

An aerial photograph of a lush green forest. On the left, a waterfall cascades down a rocky ledge. To the right of the waterfall, there is a large, multi-level wooden observation deck with a hexagonal pattern. The deck is surrounded by dense green foliage and trees.

Relatório de Sustentabilidade

Sustainability Report

2017 | 2018

Frimesa

Parque Ambiental Frimesa
Frimesa Environmental Park

Relatório de Sustentabilidade

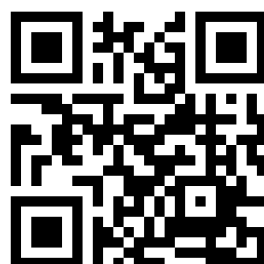
Sustainability Report

2017 | 2018

PRODUZIMOS VALOR

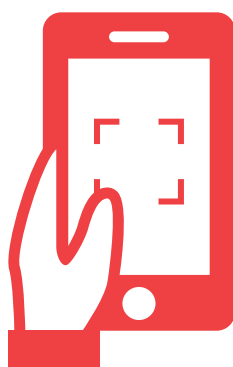
We produce value





As páginas que são identificadas com QR-Code oferecem conteúdos de multimídia.

Pages that are identified with QR Code offer multimedia content.



Para usar basta que seu smartphone tenha um aplicativo leitor de QR code, disponíveis para android ou IOS.

To use you just need that your smartphone have a QR-CODE reader, that is available for android or IOS.

ÍNDICE

Summary

MENSAGEM DA DIRETORIA	6	MESSAGE FROM THE BOARD OF DIRECTORS
A FRIMESA: QUEM SOMOS	8	FRIMESA: WHO WE ARE
Histórico.....	10.....	Historic
Nosso jeito de ser.....	12.....	Our way to be
NOSSA GOVERNANÇA	14	OUR GOVERNANCE
Estrutura Organizacional.....	17.....	Organizational Structure
Sistema de Gestão.....	20.....	Management System
Cultura Ética.....	24.....	Ethical Culture
Gestão de Riscos.....	26.....	Risk Management
Prêmios e Reconhecimento.....	30.....	Awards and Recognition
NOSSOS NEGÓCIOS	32	OUR BUSINESS
Nossa Cadeia.....	34.....	Our Chain
NOSSA OPERAÇÃO	44	OUR OPERATION
Indústrias.....	44.....	Industries
Comercial e Logística.....	46.....	Commercial and Logistics
Inovação e Tecnologia.....	48.....	Innovation and Technology
Produtos & Embalagens.....	50.....	Products & Packaging
Comunicação com o Mercado.....	54.....	Communication with the Market
Qualidade e segurança dos alimentos.....	58.....	Quality and Food Safety
NOSSOS INDICADORES FINANCEIROS	64	OUR FINANCIAL INDICATORS
Receita.....	65.....	Revenues
Demonstrativo de Resultados.....	68.....	Statement of Income
Investimentos.....	69.....	Investments
NOSSA GENTE	72	OUR PEOPLE
Gestão de Pessoas.....	74.....	People Management
Diversidade e Inclusão Social.....	82.....	Diversity and Social Inclusion
Comunidade.....	84.....	Community
GESTÃO AMBIENTAL	86	ENVIRONMENTAL MANAGEMENT
Investimentos Ambientais.....	89.....	Environmental Investments
Gestão de Resíduos.....	91.....	Waste Management
Logística Reversa.....	92.....	Reverse Logistic
Educação Ambiental.....	98.....	Environmental Education

MENSAGEM DA DIRETORIA

MESSAGE FROM THE BOARD OF DIRECTORS

Pertencemos a um mundo em transformação, a cada dia mais acelerada. A velocidade das mudanças traz consigo o desafio de garantir a sustentabilidade, tanto no presente, quanto no futuro. Convivemos com paradoxos como destruir para reconstruir, desapegar para inovar, desaprender para reaprender; tudo na busca do bem-estar e melhor qualidade de vida do ser humano.

A maturidade da Frimesa, somada ao seu pensamento jovem, confere segurança aos seus integrantes no sentido de alcançar a perenidade, alicerçada na sustentabilidade econômica, social e ambiental, mesmo nesse mundo em transformação.

Para a Frimesa, valores, princípios e condutas compõem as bases sólidas para desenvolver uma visão do futuro e atingir as suas metas.

Apresentamos nesse relatório de sustentabilidade as realizações que refletem a prática daquilo que pensamos, dizemos e está expresso nos fundamentos corporativos da Frimesa. Da governança, passando pela estrutura, até a elaboração dos produtos finais voltados ao mercado consumidor – a transparência, os cuidados e o esmero são o nosso diferencial.

A motivação emana de milhares de pessoas envolvidas nas ações da nossa empresa. São produtores rurais, colaboradores e prestadores de serviço, que somam cerca de 23.000 pessoas.

A responsabilidade se torna ainda maior quando acrescentamos os clientes e os consumidores de nossos produtos, que buscam qualidade e o melhor custo benefício.

Os anos de 2017 e 2018 foram repletos de desafios para as empresas e para os brasileiros. Questões de ordem econômica, política e social dificultaram as atividades. Atravessamos esse período com galhardia e muito trabalho, sem perder a nossa essência. Prevemos um novo horizonte a partir de 2019, com mudanças e reformas necessárias para a retomada do desenvolvimento sustentável.

Nossa mensagem é de esperança e otimismo com o novo ciclo que se inicia. Planejamos crescer e nos aperfeiçoarmos para continuar cumprindo nossa missão de “prover alimentos de valor para as pessoas”.

Atenciosamente.
A Diretoria

We belong to a changing world, each day faster. The speed of change brings with it the challenge of ensuring sustainability, both in the present and in the future. We live with paradoxes like destroying to rebuild, detach to innovate, unlearn to relearn; all in the pursuit of human well-being and better quality of life.

Frimesa's maturity, coupled with its young thinking, gives its members security in order to achieve permanence, grounded in economic, social and environmental sustainability, even in this changing world.

For Frimesa, the values, principles and conducts are the solid bases for reaching the vision of the future, fulfilling its mission, accomplishing its objectives and reaching its goals

For Frimesa, values, principles and conducts form the solid foundation for developing a vision of the future and achieving its goals.

We present in this sustainability report the achievements that reflect the practice of what we think, say and that is expressed in the corporate fundamentals of Frimesa. From governance, through the structure, to the elaboration of the final products aimed at the consumer market - transparency, care and dedication are our differential.

The motivation emanates from thousands of people involved in the actions of our company. They are rural producers, employees and service providers, which total about 23,000 people.

The responsibility becomes even greater when we add the customers and consumers of our products, who seek quality and the best cost-benefit.

The years 2017 and 2018 were full of challenges for companies and Brazilians. Economic, political and social issues made activities more difficult. We go through this period with gallantry and hard work, without losing our essence. We anticipate a new horizon starting in 2019, with the necessary changes and reforms for the resumption of sustainable development.

Our message is hope and optimism with the new cycle that begins. We plan to grow and perfect ourselves to continue fulfilling our mission of “providing food of value to people.”

*Best Regards.
Board of Directors*



À esquerda, o Diretor Executivo Elias
José Zydek e à direita, o Diretor
Presidente, Valter Vanzella

*On the the left, the Executive
Director Elias José Zydek and on the
right, the CEO, Valter Vanzella*

A FRIMESA: QUEM SOMOS

A Frimesa nasceu em 1977, tendo por modelo um sistema reconhecido mundialmente como uma das formas mais modernas e solidárias de trabalho: o cooperativismo. Trata-se de um sistema que tem na sua essência a sustentabilidade dos negócios e das pessoas envolvidas. Isso significa trabalhar com intuito de gerar retorno para toda uma cadeia produtiva.

Com a estratégia centrada na industrialização de alimentos derivados de carne suína e lácteos de valor agregado, a Frimesa é uma central de cinco cooperativas filiadas – Copagril, Lar, Copacol, C.Vale e Primato – compondo um sistema que beneficia milhares de produtores integrados, que atuam como parceiros fornecedores da matéria-prima. Essa característica permite que a produção primária seja supervisionada em todas as fases. Atualmente, por exemplo, cem por cento dos suínos da Frimesa são oriundos de propriedades integradas.

A operação industrial é realizada em seis unidades fabris, duas para o segmento de carnes e quatro para as atividades de leite. O volume de produção posiciona a Frimesa como a maior empresa de abate e industrialização de suínos do Paraná, e a quarta do Brasil. Está, ainda, entre as 300 maiores e melhores empresas do país, é a 67ª maior empresa de agronegócio brasileiro e a sétima maior cooperativa do Paraná. No segmento de leite, figura entre as 15 maiores do Brasil.

Com um portfólio diversificado, a Frimesa oferece opções que vão desde carnes in natura e congelados, até produtos de valor agregado, prontos para o consumo, como os preparados e processados, além dos industrializados de leite. Na concepção dos produtos, a meta é desenvolver alimentos práticos e adequados às necessidades de diferentes perfis de consumo. A empresa atende mais de 34.258 mil clientes, abrangendo diversos tipos de varejistas – com foco no pequeno e médio varejo –, e empresas do setor de food service. Um amplo sistema logístico interligado com os canais de distribuição permite à marca estar presente em todo o território brasileiro e no mercado internacional.

A Frimesa mantém sua sede em Medianeira, na região Oeste do Paraná. Conta com um sistema de gestão profissionalizado, com a utilização de ferramentas de planejamento estratégico, gerenciamento pelas diretrizes e gestão de inovação para uma administração eficaz.

FRIMESA: WHO WE ARE

Frimesa was born in 1977, modeled on a recognized system worldwide as one of the most modern and solidary ways of working: the cooperative. It is a system that has in essence the sustainability of the businesses and people involved. This means working to generate returns for an entire productive chain.

With its strategy focused on the industrialization of foods derived from pork and value-added dairy products, Frimesa is a center of five affiliated cooperatives – Copagril, Lar, Copacol, C.Vale and Primato – making up a system that benefits thousands of integrated producers, which act as suppliers partners of the raw material. This feature allows primary production to be supervised at all stages. Currently, for example, one hundred percent of Frimesa's pigs come from integrated farming.

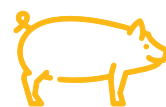
The industrial operation is carried out in six manufacturing units, two for the meat segment and four for the dairy activities. The volume of production positions Frimesa as the largest pig slaughtering and processing company in Paraná, and the fourth in Brazil. It is also among the 300 largest and best companies in the country, it is the 67th largest agribusiness company in Brazil and the seventh largest cooperative in Paraná. In the milk segment, it is among the 15 largest in Brazil.

With a diversified portfolio, Frimesa offers options ranging from fresh and frozen meats to ready-to-eat value-added products such as prepared and processed products, as well as processed dairy products. In the creation of products, the goal is to develop practical foods and adapted to the needs of different consumption profiles. The company serves more than 34,258 thousand customers, covering several types of retailers – focused on small and medium retail – and food companies service. An extensive logistics system interconnected with the distribution channels allows the brand to be present throughout the Brazilian territory and in the international market.

Frimesa is headquartered in Medianeira, in western Paraná. It has a professional management system, by using the tools of strategic planning, managing by the guidelines and innovation management for an effective administration.

Central de **5** Cooperativas

Central of 5 cooperatives



1026

Produtores de suínos integrados
Integrated pig producers



2.524

Produtores de Leite
Dairy Products

1ª

MAIOR EMPRESA DO PARANÁ EM ABATE DE SUÍNOS

Largest Paraná company in swine slaughter

4ª

MAIOR INDÚSTRIA DE CARNE SUÍNA DO BRASIL

Largest pork industry in Brazil

2ª

MAIOR INDÚSTRIA DO PARANÁ DE LÁCTEOS E 13ª DO BRASIL

Largest Dairy Industry in Paraná and 13th in Brazil

R\$ 2,92 **BILHÕES**
Billions

receita bruta em 2018

gross revenue in 2018

379 **mil | ton**

de alimentos produzidos ao ano
of food produced per year

8.472 **colaboradores**
employees

476 **PRODUTOS/SKU'S**
PRODUCTS/SKU'S

HISTÓRICO

HISTORIC

Em 13 de dezembro de 1977, na região Sudoeste do Paraná, foi formalmente institucionalizada a Central de Cooperativas Sudcoop, hoje Frimesa. Quatro cooperativas fundadoras – Coasul, Confrabel, Camdul e Coopersabadi – uniram as forças para trilhar o caminho do progresso social e melhorar a qualidade de vida de milhares de produtores associados. Os primeiros negócios se concentraram na compra e venda, mas em menos de dois anos foi iniciado o grande propósito da cooperativa: a agroindustrialização.

On December 13, 1977, in the Southwest region of Paraná, the Sudcoop Cooperative Center, now Frimesa, was formally institutionalized. Four founding co-operatives - Coasul, Confrabel, Camdul and Coopersabadi - joined forces to tread the path of social progress and improve the quality of life of thousands of associated producers. The first deals were focused on buying and selling, but in less than two years the cooperative's main purpose was initialized: agroindustrialization.

1977

Quatro cooperativas fundam a Central Sudcoop e unificam forças para promover o desenvolvimento social e econômico de milhares de produtores.

Four cooperatives founded the Central Sudcoop and unified forces to promote the social and economic development of thousands of producers.

1979 | 1980

Mais seis cooperativas se unem à Central. Ocorre a aquisição do frigorífico Frimesa e de duas unidades dos Laticínios Rainha, marcando o início da agroindustrialização de carnes e leites.

Six more cooperatives join the Central. The acquisition of the slaughterhouse Frimesa and two Rainha dairy units takes place, marking the beginning of the agroindustrialization of meats and milks.

