

REVISTA Frimesa

Ano XIV Edição nº83 | março/abril de 2017
www.frimesa.com.br



*Novo centro
administrativo*

Frimesa

Vai de suculência
e sabor, vai de
Linguças Frimesa



Linguças Frimesa, para todas as horas

www.frimesa.com.br

 /frimesaOficial

Caros Amigos,

No primeiro trimestre deste ano a Frimesa concluiu e apresentou a ampliação de suas três maiores indústrias, que estão ilustradas nesta edição. Enquanto o nosso país se debate com questões econômicas, políticas e administrativas, buscamos o desenvolvimento investindo e trabalhando arduamente.

Não bastasse a situação crítica do dia a dia, produziram mais uma tempestade sobre as cadeias produtivas das carnes. Agora o trabalho terá que ser maior ainda, para reconstruir reputações e recuperar a confiança.

O empreendedor brasileiro realmente é otimista, corajoso e movido a desafios. Caso contrário não investiria e o Brasil estaria em estado de crise aguda.

A Frimesa está em expansão nas suas áreas de venda em consonância com o cres-

cimento da produção. Ampliamos duas novas Filiais com Centro de Distribuição; uma em Uberlândia-MG e outra em Bauru-SP. Lançamos em São Paulo a campanha publicitária dos cortes nobres de carne suína e ampliamos a força de vendas nas áreas das novas filiais.

Durante 2017 nosso planejamento prevê consolidar a ocupação das atuais indústrias, que foram ampliadas e modernizadas para atender a demanda dos consumidores brasileiros.

Ainda nesta edição você terá informações de nossas atividades, nossos colaboradores e clientes. Desejamos bom proveito desta edição e que Deus abençoe a todos.

A Diretoria.

diretoria@frimesa.com.br

Cooperativas filiadas:

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

Conselho de Administração:

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

Conselho Fiscal:

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

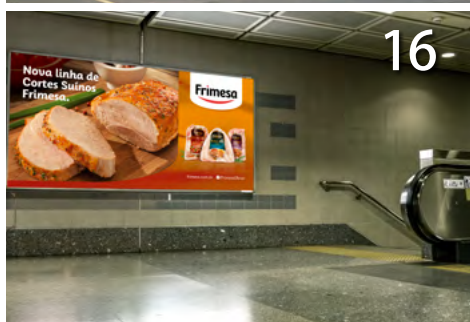
Diretor Presidente:

Valter Vanzella.

Diretor Executivo:

Elias José Zydek.

SUMÁRIO



Março |
Abril
2017

06 Sala do Produtor
08 Parceria
11 Feira
12 Análise de Mercado
14 Registro

16 Campanha
23 Gestão Integrada
24 Gastronomia
26 Gestão da Inovação
27 Gestão de Pessoas



www.frimesa.com.br

REVISTA Frimesa

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

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

Edição 83 Ano XIV - MARÇO/ABRIL 2017

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

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

Capa e Diagramação: Bruno Trento Smaha

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

Impressão: Gráfica Tuicial **Tiragem:** 18.000 exemplares.

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



Frimesa inaugura o novo Centro Administrativo. O empreendimento vêm atender a visão de crescimento com indústrias prontas para os desafios do mercado.

SALADOPRODUTOR

FAMÍLIA acompanha, de perto, as atividades da granja, auxiliando nas tarefas diárias e no gerenciamento de toda a propriedade

INTEGRADOS DA
COPAGRIL MOSTRAM
QUE PARA CRESCER
NOS NEGÓCIOS É
PRECISO ACREDITAR
E, SEM DÚVIDA,
TRABALHAR



Multiplicadores de resultado

Quantas pessoas desistem diante da primeira dificuldade? Ou ainda preferem se acomodar em vez de buscar alternativas para superar seus desafios? Quando se trata de vencer barreiras, a família Horn sabe o caminho que deve trilhar.

Trocando açudes por granjas, a alternativa encontrada pelo produtor Verner Horn e a esposa Rosane foi simples: acreditar. Eles saíram do negócio de criação de peixes para a suinocultura e agora colhem o resultado dos seus sonhos.

A propriedade localizada em São Roque, em Marechal Cândido Rondon, já é destaque entre os maiores produtores da Copagril, no quesito maior produtividade, pelo sistema de Unidade Produtora de Leitões, as UPL's. Os Horn, nos últimos anos, têm sido premiados por produtividade que gira em torno de 30 leitões desmamados por matriz, ao ano.

Hoje a renda da família se divide entre as granjas de suínos e as lavouras. A suinocultura conta com duas granjas, em sistema de Produção de Leitões, com 1.800 matrizes ao todo. Já a parte de grãos é proveniente de uma área de 40 alqueires de lavoura, entre áreas próprias e arrendadas.

INÍCIO DIFÍCIL No início dos anos 90, Marechal Cândido Rondon viveu um momento de grande destaque para a piscicultura. Diversos produtores começaram a construir açudes e adaptar suas propriedades para entrar na atividade, com a certeza de bons resultados. Seu Verner e a esposa Rosane não ficaram de fora dessa oportunidade.

No entanto, nem tudo saiu como esperado, os Horn, assim como diversos outros produtores, acabaram não recebendo o valor previsto. Na verdade grande parte dos que entraram para

a atividade acabaram não recebendo nada pelo trabalho e receberam diversos cheques frios como pagamento pela produção.

"Chegamos, inclusive, a fazer parte da associação municipal de piscicultores. Para adequar as propriedades à atividade, a associação comprou um trator de esteira. Devido a isso, nós e outros produtores quase perdemos as nossas terras. Conseguimos contornar a situação, ao mesmo tempo que aprendemos uma grande lição. Porém, se tivéssemos começado na suinocultura antes, já teríamos, certamente, umas 3000 matrizes hoje".

PRIMEIROS PASSOS Além da piscicultura, o casal tinha uma carta na manga. Ambos com tradição de famílias de suinocultores, além de conhecer o dia a dia da atividade, decidiram dar continuidade a ela.

Como costume na época, Verner e a esposa receberam dos pais, como presente de casamento, três matrizes, o necessário para iniciar o negócio próprio. "Infelizmente, daquelas três matrizes acabamos ficando com apenas uma. Compramos seis e aí sim iniciamos a nossa história na suinocultura", lembra Verner, sobre as dificuldades que enfrentaram no começo.

Logo a família se estabilizou e a atividade passou a prosperar. As sete matrizes iniciais deram lugar a 13, que viraram 30, e assim por diante.

Verner explica que toda a família tem uma forte ligação com a suinocultura "A atividade é algo que já faz parte da nossa família há algumas décadas. Todos os meus nove irmãos levaram a atividade adiante. Hoje, praticamente todos ainda garantem seu sustento por meio da suinocultura".

EVOLUÇÃO CONSTANTE Para os Horn evolução é uma palavra que praticamente faz parte do dia a dia da propriedade. De um começo muito simples, hoje a atividade é motivo de orgulho para toda a família.

Em praticamente duas décadas a produção dos Horn não parou de crescer. As sete matrizes que a família iniciou a atividade se multiplicaram e cresceram mais de 25.700% e hoje são mais de 1.800 matrizes em produção.

Esses números ficam ainda mais expressivos quando analisado o número de leitões. Por semana nascem cerca de 800 leitões na propriedade, o que resulta em uma produção anual de mais de 40 mil animais.

SOMA DE FORÇAS Com todo este crescimento, seu Verner e a esposa Rosane chegaram a um ponto onde já não conseguiam dar conta das atividades e cuidar dos filhos Junior e Jandrey.

A solução foi simples, por volta de 2002, quando a granja contava com cerca de 200 matrizes, a família decidiu que estava na hora de contratar os primeiros funcionários. A partir daí houve uma verticalização na atividade dos Horn. No entanto, com o tempo a mão de obra passou a ficar cada vez mais escassa.

A solução veio de uma cidade localizada cerca de 150 quilômetros de Marechal Cândido Rondon, em Alto Piquiri. Os escolhidos foram dois casais de baianos que trabalhavam como cortadores de cana. A receita foi muito boa e, com o passar do tempo, mais baianos começaram a desembarcar na propriedade.

Para dar conta de todas as atividades, a equipe também cresceu e aumentou 575%, chegando a 23 funcionários. Tão grande quanto diverso, o time de funcionários é composto por 17 baianos, quatro rondonenses e dois pernambucanos.

DE OLHO Uma das atividades que a família tem por hábito e faz questão de não deixar de lado é acompanhar, diariamente, as atividades da granja. "Mesmo tendo uma grande equipe, fazemos questão de não apenas coordenar as atividades, mas também trabalhar junto", explica Rosane. "Mesmo que hoje fiquemos mais no apoio das atividades, já passamos por épocas onde chegamos a trabalhar mais de 16 horas por dia", completa Verner.

É claro, para sempre estar de olho atento nas atividades, a família recebe todo mês a visita da equipe técnica da Copagril. Para eles, o serviço é muito positivo e o diferencial fica por conta "da comunicação direta que temos com a área técnica. Qualquer dúvida que tivermos, basta ligar que o pessoal vem nos auxiliar. É muito bom ter este acompanhamento na granja".

ÁREA técnica presta o suporte necessário para garantir a qualidade das matrizes e dos leitões.





COM UMA HISTÓRIA DE EVOLUÇÃO E
VISÃO DE FUTURO, HOJE O IQUEGAMI
COLHE OS FRUTOS DO TRABALHO
DE MAIS DE CINQUENTA ANOS



O Iquegami Supermercados nasceu da visão empreendedora do casal Kioshi e Mercedes Iquegami, que estabeleceram um pequeno negócio na década de 60. Uma mercearia de 72m², em Olímpia, interior paulista, tornou-se o embrião que, décadas depois, se tornaria uma rede com oito lojas e mais de 12.000 m².

