelize uma forma de pudim e reserve. Dissolva a maria-mole em uma xícara de água fervente, misturando até ficar morna. Bata no liquidificador o leite condensado, o creme de leite e a maria-mole dissolvida por aproximadamente 2 minutos. Coloque a mistura na forma caramelizada e leve à geladeira por, no mínimo, 4 horas. Desenforme e saboreie.

Produtos Frimesa  
nesta receita ▶



## Lombo com legumes e abacaxi

04 PORÇÕES

**INGREDIENTES:** 1 Lombo Frimesa temperado; 1 lata de abacaxi em conserva; 3 colheres (sopa) de Manteiga Frimesa (com sal); 2 colheres (sopa) de azeite; 3 cebolas roxas cortadas em pétalas; 15 tomatinhos cereja, sal a gosto; salsinha e cebolinha verde.

**MODO DE PREPARO:** Asse o Lombo Frimesa de acordo com as instruções da embalagem. Em uma panela, doure o abacaxi cortado em pedaços com 1 colher de manteiga, até que fiquem tostados, sem deixar que se desmanchem, nem acumule água. Em outra panela, derreta o restante da manteiga, junte o azeite e refogue as cebolas durante 3 minutos ou até amolecer. Acrescente os tomatinhos cortados ao meio e tempere com sal. Adicione o abacaxi tostado, refogue tudo por mais 1 minuto e retire do fogo. Guarneça o lombo com o refogado. Decore com salsinha e cebolinha picada e sirva em seguida. Se preferir, troque os legumes por outros de sua preferência.

Produtos Frimesa  
nesta receita ▶



## Bife de Picanha com Salada de Melão

4 PORÇÕES

**INGREDIENTES:** 4 Bifes de picanha Frimesa; ½ melão cortado em cubos ou em formato de bolinhas feito com boleador; 3 tomates cortados em cubos; 2 pepinos cortados em cubos; ¼ de queijo Minas frescal Frimesa cortado em cubos; ½ abacate cortado em cubos (opcional); 6 unidades de ervilhas torta (pode ser substituída por vagem); 2 colheres (sopa) de azeite de oliva; folhas de hortelã; suco de um limão; sal a gosto; pimenta do reino moída na hora; 4 espetinhos de bambu ou espetinho para churrasco.

**MODO DE PREPARO:** Tempere os bifes de picanha com sal, o suco de limão e a pimenta do reino. Reserve

Em seguida ponha as ervilhas em uma panela com água fervendo por aproximadamente 3 minutos. Escorra-as e reserve. Em uma tigela misture o melão, o tomate, o pepino, o queijo, o abacate e a ervilha. Misture bem, acrescente as folhas de hortelã, uma pitada de sal o azeite e pimenta do reino moída na hora. Mexa mais um pouco para que pegue o tempero em toda a salada. Reserve.

Aqueça a grelha até ficar bem quente. Enquanto isso espete os bifes no espetinho de bambu no centro no sentido verticalmente. Um espetinho para cada bife. Pincele com óleo e grelhe por volta 12-16 minutos, virando uma vez. Sirva com a salada.

Produtos Frimesa  
nesta receita ▶



## Beijinhos Frimesa

50 UNIDADES

**INGREDIENTES:** 1 caixa de Leite Condensado Frimesa, 1 colher (sopa) de Manteiga Sem Sal Frimesa, 100g de coco ralado.

**MODO DE PREPARO:** Em uma panela coloque o leite condensado e uma colher de manteiga, aqueça mexendo constantemente até aparecer o fundo do recipiente. Retire do fogo e acrescente o coco ralado, mexendo até ficar homogêneo. Com pequenas porções da massa forme bolinhas e passe no coco ralado, decorando com um cravo-da-índia.

*Agora você tem mais motivos  
para reunir os amigos!*



Frimesa  
Delícias do dia  
Pizzas  
Lasanhas  
**PROVE!**

*Linha de  
pratos prontos  
congelados*

*Muito mais recheio e com  
gostinho de comida caseira!*



Tem gosto de amizade.



ITALIANA DE VERDADE

# MORTADELA BOLOGNA

## A MELHOR DE TODAS

*Com ingredientes  
nobres e sabor  
apurado ela vai  
conquistar você.*



DEVE SER PESADO A  
VISTA DO CONSUMIDOR  
Peso da  
Embalagem:  
18g



[www.frimesa.com.br](http://www.frimesa.com.br)