1996

Depois de 20 anos mercado, o logotipo Frimesa passa pela primeira alteração no design.

After 20 years market, the Frimesa logo goes through the first change in design.

1990

A Central Sudcoop inaugura a Unidade Fabril de Queijos, em Marechal Cândido Rondon, e estreia a marca Reggio, com a produção de queijos especiais.

Central Sudcoop inaugurated the Cheese Factory in Marechal Cândido Rondon and launched the Reggio brand with the production of special cheeses.

1989

Início do programa de Desenvolvimento da Bacia Leiteira do Oeste do Paraná, que permitiu a modernização das propriedades, o pagamento por qualidade da matéria-prima e a ampliação da atividade.

Beginning of the Dairy Basin Development Program of the West of Paraná, which allowed the modernization of properties, payment for raw material quality and expansion of activity.

1986 | 1987

Ampliação e modernização do frigorífico permitem a criação de novos produtos. É lançada a pedra fundamental para a construção de uma Unidade Fabril de Queijos.

Expansion and modernization of the slaughterhouse allow the creation of new products. The foundation stone for the construction of a Cheese Factory is launched.

1981

Ocorre a desfiliação das cooperativas do Sudoeste, e a sede da Sudcoop é transferida para Medianeira. Mais duas indústrias de leite são adquiridas, e as marcas Frimesa, Rei do Oeste e Iguaçu passam a representar os produtos comercializados por toda empresa.

The Southwestern cooperatives were disbanded, and Sudcoop's headquarters are transferred to Medianeira. Two more dairy industries were acquired, and the brands Frimesa, Rei do Oeste and Iguaçu started to represent the products marketed by the whole company.

1998

A Sudcoop unifica a venda dos produtos de carnes e lácteos na marca Frimesa. A novidade é contada com uma campanha publicitária inusitada, em que um porquinho aparece mamando em uma vaca.

Sudcoop unifies the sale of meat and dairy products in the Frimesa brand. The novelty is told with an unusual advertising campaign, in which a piglet appears sucking on a cow.

2001

Com o tema "Tem gosto de amizade", a Frimesa reposiciona a marca no mercado, incrementa o mix de produtos, renova e padroniza a identidade visual e reforça sua divulgação.

With the theme "It tastes like friendship", Frimesa repositions the brand in the market, increases the product mix, renews and standardizes the visual identity and reinforces its dissemination.

2004

Projeto 2005-2015 estabelece o crescimento no volume de produção de suínos em 400%. Para isso, a Frimesa inicia investimentos na unidade industrial de Medianeira, com a meta de passar de 1.500 para 6.500 suínos industrializados ao dia.

Project 2005-2015 establishes a growth in the volume of pig production by 400%. For this, Frimesa starts investments in the industrial unit of Medianeira, with the goal of moving from 1,500 to 6,500 processed pigs a day.

2005

A Frimesa inaugura a primeira fábrica de leite condensado do Paraná, em Marechal Cândido Rondon. A mudança ampliou em 400% a capacidade industrial da unidade.

Frimesa inaugurates the first condensed milk factory of Paraná, in Marechal Cândido Rondon. The change has increased the unit's industrial capacity by 400%.

2007

Inaugurada a ampliação e modernização da planta industrial de Medianeira, com adequações tecnológicas dos processos de abate, desossa e estocagem.

Inaugurated the expansion and modernization of the industrial plant of Medianeira, with technological adaptations of the processes of slaughter, deboning and storage.

2009

Indústria da Centralpar em Curitiba tem sua produção transferida para as fábricas da Frimesa no Oeste. A unidade de Marechal Cândido Rondon fica com a linha seca, e a de Matelândia, com os refrigerados.

Centralpar's industry in Curitiba has its production transferred to Frimesa's factories in the West of the State. The unit of Marechal Cândido Rondon is with the line dry, and the one of Matelândia, with the refrigerated products.

2013

Nova tomada de investimentos na planta de carnes moderniza as linhas de industrialização, ampliando a capacidade de produção.

New investments in the meat plant modernizes the lines of industrialization, increasing production capacity.

2014

As ampliações e modernização torna a unidade industrial de Matelândia exclusiva para produção de iogurtes, sobremesas e bebidas lácteas.

Expansion and modernization make the industrial unit of Matelândia exclusive for the production of yogurts, desserts and dairy drinks.

2017

Entrega oficial de quatro grandes projetos: o novo Centro Administrativo, em Medianeira, e a ampliação e modernização das três unidades industriais. Iniciam as obras do novo frigorífico para uma capacidade diária de 21 mil suínos em Assis Chateaubriand.

Official delivery of four major projects: the new Administrative Center in Medianeira, and the expansion and modernization of the three industrial units. Work begins on the new slaughter unit for a daily capacity of 21,000 pigs in Assis Chateaubriand.

Para saber mais sobre a história da Frimesa, Abra o leitor de QR-CODE do seu celular e direcione a câmera para o código ao lado.



To learn more about the history of Frimesa, open the QR-CODE reader of your cell phone and direct the camera to the code on the side.

NOSSO JEITO DE SER

OUR WAY TO BE

MISSÃO

MISSION

“Prover alimentos de valor para as pessoas”.

“To provide food of value to people”.

VISÃO DE FUTURO

VISION OF THE FUTURE

“Desenvolver-se continuamente de forma sustentada criando valor para os públicos envolvidos”.

“To continuously develop in a sustained way creating value for the public involved”.

PROPÓSITO ESTRATÉGICO

STRATEGIC PURPOSE

“Em 2023, atingir um faturamento de R\$ 5 bilhões, com resultado (sobras) de R\$ 150 milhões”.

“In 2023, to reach a turnover of R\$ 5 billion, with result (leftovers) of R\$ 150 million”.

Crenças

DEUS: Acreditamos na existência de um único criador do universo.

COOPERATIVISMO: Acreditamos e praticamos os princípios cooperativistas.

LIBERDADE: Acreditamos que as pessoas de bons costumes devem ser livres para suas escolhas e suas criatividade.

Beliefs

GOD: We believe in the existence of a single creator of the universe.

COOPERATIVISM: We believe and practice cooperative principles.

FREEDOM: We believe that people of good morals should be free for their choices and their creativity

Valores

- Honestidade
- Respeito
- Comprometimento
- Transparência
- Servir

Values

- Honesty
- Respect
- Commitment
- Transparency
- Serve

Princípios

- Encantar o cliente
- Fazer o que é certo
- Cumprir a Lei
- Cuidar das Pessoas
- Respeitar e Preservar o Meio Ambiente
- Obter Resultados
- Ser Criativo e Inovador
- Primar pela Qualidade

Principles

- Enchant the customer
- Doing what is right
- Obey the law
- Take care of people
- Respect and Preserve the Environment
- Get Results
- Be Creative and Innovative
- Estimate by Quality

A warm, sunlit kitchen scene where a woman and a young girl are baking. The woman, with dark hair tied back, is smiling and leaning over the girl. The girl, with blonde hair and a colorful headband, is also smiling and focused on the task. They are working with dough on a wooden surface. In the foreground, there are pink cookie cutters and a glass of milk. The background shows a window with bright, out-of-focus greenery.

Os valores da Frimesa sustentam sua missão de “prover alimentos de valor para as pessoas”.

Frimesa's values sustain its mission of “providing food of value to people”.



NOSSA GOVERNANÇA

Our Governance



Diretoria Frimesa:

Frimesa's Directorship

Valter Vanzella
e Elias José Zydek
(sentados)
(seated)

Conselho de Administração:

Administrative Council

Valter Pitol (Copacol),
Ilmo Werle Welter
(Primato), Irineo da Costa
Rodrigues (Lar), Alfredo
Lang (C.Vale) e Ricardo
Sílvio Chapla (Copagril)
(em pé da esquerda para a direita)
(standing from left to right)

GOVERNANÇA

GOVERNANCE

A Frimesa segue um modelo de gestão sustentável. As práticas de governança estão fundamentadas nos princípios cooperativistas, com foco na ética e transparência, na prestação de contas e na equidade dos resultados. O cerne da sustentabilidade está voltado para toda a cadeia produtiva de suíno e leite: as cooperativas e seus produtores, os colaboradores, clientes, a comunidade e, principalmente, o consumidor.

A Frimesa é uma Central que pertence a cinco cooperativas filiadas: Copagril, Lar, Copacol, C. Vale e Primato. Além do capital social, as filiadas participam ativamente da definição das políticas e tomadas de decisão.

Outro princípio da governança corporativa é o da busca incessante pelo crescimento e perenidade dos negócios de carne e lácteos por meio da implementação de estratégias eficientes, capazes de garantir retorno aos acionistas e sustentabilidade financeira em longo prazo, sem desvincular tais práticas do respeito ao meio ambiente e da responsabilidade social. Essa gestão sustentável ajuda a Frimesa a cumprir a sua missão, reforça a sua visão, e está de acordo com os valores e princípios que regem suas atividades.

Frimesa follows a sustainable management model. Governance practices are based on cooperative principles, with a focus on ethics and transparency, accountability and equity of results. The center of sustainability is focused on the entire production chain of pork and milk: cooperatives and their producers, employees, customers, the community and, above all, the consumer.

Frimesa is a Central owned by five affiliated cooperatives: Copagril, Lar, Copacol, C. Vale and Primato. Besides the social capital, affiliates actively participate in the definition of policies and decision-making.

Another principle of corporate governance is the incessant search for the growth and perennality of the meat and dairy businesses through the implementation of efficient strategies, capable of guaranteeing return to shareholders and financial sustainability in the long term without dissociating these practices from respect for the environment and social responsibility. This sustainable management helps Frimesa fulfill her mission, reinforces her vision, and is in accordance with the values and principles that govern its activities.

A Frimesa tem sua governança estruturada em:

- Representatividade e participação das filiadas, pelos delegados e conselheiros;
- Direção estratégica, exercida pelo Conselho de Administração;
- Direção executiva, exercida pela diretoria executiva e corpo gerencial;
- Fiscalização e controle, exercidos pelo Conselho Fiscal, Auditoria Externa e Auditoria Interna.

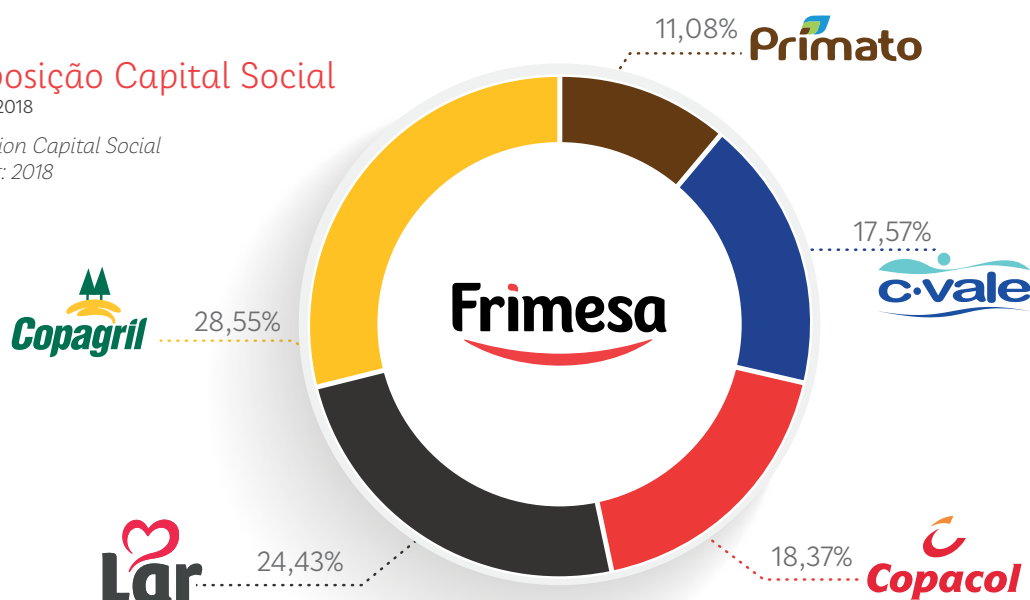
Frimesa has its governance structured in:

- Representativeness and participation of affiliates, by delegates and advisors;
- Strategic direction, exercised by the Board of Directors;
- Executive direction, exercised by the executive board and management group;
- Supervision and control, exercised by the Fiscal Council, External Audit and Internal Audit.

Composição Capital Social

ano base: 2018

Composition Capital Social
base-year: 2018



ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

ORGANIZATIONAL STRUCTURE

A governança corporativa da Frimesa tem como principais instâncias de decisão a Assembleia Geral, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal e a Diretoria Executiva. Adicionalmente, são mantidas auditorias que garantem o funcionamento de todos os processos, para que esses possam ser avaliados e até melhorados, conforme as aplicações.

Frimesa's corporate governance has as its main decision-making bodies the General Meeting, the Board of Directors, the Fiscal Council and the Executive Board. In addition, audits are maintained that guarantee the operation of all processes, so that they can be evaluated and even improved, depending on the applications..

ASSEMBLEIA - Principal órgão deliberativo. Acontece anualmente, de forma ordinária, com a participação das cooperativas associadas, representadas por delegados eleitos. A assembleia, conforme o Estatuto Social, vota os assuntos de relevância para a Central Frimesa.

ASSEMBLY - Main deliberative group. It occurs annually, in an ordinary way, with the participation of the associated cooperatives, represented by elected delegates. The meeting, in accordance with the Bylaws, shall vote on matters of relevance to Central Frimesa.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO - Fornece orientações estratégicas dos negócios, avalia a gestão da Diretoria Executiva, e aprova o Plano Estratégico de Longo Prazo, além dos processos e normatizações atribuídos à sua deliberação. O Conselho de Administração ativo é formado pelos cinco presidentes das cooperativas filiadas e pelos diretores presidente e executivo da Frimesa.