O primeiro registro de ampliação aconteceu em 1996, quando o armazém familiar passou por uma reforma, resultado de um novo olhar sobre os negócios. Formava-se assim a primeira loja do Iquegami Supermercados.

Em 1998, os filhos José e Márcia Heloísa trouxeram um novo olhar para o empreendimento. Com foco no crescimento, os negócios foram reestruturados e a família iniciou a expansão, abrindo lojas menores em cidades vizinhas de Olímpia, como Bebedouro e Guaraci. Até a cidade sede, Olímpia, ganhou novas unidades da rede.

Toda a atuação concentra-se no interior de São Paulo, em Olímpia, Guaraci, Bebedouro, Severínia e Monte Azul Paulista. Já os Centros Administrativos estão localizados nas maiores cidades, em Olímpia e Bebedouro, facilitando assim a comunicação com as outras lojas.



PARA MANTER o grupo dinâmico e atualizado, hoje, quase duas décadas depois, a terceira geração da família já toma frente nas atividades.

Fotos: divulgação



DE UM PEQUENO armazém, de 72 m², para oito lojas, com 12.000 m² construídos, um crescimento de mais de 16.000%.

IQUEGAMI
SUPERMERCADOS



REDE DE VANTAGENS De acordo com o diretor administrativo, Juliano Iquegami, o modelo centralizado de negócios garante diversos benefícios. "Nosso departamento de compras está sempre preparado para realizar as melhores negociações, oferecendo uma grande variedade de marcas e produtos, agregando ótimos preços, excelência no atendimento e qualidade. Também trabalhamos com campanhas promocionais durante o ano, afinal de contas, todo o nosso trabalho tem como principal objetivo atender bem a todos os nossos clientes".

OLHAR ATENTO Sobre as estratégias de investimentos do Iquegami, o diretor comercial, Júnior Iquegami, garante que "a diretoria está sempre atenta às tendências de consumo na região em que atuamos, investindo sempre com responsabilidade e previsão de retorno. Acreditamos que o dinamismo é o fator essencial para o sucesso no mercado de consumo. Toda a equipe do Iquegami Supermercados está sempre atualizada com as melhores tendências do mercado varejista". A meta da empresa para este ano é abrir pelo menos duas lojas na região onde a rede já atua, facilitando os canais com os fornecedores e distribuição logística, e expandindo a marca para as localidades próximas.

LEGADO ESTRUTURADO A rede fechou 2016 com um faturamento superior a R\$ 278 milhões. No ranking estadual o Iquegami ficou em 33º lugar. Para alcançar estes resultados, a rede conta hoje com um quadro de mais de 900 colaboradores diretos e indiretos, além de uma área de vendas de aproximadamente 12.600 m² e 128 check-outs.

Segundo o diretor administrativo, como diferencial, os supermercados contam com "um mix de mais de 20.000 itens à disposição dos clientes, lojas reestruturadas e preparadas para atender a todas as classes sociais, baixíssima ruptura, preços acessíveis e qualidade em tudo o que faz. Todos estes fatores, alinhados com um atendimento diferenciado, nos dá a credibilidade construída nestes 52 anos de existência".

PARCERIA SÓLIDA Para o diretor comercial, a parceria com a Frimesa pode ser resumida em qualidade, preço diferenciado e respeito ao consumidor, tornando a marca indispensável ao portfólio da rede. "A nossa avaliação da parceria Iquegami-Frimesa é muito positiva, pois os clientes aprovam a marca Frimesa, conseguimos sempre realizar ótimas negociações e hoje contamos com mais de 100 produtos cadastrados e ativos em nosso mix. Portanto, esta parceria nos ajuda a alcançar nossos objetivos".

Frimesa



Sobremesa
cremosa ao leite

Mais saboroso e
com mais chocolate,
tem consistência
cremosa e
é pronto para
o consumo

IMAGEM ILUSTRATIVA

 Frimesaoficial
WWW.FRIMESA.COM.BR



EQUIPE Frimesa recepcionou os visitantes durante os três dias de feira

Cenário ideal

Com o tema “Decisão: Processo e Inteligência”, a SuperRio 2017 foi o palco para os primeiros lançamentos do ano

Uma das melhores e mais acertadas formas de verificar a aceitação de alguma novidade, é apresentá-la para as pessoas. Em 2017, a SuperRio Expofood – Feira Varejista do Rio de Janeiro.

Considerada uma das maiores feiras de alimentos, bebidas, equipamentos, serviços e tecnologia da América Latina, a 29ª edição da SuperRio foi realizada entre 21 e 23 de março. O evento reuniu centenas de empresários, empreendedores e colaboradores do setor supermercadista, além de empresas do segmento de alimentos e equipamentos.

A Frimesa, mais vez marcou presença com as equipes de vendas do Rio de Janeiro e do Paraná, com empenho de reforçar a comunicação da marca, produtos e ainda o relacionamento com o varejo fluminense.

Durante os três dias do evento, cerca de 60 mil pessoas passaram pelos pavilhões do RioCentro. De acordo com a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro – ASSERJ, entidade organizadora do evento, a 29ª edição movimentou mais de R\$ 250 milhões em negócios.

Para consolidar a marca e o relacionamento com os clientes da área de atuação da filial do Rio de Janeiro, a Frimesa montou um estande de 128m². Juntamente à feira foram realizadas palestras, workshops e cursos técnicos. Neste ano a novidade ficou por conta das palestras voltadas para as mulheres.

De acordo com o gerente comercial da Frimesa, Mauro Kramer, a feira é o momento apropriado para apresentar as novidades ao grande público. “As tendências e novidades do mercado aparecem aqui, em primeira mão. Assim, as feiras são o cenário perfeito para a Central ampliar a visibilidade e se aproximar dos clientes.

A Super Rio Expofood iniciou o calendário de feiras onde a Frimesa marcará presença em 2017. Neste ano serão sete, todos de nível estadual. Em abril, será a vez da feira do Paraná, já a de São Paulo acontece em maio.

STAND recebeu mais de 60 mil visitantes durante o evento



ESTRUTURA moderna acompanha as tendências do evento



Carne suína Expectativas frustradas

Após quase um mês da ocorrência da operação "carne fraca" da Polícia Federal, já podemos fazer um balanço dos estragos causados. É claro que é correta a postura da PF de neutralizar a ação de corruptos e corruptores do Serviço público de Inspeção Federal do Brasil, mas daí a generalizar as ocorrências e colocar em dúvida todo o sistema de produção de carnes do país, foi exagero e desnecessário. O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de proteína animal e sempre foi um dos mais acreditados, isto é, o mundo sempre confiou em nossos sistemas de segurança alimentar e de controle da sanidade animal. A confiança colocada em dúvida só serve para desvalorizar nosso produto tanto no mercado externo quanto no mercado doméstico.

E foi justamente o que aconteceu no caso do suíno, as cotações para o animal vivo e para a carcaça caíram quase um real por quilo neste período. Até a operação "carne fraca" vínhamos em equilíbrio entre oferta e demanda por conta dos maiores volumes que estavam sendo embarcados para o mercado externo e com excelentes preços também, as expectativas eram as melhores possíveis. A retração no consumo doméstico foi imediata e a suspensão dos embarques para muitos países também, o que provocou uma série de dúvidas quanto ao que pudesse vir a acontecer. Neste momento, já não temos mais suspensão de embarques, mas o estrago está feito. Muitos mercados estão mais cautelosos quanto aos negócios com o Brasil, solicitando muitas informações, definindo auditorias mais severas e se aproveitando da situação para forçar uma queda nos preços que vinham sendo praticados.

Esperamos que tudo passe o mais rápido possível, a fim de voltarmos ao status de equilíbrio entre oferta e demanda, já que com a redução nos custos de produção e os bons preços que vinham sendo praticados, era o momento de o setor industrial recompor suas margens operacionais. Como na carne bovina e no frango, agora já sabemos o quanto é importante o mercado externo para a carne suína, não podemos mais abrir mão de ocupar um maior espaço no mercado mundial. Ficamos ainda com o desafio de como aumentar o consumo interno de carne suína, já que somos apenas a quarta proteína animal mais consumida in natura aqui, enquanto que no mundo a carne suína é a carne mais consumida. ■



Leite & Derivados Baixo consumo é o problema

Com a produção no campo, neste início de ano, relativamente abaixo do ano passado neste mesmo período, era esperado que o equilíbrio entre oferta e demanda de lácteos retornasse e acelerasse a recuperação nos preços de venda dos produtos acabados. Infelizmente isto não está acontecendo, ocorre que a queda na produção, mesmo pequena, está provocando um aumento nos valores da matéria prima em descompasso com os preços praticados ao varejo. A resistência se deve ao fato de que simplesmente não existe demanda para sustentar os aumentos de preços. Tanto é fato que mesmo com preços no mercado externo caindo, ainda assim tivemos queda no volume de importações que nestas condições poderiam estar aumentando se houvesse quem consumisse. É certo também que quanto mais altos forem os preços de compra e venda no mercado interno mais estímulos teremos às importações.

É fato também que muitas indústrias acabaram por estocar produtos para esta entressafra a fim de aproveitar os melhores preços naquele momento, o que provavelmente não deve acontecer pelo mesmo motivo de fraca demanda. A única maneira de reverter esta situação é provocar um estímulo na demanda e não será aumentando os preços que isso vai acontecer. Podemos pensar que talvez a produção possa cair mais a fim de que não seja necessário baixar os preços de venda, mas com os custos de produção no campo mais baixos que os do ano passado, podemos ser surpreendidos com um aumento na oferta de leite, por conta do estímulo ao produtor através de preços de compra do leite que estão neste primeiro trimestre, aproximadamente 13% acima do ano passado no mesmo período.

Portanto, neste momento não existem motivos aparentes que justifiquem mais estímulos à produção, nosso problema é o baixo consumo. Excluindo-se o leite longa vida e/ou o leite em pó, a grande maioria dos outros derivados de leite podem facilmente deixar as listas de compras dos consumidores, a fim de se manter itens de necessidade básica. Leite condensado, iogurtes e sobremesas lácteas, por exemplo, são considerados neste momento produtos supérfluos. É claro que o problema do baixo consumo não será resolvido tão somente com preços mais acessíveis ao consumidor, e sim principalmente com o aumento da renda, mas isso talvez não aconteça neste ano, já que o nível de desemprego continua aumentando. Devemos ficar atentos aos acontecimentos e cuidadosos em nossas políticas de comercialização de lácteos, tanto na compra quanto na venda. ■

Frimesa

A LINHA DE HAMBÚRGUERES

está cheia de novidades. Novo visual e sabor que vai conquistar o seu paladar.

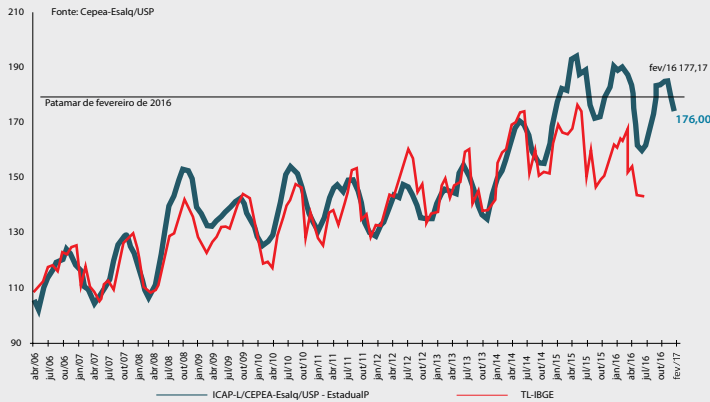
Lançamento



- 100% carne suína;
- Sabor diferenciado, mais suave;
- Opção para diversas refeições ou lanches;
- Praticidade, preparo rápido.

ICAP-L/Cepea - Índice de Captação de Leite - FEV/2017. (base 100=junho/2004)

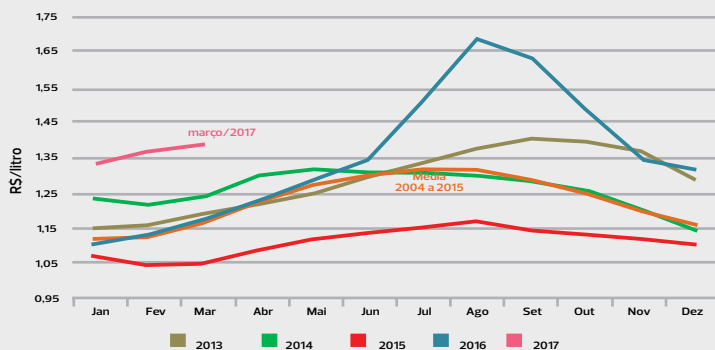
Fonte: Cepea-Esalaq/USP



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

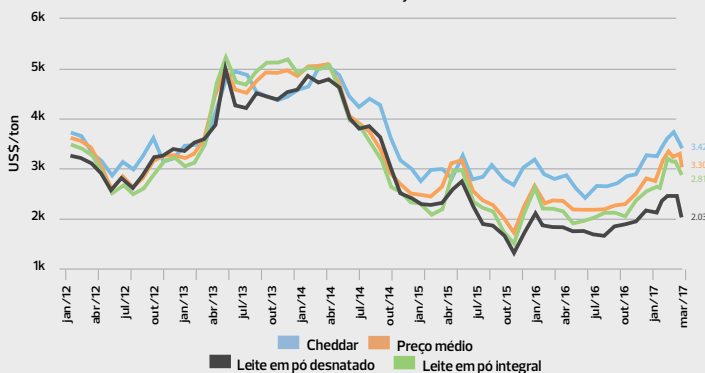
Valores Reais - R\$/Litro

Fonte: CEPEA - ESALQ/USP



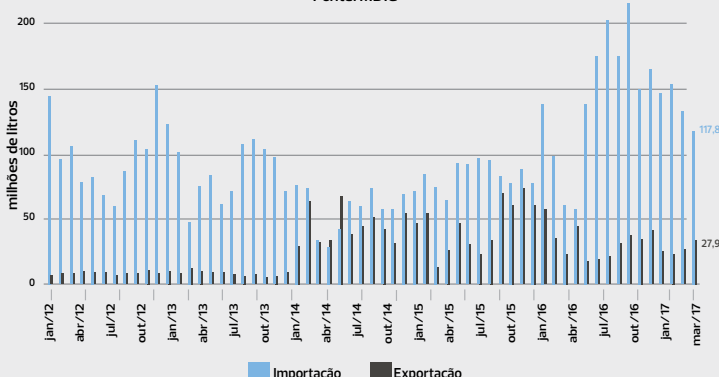
Preços no leilão GDT

Fonte: Global Dairy Trade



Exportações e importações em equivalente - leite

Fonte: MDIC





ASSEMBLEIA aprova
os resultados de 2016

Prestação de contas

Em assembleia, Frimesa apresenta os resultados de 2016. Mesmo com desafios econômicos e mercadológicos a Central cresceu nas vendas

A Frimesa realizou, no final de fevereiro, a Assembleia Geral Ordinária – AGO. Os delegados aprovaram o relatório que apontou o desempenho obtido em 2016. “Apesar da crise que o país tem enfrentado, a Frimesa alcançou um bom desempenho no ano. Prosperar em tempos assim é o estímulo necessário para continuarmos investindo em novos projetos e metas arrojadas”. Assim, o diretor-presidente da Frimesa, Valter Vanzella, destacou os números em relação ao ano que se encerrou.

Diante de uma das piores crises econômicas e com políticas do Brasil, as cooperativas não deixaram de recolher a produção, de manter os pagamentos em dia e, principalmente, assegurar os preços diante dos altos custos de produção que reduziam o esforço do campo.

As informações de balanço apontam a marca histórica nas vendas, R\$ 2,56 bilhões, R\$ 334 milhões a mais que 2015, quando foram contabilizados R\$ 2,23 bilhões. A produção atingiu 349.225 toneladas de alimentos, um aumento de 5,45%. Já a quantidade de suínos chegou a 1.898.380, 15% a mais enquanto na atividade de leite manteve-se o volume diário de 650.000 litros.

2016 representou uma corrida com obstáculos. “Foram necessárias várias habilidades para encarar os desafios e superar o ano de forma vitoriosa. Enfrentamos dificuldades como a crise econômica, as tensões políticas com direito a queda de governo, altas taxas de juros somadas às altas cargas tributárias. Para entrar nessa corrida foi necessário muito preparo e resiliência, somente assim a Central pode conquistar a vitória no final do ano”.

Outro ponto positivo da Frimesa é seu desempenho no varejo. O mix amplo com 479 produtos diferentes e uma carteira de quase 34.000 mil pontos de vendas no país, complementam os fatores que contribuem para a Frimesa sustentar seus negócios.

CARNES Em relação ao desempenho da atividade de carnes, em 2016 a produção dos 951 produtores integrados foi 4,7% acima do registrado em 2015 e totalizou 231.374 toneladas, 10% a mais. O mix de industrializados representou 55% do volume, cortes 22%, subprodutos 7,5% e exportação 14,8%. Um dos destaques do ano foi o crescimento de 27% nas exportações em relação ao ano passado, motivado pela cotação do dólar mais atraente e aumento da demanda nos países asiáticos. A área de carne representa para a Frimesa 67% do volume dos negócios e possui 312 produtos.

LÁCTEOS Os 3.412 produtores integrados enviaram às unidades industriais de leite da Frimesa – Marechal Cândido Rondon, Matelândia e Capanema (PR) e Aurora (SC) – uma média de 651.415 litros de leite ao dia. Todo esse montante



DIRETORIA realiza a prestação de contas de 2016

resultou em uma produção de 236.363.313 de litros no ano.

Toda essa matéria-prima transformou-se em 117.851 toneladas de alimentos. Cerca de 67% de toda a produção foi transformada em 79 mil toneladas de alimentos industrializados de valor agregado – doces, manteigas, leite condensado, requeijão, iogurtes, leites fermentados, iogurtes gregos e sobremesas. O restante ficou por conta dos leites, com uma produção de 38 mil toneladas, 33% do total.

ELEIÇÃO Para a função de conselheiros fiscais para o exercício de 2017 a AGO elegeu José Carlos Colombari (Lar), Genesio Clemente (Copacol), Adelar Viletti (C.Vale), Vilmar Fülber (Copagril), Moacir Scuziatto (Primato) e Elis Carla Colombi (Lar).

Presença feminina



Uma das grandes novidades para a Frimesa é a presença de uma mulher no grupo de Conselheiros Fiscais da gestão de 2017. Representando a Cooperativa Lar, Elis Carla Colombi, diz que “o cooperativismo tem o poder de transformar o pequeno produtor em grande, tornando-o competitivo no mercado, promovendo o crescimento econômico e sustentável de uma região. Nestes períodos intensos de crises, nós, cooperativistas crescemos! As cooperativas cresceram! E esse resultado só se consegue com gestores com visão pareada ao comprometimento e fidelidade ao associado”.

Sanidade: responsabilidade de todos

Programa Oeste em Desenvolvimento divulga ações relacionadas ao desenvolvimento pecuário da região

O Programa Oeste em Desenvolvimento (POD) realizou, no início de fevereiro, durante a 29ª edição do Show Rural Coopavel, uma série de palestras voltadas ao desenvolvimento pecuário de toda a região. Com o lema “A mudança do amanhã é o resultado da atitude de hoje”, o programa mostrou diversas novidades ao agronegócio, durante os cinco dias da feira.