BOARD OF DIRECTORS - Provides strategic business guidelines, evaluates the management of the Board of Executive Officers, and approves the Long-Term Strategic Plan, in addition to the processes and regulations attributed to its deliberation. The active Board of Directors is formed by the five presidents of the affiliated cooperatives and by the executive and president directors of Frimesa.

CONSELHO FISCAL - Formado por membros efetivos e suplentes eleitos. Fiscaliza operações da cooperativa, examinando livros e documentos, entre outras atribuições. É um órgão independente da administração.

FISCAL COUNCIL - Made up of effective members and elected alternates. It supervises operations of the cooperative, examining books and documents, among other attributions. It is an independent body of the administration.

DIRETORIA EXECUTIVA - São dois diretores: presidente e executivo, responsáveis pela direção executiva da Frimesa, e por matérias que envolvam as principais decisões de investimentos e projetos. Assegura a criação de valor e a sustentabilidade da empresa em longo prazo.

EXECUTIVE BOARD - The two directors are: president and executive, who are responsible for the executive management of Frimesa, and for matters involving the main investment decisions and projects. It assures the creation of value and the sustainability of the company in the long term.

AUDITORIAS INTERNA E EXTERNA - A Frimesa tem uma equipe de auditoria interna que certifica a conformidade dos processos. Conta com outra de auditoria externa que avalia, periodicamente, as operações e controles, emitindo seus pareceres.

INTERNAL AND EXTERNAL AUDITS - Frimesa has an internal audit team to certify the compliance of processes. It has another external audit periodically audits the operations and controls, giving their opinions.



Linha de Fermentados, Unidade
Industrial Refrigerados da Frimesa.

*Fermented products line Frimesa
Refrigerated Industrial Unit.*

COMITÊS DE GESTÃO - Os temas empresariais interfuncionais são analisados e decididos em comitês organizados: tecnologia de informação, pesquisa e desenvolvimento de produtos, qualidade e segurança dos alimentos, e tributário.

MANAGEMENT COMMITTEES - Cross-functional business themes are analyzed and decided in organized committees: information technology, product research and development, food quality and safety, and taxation.

NÍVEIS HIERÁRQUICOS - Na Frimesa existem os seguintes níveis: diretor, gerente de divisão, gerente de área, supervisor de área, supervisor de setor, encarregado de setor ou seção e auxiliar (operacional/administrativo).

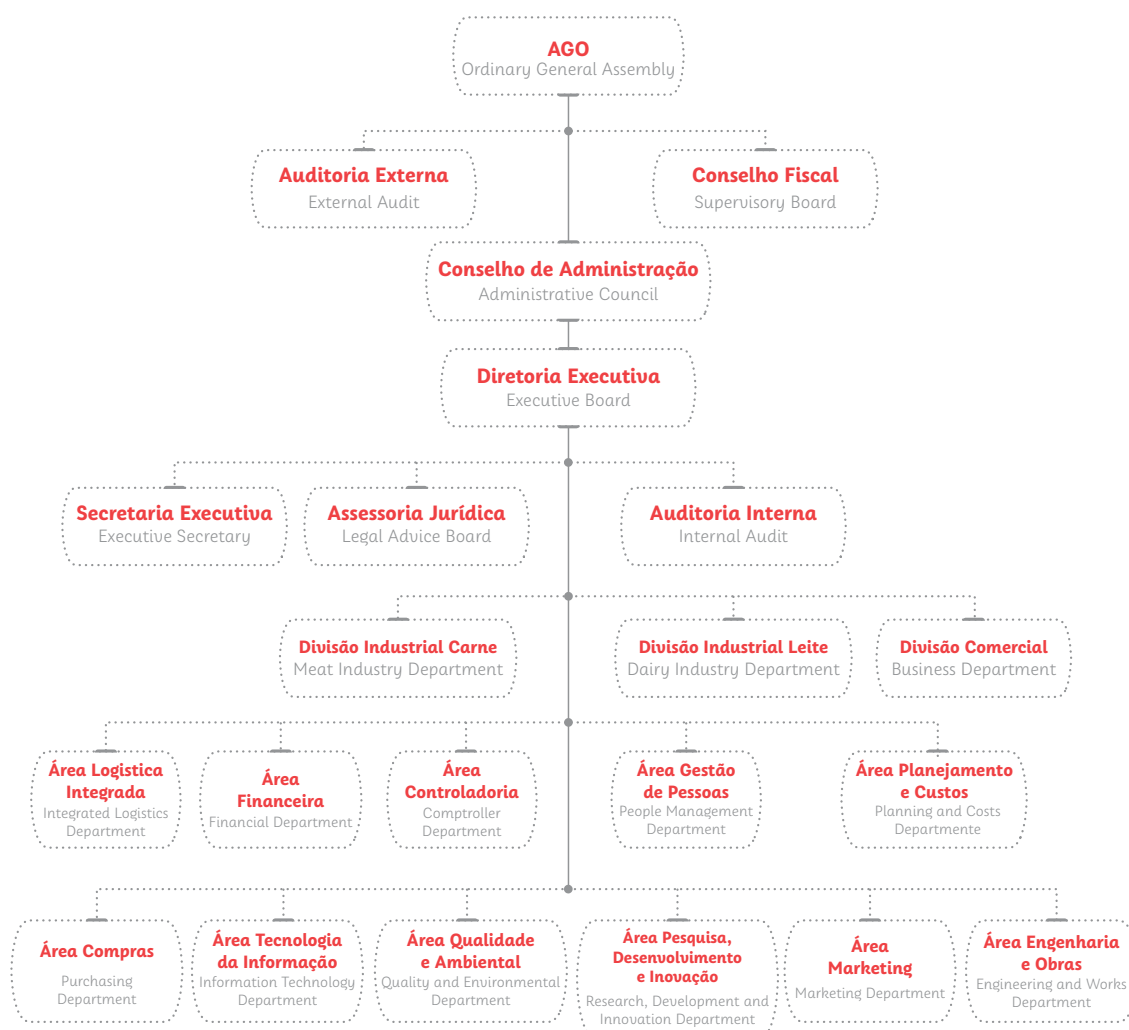
HIERARCHICAL LEVELS - In Frimesa there are the following levels: director, division manager, area manager, area supervisor, sector supervisor, sector or section manager, and auxiliary (operational / administrative).

As funções técnicas são ocupadas por profissionais técnicos de cada especialidade (assistente técnico).

The technical functions are occupied by technical professionals of each specialty (technical assistant).

ORGANOGRAMA

CHART



■ SISTEMA DE GESTÃO

Para administrar seu negócio e produzir resultados, a gestão estratégica da Frimesa está alicerçada no respeito aos valores sociais, ambientais e econômicos. Visando consolidar a empresa no mercado, a cultura organizacional está centrada no cliente, com foco em inovação e no comprometimento dos padrões de segurança e qualidade alimentar.

O sistema de gestão está integrado por ferramentas inter-relacionadas: planejamento estratégico, gestão pelas diretrizes e itens de controle, que estão sustentados pela gestão da informação e a gestão de pessoas. Os gestores devem manter a excelência, o bom ambiente de trabalho e as relações éticas e transparentes. As ferramentas de avaliação dos altos executivos são os relatórios gerenciais mensais e anuais, itens de controle, demonstrativo de resultados, balancetes e balanço anual.

Os macro direcionadores estratégicos corporativos estão pautados em políticas e planos estratégicos de gestão que têm como objetivo:

- Diferenciar os produtos Frimesa pela qualidade percebida pelos consumidores;
- Diferenciar-se junto aos clientes pela entrega do produto certo, na hora e local determinados;
- Adensar as vendas no raio de atendimento dos atuais Centros de Distribuição;
- Acessar novos mercados externos.

MANAGEMENT SYSTEM

To manage its business and produce results, Frimesa's strategic management is based on respect for social, environmental and economic values. Aiming to consolidate the company in the market, the organizational culture is customer focused, focusing on innovation and commitment to standards of food safety and quality.

The management system is integrated by interrelated tools: strategic planning, management by guidelines and control items, which are supported by information management and people management. Managers must maintain excellence, a good work environment and ethical and transparent relationships. The tools for evaluating top executives are the monthly and annual management reports, control items, income statement, balance sheets and annual balance sheet.

The macro corporate strategic drivers are based on strategic management policies and plans that aim to:

- *To differentiate Frimesa products by the quality perceived by consumers;*
- *To differentiate with customers by delivering the right product at the time and place determined;*
- *To increase sales within the range of current Distribution Centers;*
- *To access new external markets.*

Unidade Industrial de
Carnes, em Medianeira.

*Slaughter Industrial
Unit, in Medianeira*





PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MANAGEMENT SYSTEM

Ajustado anualmente, o plano estratégico norteia o crescimento da Frimesa até 2023, tendo como meta atingir um faturamento de R\$ 5 bilhões e resultado (sobras) de R\$ 150 milhões. O desenvolvimento do plano estratégico ocorre nos Workshops de Estratégia, nos quais as lideranças discutem a condução e as diretrizes futuras para o desenvolvimento contínuo. As propostas são guiadas por quatro direcionadores de objetivos estratégicos: Crescimento, Inovação e Tecnologia, Qualidade e Meio Ambiente e Resultado. As instâncias de aprovação são a Diretoria e o Conselho de Administração.

Adjusted annually, the strategic plan guides the growth of Frimesa until 2023, with the goal of reaching a turnover of R\$ 5 billion and result (leftovers) of R\$ 150 million. The development of the strategic plan takes place in the Strategy Workshops, in which the leaders discuss the direction and the future guidelines for the continuous development. The proposals are guided by four strategic objectives: Growth, Innovation and Technology, Quality and Environment and Results. The approval groups are the Board of Directors and the Administration Advisors.

Os objetivos estratégicos para 2019:

- R\$ 3,47 bilhões de vendas: 18% a mais;
- R\$ 515 milhões de patrimônio líquido;
- 16% de rentabilidade do patrimônio líquido;
- 2,39% de lucratividade;
- 313.869 ton. Produtos carnes: 18% a mais;
- 151.371 ton. Produtos leite: 26% a mais.

The strategic objectives for 2019:

- *R\$ 3.47 billion in sales: 18% more;*
- *R\$ 515 million of net worth;*
- *16% return on net worth;*
- *2.39% profitability;*
- *313,869 tons. Meat products: 18% more;*
- *151.371 tons. Milk products: 26% more.*

■ DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

As diretrizes apontam a direção dos objetivos e das ações a serem seguidos no período anual. Elas estão sempre alinhadas com a visão, a estratégia e as metas da Frimesa. São definidas pela Diretoria Executiva por ocasião da elaboração e revisão do Planejamento Estratégico. A Frimesa seguirá alinhada à missão e visão de futuro para 2019 com as seguintes diretrizes:

- Executar a fase de implantação do projeto do Frigorífico de Assis Chateaubriand, estabelecida no cronograma físico-financeiro para o ano de 2019;
- Potencializar as vendas da produção programada nas indústrias;
- Acelerar a implementação do Programa Suíno Certificado nas Filiadas;
- Definir um sistema de Produção Integrada de Leite junto às Filiadas.

STRATEGIC GUIDELINES

The guidelines indicate the direction of the objectives and actions to be followed in the annual period. They are always according to Frimesa's vision, strategy and goals. They are defined by the Executive Board when preparing and reviewing the Strategic Planning. Frimesa will continue to align with the mission and vision for 2019 with the following guidelines:

- *To execute the implementation phase of the Assis Chateaubriand Slaughter industrial unit project, established in the physical-financial schedule for the year 2019*
- *To promote sales of scheduled production in industries;*
- *To accelerate the implementation of the Certified Swine Program in the Affiliates;*
- *To define a system of Integrated Milk Production with the Affiliates.*

■ POLÍTICAS

Como parte das boas práticas de gestão adotadas, a Frimesa conta com políticas que concentram informações e fatores relevantes para auxiliar na condução dos negócios, definir prioridades e direcionar energias e recursos.

O conjunto de políticas aborda os temas:

- Política de Qualidade
- Política de Gestão de Pessoas
- Política de Inovação

POLICIES

As part of the good management practices chosen, Frimesa has policies that concentrate information and relevant factors to assist in conducting business, setting priorities and directing energies and resources. The set of policies has the following themes:

- *Quality policy*
- *People Management Policy*
- *Innovation Policy*

PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES E ASSOCIAÇÕES

Alinhado ao compromisso de desenvolvimento local e das cadeias, a Frimesa através de sua diretoria tem participando de vários cargos envolvendo entidades e associações na comunidade local e regional.