As diversas reuniões aconteceram no espaço “Salão Tecnológico Pecuário” atraindo mais de 30 mil visitantes que passaram pelo estande do Programa.

Durante o evento aconteceu a posse da nova diretoria, diante de empresários, lideranças políticas, produtores rurais, presidentes de cooperativas, associações e órgãos estaduais.

O diretor-executivo da Frimesa, Elias José Zydek, que era coordenador da Comissão de Sanidade da gestão anterior, assumiu a vice-presidência do Programa na nova Gestão. “Colaborar para que o Paraná alcance a condição de estado livre de febre aftosa sem vacinação é uma das nossas metas”.

Oeste em Desenvolvimento

Lançado em 2014, o Programa Oeste em Desenvolvimento é uma iniciativa que reúne mais de 40 instituições como a Itaipu Binacional, o Parque Tecnológico de Itaipu (PTI), o Sebrae/PR, o Sistema Cooperativo, a Caciopar, a Amop, a Emater e a Fiep. O programa tem como objetivo promover o desenvolvimento econômico e sustentável do território oeste do Paraná por meio da integração de iniciativas, projetos e ações.

Novamente na mídia

*Segunda fase da campanha “A
CARNE QUE O MUNDO PREFERE”
chega no mercado de São Paulo*

Domingo, 16 de abril durante o intervalo de programas televisivos de maior audiência, pela primeira vez, a marca Frimesa aparecerá na mídia para milhões de consumidores da capital paulista e municípios metropolitanos. Regiões do interior paulistano – Ribeirão Preto, Franca, Campinas e Presidente Prudente – também estão sendo contemplados com a campanha de divulgação que conta ainda com anúncios na mídia nacional.

Com o conceito “a carne que o mundo prefere”, a campanha de comunicação tem por objetivo estimular o consumo e associar a carne suína à marca Frimesa, atrair o público para o site e mostrar a nova linha de cortes. Essa é uma segunda fase da campanha, a primeira aconteceu no ano passado – de outubro a dezembro – no Paraná.

“Estamos presentes há quase 40 anos no mercado de São Paulo, mas somente agora com finalização das ampliações das nossas bases industriais, conseguimos sustentar uma campanha de marketing para divulgar a marca e conquistar novos consumidores”. O presidente, Valter Vanzella explica que a Frimesa tem uma clara visão de crescimento e as estratégias de marketing são necessárias para desenvolver os negócios da cooperativa.

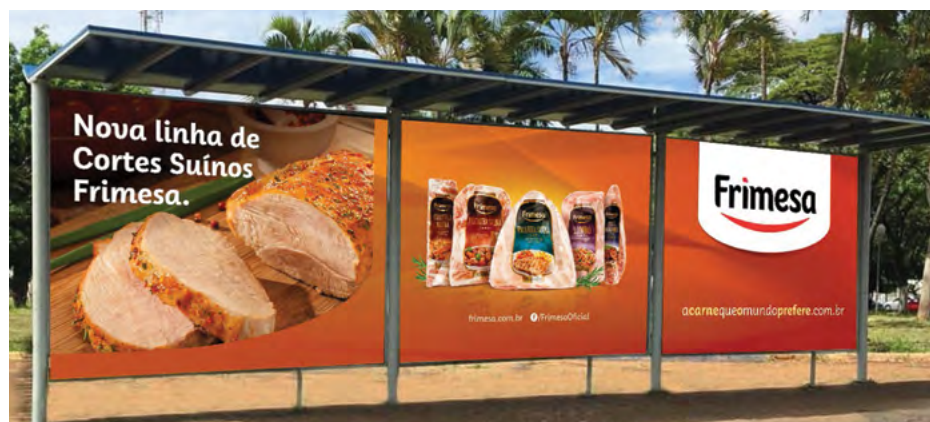
Assim como no Paraná, as ações de mídia que chegam ao mercado paulista envolveram um planejamento na mídia de 360°. O resultado é uma campanha de divulgação composta por peças de outdoor, busdoor, painéis no metrô, anúncio de revista, filmes para TV, spot para

rádio, mobiliário urbano, ações intensivas na internet e mídia no ponto de venda – peças de merchandising e tabloides. A equipe de vendas recebeu treinamentos e materiais informativos para o suporte na argumentação de venda.

A seleção das mídias levou em conta a afinidade com o público alvo da marca e a audiência. Os comerciais para a televisão serão de 30" e 45" e ainda nos formatos de patrocínios e merchandising. “Essa fase da campanha vem com duas novidades: além do feito inédito de divulgação da marca na grande São Paulo, pela primeira vez teremos anúncios na mídia nacional”, revela a supervisora de Marketing, Elis D'Alessandro. Para reforçar a marca no Brasil a Frimesa utilizará a televisão no formato merchandising, internet – mídias sociais – e anúncios nas revistas Veja, Caras, Ana Maria entre outras.

As peças publicitárias trazem o mesmo con-





teúdo das mensagens da primeira etapa. “Tivemos uma ótima experiência no Paraná e também uma excelente aceitação”. A Frimesa está amparada pela pesquisa da LITZ – Pesquisa de Marketing e Consultoria que averiguou, nas praças de Curitiba, Maringá e Foz do Iguaçu, o retorno da campanha e a aceitação do público: 90% dos entrevistados identificaram como eficientes os esforços de comunicação e, ainda, a Frimesa é apontada como a 1ª marca em qualidade da carne suína e, espontaneamente, a segunda marca mais lembrada e de maior consumo.

Para as rádios foram preparados 12 spots, vinhetas para abertura e texto para os anúncios patrocinados. A mídia externa também vem com força: foram colocados 30 painéis em estações de metrô e ainda outdoor, busdoor e mobiliário urbano. Para a internet e mídias sociais, o canal de receita “Tudo gostoso”, além do Facebook, Youtube

e Google estão entre os meios selecionados.

Assim como na primeira etapa, as peças publicitárias têm o objetivo de atrair o público para a plataforma digital acarnequeomundoprefere.com.br – que apresenta a carne suína de forma transparente e sincera, com o propósito de desmistificar o seu consumo. O site exclusivo da Frimesa traz editoriais que apresentam informações de nutrição, segurança, curiosidades, receitas e mitos e mostra o compromisso da Frimesa com a qualidade.

Sobre a campanha – A campanha gira em torno de uma constatação do USDA, Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, de que a carne suína é a mais consumida no mundo. Daí surgiu o conceito “A carne que o mundo prefere”, que será a base de todos os materiais publicitários.

MATERIAIS de comunicação incluíram a divulgação em outdoors, busdoor, painéis em estações de metrô, além de redes sociais na internet.

NOSSACAPA





Centro Administrativo, em Medianeira

Pronta para o mercado

**Frimesa inaugura
novo Centro
Administrativo e
entrega ampliações
das três maiores
Unidades Industriais.**

O evento abre as
comemorações dos
40 anos

2017, 31 de março entra na história da Frimesa como importante marca na conclusão de quatro projetos: "É a concretização de um sonho, não só da Central, mas de todos os produtores e das cooperativas em tornar viáveis as cadeias produtivas do suíno e do leite". Diante de uma plateia de mais de mil pessoas o presidente Valter Vanzella ressaltou que a Frimesa jamais parou. Os investimentos para a ampliação e modernização das plantas industriais e a construção de novo Centro Administrativo projeta a empresa para um novo momento.

"Concluimos uma etapa. Um plano de crescimento que permitiu um salto nas vendas de R\$ 489 milhões para 2,5 bilhões. A industrialização de suínos saiu dos 1.500 para 6.900 ao dia e contratamos 4.500 novos colaboradores", recorda Vanzella, fazendo comparativo dos anos 2005 a 2016. As plantas de lácteos também foram contempladas com os investimentos a partir de 2009 e hoje são referência em tecnologia.



Os números foram apresentados no evento de inauguração realizado em Medianeira, sede da empresa. Vídeos mostraram as novas estruturas industriais e a área administrativa com visita in loco. A solenidade reuniu produtores, líderes cooperativistas, autoridades e colaboradores marcando a entrega dos projetos de ampliação das Unidades Industriais de Carnes, em Medianeira, de Lácteos, em Marechal Cândido Rondon e de Refrigerados, em Matelândia, além do novo centro administrativo.

Os investimentos somam R\$ 854 milhões, entre os anos de 2005 e 2016, corrigidos pelo INPC. Para o diretor executivo, Elias José Zydek, os investimentos, além de garantir o sustento no campo e a expansão do potencial de processamento, elevam a oferta de alimentos de valor agregado para o mercado. "Na medida que sustentamos toda a cadeia, estamos nos atualizando, trazendo tecnologias, processos e produtos para atender as novas necessidades de consumo".

Vanzella complementa que agora a Frimesa vai concentrar esforços nas vendas e no marketing para suprir as novas capacidades industriais. "Encerramos um ciclo, mas já estão no planejamento novos investimentos. Também temos que pensar da porteira para fora, onde a competitividade é grande porque a Frimesa atua num segmento onde concorre diretamente com gigantes marcas de alimentos". Para ele, as estratégias devem ampliar ainda mais a presença dos produtos no varejo brasileiro e investir no

DIRETORIA Frimesa, juntamente com diretores das cooperativas filiadas e autoridades

marketing para tornar a marca mais conhecida e fidelizar consumidores nas regiões fora do estado do Paraná, como por exemplo, São Paulo.

O Vice-Presidente e Diretor Administrativo do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), Orlando Pessuti, afirmou que a Frimesa se destaca no cooperativismo por todas as suas realizações ao longo desses 40 anos. "São números maravilhosos de crescimento. Esse é o espírito cooperativista presente nas suas ações e nas suas cooperativas singulares associadas. Nós, do BRDE, temos, para com a Frimesa, um sentimento de carinho e respeito, pois sabemos que a recíproca é verdadeira". Representando o governador Beto Richa no evento, Pessuti garante que ao investir recursos em empreendimentos se está gerando empregos, renda, tributos e, principalmente, promovendo o desenvolvimento local, regional, estadual e nacional. "Acreditamos na Frimesa e seus dirigentes, e queremos continuar sendo parceiros afinal, os bons exemplos de ações, de sonhos transformados em projetos e projetos que se transformam em uma nova realidade no dia a dia, por meio da Frimesa, são importantes para nós, enquanto banco de desenvolvimento".

Segundo o ex-presidente da Frimesa – ges-

tão 1985 a 1997, Seno Lunkes, "desde o nascimento a Central já teve seus alicerces construídos em bases sólidas, que são os associados das cooperativas filiadas". Para ele, com o passar dos anos, a cooperativa foi melhorando a qualidade dos seus produtos, das suas unidades fabris e também do seu quadro de colaboradores, isso transformou e modernizou as indústrias. Me sinto feliz hoje, em ver estas inaugurações, poder olhar para trás e ter feito parte desta história.

CENTRO ADMINISTRATIVO A nova estrutura tem uma área de 6.000 m². São mais de 400 colaboradores da diretoria e das áreas gerenciais, assessorias, engenharia, comercial, financeira, controladoria, planejamento, logística, compras que estão alocados no prédio de cinco andares.

Anteriormente, a estrutura administrativa da Frimesa, em Medianeira, estava alocada em um edifício antigo que passou por ampliações e reformas com o passar dos anos, mas nunca havia recebido um projeto específico para comportar as necessidades da empresa.

Com o visual moderno, o novo Centro Administrativo da Frimesa foi projetado para resultar em escritórios funcionais, limpos e acolhedores que incorporassem a essência da Frimesa. Os espaços proporcionam qualidade aos usuários e estão ligados diretamente à produtividade.

Para Vanzella é um orgulho poder proporcionar

essa conquista à Frimesa. "Em 2017 completa 40 anos, com uma trajetória pautada no crescimento e modernização tecnológica de suas indústrias e produtos. Buscamos criar um Centro Administrativo pautado na nossa visão de crescimento e que, ao mesmo tempo, transmitisse toda a nossa essência de solidez e dinamismo".

O projeto de arquitetura é assinado pela GPSkal Assessoria e Projetos, enquanto parte do design de interiores ficou por conta da Leal Ribas – Engenharia e Arquitetura, já a obra foi executada pela Diarc Engenharia.

O supervisor de engenharia da Frimesa, Wilson Almeida, explica que o departamento trabalhou com muitas empresas parceiras durante todo o processo, do projeto aos acabamentos. "Reunimos os conceitos dos projetos de forma a atender todas as demandas atuais da Frimesa, além de garantir uma flexibilidade para a expansão prevista até 2030. Tanto nas ampliações das indústrias quanto na área administrativa, fizemos intervenções durante todo o projeto para garantir que todas as áreas ficassem conforme o esperado".

O público aprovou o novo projeto da Frimesa. O presidente da Acime, Lucas Ghellere, con-

MESA DE HONRA composta por representantes e autoridades públicas e cooperativistas, durante o cerimonial de inauguração



ta que o empreendimento reflete a intenção de crescimento da cooperativa. "Quando visitamos toda esta estrutura, temos a certeza de que a Frimesa está preparada para alçar voos ainda maiores nessa próxima década. Isso faz com que tenhamos mais certeza ainda de que Medianeira terá um futuro brilhante pela frente".

A gerente de uma das unidades do Sicredi em Medianeira, Maria Regina Luqui, garante que o cooperativismo é muito importante para o município e toda a região. "O cooperativismo é o grande diferencial de nossa região. O cooperativismo trouxe grande parte do desenvolvimento, desde o campo até as cidades, das indústrias ao comércio. As maiores empresas de Medianeira hoje são cooperativas que impulsionam, a cada dia que passa, o surgimento de novos empreendimentos".

As obras do Centro Administrativo terão uma nova fase. Em breve serão reformados quase 1.700 m² para incorporar um auditório e as áreas de TI (tecnologia da informação), gestão de pessoas e as partes administrativas de pesquisa & desenvolvimento e inovação e SAA (Segurança Alimentar e Ambiental).

FRIGORÍFICO MEDIANEIRA Hoje a Unidade Industrial de Carnes da Frimesa, em Medianeira, tem 85.000 m² de área construída com uma capacidade diária de produzir mil toneladas de alimentos em mais de dez linhas de produtos. O resultado na nova estrutura foi o iniciado em 2005; o projeto que modernizou e ampliou em 500% a capacidade de processamento de abate, passando de

1.500 para 6.900 suínos ao dia. São quase 300 produtos diferentes e mais de 4.000 pessoas envolvidas diretamente nas atividades do frigorífico.

LATICÍNIO MATELÂNDIA A unidade conta, hoje, com uma área de 10.000 m² de fábrica. Esse espaço gera uma capacidade de operação de 230.000 litros de leite ao dia, o que equivale a uma produção diária de 300 toneladas de alimentos refrigerados. Os novos investimentos possibilitaram a inclusão de nove linhas de envase e a entrega de 70 produtos diferentes para o mercado. As áreas de armazenagem e expedição também receberam ampliações e hoje contam com uma capacidade de estocagem de mil toneladas de produtos.

LATICÍNIO RONDON Moderna e atualizada, hoje a Unidade Industrial de Lácteos conta com uma das melhores tecnologias do mundo. Em uma área de 22 mil m² de fábrica, a Frimesa possui uma capacidade de operação de 750 mil litros de leite ao dia. São oito linhas de industrialização, que operam com flexibilidade, produzindo mais de 60 itens diferentes. Na área de logística foram agregadas novas câmaras de estocagem. Hoje, a unidade possui uma capacidade de armazenamento de dez mil toneladas.

DIRETORIA Frimesa, juntamente com diretores das cooperativas filiadas e autoridades





O uso racional dos recursos hídricos tem se tornado uma questão cada vez mais debatida

No caminho certo

O Dia Mundial da Água foi instituído pela ONU, em 1993, a qual determinou que 22 de março seria a data oficial para refletir sobre o significado da água para a vida na Terra.

Neste mesmo dia, a ONU lançou a Declaração Universal dos Direitos da Água, que apresenta normas, dentre as quais pode-se citar: "A água não é uma doação gratuita da natureza; ela tem um valor econômico: precisa-se saber que ela é, algumas vezes, rara e dispendiosa e que pode muito bem escassear em qualquer região do mundo".

Com a preocupação de manter um controle sobre o uso dos recursos hídricos, a Superintendência Federal da Agricultura, Abastecimento e Pecuária do Paraná criou um Grupo de Trabalho em 2015, o projeto "Uso Racional de Água na Indústria de Carnes". Este grupo foi criado em virtude de solicitação realizada pela FIEP.

O objetivo é desenvolver um estudo que comprove tecnicamente a redução e o uso racional da água no abate de carnes, sem comprometer os padrões de qualidade. Este estudo servirá como base para pleitear a atualização da regulamentação vigente para o Ministério da Agricultura.

NA PRÁTICA Mesmo aguardando um posicionamento concreto, a Unidade Frigorífica de Medianeira tem realizado um grande trabalho para minimização do consumo de água, em pontos possíveis e viáveis.

A ação foi encabeçada pela área de Manutenção, sob orientações do encarregado Idivair Vaz. Estiveram envolvidos, diretamente, os setores de Mecânica Geral, Manutenção Elétrica, Operações, Sala de Máquinas, além do apoio da área Ambiental.

Dentre as ações já realizadas estão a instalação de redutores de vazão de água nas torneiras de todos os banheiros internos e externos e nas

torneiras de todas as entradas da fábrica utilizadas para a higienização das mãos. Com esta ação prevê-se a redução de $31\text{m}^3/\text{dia}$ e cerca de $8.184\text{m}^3/\text{ano}$.

Além desta ação também foi implementado um sistema de água de reúso para os sanitários. A água é proveniente do degelo das câmaras de resfriamento da indústria, juntamente com o excedente de água do sistema de resfriamento de amônia. A economia prevista do volume de água potável consumida é de $100\text{m}^3/\text{dia}$, ou $26.400\text{m}^3/\text{ano}$.

Sobre estas mudanças realizadas, a encarregada do Departamento Ambiental, Gisele Caldeireiro, explica que "se considerássemos o valor pago hoje à concessionária para fornecimento de água potável, mesmo com grande parte do recurso vindo de poços artesianos, teríamos, com estes dois projetos implementados, uma economia de R\$ 242.088,00 por ano".

De cara nova

Como parte da premisa ecológica e ambiental da Frimesa, no início de março, foi iniciado um projeto para preservação, conservação e conscientização da comunidade local.

A ação realizada no Bairro Condá, vizinho à Unidade Industrial de Medianeira, contou com a limpeza, organização e plantio de grama nas áreas limítrofes à Reserva Ambiental mantida pela Frimesa.





Especial: Zero Lactose

Você bem



Saborosos,
nutritivos e de
fácil digestão,
a linha zero
lactose é a
alternativa
para os
intolerantes

De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Anvisa, para que um produto possa ser considerado zero lactose, ele precisa conter, ao máximo, 100 miligramas de lactose para cada 100 gramas ou mililitros do produto. Apenas isso, nada mais nada menos, ele não precisa ter mais calorias nem menos sabor.