PRINCIPAIS INICIATIVAS:

- Vice-presidente e integrante do Programa Oeste em Desenvolvimento, representando as cooperativas. O objetivo é o desenvolvimento econômico da região com um processo participativo, de cooperação entre os atores, públicos e privados, para o planejamento e a implementação de uma estratégia de desenvolvimento integrada.
- Coordenador da câmara técnica de Sistema Regional de Inovação (SRI) do programa Oeste em Desenvolvimento.
- Membro e suplente do Conselho Fiscal da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) que tem como visão integrar toda a cadeia de produção avícola e suinícola, e buscando as melhores soluções para estes setores.
- Compõe a diretoria da Associação Empresarial de Medianeira que colabora para o desenvolvimento de Medianeira e microrregião, luta pela autonomia e crescimento de todos os associados, soma forças, reverte crises, organiza ações, representa os interesses da classe empresarial e da sociedade e explorara melhor as oportunidades.
- Membro do Conselho Municipal e Medianeira (CODEMI) que tem como principal objetivo atuar em ações e discussões em prol do desenvolvimento do município e adequar os investimentos para os setores.
- Vice-presidente do agronegócio da Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná (Caiopar).
- Presidente do Conselho Regional de Sanidade Agropecuária (CSA Oeste). O objetivo é contribuir para que o Paraná conquiste em 2020 o status de “Livre de Febre Aftosa sem Vacinação”, uma das bandeiras POD.
- Vice-presidente do Sindicato da Indústria de Carnes e Derivados do Estado do Paraná.
- Membro Conselheiro da Agência de Defesa Agropecuária do Paraná (Adapar) que visa a promoção da sanidade agropecuária, da segurança alimentar e do acesso dos produtos paranaenses aos mercados, em benefício da sociedade.

PARTICIPATION IN INSTITUTIONS AND ASSOCIATIONS

According to the commitment of local development and chains, Frimesa through its board has participated in various positions involving institutions and associations in the local and regional community.

MAIN INITIATIVES:

- *Vice president and member of the Program “West in Development”, representing the cooperatives. The objective is the economic development of the region with a participatory process of cooperation between public and private actors for the planning and implementation of an integrated development strategy.*
- *Coordinator of the Technical Chamber of the Regional Innovation System (SRI) of the Program “West in Development”.*
- *Member and deputy member of the Fiscal Council of the Brazilian Animal Protein Association (ABPA), whose vision is to integrate the entire poultry and pig production chain and seek the best solutions for these sectors.*
- *Comprises the board of the Medianeira Business Association, which collaborates in the development of Medianeira and micro-region, strives for the autonomy and growth of all members, adds forces, reverses crises, organizes actions, represents the interests of the business class and society and exploits better the opportunities.*
- *Member of the Municipal Council of Medianeira (CODEMI), whose main objective is to act in actions and discussions in favor of the development of the municipality and adjust the investments to the sectors.*
- *Vice-president of the agribusiness of the Coordination of the Commercial and Business Associations of the West of Paraná (Caiopar).*
- *President of the Regional Council of Agricultural and Livestock Health (CSA Oeste). The goal is to help Paraná achieve the status of “FMD Free Without Vaccination”, one of the POD (Program West in Development) objectives.*
- *Vice-president of the Union of the Industry of Meats and Derivatives of the State of Paraná.*
- *Member of the Agricultural Defense Agency of Paraná (Adapar), which aims to promote agricultural health, food safety and access to Paraná products for the benefit of society.*

CULTURA ÉTICA

ETHICAL CULTURE

A Frimesa considera que a sustentabilidade dos negócios depende de uma cultura ética alinhada a boas práticas para manter uma gestão transparente e evitar conflitos de interesse, prevenindo e minimizando riscos inerentes às atividades.

O fortalecimento da cultura organizacional acontece de forma contínua por meio de todos os canais de comunicação da empresa. Em 2018, foram realizados workshops entre as lideranças e formados grupos multiplicadores com a finalidade de ampliar o diálogo e disseminar as boas práticas em consistência e coerência com os valores da Frimesa.

A base do compromisso ético com as pessoas, o mercado e a sociedade está evidenciada no manual Fundamentos Corporativos da Frimesa, no Código de Conduta e no Manual de Conduta dos Fornecedores. O primeiro documento trata dos componentes estratégicos, sistema de gestão, códigos de ética e conduta, e governança corporativa. Todos que fazem parte da Frimesa devem seguir os padrões de comportamento descritos no Código de Conduta e respeitar as leis e normas vigentes no país.

O Código de Conduta interno orienta os profissionais da Frimesa quanto aos princípios éticos e normas de conduta, tanto nas relações internas e quanto nas externas, independente das atribuições e responsabilidades. Na contratação, os colaboradores recebem o documento e assistem a uma apresentação sobre as diretrizes e os manuais da empresa. Os riscos relacionados à corrupção também estão previstos no Código de Conduta e são avaliados periodicamente pela Auditoria Interna.

A empresa mantém, ainda, o Comitê de Ética, não permanente, ao qual cabe julgar os casos de violação de maior gravidade desse código e impor sanções disciplinares cabíveis, além de esclarecer dúvidas em relação ao seu texto. O Comitê de Ética é composto de pelo menos três membros: o responsável pela assessoria jurídica, o responsável pela área de gestão de pessoas, e um diretor da empresa. Um gerente ou supervisor da Frimesa poderá participar do comitê por solicitação do responsável jurídico, ou em virtude do assunto a ser tratado. O Comitê de Ética é convocado por solicitação de um dos seus membros, e são lavradas atas das reuniões realizadas.

Frimesa believes that business sustainability depends on an ethical culture aligned with good practices to maintain transparent management and avoid conflicts of interest, preventing and minimizing risks inherent in the activities.

The strengthening of organizational culture always happens through all communication channels of the company. In 2018, workshops were held among leaders and formed multiplier groups with the purpose of broadening the dialogue and disseminating good practices in consistency and coherence with the values of Frimesa.

The basis of the ethical commitment to people, the market and society is evidenced in Frimesa's Corporate Fundamentals manual, the Code of Conduct and the Manual of Conduct of Suppliers. The first document deals with the strategic components, management system, codes of ethics and conduct, and corporate governance. All those who are part of Frimesa must follow the standards of behavior described in the Code of Conduct and respect the laws and regulations in force in the country.

The Internal Code of Conduct guides Frimesa's professionals on ethical principles and standards of conduct, both in internal and external relations, regardless of their duties and responsibilities. At hiring, employees receive the document and attend a presentation on company guidelines and manuals. The risks related to corruption are also provided for in the Code of Conduct and are periodically evaluated by the Internal Audit.

The company also maintains the non-permanent Ethics Committee, which is responsible for judging the most serious breaches of this code and imposing appropriate disciplinary sanctions, as well as clarifying doubts regarding its text. The Ethics Committee is composed of at least three members: the legal advisor, the person in charge of the personnel management area, and a director of the company. A manager or supervisor of Frimesa may participate in the committee at the request of the legal representative, or by virtue of the matter to be dealt with. The Ethics Committee is convened at the request of one of its members, and minutes of the meetings are kept.



Os fundamentos corporativos, orientam o comportamento e a cultura da Frimesa.

The corporate fundamentals guide the behavior and mores of Frimesa.

O Código de Conduta vigora por tempo indeterminado, cabendo à área de gestão de pessoas fazer sua divulgação e atualização durante um período que não ultrapasse dois anos. O documento fica disponível a todos os colaboradores no Portal do DGP e nenhum integrante da Frimesa pode alegar desconhecer as diretrizes descritas nesses códigos.

Na hipótese de existir algum desconforto por parte do colaborador, ele pode deixar uma mensagem no Mural do Portal do Colaborador. Caso o descontentamento seja por parte do consumidor, ele pode entrar em contato pelo SAC Frimesa, por meio do 0800 45 20 88, no site www.frimesa.com.br/contato ou pelas redes sociais da empresa.

The Code of Conduct is in force for an indefinite period, and it is up to the people management area to make it public and update it for a period not exceeding two years. The document is available to all employees in the DGP Portal and no member of Frimesa can claim to be unaware of the guidelines described in these codes.

In the event of any discomfort on the part of the employee, he or she may leave a message on the Employee Portal Wall. If the consumer is dissatisfied, he may contact SAC Frimesa, through 0800 45 20 88, at www.frimesa.com.br/contato or through the company's social networks.

GESTÃO DE RISCOS

As operações da Frimesa estão sujeitas a riscos de mercado, financeiros, alterações no clima, surtos de doenças, mudanças em regras para exportações, e também fatores como crises econômicas e políticas. A gestão de riscos contempla o monitoramento constante do cenário macroeconômico e setorial, além das regulamentações e leis que regem o setor e que possam influenciar as atividades. O objetivo é garantir a atuação preventiva e criar planejamentos de curto, médio e longo prazo.

A cultura de tomada de decisão fundamentada permite à empresa atuar preventivamente, com transparência e de acordo com as leis e também as normas e diretrizes internas. Para a mitigação dos riscos, os processos são mapeados, e os requisitos são controlados e monitorados por meio de um sistema informatizado. Os gestores contam, ainda, com itens e metas que devem ser avaliados, mensurados e controlados a fim de garantir que as atividades, os resultados e a reputação da empresa não sejam impactados.

A Frimesa adota a prática de formação de comitês de crises quando necessário, envolvendo diretores, gerentes e supervisores das áreas envolvidas. A intenção é mitigar conflitos ao primeiro sinal de ocorrência. Quando acontece a identificação de algum risco, é elaborada uma checklist de ações e responsabilidades, conforme procedimentos estabelecidos na norma interna referente ao gerenciamento de crises.

RISK MANAGEMENT

Frimesa's operations are subject to market, financial, climate change, disease outbreaks, changes in export rules, as well as factors such as economic and political crises. Risk management contemplates the constant monitoring of the macroeconomic and sectoral scenario, besides the regulations and laws that govern the sector and that can influence the activities. The objective is to ensure preventive action and to create short, medium and long term planning.

The culture of informed decision-making allows the company to act preventively, with transparency and in accordance with the laws and also the internal rules and guidelines. For risk mitigation, processes are mapped, and requirements are controlled and monitored through a computerized system. Managers also have items and goals that must be evaluated, measured and controlled to ensure that the company's activities, results and reputation are not impacted.

Frimesa has the practice of forming crisis committees when necessary, involving directors, managers and supervisors of the areas involved. The intention is to mitigate conflicts at the first sign of occurrence. When a risk is identified, a checklist of actions and responsibilities is prepared, in accordance with the procedures established in the internal standard for crisis management.

ASPECTOS LIGADOS A GESTÃO DE RISCOS

MERCADO Quando se fala em riscos financeiros a ideia é de gerenciar, avaliar, mensurar para identificar o potencial de perdas decorrentes das movimentações de mercado. A referência ao mercado direciona para as cotações de preços, que podem afetar a situação financeira da organização, quando o preço dos insumos sobe além do previsto no orçamento. As ações desenvolvidas em prol dessas variações é adotar travas de moedas (dólar) e das exportações já realizadas garantindo a margem do negócio.



ASPECTS LINKED TO RISK MANAGEMENT

MARKETPLACE When talking about financial risks, the idea is to manage, evaluate and measure to identify the potential losses due to market movements. The reference to the market leads to price quotations, which can affect the financial situation of the organization, when the price of inputs rises beyond what is predicted in the budget. The actions developed in favor of these variations adopt fixed currencies (dollar) and exports already made, to guarantee the margin of the business.

CRÉDITO Entre os riscos existentes está a possibilidade de perdas associadas à desvalorização de contrato de crédito, às não obrigações financeiras e ao pagamento de credor feito com atraso, ou nem realizado. Para isso, a área financeira da Frimesa utiliza ferramentas que contribuem para uma gestão eficiente da inadimplência. O nível de perdas dos últimos anos tem sido inferior a 0,05% do faturamento, ou seja, muito abaixo do mercado.



CREDIT Among the existing risks is the possibility of losses associated with the devaluation of a credit agreement, non-financial obligations and the payment of a late or unrealized lender. For this, the financial area of Frimesa uses tools that contribute to an efficient management of defaults. The level of losses of the last years has been less than 0.05% of the turnover, that is, well below the market.

LIQUIDEZ Esse processo da área financeira está relacionado à capacidade da empresa de pagar suas contas. A Frimesa trabalha constantemente para melhorar esse indicador, contratando operações estruturadas de financiamento em longo prazo, que visam o alongamento da dívida.



LIQUIDITY This financial process is related to the company's ability to pay its bills. Frimesa is constantly working to improve this indicator by contracting structured long-term financing operations aimed at extending debt.

OPERACIONAIS Abrange a possibilidade de a empresa ter perdas derivadas de falhas causadas por processos, colaboradores, sistemas e eventos externos. Como é um tipo de risco difícil de ser mensurado, a Frimesa mantém um banco de dados com todos os registros de falhas, que tem se mostrado muito importante. Além disso, adequou seu seguro de forma a minimizar esses riscos.



OPERATIONS It covers the possibility of the company having losses derived from failures caused by processes, employees, systems and external events. As it is a type of risk that is difficult to measure, Frimesa maintains a database with all the records of failures, which has proved very important. In addition, it has adapted its insurance to minimize these risks.

GESTÃO DE PASSIVOS São realizadas todas as obrigações mensais e anuais dos tributos do Estado e da União: ICMS, IRPF, Contribuição Social, PIS e Cofins. Todos são emitidos, pagos, e os relatórios são enviados por meios eletrônicos, dentro dos prazos definidos. Para cumprimento, sem falhas, dos prazos, são monitorados os sistemas de cada órgão. Caso aconteçam interpretações divergentes das leis, é acionado o setor jurídico.

Em relação aos passivos trabalhistas, a Frimesa acompanha o fluxo de processos, a legislação trabalhista e os acordos firmados pelos sindicatos das categorias dos colaboradores. Estão entre as atividades dessa área a revisão da provisão dos passivos trabalhistas, a análise de contratos de trabalho e de prestação de serviços, dos desligamentos, além da auditoria externa.



MANAGEMENT OF LIABILITIES All the monthly and annual obligations of the State and Union taxes are realized: ICMS (MOVEMENT OF GOODS AND SERVICES TAX), IRPF (Personal Income Tax), Social Contribution, PIS (SOCIAL INTEGRATION PROGRAM) and Cofins (CONTRIBUTION TO FINANCING SOCIAL SECURITY). All are issued, paid, and the reports are sent by electronic means, within the defined deadlines. For compliance, without fail, of the deadlines, the systems of each organ are monitored. In case of divergent interpretations of laws, the legal sector is activated. In relation to labor liabilities, Frimesa follows the flow of lawsuits, labor legislation and agreements signed by unions of categories of employees. Among the activities in this area are the review of the provision of labor liabilities, the analysis of labor and service contracts, dismissals, and external audit.

MATÉRIA-PRIMA As margens operacionais são definidas pela relação entre o custo de aquisição de matérias-primas e o preço de venda dos produtos. Para equilibrar essa equação, são estabelecidas diretrizes de produção e de fabricação de produtos alimentares que buscam garantir qualidade, sanidade e rastreabilidade. Além disso, são adotadas práticas sustentáveis de manejo que colaboram com o bem-estar do trabalhador e do animal. As cooperativas filiadas, fornecedoras da matéria-prima, devem produzir conforme as especificações para possibilitar o adequado processamento e atingir o volume de produção planejado.



RAW MATERIAL Operating margins are defined by the ratio between the cost of acquiring raw materials and the selling price of the products. To balance this equation, production and manufacturing guidelines for food products that seek to guarantee quality, sanity and traceability are established. In addition, sustainable management practices are adopted that contribute to the well-being of the worker and the animal. The affiliated cooperatives, suppliers of the raw material, must produce according to the specifications to enable the adequate processing and reach the planned production volume.

AMBIENTAIS As dimensões de risco ambiental e operacional são tratadas por uma série de Instruções Normativas e Manuais de Procedimentos Internos. Para reduzir impactos em suas atividades e gerar oportunidades, a Frimesa possui um plano anual de investimentos em melhorias ambientais, voltado à otimização do uso de recursos naturais, reaproveitamento energético de resíduos e da água, monitoramento das emissões atmosféricas, entre outros. Muitos projetos para redução do impacto ambiental são desenvolvidos em parceria com instituições de pesquisa e universidades. Além disso, são executadas auditorias ambientais internas para a verificação e atendimento aos requisitos legais vigentes, de acordo com o empreendimento. Essa área é responsável pela elaboração de projetos, pelos licenciamentos ambientais e relatórios das auditorias com os órgãos fiscalizadores, além do atendimento à legislação ambiental. Também promove ações e orientações junto a comunidades do entorno quanto às boas práticas para preservação do meio ambiente.



ENVIRONMENTAL The environmental and operational risk dimensions are addressed by a series of Normative and Manual Procedures Manual. To reduce impacts on its activities and generate opportunities, Frimesa has an annual plan for investments in environmental improvements, aimed at optimizing the use of natural resources, reusing energy from waste and water, monitoring atmospheric emissions, among others. Many projects to reduce environmental impact are developed in partnership with research institutions and universities. In addition, internal environmental audits are performed to verify and comply with legal requirements in force, according to the enterprise. This area is responsible for project design, environmental licensing and audit reports with the oversight agencies, in addition to compliance with environmental legislation. It also promotes actions and guidance to surrounding communities regarding good practices for preserving the environment.

SANIDADE E QUALIDADE Os surtos de doenças podem afetar a exportação de produtos de carne in natura e, consequentemente, os resultados operacionais. Para reduzir esse risco, a Frimesa possui um sistema de integração no qual cem por cento dos suínos são de propriedades monitoradas e acompanhadas pelos técnicos das cooperativas filiadas. Nessa área, a empresa conta com políticas, diretrizes e uma equipe dedicada a acompanhar todo o processo de produção, que é auditado internamente e por diferentes órgãos reguladores e clientes, de forma a manter elevados padrões de qualidade e segurança dos alimentos, e garantir as credenciais para atender a todos os mercados.



HEALTH AND QUALITY Outbreaks can affect the export of fresh meat products and, consequently, operational results. To reduce this impact, Frimesa has an integration system in which 100% of the pigs are monitored and monitored by the affiliated cooperatives. In the Quality of products has policies, guidelines and a team dedicated to accompany the entire production process, audited internally and by different regulatory bodies and customers, in order to maintain high standards of food quality and safety and credentials to serve all markets.

RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO A Frimesa considera o público de relacionamento voluntária e involuntariamente os clientes, fornecedores, concorrentes, relação com familiares, negócios com a família e amigos, por público, acionistas e investidores. O mapeamento permite reconhecer com quais públicos a empresa se relaciona, qual o tipo de relação e expectativas geradas permitindo identificar quais merecem uma aproximação estratégica. É muito importante conhecer os públicos, pois quando bem trabalhados podem ser a chave para o reconhecimento positivo de uma organização. Além disso, eventuais impactos nestes grupos são capazes de influenciar de maneira intensa os negócios. O Código de Ética e Conduta da Frimesa tem sua filosofia pautada na cooperação, no conhecimento e inovação, respeito e amizade desenvolvido por meio do estímulo ao diálogo e com objetivo de construir uma relação de confiança com cada público.



RELATIONSHIP WITH THE PUBLIC Frimesa considers the public to be voluntarily and involuntarily related to customers, suppliers, competitors, relationships with family, business with the family and friends, by the public, shareholders and investors. The mapping allows to recognize with which public the company relates, what type of relationship and expectations generated allowing to identify which deserve a strategic approach. It is very important to know the public, because when well worked can be the key to the positive recognition of an organization. In addition, any impacts on these groups are likely to have a strong influence on business.

The Code of Ethics and Conduct of Frimesa has its philosophy based on cooperation, knowledge and innovation, respect and friendship developed through the encouragement of dialogue and with the objective of building a relationship of trust with each public.

Robotização na unidade de lácteos em Marechal Cândido Rondon.

Robotization in the dairy unit in Marechal Cândido Rondon



PRÊMIOS E RECONHECIMENTO

Melhor performance em Desenvolvimento Sustentável na premiação da AveSui 2017, promovida pela Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) com apoio da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Gessulli Agribusiness, por ações que promovem a sustentabilidade junto aos colaboradores e à comunidade, e adoção de tecnologias que minimizam os impactos ambientais.

.....

Eleita a Empresa Mais Inovadora do Paraná em 2017 pela Revista Amanhã, que avaliou os processos, estratégias e recursos voltados à inovação da Frimesa, tendo por base o ano de 2015.

.....

Melhor performance em Responsabilidade Social do agronegócio brasileiro no prêmio da AveSui 2017, por ações e programas que proporcionam mais qualidade de vida.

.....

Ficou entre as três primeiras colocadas nas categorias Queijo Parmesão, Queijo Provolone e Queijo Gorgonzola na premiação nacional da Minas Láctea 2017, promovida pela Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG).

.....

Cooperativa mais lembrada no Paraná em 2017 segundo o Datacenso, após uma avaliação quanto ao conhecimento de público em relação às marcas das cooperativas.

.....

A Datacenso também apontou a Frimesa como principal cooperativa fornecedora do Paraná em 2017, quanto ao fornecimento de produtos entre os supermercadistas do estado.

.....

Destaque como Expositor do Ano e Melhor Atendimento no prêmio Expositor Nota 10 – Mercosuper 2018, promovido pela Associação Paranaense de Supermercados (APRAS).

.....

Troféu de Ouro no Prêmio da Associação Brasileira de Marketing de Dados – ABEMD 2017, com reconhecimento entre os melhores projetos de marketing direto no Brasil.

AWARDS AND RECOGNITION

Best performance in Sustainable Development at AveSui 2017, sponsored by the Organization of Brazilian Cooperatives (OCB) with support from the Getúlio Vargas Foundation (FGV) and Gessulli Agribusiness, for actions that promote sustainability among employees and the community, and adoption of technologies which minimize environmental impacts.

.....

Elected the Most Innovative Company of Paraná in 2017 by "Amanhã" Magazine, which evaluated the processes, strategies and resources aimed at the innovation of Frimesa, based on the year 2015.

.....

Best performance in Social Responsibility of Brazilian agribusiness in the award of "AveSui" 2017, for actions and programs that provide better quality of life.

.....

It was among the top three in the categories Parmesan Cheese, Provolone Cheese and Gorgonzola Cheese at the 2017 National Milk Minas Awards sponsored by the Agricultural Research Company of Minas Gerais (EPAMIG).

.....

Cooperative Company most remembered in Paraná in 2017 according to the Datacenso, after an evaluation about the public knowledge regarding the brands of the cooperatives.

.....

Datacenso also pointed to Frimesa as the principal cooperative supplier of Paraná in 2017, regarding the supply of products among state supermarkets.

.....

Highlight as Exhibitor of the Year and Best Attendance in the Exhibitor Award Nota 10 - Mercosuper 2018, promoted by the Paranaense Supermarket Association (APRAS).

.....

Gold Trophy at the Brazilian Data Marketing Association Award - ABEMD 2017, with recognition among the best direct marketing projects in Brazil.

Primeiro lugar na Categoria Varejo do Prêmio Quem é Quem 2018, promovido pela Gessulli Agribusiness, que reconheceu as ações comerciais e de marketing realizadas pela empresa.

First place in the Retail category of the "Quem é Quem" Award 2018, promoted by Gessulli Agribusiness, which recognized the commercial and marketing actions carried out by the company.

Troféu de Ouro no Prêmio ECHO Latam 2017, que reconhece as melhores iniciativas de marketing direto e digital da América Latina.

Gold Trophy at the "ECHO Latam" 2017 Award, which recognizes the best direct and digital marketing initiatives in Latin America.

O Programa Oeste em Desenvolvimento (POD) concedeu à Frimesa o Prêmio Inova Oeste 2018, destacando a cooperativa entre as três melhores empresas da Região em inovações de produtos e fomento à ciência e tecnologia.

The West in Development Program (POD) granted Frimesa the "Inova Oeste" 2018 Prize, highlighting the cooperative among the three best companies in the Region in product innovations and science and technology promotion.

Primeiro lugar no Prêmio Ocepar de Jornalismo 2017, na categoria Mídia Cooperativa, que destaca os melhores trabalhos de profissionais da imprensa nos veículos de comunicação do país e também das cooperativas paranaenses.

First place in the "Ocepar" Journalism Award 2017, in the Cooperative Media category, which highlights the best works of press professionals in the country's communication vehicles and also in the cooperatives of Paraná.

A Revista Exame posicionou a Frimesa na 290ª lugar na lista das Maiores e Melhores empresas do Brasil, e a Forbes Brasil colocou a cooperativa entre as 50 Maiores do Agronegócio em 2018.

"Exame" Magazine ranked Frimesa in 290th place in the list of Biggest and Best Companies in Brazil, and Forbes Brasil put the cooperative among the 50 Biggest Agribusinesses in 2018.

Em 2017, a campanha "Carne que o mundo prefere" foi a vencedora da Regional Sul do 39º Prêmio Profissionais do Ano, promovido pela Rede Globo.

In 2017, the "Meat that the world prefers" campaign was the winner of the Southern Regional of the 39th Professionals of the Year Award, promoted by Rede Globo.

O filme publicitário "Três gerações", da Campanha "Carne que o mundo prefere", está entre os que mais engajaram público no Brasil, entre junho e julho de 2018, segundo avaliação do Brain Club, realizada pela empresa de pesquisa Forebrain.

The "Three Generations" publicity film of the Campaign "Meat that the world prefers" is among the most engaged public in Brazil, between June and July 2018, according to "Brain Club", research by Forebrain.



NOSSOS NEGÓCIOS
Our Business

A photograph of a modern, multi-story office building with a white facade and a central glass-enclosed section. The building is set against a clear sky transitioning from blue to orange at sunset. A red curved line, part of the Frimesa logo, is visible on the left side of the building. In the background, there are trees and another building with a red roof.

Frimesa

Sede administrativa,
Medianeira, Paraná.
*Administrative Center,
Medianeira, Paraná*

NOSSA CADEIA

OUR CHAIN

O modelo de negócios da Frimesa está sustentado na capacidade de gerar e compartilhar os resultados com as cadeias produtivas de suíno e leite. Segue a essência da cooperação, unindo forças para superar desafios. A Frimesa é uma Central de Cooperativas com o propósito de agregar valor por meio da industrialização e comercialização das matérias-primas.

A soma das atividades da Frimesa, das cinco cooperativas filiadas – Copagril, Lar, Copacol, C. Vale e Primato –, e de seus produtores abrange desde a produção primária até a industrialização e entrega de produtos para o mercado. Uma das características é o controle da condição sanitária e nutricional dos animais, garantindo a qualidade, segurança alimentar e eficiência nos custos dos produtos.

Em 2018 as cinco cooperativas integradas à Frimesa reuniram 3550 suinocultores e produtores de leite integrados.

Frimesa's business model is based on the capacity to generate and share the results with the productive chains of pork and milk. It follows the essence of cooperation, joining forces to overcome challenges. Frimesa is a Central Cooperative with the purpose of adding value through industrialization and commercialization of raw materials.

The sum of the activities of Frimesa, the five affiliated cooperatives - Copagril, Lar, Copacol, C. Vale and Primato - and its producers ranges from primary production to the manufacturing and delivery of products to market. One of the characteristics is the control of the sanitary and nutritional conditions of the animals, guaranteeing the quality, food security and efficiency in the costs of the products.

In 2018 the five cooperatives integrated to Frimesa gathered 3550 pig farmers and integrated milk producers.

■ SUINOCULTURA

SWINE BREEDING

Cem por cento dos suínos entregues à Frimesa têm origem no sistema cooperativo. Trata-se de uma cadeia que inicia nas cooperativas filiadas, desde a produção, o desenvolvimento da genética e dos insumos dos animais, a produção de grãos – soja e milho –, as fábricas de ração, até a produção de suínos com unidades produtoras de leitões, crechários e unidades terminadoras de suínos. A Frimesa finaliza o processo com a industrialização e comercialização, quando o produto passa pelo varejo e restaurantes, até chegar ao consumidor final.