Para chegar a um produto zero lactose, a matéria-prima passa por um processo chamado hidrólise enzimática onde, por meio da adição da enzima lactase, as moléculas de açúcar são divididas em duas outras menores, a glicose e a galactose. Com essa receita os produtos que levam o selo zero lactose mantêm o sabor e todas as características de um produto que não passou pelo processo de hidrólise.

Hoje a Frimesa já conta com uma linha de produtos voltados para o público intolerante. O mix é composto pelo Creme de Leite, Leite Condensado, logurtes e o Leite UHT.

Saiba mais

A intolerância à Lactose é o termo utilizado para pessoas que não conseguem digerir produtos lácteos (leite e seus derivados). Esta impossibilidade de digestão geralmente ocorre em pessoas que não produzem a enzima lactase ou produzem-na em quantidade insuficiente para realizar a digestão da lactose. A maioria das pessoas tem uma perda progressiva da capacidade de absorção da lactose que inicia-se após os primeiros anos de vida.



Pudim de tapioca

Ingredientes Pudim

- 12 colheres (sopa) de tapioca grossa;
- 1 litro de leite Frimesa Zero Lactose;
- 6 colheres cheias de açúcar;
- 150g de leite condensado Frimesa Zero Lactose;
- 1 pitada de sal;
- 250 ml de leite de coco;
- 10 colheres (sopa) coco ralado fino.

Ingredientes Calda

- 500g de morango;
- 6 colheres (sopa) de açúcar;
- 2 colheres (chá) de suco de limão.

Modo de preparo

Pudim: Em uma panela acrescente todos os ingredientes. Deixe em fogo alto até ferver, mexendo sempre. Logo após passe para fogo médio até engrossar (textura de mingau) mexendo sempre. Retire do fogo e coloque em uma forma de pudim molhada ou untada com óleo. Deixe esfriar e leve à geladeira por mais ou menos 2 horas ou até gelar.

Calda: Lave e retire os cabinhos dos morangos. Coloque todos os morangos numa panela grande junto com o açúcar e o suco de limão. Cozinhe por cerca de 5 minutos, mexendo sem parar, até os morangos ficarem bem macios. Leve para geladeira e deixe por mais ou menos 30 minutos ou até gelar.

Finalização: Desenforme o pudim em uma travessa e sirva com a calda por cima.



Espetinhos coloridos com creme doce

Ingredientes Espetinho

- 1 manga;
- 1 tangerina;
- ½ abacaxi;
- 1 cacho de uva roxa;
- 1 cacho de uva verde;
- 1 cx de morango;
- 12 espetinhos de bambu.

Ingredientes Creme Doce

- 1 l de Leite Frimesa Zero Lactose;
- 1 colher (sopa) de amido de milho bem cheia;
- 2 gemas;
- 250 ml de Leite Condensado Zero lactose;
- 250 ml de Creme de Leite longa vida Frimesa Zero lactose;
- 1 colher (café) de essência de baunilha;

Modo de preparo

Espetinhos: Lave as uvas e os morangos. Descasque a manga, o abacaxi e a tangerina e corte-os em cubos. Pegue os espetinhos de bambu e vá espetando uma fruta de cada até formar vários espetinhos de frutas. Reserve.

Creme doce: Em uma panela misture o Leite Frimesa Zero Lactose, a baunilha, o Leite Condensado Zero Lactose, o amido e as gemas. Coloque no fogo e vá mexendo até engrossar. Depois de desligar o fogo, acrescente o Creme de Leite Longa Vida Frimesa Zero Lactose e mexa até ficar um creme homogêneo. Leve à geladeira por 30 minutos ou até esfriar.

Finalização: Coloque em tigelas e sirva com os espetinhos de frutas.



Espuma de uva

Ingredientes

- 3 claras;
- 8 colheres (sopa) de açúcar;
- 400ML de suco de uva integral;
- 1 pacote de gelatina vermelha em pó, sem sabor;
- 200g de creme de Leite UHT Frimesa Zero Lactose;
- 1 colher (sopa) de amido de milho;
- 2 colheres (sopa) de açúcar.

Modo de preparo

Hidrate a gelatina conforme as instruções da embalagem, bata no liquidificador 200ml de néctar de uva com a gelatina já hidratada e o creme de leite. Despeje o conteúdo em uma vasilha e misture as claras com o açúcar e bata formando um merengue com picos moles. Coloque a mistura em uma fôrma de plástico molhada com água e leve ao congelador por 3 horas. Com os 200ml restantes de néctar, leve ao fogo brando o açúcar e amido de milho, cozinhando até formar um creme homogêneo. Deixe esfriar. Desenforme a espuma, passando a forma dentro de uma bacia com água quente para soltar o creme. Acrescente o creme já frio sobre a espuma. Sirva gelado.

Vitrine de opções

Entregar mais do que apenas produtos é um desafio constante para as empresas. Muito além do produto, as embalagens atuam como um canal de comunicação fundamental

Um dos recursos disponíveis para a comunicação de um produto é a sua própria embalagem. Esta comunicação pode gerar, ao mesmo tempo, engajamento, venda e fidelização dos consumidores.

Para isso a Frimesa conta com um departamento que busca captar as tendências e tecnologias do mercado e adaptar à realidade da Central. Esta equipe de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação de embalagens atua com a missão de aplicar conhecimento, pesquisa e tecnologia no desenvolvimento de projetos de embalagens e processos, garantindo valor percebido ao consumidor.

De acordo com a encarregada do departamento de PD&I, Candida de Souza, a missão do departamento é adaptar, constantemente, as tendências atuais à realidade da Frimesa. "Nossa atuação dentro do processo é desenvolver as embalagens físicas, dimensionar embalagens primárias, secundárias para novos produtos, manutenção das embalagens já existentes, desenvolver fornecedores, buscar melhorias e contribuir para a missão da empresa".

PREOCUPAÇÕES Entre as principais preocupações dos consumidores, cinco delas são macro-tendências que as embalagens devem atender: Conveniência, Saúde, Segurança, Estilo de Vida e Sustentabilidade.

Para o assistente técnico de PD&I, Celso Cardoso, estas oportunidades abrem espaço para a aplicação de inovações. "No caso específico das embalagens, as vantagens podem ser vistas por meio do trabalho para a redução de custos, diferenciação pela apresentação, agregação de valor e conveniência. Desta forma as empresas conseguem alavancar o crescimento, pois aumentam a competitividade".

TESTE PRÁTICO Com a campanha "a carne que o mundo prefere", a proteína suína está em destaque nas propagandas da Frimesa. Está claro que a necessidade dos consumidores tem ditado a evolução da tecnologia. As transformações têm criado produtos cada vez mais práticos e, consequentemente, novas embalagens. Um exemplo desta transformação foi o teste piloto realizado em janeiro, com o lançamento da banha em potes de 450 gramas. Médicos e nutricionistas têm, inclusive, recomendando o uso da banha suína no preparo de alimentos.

"Pensar em praticidade e oportunidade dentro deste contexto levou ao desenvolvimento de uma embalagem diferenciada para o produto, até então comercializado em saquinho plástico", ressalta a assistente técnica de PD&I, Zelair Botesini. "Pensar na maneira como o consumidor utilizará o produto no seu dia a dia também faz parte do check-list de desenvolvimento das embalagens".

Já a assistente técnica de PD&I, Alexsandra Oliveira, explica que existem algumas oportunidades no campo das embalagens que muitas vezes ainda não podemos aplicar porque requerem equipamentos de alta tecnologia ainda não fabricados no Brasil, ou formas de apresentação da embalagem que facilitam no uso e na fabricação. "No caso da tripa para calabresa fatiada que teve alteração na forma de recebimento da embalagem, antes era em rolo passou a ser entregue em tubetes e, desta forma, o operador não precisa mais fazer movimentos repetitivos para colocar a tripa no funil, o que levou a um ganho ergonômico no trabalho".



Mão amiga ao alcance de todos

Diversos programas e ações voltadas à qualidade de vida dos colaboradores marcaram a Semana Viva + 2017



VÁRIAS atividades e programas foram realizadas durante a Semana Viva+

Sempre preocupada com o bem-estar dos colaboradores a Frimesa realizou, entre 03 e 07 de abril, a Semana Viva+. O evento foi realizado com o intuito de intensificar a divulgação dos mais de 60 programas que compõem o Viva +. Durante a programação foram apresentados ainda alguns resultados atingidos.

Os quase 4.000 colaboradores que trabalham na unidade de Medianeira puderam conferir diversas informações e atividades diferenciadas. Cada dia do cronograma representou um dos pilares do Programa: Segurança, Saúde, Ergonomia e Psicossocial. O retorno dos colaboradores sobre a semana foi muito expressivo, superando 95% de satisfação.

O engenheiro de segurança no trabalho, Itamar Cassol, explica que todas as ações relacionadas ao programa têm alcançado bons resultados, devido ao foco exclusivo aos colaboradores. "A reformulação do programa de qualidade de vida da Frimesa – Viva +, está completando três anos. Os resultados alcançados até este momento são bons, sendo desafios à manutenção dos programas e à melhoria contínua nos mesmos. Porém, também enalteçemos que, desde sua formação, a cooperativa aplica ações visando a qualidade de vida dos colaboradores que está sendo continuamente melhorada".

Raio X de 2016

Cerca de 15.000 pessoas treinadas em segurança do trabalho, totalizando mais de 20.000 horas.

Número de colaboradores que passaram por atendimento com psicólogos e assistente social: aproximadamente 1.800 pessoas.

Foram realizados perto de 400 atendimentos de Pilates para os colaboradores.

Aproximadamente 100 gestantes completaram o ciclo de intervenções do programa, recebendo Kits com materiais básicos para o bebê.