O ciclo produtivo é dividido em fases e obedece a diretrizes de produção sustentável de alimentos de origem suína, garantia de qualidade, sanidade e rastreabilidade, além das práticas de bem-estar animal e preservação ambiental.

One hundred percent of the pigs delivered to Frimesa are from the cooperative system. It is a chain that starts in affiliated cooperatives, from production, development of genetics and animal inputs, soybean and corn production, animal feed factories, to pig production with piglets production units, nurseries and pork finishing units. Frimesa ends the process with industrialization and marketing when the product through the retail and restaurants until reaching the final consumer.

The production cycle is divided into stages and follows the guidelines for sustainable production of pork, quality assurance, sanitation and traceability, as well as animal welfare and environmental preservation practices.

CADEIA DE VALOR FRIMESA

FRIMESA VALUE CHAIN



De modo geral, a matéria-prima agrega valor em cada etapa, proporcionando o sustento de milhares de famílias com geração de renda e emprego. A Frimesa tem o compromisso de equalizar e distribuir os resultados para toda a cadeia de suínos a partir da atuação no mercado, fator que ganha importância diante de cenários complexos de recessão econômica, como a que vem sendo vivenciada pelas empresas do segmento de carnes nos últimos dois anos.

Enquanto muitos suinocultores com atuação independente tiveram dificuldades em permanecer na atividade, em 2018 a Frimesa repassou à cadeia R\$ 3,40 pelo quilo de suíno vivo entregue às suas indústrias, R\$ 0,30 a mais que a média praticada pelo mercado. Considerando os 282.180.442.09 quilos de matéria-prima recebidos no ano, foram mais de 84 milhões de reais repassados para o sistema.

Uma análise de escala de valor comprova que um alimento industrializado com a marca Frimesa é capaz de agregar dez vezes mais valor por quilo de grão de soja ou milho.

In general, the raw material adds value at each stage, providing the livelihood of thousands of families with income and employment generation. Frimesa has the commitment to equalize and distribute the results to the entire chain of swines from the performance in the market, a factor that gains importance in the face of complex scenarios of economic recession, as it has been experienced by meat companies in the sector in recent two years.

While many self-employed pig farmers had difficulties in remaining in business, in 2018 Frimesa transferred to the chain R\$ 3,40 per kilogram of live pig delivered to its industries, R\$ 0,30 more than the average market. Considering the 282,180,442.09 kg of raw material received in the year, were more than 84 million reais transferred to the system.

A value scale analysis proves that an industrialized food branded Frimesa is capable of adding ten times more value per pound of soybean or corn.

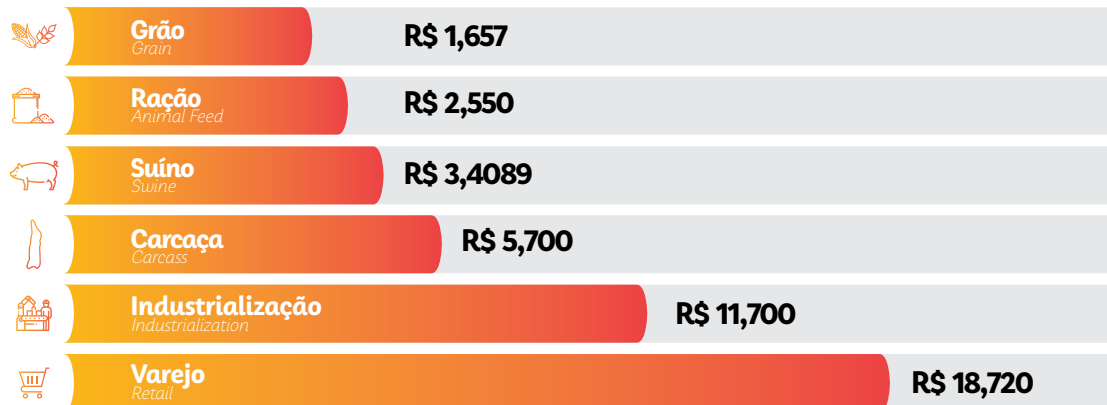
ESCALA DE VALOR

SCALE VALUE

NO VAREJO, UM ALIMENTO
11,30 INDUSTRIALIZADO AGREGA
VEZES MAIS VALOR

In retail an industrialized food adds 11.30 times more value

Valores de dez/2018 Values for December 2018



SUÍNO CERTIFICADO

CERTIFIED PORK

A Frimesa determina as condições para a entrega de suínos nas suas plantas industriais. Para orientar e incentivar a produção sustentável, é adotado junto à cadeia o Programa Suíno Certificado. Iniciado em 2012, o programa institui diretrizes e procedimentos voltados ao bem-estar animal e à segurança alimentar, com o objetivo de levar alimentos de valor para as pessoas.

Entre os fatores positivos da aplicação do programa estão a bonificação direta em dinheiro para as granjas certificadas, e a melhora dos índices de produtos e da matéria-prima entregue às unidades industriais.

As diretrizes do programa foram adequadas a cada realidade, junto com equipes técnicas das respectivas cooperativas, que são responsáveis também por eventuais revisões dos documentos e manuais que norteiam o processo de produção.

Frimesa determines the conditions to the delivery of pigs in its plants. To guide and encourage sustainable production, the Certified Swine Program is used along the whole chain. Started in 2012, the program establishes guidelines and procedures for animal welfare and food safety, with the aim of bringing value food to people.

Among the positive factors of the program's implementation, there are the direct cash bonus for certified farms, and the improvement of the indices of products and the raw material delivered to the industrial units.

The guidelines of the program were adapted to each reality, together with technical teams of the respective cooperatives, who are also responsible for eventual revisions of the documents and manuals that guide the production process.





1026
PRODUTORES
INTEGRADOS
Integrated Producers



13
UNID. PRODUTORAS DE
LEITÕES / REPRODUÇÃO
*Piglets production /
reproduction units*



134
INICIADORES
Initiators



42
CRECHÁRIOS
Nursing



837
TERMINADORES
Terminators

FOTO: DIVULGAÇÃO LAR

100.957
MATRIZES EM PRODUÇÃO
Matrices in production

PILARES DO PROGRAMA

PILLARS OF THE PROGRAM

1. Segurança do alimento: análise de pontos críticos e controle;
 2. Proteção ambiental: boas práticas agropecuárias e atendimento aos requisitos legais;
 3. Saúde, ocupacional, segurança e bem-estar: critérios para segurança e responsabilidade social;
 4. Bem-estar animal: estabelecer critérios que atendam aos requisitos de bem-estar animal;
 5. Rastreabilidade: traçar histórico, a aplicação ou localização de um item por meio de informações registradas.
1. *Food safety: analysis of critical points and control ;*
 2. *Environmental protection: good agricultural practices and compliance with legal requirements ;*
 3. *Health, occupational, safety and well-being: criteria for safety and social responsibility ;*
 4. *Animal welfare: to establish criteria that comply with animal welfare requirements;*
 5. *Traceability: Trace history, application or location of an item through registered information .*



FOTO: DIVULGAÇÃO LAR

Unidade de criação de suínos, LAR Cooperativa.

*Pig breeding unit,
LAR Cooperative.*

BEM ESTAR ANIMAL

ANIMAL WELFARE

A entrega de produtos de qualidade requer práticas adequadas para o bem-estar animal. São rotinas que visam atender plenamente as necessidades dos animais quanto a alimento, água, conforto térmico, espaço e bons tratos, para reduzir o estresse. Todos esses procedimentos e cuidados são instruídos e monitorados por um médico veterinário responsável, em cada cooperativa filiada.

Uma das medidas pelo bem-estar animal que já consta no planejamento estratégico de trabalho da Frimesa é a de abolir o uso de gaiolas de gestação de suínos na empresa e nos seus fornecedores. Dessa forma, as fêmeas permanecerão durante o período mínimo em alojamento individual, e logo serão soltas em baias coletivas.

The delivery of quality products requires appropriate practices for animal welfare. They are routines that aim to fully meet the needs of animals for food, water, thermal comfort, space and good actions, to reduce stress. All these procedures and care are instructed and monitored by a responsible veterinarian at each member cooperative.

One of the animal welfare measures is already included in Frimesa's strategic work plan and it is to abolish the use of pig gestation cages in the company and its suppliers. In this way, the females will remain during the minimum period in individual housing, and soon they will be released in collective stalls.

PECUÁRIA DE LEITE

MILK LIVESTOCK

Para a Frimesa e as cooperativas filiadas, a atividade de leite desempenha relevante papel social na geração de renda para os produtores associados, em sua maioria pequenas propriedades que dependem dos lácteos para garantir o seu sustento. Diante da extensão de toda a cadeia produtiva, a atividade leiteira ganha importância também na geração de empregos e renda no campo e nas cidades.

A estrutura na cadeia da Frimesa envolve 2524 associados, com um plantel médio de 46.597 animais e produção média diária de 197 litros por produtor. Em 2018 foram 222.804.143 de litros industrializados em nossas plantas.

Nesse modelo de negócio, os produtores têm garantia de recolha da produção e recebem o pagamento em dia. Uma das práticas da Frimesa é sustentar a cadeia por meio dos preços praticados na matéria-prima, que são acima dos valores de referência do Conseleite Paraná. Em 2018 o valor médio do litro de leite colocado nas fábricas da cooperativa foi de R\$ 1,39, quase 11% a mais que a média de 2017, que ficou em R\$ 1,24.

Também no caso do leite, a cadeia é beneficiada pela escala de valor por meio da industrialização. A média do produto industrializado, por exemplo, está no varejo a R\$ 15,07 – 12% a mais que o litro de leite. Esse resultado é compartilhado com todo o sistema cooperativista, passando pela filiada, até chegar ao produtor.

For Frimesa and affiliated cooperatives, milk livestock has an important social role in generating income for the associated producers, mostly small farms that rely on dairy to ensure their livelihood. Faced with the extension of the entire production chain, milk production also gains importance in the generation of jobs and income in the countryside and in cities.

The structure in the chain of Frimesa involves 2524 associated farmers, with an average squad of 46,597 animals and average daily production of 197 liters per producer. In 2018, 222,804,143 liters were received on industrial platforms.

In this business model, producers are guaranteed to have production collected and receive payment on time. One of the practices in Frimesa is sustaining chain through prices of the raw material which are above the reference values established by Conseleite Parana (A State Council). In 2018, the average value of the liter of milk in the factories of the cooperative was R\$ 1.39, almost 11% more than the average market, which was R\$ 1.24.

Also in the case of milk, the chain is benefited by the scale of value through industrialization. The average of the industrialized product is in retail at R \$ 15,07 - 12% more than the liter of milk. This result is shared with the entire cooperative system, including the affiliated, until it reaches the producer.

CADEIA DE VALOR FRIMESA

FRIMESA VALUE CHAIN





2.524

PRODUTORES
INTEGRADOS
Integrated Producers



197

LITROS/DIA/PRODUTOR
liter / day / producer



13,1

LITROS/DIA/VACA
Liters / day / cow

FOTO: ARQUIVO FRIMESA

46.597

PLANTEL PRODUÇÃO LEITEIRA
Milk production line

O leite é um dos alimentos mais consumidos no mundo pela sua importância nutricional. Por isso, a Frimesa estabelece critérios para a melhoria contínua e obtenção de matéria-prima de qualidade. Com essa preocupação, as cooperativas filiadas mantêm técnicos em campo para fomentar, instruir e monitorar as atividades alinhadas às boas práticas agropecuárias, como responsabilidade social, bem-estar animal e preservação do meio ambiente. O atendimento visa, ainda, apresentar aos produtores novas tecnologias, opções para redução de custos de produção e outras alternativas que auxiliem as propriedades a se tornarem mais rentáveis e preparadas para a sazonalidade característica desse segmento.

Em 2018 foi iniciado o projeto de fomento leiteiro, que tem como objetivo desenvolver a pecuária de leite na área de atuação das cooperativas e, consequentemente, da Central Frimesa. A proposta busca incrementar a produção e a qualidade da matéria-prima de forma sustentável e profissionalizada, aumentando também a renda dos produtores. Já existem algumas propriedades operando no sistema em que o produtor recebe o plantel em fase produtiva, se dedica às atividades de ordenha e alimentação, e recebe pela prestação de serviços. A cooperativa fornece a genética, animais, nutrição, transporte, e o produtor arca com a infraestrutura e o alimento volumoso, com garantia de entrega e comercialização.

Na cadeia do leite, a Frimesa e suas cooperativas também pactuam das boas práticas agropecuárias para o manejo sanitário, ordenha, alimentação, qualidade de água, refrigeração e estocagem do leite, higiene, controle integrado de pragas, capacitação dos trabalhadores, adequação das instalações, equipamentos e utensílios para a produção de leite, além da adoção de manejo racional e demais cuidados para o bem-estar animal.

Milk is one of the most consumed foods in the world because of its nutritional importance. Therefore, Frimesa establishes criteria for the continuous improvement and obtaining of quality raw material. With this concern, affiliated cooperatives keep technicians in the field to promote, instruct and monitor activities according to the good agricultural practices, such as social responsibility, animal welfare and environmental preservation. The service also aims to present to the producers new technologies, options to reduce production costs and other alternatives that help the farms to become more profitable and prepared for the characteristic seasonality of this segment.

In 2018 the dairy integration project was started, with the objective of developing dairy farming in the area of operation of the cooperatives and, consequently, the Central Frimesa. The proposal has the objective to increase the production and quality of the raw material in a sustainable and professionalized way, also increasing the income of the producers. There are already some properties operating in the system where the producer receives the breeding stock in the productive phase, is engaged in milking and feeding, and receives for the provision of services. The cooperative provides the genetics, animals, nutrition, transportation, and the producer pays for the infrastructure and bulky food, with guaranteed delivery and selling.

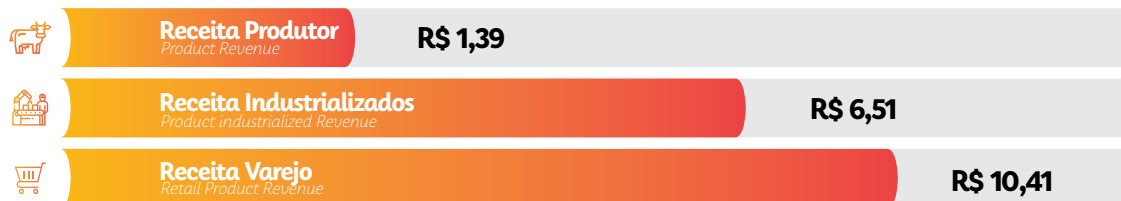
In the milk chain, Frimesa and its cooperatives also agree on good agricultural practices for sanitary management, milking, feeding, water quality, refrigeration and milk storage, hygiene, integrated pest control, worker training, equipment and utensils for the production of milk, besides the use of rational management and other care for animal welfare.

ESCALA DE VALOR

VALUE SCALE

**O LEITE INDUSTRIALIZADO
NO VAREJO AGREGA
7,5 VEZES MAIS VALOR**

Industrialized milk in retail adds 7,5 times more value



CONTROLE DAS MATÉRIAS-PRIMA

CONTROL OF RAW MATERIALS

Na Frimesa, 100% do leite recebido dos produtores rurais é analisado nos laboratórios sendo realizadas 22 análises. Cerca de três vezes ao mês são enviados amostras para a Associação Paranaense de Criadores de Bovinos da Raça Holandesa (APLBRH), credenciado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). A qualidade do leite é determinada tanto pela composição físico-química como microbiológica.

A empresa absorve todos os custos das análises, e os resultados são entregues para cada produtor com orientações quanto a eventuais divergências dos padrões estabelecido. Mantidos junto às unidades, os laboratórios fazem a verificação dos padrões de qualidade definidos pelo MAPA e outros requisitos internos, que são aplicados no programa de pagamento por qualidade.

At Frimesa, 100% of the milk received from farmers is analyzed in the laboratories and 22 analyzes are carried out. About three times a month samples are sent to the Association of Beef Cattle Breeders of the Dutch Breed (APLBRH), accredited by the Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA). Milk quality is determined by both physico-chemical and microbiological composition.

The company absorbs all the costs of the analyzes, and the results are sent to each producer with guidance on any deviations from the established standards. Located next to the units, the laboratories check the quality standards defined by MAPA and other internal requirements, which are applied in the quality payment program.

Algumas das análises realizadas no leite são:

- Contagem padrão com placas (CPP)
- Contagem de Células Somáticas (CCS)
- Determinação do teor de gordura
- Determinação do teor de proteína
- Determinação do teor de lactose
- Resíduos de antibióticos

Some of the analyzes performed in milk are:

- Standard Counting with Plates
- Somatic Cell Count
- Determination of fat content
- Determination of protein content
- Determination of lactose content
- Residues of antibiotics

BEM ESTAR ANIMAL

ANIMAL WELFARE

Cuidar da saúde física e mental do animal é fundamental para se obter bons resultados no seu desenvolvimento e também na produção. As vacas em boas condições de bem-estar produzem mais leite, têm menos problemas de saúde, e ficam mais tempo no rebanho. Quatro critérios são avaliados nas fazendas leiteiras:

- Boa saúde: verificar se possui qualquer sintoma de doenças;
- Boa alimentação: Dieta balanceada, com água disponível;
- Boa instalação: Melhorar o ambiente do animal, com espaço para sombra;
- Bons comportamentos: Indicadores de conforto e boa relação entre animal e ser humano, de forma a não afetar a ruminação.

Taking care of the physical and mental health of the animal is fundamental to obtain good results in its development and also in the production. Well-behaved cows produce more milk, have fewer health problems, and spend more time in the herd. Four criteria are evaluated in dairy farms:

- Good health: check if it has any symptoms of diseases;
- Good feeding: balanced diet, with plenty of water;
- Good location: Improve the environment of the animal, with space for shade;
- Good behaviors: Indicators of comfort and good relationship between animal and human, so as not to affect rumination.

Produtos de qualidade
e sabor na mesa do
consumidor.

*Quality and tasty products
on the consumer's table.*



NOSSA OPERAÇÃO

OUR OPERATION

INDÚSTRIAS

INDUSTRIES

A Frimesa experimentou o seu maior crescimento nos últimos dez anos. As estruturas de industrialização duplicaram suas capacidades, atingindo uma produção de quase 380 milhões de quilos de alimentos ao ano. São seis plantas industriais, cinco no estado do Paraná – região Oeste, e uma em Santa Catarina, além de duas plataformas de recebimento de leite. As duas plantas de carne têm capacidade de processar 8.300 suínos por dia. As estruturas de lácteos operam com flexibilidade, buscando as melhores oportunidades de mercado, totalizando a capacidade total de um milhão litros de leite ao dia. Em 2018 a capacidade real utilizada das indústrias foi de 610.422 litros de leite ao dia.

Em 2017 a cooperativa concluiu a modernização das indústrias de laticínios de Matelândia e Marechal Cândido Rondon, e do frigorífico de Medianeira. No ano seguinte, iniciou as operações do frigorífico de suínos arrendado em Marechal Cândido Rondon, que tem capacidade de abate de 1.400 cabeças ao dia. A produção foi automatizada e foram implementadas melhorias nos processos industriais, que seguem a metodologia PCIC (Planejamento, Controle, Indicadores e Cobrança).

A orientação estratégica de agregação de valor é pautada na busca pelo aumento da produtividade industrial. Na Frimesa, 52,65% do suíno é transformado em produtos industrializados, enquanto que em lácteos é industrializado 100% da matéria-prima.

No segmento de leite, as duas principais unidades industriais são divididas: uma para a produção de refrigerados – principalmente iogurtes, e outra para a linha de queijos e produtos longa vida – como leites e bebidas lácteas.

Frimesa experienced its greatest growth in the past decade. Industrialization structures have doubled their capacities, reaching a production of 380 million kilos of food per year. There are six industrial plants, five in the state of Paraná - West region, and one in Santa Catarina, in addition to two platforms for receiving milk. The two meat plants have the capacity to process 8,300 pigs per day. The dairy structures operate with flexibility, seeking the best market opportunities, totaling the capacity of 610,422 liters of milk per day.

In 2017 the cooperative has completed the modernization of Matelândia and Marechal Cândido Rondon dairy industries, and the slaughterhouse plant in Medianeira. During the next year, it began the operations of the pig slaughterhouse leased at Marechal Cândido Rondon, which has a slaughtering capacity of 1,400 animals per day. The production was automated and improvements were made in the industrial processes, which follow the PCIC methodology (Planning, Control, Indicators and Collection).

The strategic orientation of value aggregation is based on the search for an increase in industrial productivity. In Frimesa, 52.65% of the swine is processed into industrialized products, while in dairy, the industrial use of the raw material reaches 100%.

In the milk segment, the two main industrial units are divided: one for the production of refrigerated - mainly yoghurts, and another for the line of cheeses and long-life products - such as milks and dairy drinks.



**Unidade Industrial de Carnes,
Medianeira - Paraná**

*Meat processing unit,
Medianeira - Paraná*

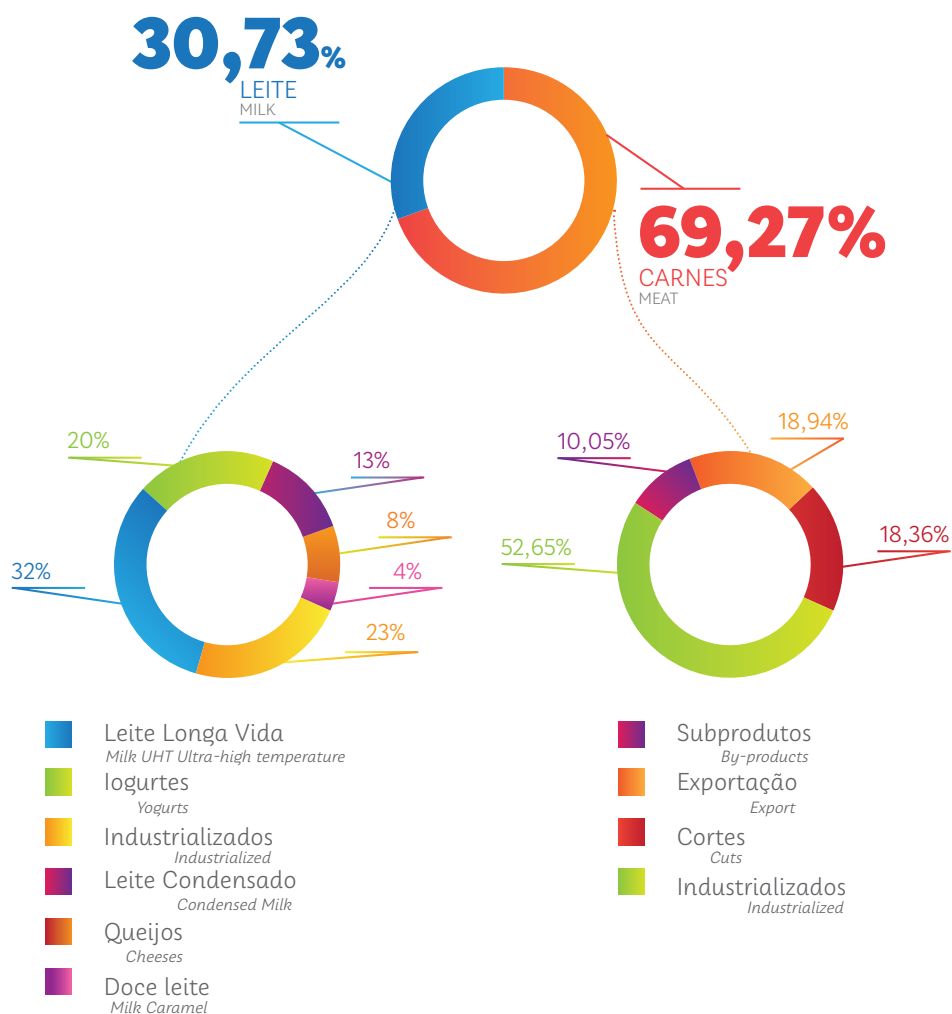


379.075 TON.
DE ALIMENTOS NO ANO

379,075 TONNES OF
FOOD IN YEAR

Robotização na
linha de Presuntos.

Robotization in the
line of Hams.



COMERCIAL E LOGÍSTICA

Os produtos da marca Frimesa chegam a 34.258 clientes no Brasil. A estrutura de distribuição tem capacidade de abastecer cem por cento do território nacional, sendo o varejo o principal canal. São quinze filiais de vendas e onze centros de distribuição (CDs), servindo de base para a comercialização dos produtos e garantindo o melhor atendimento aos clientes.

A capacidade de armazenagem nas plantas industriais e CDs chega a mais de 33 mil toneladas de alimentos, entre congelados, resfriados e linha seca. Para a distribuição, a Frimesa conta com parceiros logísticos: são 365 transportadoras e 1000 caminhões de grande porte, médio e pequenos. O volume mensal de transporte é uma média de 32.500 toneladas. A agilidade no atendimento ao cliente é um diferencial competitivo da Frimesa, que tem como objetivo realizar a maioria das entregas em um prazo de até 24 horas do recebimento do pedido.

As equipes da Frimesa no ponto de venda recebem treinamento para assegurar as boas práticas no manuseio e na armazenagem dos produtos. A empresa entende que a consistência da sua operação depende da excelência no atendimento. Nesse sentido, em 2018 foram intensificados os programas existentes para garantir a efetividade da força de venda, os parâmetros de produtividade e de excelência.

Cerca de 15% da produção da Frimesa é distribuída para o mercado externo. A Frimesa disponibiliza também produtos específicos e conta com um atendimento dedicado para o canal de food service.

COMMERCIAL AND LOGISTICS

Frimesa brand products reach 34,258 customers in Brazil. The distribution structure has the capacity to supply one hundred percent of the national territory, with retail being the main channel. There are fifteen sales subsidiaries and eleven distribution centers, serving as the basis for the selling of products and ensuring the best customer service.

The storage capacity of industrial plants reaches more than 676 thousand tons of food, including frozen, cooled and dry products. For distribution, Frimesa has logistics partners: 365 shipping companies and 1000 large, medium and small trucks. This service is fully monitored, from the temperature control and the conservation of vehicles, until the deadline. The monthly volume of transport is an average of 32,500 tons. The agility in customer service is a competitive advantage of Frimesa, whose goal is to deliver within a period of up to 24 hours from the receipt of the order.

Frimesa's employees that work in the point of sale receive training to ensure good practices in the handling and storage of products. The company understands that the consistency of its operation depends on excellence in service. In this sense, in 2018 the existing programs were intensified to guarantee the effectiveness of the sales force, the parameters of productivity and excellence.

About 15% of Frimesa's production is distributed to the foreign market. Frimesa also offers specific products and has a dedicated service to the food service.