Cerca de 600 colaboradores estão cadastrados nos programas de risco (hipertensão, diabetes, psicotrópicos, hipo e hipertireoidismo).

Olhar atento

NO DIA DA MULHER, FRIMESA HOMENAGEIA COLABORADORAS E DEBATE UM TABU, TEMA POUCO DIVULGADO, MAS QUE PRECISA SER EXPLORADO: A VIOLÊNCIA



É notório que as mudanças fazem parte da história do mundo. Hoje inúmeras mulheres ao redor do mundo trabalham duro para fazer valer sua voz, realizar seus sonhos e serem verdadeiras agentes de mudanças.

Na Frimesa, 52% da força de trabalho são mulheres. A cooperativa traz, na sua essência, o respeito às pessoas, valorizando as particularidades e competências individuais de seus colaboradores.

No entanto, o dia da mulher não é só marcado por alegrias e comemorações, afinal, no Brasil são registradas, diariamente, centenas de casos de violência contra a mulher. Nos primeiros dez meses de 2016 foram registrados 63.090 relatos de agressões.

Os dados mostram ainda que, entre os relatos de violência, 85,85% corresponderam a situações em ambiente doméstico e familiar. Em 67% dos relatos, as violências foram cometidas por homens com os quais as vítimas tinham ou já tiveram algum vínculo afetivo, como cônjuges, namorados, ex-cônjuges ou ex-namorados. Em cerca de 27% dos casos, o agressor era um familiar, amigo, vizinho ou conhecido.

CONSCIENTIZAÇÃO E APOIO O tema abordado no dia da mulher teve como objetivo, além de destacar a lei Maria da Penha, enfatizar a responsabilidade de todos para diminuir estas estatísticas.

Pensando no tema, a Frimesa realizou diversas palestras sobre a violência contra a mulher. Estas aconteceram nas Unidades Industriais de Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon e contaram com a presença de aproximadamente 500 colaboradoras.

As palestras foram ministradas pela assistente social e mestre em educação, Jane Peralta, que atuou mais de 10 anos na Secretaria da Mulher, em Londrina, no Paraná, atendendo situações de violência familiar e contra a mulher.

De acordo com a palestrante, a Frimesa está de parabéns pela iniciativa. "Durante os mais de dez anos que fiz parte da Secretaria da Mulher, pouquíssimas foram as empresas que buscaram abordar este tema que é muito importante".

Para Peralta, a visão da cooperativa em abordar este tema no Dia da Mulher foi fantástica. "Mesmo que muitas pessoas teimem em torcer o nariz, o assunto está cada vez mais presente. As palestras tiveram a finalidade de plantar uma ideia em cada uma das colaboradoras. Agora dependerá delas transformarem esta ideia em ação".

Já a Gerente de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo, ressalta que "é preciso debater mais sobre o tema para que as mulheres vítimas de violência sintam-se amparadas e percebam que possuem a força necessária para não deixar-se vitimizar".

PALESTRA debate temas importantes que garantem a integridade das mulheres no Brasil





Mesa farta

Segunda edição do Cozinha Brasil trouxe informações, curiosidades e dicas para o preparo de refeições à base de carne suína

Quantas formas de preparo da carne suína você conhece? Já pensou em preparar uma Paçoca Suína, um Risoto Suíno com Berinjela ou até um Medalhão Suíno com Casca de Manga? Durante uma semana, os colaboradores das Unidades Industriais de Medianeira e Marechal Cândido Rondon puderam conhecer essas e outras 14 deliciosas receitas à base de carne suína.

A Frimesa, em parceria com o SESI, por meio do programa Cozinha Brasil, trouxe receitas para o dia a dia que reúnem muito sabor, nutrição e qualidade. O projeto, que já está na sua segunda edição, conta com um Food Truck totalmente equipado com uma cozinha onde são apresentadas as aulas e as dicas no preparo dos alimentos.

Durante as aulas, realizadas entre 13 e 17 de março, os participantes conheceram não apenas novas receitas, mas também alternativas saudáveis na hora do preparo da proteína suína, que pode ser utilizada com os mais variados temperos e acompanhamentos. Ao término do curso, além do certificado de participação, cada aluno recebeu um livro com as receitas preparadas durante as aulas.

De acordo com a Nutricionista e Gestora do Restaurante da Frimesa, Heloísa Antonio Cosmo, o curso é muito positivo, pois, os colaboradores podem conhecer os benefícios além de alternativas saborosas para o preparo da carne suína. "Queremos com isso desmistificar os mitos que as pessoas ainda tem, em torno da proteína, bem como mostrar a versatilidade da carne suína".

PROGRAMA

trouxe, aos colaboradores, novidades e dicas relacionadas ao preparo da carne suína



GENTE QUE FAZ

Colaboradores homenageados pelo tempo de serviço dedicado à Frimesa

Março

05 anos

Medianeira

Ademir Ferreira
Alberto Lima
Alessandra Da Silva
Amelia Reinheimer
Clezio Dos Santos
Daniel Schossler
Divina Da Silva
Dolores Lenz
Edivaldo Moreira
Elenice Borges
Emilia Ramirez
Gilberto De Oliveira
Ivanir Balz
Jandira Araujo
Jorge De Lima
José De Andrade
Juraci De Oliveira
Kelly De Oliveira
Kender Roppenthal
Loreci Pereira
Maria Luciano
Osvaldo Aguiar
Rossella Deola
Sireni De Oliveira
Vanessa klaus
Veranilva Trindade
Wilson Vera

Matelândia

Leandro Palma
Marcelo Vissotto
Marechal C. Rondon
Cleusa Figur
José Bohnen
Juliano Rodrigues

Curitiba

Karina Domakowski
Quesia José
Rio de Janeiro
Adeilton Costa

Itajaí

Sandra Lourenço

Esteio

Leonardo Ribas

Bebedouro

Rosinalva Da Rocha
Sandra Manin

Seção

Embut. Ind. Not.
Abate
Defumados Not.
Desossa
Expedição 1ºT.
SESMT
Desossa Not.
Embut. Toscana
Desossa Not.
Vendas
Higiene Int.
Salsicha
Vendas
Emb. Hambúrguer
Desossa Not.
Abate Not.
Desossa
Vendas
Mecânica
Higiene Int.
Higiene Int.
Abate
Higiene Int.
Abate
Maturados
Ind. 3ºT.
Embal. Congelados

Seção

Almox. Central
Manut. Geral

Seção

Pessoal
Salga
Higiene Int.

Seção

Vendas
Repositora

Seção

Vendas

Repositora

Seção

Faturamento

Seção

Repositora
Repositora



ANTONIO DA SILVA
Triparia
Medianeira
30 anos em Abril



URBANO TEN CATHEN
Expedição
Marechal C. Rondon
25 anos em Abril



JOSÉ DE ABREU
Abate Noturno
Medianeira
20 anos em Abril



VALDIR PESSINI
Estufa Noturno
Medianeira
20 anos em Março

10 anos

Medianeira

Carlos Cassol
Carlos Dos Santos
Daiana Giraldi
Edson Cirineu
Fabiano Fernandes
Franciano Lermen
Jairo Posselt
Jurandir Kaiser
Marcos de Campos
Neusa Ramos
Nilce Thomazoni
Nilson Welter
Solange Neves
Terezinha Petik
Matelândia
Cleiton Much
São Paulo
Emerson Rodrigues
José Dos Santos Junior
Rio de Janeiro
Luis Dos Santos Silva

Seção

Financeiro
Exp. 2ºT.
Presuntaria
Desossa Not.
OPM
Elétrica
Defumados
Desossa
Emb. Ind.
Higiene Int.
Exp. 1ºT.
Mec. Geral
Emb. Toscana
Restaurante
Seção
Manut. Geral
Seção
Vendas
Vendas
Seção
Faturamento

15 anos

Medianeira

Cleide Ferreira
Vanda Terencio
Marechal C. Rondon
Cleonice Dos Santos
Curitiba
João Jacome

Seção

Repositora
Desossa
Seção
Vendas
Seção
Leite UHT



VALTER VANZELLA
Diretoria
Medianeira
20 anos em Março



JOSÉ DOS SANTOS
Desossa
Medianeira
20 anos em Março



EVERALDO ZANELATO
Higiene Interna
Medianeira
20 anos em Março

a NOSSA HISTÓRIA

Abri!l

05 anos

Medianeira	Seção
Adilson Berlanda	Cozimento
Adir Schimmelpfennig	Embut. Ind. Not.
Ana Paula Dos Santos	Embut. Toscana
Anzolina De Araujo	Mortadela Not.
Aureliano Dos Reis	Prep. Massas Not.
Clarice Romero	SIF Not.
Cleci Maria Dapper	Desossa Not.
Edmar Ramos	Abate
Elisiane Schneider	Mortadelas
Ester de Oliveira	Higiene Int.
Ezequiel Da Silva	Resf. Carcaças
Flavio Dos Santos	Emb. Defumados
Geraldo Correa	Emb. Congel. Not.
Idenir Simões	Higiene Int.
Ivone Rigotti	Emb. Toscana Not.
Izaura De Jesus	Higiene Int.
Janete Araujo	Fatiados Not.
Janete Tem Pass	Emb. Industrializ.
Jean Carlos Francischetti	Fatiados Not.
José Fiuza	Desossa Not.
Karine Paz	Desossa Not.
Laura Castro	Abate Not.
Marcia Ferreira	Higiene Int.
Maria Cezar	Emb. Toscana Not.
Maria Lopes	Desossa Not.
Marilene Delfino	Fatiados
Marlene De Paula	Indust. 3ºT.
Marli Da Luz	Emb. Ind. Not.
Michel Almeida	Higiene Int.
Rosimeri Girardi	Lavanderia
Scheila Rodrigues	Repositora
Sidnei Ferreira	Desossa Not.
Sirlei Do Amaral	Desossa
Taina Dos Santos	Emb. Toscana Not.
Valdelirio Lourenço	Emb. Ind. Not.
Zelair Botesini	Des. Embalagens
Matelândia	Seção
Luiz Soares	Hig. Externa
Marluci Copetti	C.Q.
Victor Rabelo	Sup. Industrial
Marechal Cândido Rondon	Seção
Antonio Da Silva	Hig. Interna
Claudio De Paula	Sup. Industrial
Djonata Schulz	Mec. Geral
Luciane Schulz	Embalagem
Maristela Krochinski	Leite UHT
Terezinha Kuhn	Requeijão
Apucarana	Seção
Marcela Moraes	Vendas
Rio de Janeiro	Seção
Wallace Dos Santos	Vendas

Quer fazer parte dessa história?

A Frimesa oferece vagas de emprego para o setor produtivo, na unidade frigorífica e para as unidades de leite.

Estas vagas podem ser preenchidas por pessoas com deficiência ou reabilitados do INSS.

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

10 anos

Medianeira	Seção
Ademar Pereira	Exp. 3ºT.
Claudioiro Dos Santos	Exp. 1ºT.
Erlei De Matos	Estufas
Felipe De Oliveira	Elétrica
Jucibel Aparecido Chaves	Desossa
Mirta Zulze	Emb. Industr.
Renato De Cezare	Mec. Frigorífico
Rosimari de Asevedo	Emb. Toscana Not.
Sebastião Sabino	Mec. Geral
Talcisio Da Silva	Desossa
Valdecir Caetano	Desossa
Vera Pereira	Emb. Salsicha

15 anos

Medianeira	Seção
Luziene Costa	Vendas
Tania David	Transportes
Apucarana	Seção
Marinete Cremasco	Vendas

TREINAMENTOS

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



SESCOOP/PR

FEVEREIRO

MARÇO

1						1
2						2
3						3
4						4
5						5
6						6
7						7
8						8
9						9
10						10
11						11
12						12
13						13
14						14
15						15
16						16
17						17
18						18
19						19
20						20
21						21
22						22
23						23
24						24
25						24
26						25
27						26
28						27
29						28
30						29
31						30

31/01 a 02/02 OPERADOR DE EMPILHADEIRA

Para capacitar os operadores de empilhadeira foi ministrado, em Medianeira, um treinamento para 15 colaboradores. O curso, com duração de 20 horas, apresentou diversos temas relacionados.

03 NR-33

15 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um treinamento relacionado à Norma que regula o trabalho e a supervisão de Espaço Confinado. O curso teve 08 horas de duração.

01 a 03 SABER VIVER

121 colaboradores, das unidades industriais de Medianeira e Marechal Cândido Rondon, participaram do treinamento "Saber Viver – Desfrutando dos Prazeres da Vida". Os cursos tiveram uma duração de seis horas.

07 e 08 QUALIDADE DE VIDA

390 colaboradores, das unidades industriais de Medianeira e Marechal Cândido Rondon, participaram de uma palestra sobre Qualidade de Vida. Os cursos tiveram uma duração de cinco horas, ao todo.

02 e 03, 13 e 14 OPERADOR DE TRANSPALETEIRA

Para habilitar novos colaboradores a operarem maquinários foram realizados, na unidade industrial de Medianeira, dois treinamentos. Os cursos contaram com 31 participantes e tiveram, ao todo, uma duração de 24 horas.

08 a 10 OPERADOR DE EMPILHADEIRA

Para capacitar os operadores de empilhadeira foi ministrado, em Marechal Cândido Rondon, um treinamento para 15 colaboradores. O curso, com duração de 20 horas, apresentou diversos temas relacionados.

09 e 10 NR-33

Como forma de proporcionar aos participantes conhecimentos básicos sobre a atividade, como identificação, manuseio, conferência, arrumação, acondicionamento e simbologia da carga, foi ministrado um curso para 15 colaboradores. O treinamento teve uma duração de 12 horas e foi realizado em Medianeira.

13 a 15 BRIGADA DE EMERGÊNCIA

Uma turma com 20 colaboradores, da unidade Industrial em Marechal Cândido Rondon, passou por um treinamento de 24 horas sobre os cuidados voltados ao ambiente de trabalho.

13 e 23 RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

37 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um curso voltado às relações interpessoais. Os treinamentos tiveram, ao todo, 24 horas de duração.

16 e 17, 20 e 21 OPERADOR DE TRANSPALETEIRA

Para habilitar novos colaboradores a operarem maquinários foi realizado nas unidades industriais de Medianeira e Marechal Cândido Rondon. Os cursos contaram com 30 participantes e tiveram uma duração de 24 horas, ao todo.

20 CUIDE-SE +

40 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um treinamento voltado à alimentação saudável. O curso teve uma duração de cinco horas.

21 e 22 COMUNICAÇÃO E ATENDIMENTO

Para melhor atender os clientes e consumidores, foi realizado um treinamento para 20 colaboradores. O curso teve uma duração de 16 horas.

23 e 24 RELACIONAMENTO INTERPESSOAL

20 colaboradores da unidade industrial de Medianeira participaram de um curso voltado às relações interpessoais. O treinamento teve 16 horas de duração.

20 a 22 BRIGADA DE EMERGÊNCIA

Uma turma, com 14 colaboradores, passou por um treinamento de 16 horas sobre os cuidados voltados ao ambiente de trabalho. O curso foi realizado em Medianeira.

24 TREINAMENTO VIVENCIAL

Realizado em Cascavel, o treinamento teve uma duração de dez horas e contou com a participação de 40 colaboradores, que completaram dez anos de Frimesa.

Receitas para coleccionar



Receitas para colecionar

Smoothie Tropical

INGREDIENTES:

1 logurte Grego Frimesa; 80ml de Leite Desnatado Frimesa; ½ polpa de maracujá; 3 kiwis; adoçante e gelo a gosto.

MODO DE PREPARO:

Bata a polpa do maracujá e os kiwis em um mixer ou liquidificador até que estejam bem misturados e não tenha mais pedaços grandes de frutas. Acrescente o gelo e bata; depois adicione o logurte Grego Frimesa e o Leite Desnatado Frimesa; adoce a gosto.

Salada de Macarrão com Presunto Frimesa

INGREDIENTES:

½ pacote de macarrão de sua preferência (parafuso, penne ou gravatinha); 200g de Creme de Leite Leve Frimesa; 200g de Presunto Fatiado Frimesa; 2 tomates grandes (picados e sem sementes); 2 colheres (sopa) de azeite de oliva; 1 dente de alho; Cheiro verde a gosto; ½ limão; sal a gosto.

MODO DE PREPARO:

Cozinhe a massa de acordo com as instruções da embalagem e reserve.

Em um recipiente, soque o alho, o sal e o cheiro verde picado. Em seguida, acrescente o azeite de oliva, o limão, o Presunto Cozido Frimesa e o tomate. Misture bem.

Escorra o macarrão, coloque o molho e mexa. Adicione o Creme de Leite Frimesa Leve sobre o macarrão, mexa mais um pouco e leve-o à geladeira, coberto com papel filme, até a hora de servir.

Torta de Limão

INGREDIENTES:

Massa: 300g de Creme de Leite Nata Frimesa; 3 colheres (sopa) rasas de açúcar; 1 colher (sopa) rasa de fermento em pó; 3 xícaras (chá) de farinha de trigo (até dar ponto); 1 ovo. **Recheio:** 1 caixa de Leite Condensado Frimesa; ¾ de xícara (chá) de suco de limão; 3 gemas. **Cobertura:** 10 colheres (sopa) de açúcar; 3 claras.

MODO DE PREPARO: **Massa:** Em um recipiente, misture todos os ingredientes e adicione a farinha de trigo, aos poucos, até dar liga. Unte uma forma de aro removível. Forre as laterais e o fundo da forma. Asse em forno quente por 15 minutos e sem o recheio. **Recheio:** No liquidificador, bata o Leite Condensado Frimesa com as gemas. Adicione, aos poucos, o suco de limão até a mistura ficar firme. Derrame sobre a massa já assada. Leve ao forno novamente para firmar. **Cobertura:** Na batedeira, bata as claras em neve em consistência firme e junte o açúcar. Continue batendo por mais 3 minutos. **Montagem:** Derrame a cobertura sobre a torta já recheada. Leve a forma novamente ao forno, em temperatura média, para dourar o suspiro. Quando esfriar, desenforme.

Picolé de Morango e Chantilly

INGREDIENTES:

Camada de Frutas: 1 xícara (chá) de morangos; 1 xícara (chá) de água; 3 colheres (sopa) de açúcar.

Camada de Chantilly: ½ xícara (chá) de Nata Frimesa; 1 colher (sopa) de açúcar; 1 colher (chá) de essência de baunilha.

MODO DE PREPARO:

Camada de Frutas: Coloque o morango, o açúcar e a água em uma panela e ferva por 5 minutos. Bata a mistura no liquidificador e deixe esfriar.

Camada de Chantilly: Bata a Nata Frimesa com a baunilha e o açúcar até ficar bem cremoso e cheio de ar, sem ficar muito duro.

Montagem: Coloque tudo em formas de picolé, na sequência: metade de morango, depois chantilly, finalizando com morango.

Misture só um pouquinho com um garfo para o picolé ficar um pouco marmorizado. Coloque no freezer por 5 horas. Pronto!

Frimesa



Jogurtes Frimesa

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

 Frimesaoficial
WWW.FRIMESA.COM.BR

Frimesa

Vai de carne suína, vai de Frimesa



Nova linha de cortes suínos Frimesa

www.frimesa.com.br

 /frimesaOficial