MAPA DE ATUAÇÃO

ACTING MAP

34.258^{mil}

CLIENTES ATIVOS EM TODO O BRASIL

ACTIVE CUSTOMERS
ALL OVER BRAZIL



Unidades Fabris

Manufacturing units



Filiais de Venda

Selling Branches



Centro de Distribuição

Distribution Center



Unid. Captação de Leite

Milk collection unit

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

INNOVATION AND TECHNOLOGY

A inovação, na Frimesa, é trabalhada sob a ótica do consumo, acompanhando e se antecipando a hábitos e mudanças de comportamentos do consumidor e às tendências de mercado. Abrange, portanto, desde o lançamento de novos produtos até a maneira de se comunicar com os consumidores, passando por melhorias de produtos, alterações de embalagens ou de ingredientes e adoção de novas abordagens comerciais. A inovação também é aplicada em sua cadeia de valor e introduz novos procedimentos e tecnologias nos processos industriais.

A Frimesa mantém uma área de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação – PDI, que tem a missão de alinhar o propósito organizacional com os valores da empresa e as necessidades do consumidor. O fomento à inovação é responsabilidade de todos, e o estímulo se dá pela valorização da criatividade e da geração de ideias, que resultam em melhorias nos produtos, processos, serviços, marketing e gestão organizacional. Essa política prioriza a prática da inovação aberta para desenvolver produtos e serviços de valor percebido, que garantem a sustentabilidade da empresa.

A prática da inovação também é intensificada em conjunto com parceiros externos, como universidades e centros tecnológicos, com os quais a Frimesa desenvolve projetos para aperfeiçoar produtos e processos.

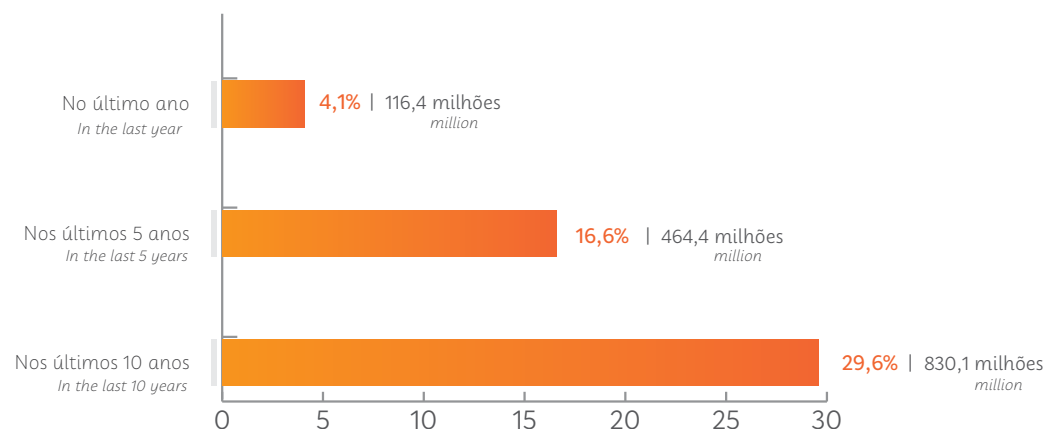
Innovation in Frimesa, is based on the perspective of consumption, monitoring and anticipating the habits and changes in consumer's behavior and market trends. Therefore covers since the launch of new products to the way to communicate with consumers through product enhancements, changes in packaging or ingredients and adopting new business approaches. Innovation is also applied in its value chain and introduces new procedures and technologies into industrial processes.

Frimesa maintains a departamento focused in Research, Development and Innovation - PDI, whose mission is to align the organizational purpose with the company's values and consumer's needs. Fostering innovation is everyone's responsibility, and the stimulus comes from valuing creativity and generating ideas that result in improvements in products, processes, services, marketing and organizational management. This policy prioritizes the practice of open innovation to develop products and services of perceived value, which guarantee the sustainability of the company.

The practice of innovation is also intensified in conjunction with external partners, such as universities and technology centers, with which Frimesa develops projects to improve products and processes.

PERCENTUAL DE FATURAMENTO DE 2018 PROVENIENTES DE PRODUTOS DESENVOLVIDOS

PERCENTAGE OF 2018 REVENUE FROM DEVELOPED PRODUCTS



Total de inovações em 2018

Total innovations 2018

147

inovações
innovations



produtos

products



processos

processes



serviços

in services



marketing

in marketing



**gestão
organizacional**

in organizational
management

INOVAÇÃO EM PROCESSOS E TECNOLOGIA A

Frimesa investe em tecnologia de ponta e equipes capacitadas para otimizar processos e obter ganhos de produtividade e qualidade dos produtos. Algumas soluções já se enquadram no conceito de Indústria 4.0, como o projeto de robotização. A Frimesa foi a primeira empresa do Brasil a incluir um robô na linha de abate. Os robôs assumem as funções de cargas repetitivas com segurança, garantindo a padronização dos processos. Atualmente, a empresa conta com quatro células na planta de carnes em Medianeira e quatro na indústria de lácteos em Marechal Cândido Rondon.

INNOVATION IN PROCESSES AND TECHNOLOGY

Frimesa invests in the latest technology and qualified teams to optimize processes and to gain productivity and quality of products. Some solutions already fit into the concept of Industry 4.0, as the robotization project. Frimesa was the first company in Brazil to include a robot on the slaughter line. The robots assume the functions of repetitive loads with safety, guaranteeing the standardization of the processes. Currently, the company has two cells in the slaughter plant in Medianeira and four in the dairy industry in Marechal Cândido Rondon.

INOVAÇÃO VOLTADA AO CONSUMO No contexto de renovação e inovação no portfólio de produtos, em 2018 a Frimesa introduziu no mercado um novo visual para a linha de produtos premium, que abrange queijos finos e embutidos. Além disso, foram lançadas duas novas versões de salame – Alemão e Calabrês, esse caracterizado pelo sabor apurado.

INNOVATION FOCUSED IN CONSUMPTION In the context of renewal and innovation in the product portfolio, in 2018, Frimesa introduced a new look for the premium product line, which includes fine cheeses and sausages. In addition, two new versions of salami – “Alemão” and “Calabrês”, that is characterized by a unique flavor.

Versões inéditas de produtos chegaram ao mercado, como o porco a passarinho, produto que reúne praticidade com uma nova forma de consumir carne suína. Também chamou a atenção do mercado a Banha Suína na versão em pote com 450g. No segmento de lácteos, o leite fermentado em embalagem de 850g, além da opção de 170g, veio atender à necessidade de consumo de acordo com o tamanho de cada família.

Unreleased versions of products hit the market, with the “Porco à passarinho” (small slices of pork ribs with special seasonings that can be fried, grilled or roasted), a product that combines practicality with a new way to consume pork. Also called the market attention the Swine Lard in the packaging version with 450g. In the dairy segment, fermented milk in 850g packaging, in addition to the 170g option, the best option for consumption according to the size of each family.

Entre as ações previstas para o futuro está a nova planta frigorífica, com abate de 15.000 suínos/dia, que demandará diversas inovações tecnológicas, além de novos produtos cárneos (cortes suínos e industrializados). Além dos produtos lácteos (Achocolatado Light com redução de 30% de açúcar).

Among the actions planned for the future there's the new slaughter plant, with a slaughter of 15,000 pigs/day, which will require several technological innovations, as well as new meat products (pork and processed cuts) and dairy products (Light Chocolate milk with 30% sugar reduction).

PRODUTOS & EMBALAGENS

A marca Frimesa está presente em diferentes etapas do dia a dia de seus consumidores com produtos que combinam sabor, saudabilidade e conveniência. A empresa se posiciona no mercado de alimentos para diferentes perfis de família, respeitando as características culturais, sociais e econômicas.

O amplo portfólio consta de 476 produtos, priorizando alimentos industrializados de carne prontos e semiprontos, que incluem linguiças, presuntos, defumados, salames, salsichas e mortadelas, além dos cortes in natura congelados e cortes temperados para exportação. Em lácteos, são queijos, iogurtes, manteigas, requeijão, leite, doces, leite condensado, cremes, entre outros.

Com compromisso de manter seu portfólio atual e renovado, a Frimesa reforçou a realização de pesquisas junto ao consumidor nos últimos dois anos. Informações sobre a imagem de marca, hábitos de consumo e potencial de mercado permitem trazer para dentro da empresa as necessidades do mercado e também entender as tendências para melhorar produtos, variações de formatos e até mesmo tipos de embalagens.

PRODUCTS & PACKAGING

The Frimesa brand is daily present in different stages of the day of its consumers with products that combine flavor, healthiness and convenience. The company is positioned in the food market for different family profiles, respecting the cultural, social and economic characteristics.

The broad portfolio consists of 476 products, giving priority to processed meat foods ready and semi-ready, including sausages, hams, smoked, salami, wiener sausages and bologna, in addition to the in natura cuts and frozen seasoned cuts. In dairy, they are cheeses, yogurts, butters, curd, milk, sweets, condensed milk, creams, among others.

With a commitment to maintain its current and renewed portfolio, Frimesa has reinforced consumer surveys in the last two years. Information about the brand image, consumption habits and market potential allows to bring into the company the needs of the market and also understand the tendency to improve products, variations of formats and even types of packaging.

476

produtos (sku's)

products (sku's)

78

novos produtos (sku's)

em 2018

new products
(sku's) in 2018



As informações contribuem para tomadas de decisão do Comitê Estratégico de Desenvolvimento de Produtos formado pelas áreas de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI), Diretoria, Comercial, Marketing, Indústrias, Logística e Suprimentos. Esse Comitê tem como responsabilidade analisar a viabilidade técnica e mercadológica dos produtos e suas inovações radicais e incrementais. Cada projeto de produto passa por um processo que avalia o mercado comprador, as tecnologias e requisitos de produção e de embalagens necessários. O conceito e aspecto visual também são estudados até que a nova ideia ou melhoria possa chegar ao mercado. Esse processo é gerido pela metodologia de gestão de projetos, que, em 2018, teve 105 projetos demandados e cerca de 78 projetos de novos produtos (SKU's) disponibilizados para o mercado.

The information contributes to the decision-making of the Strategic Product Development Committee formed by Research, Development and Innovation (PDI), Management, Commercial, Marketing, Industries, Logistics and Supply. This Committee is responsible for analyzing the technical and selling viability of the products and their radical and incremental innovations. Each product design goes through a process that evaluates the buyer market, the technologies and production and packaging requirements needed. The concept and visual aspect are also studied until the new idea or improvement can reach the market. This process is managed by the project management methodology, which in 2018 had an average of 105 projects demanded and about 78 projects of new products (SKUs) made available to the market.

em
200ton. **40**
de sódio deixaram de ser
utilizados nos produtos
Frimesa
produtos
in 40 products

200 tons of sodium ceased to be used in Frimesa products

Lácteos: 14
Carnes: 26

Dairy: 14
Meats: 26



Em 2017 a identidade visual e a comunicação dos produtos foram renovadas. Mais modernos e conectados, os novos códigos visuais buscam fortalecer o posicionamento da marca de proximidade e valorização das relações. Em 2018 a Frimesa relançou no mercado a marca Friminho, voltada para o segmento infantil. Com o redesenho da marca, um novo personagem e nova comunicação, foram colocados no mercado 15 novos produtos para aumentar a presença no varejo, nessa categoria. A novidade chegou às lojas em embalagens renovadas, trazendo a inovação da Realidade Aumentada, diferencial na comunicação com o consumidor, que pode interagir com o produto pelo celular e ainda descobrir como é fabricado o alimento que vai consumir.

A Frimesa mantém uma equipe exclusiva para assuntos regulatórios e legislação dos seus produtos e rotulagem, com a missão de atender às normas e leis vigentes e também promover o aprimoramento nutricional dos produtos e ingredientes, para propiciar ao consumidor uma alimentação saudável e de qualidade. A adaptação a alterações regulatórias é um importante desafio na gestão de riscos, evitando sanções e garantindo a reputação da cooperativa.

Entre essas ações está a adequação ao Plano Nacional de Redução de Sódio (2015-2017). A Frimesa reformulou mais de 40 produtos, processados de seis linhas de produção (queijos, requeijão, presuntaria, linguiças, salsichas e hambúrgueres), para cumprir a meta de redução. Em 2018 cerca de 200 toneladas de sódio deixaram de ser utilizados nesses produtos. A cooperativa já trabalha para, de 2020 a 2022, atender ao Plano de Redução de Açúcar, que vai impactar principalmente os produtos lácteos.

No contexto da responsabilidade sobre o produto, a Frimesa atende, em cem por cento dos seus alimentos, as diferentes exigências de rotulagem, conforme determinam as legislações dos mercados nos quais está presente. Os rótulos apresentam informações relativas à composição, tabela nutricional, denominação, peso líquido, condições de conservação, data de fabricação, prazo de validade e dados da unidade fabricante, além de informações sobre ingredientes que possam causar alergias – atendendo à resolução da Agência de Vigilância Sanitária. Todos os rótulos dos produtos trazem também os selos de Serviço de Inspeção Federal (SIF), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

A matéria-prima utilizada nas embalagens segue um rigor técnico e é composta somente de substâncias comprovadamente seguras. Há, ainda, o cuidado com as máquinas, os equipamentos e as instalações destinadas à fabricação das embalagens.

In 2017 the visual identity and the communication of the products were renewed. More modern and connected, the new visual codes seek to strengthen the positioning of the proximity brand and enhancement of relationships. In 2018, Frimesa relaunched the "Friminho" brand in the market, focused on the children segment. With the redesign of the brand, a new character and new communication, they were placed on the market with 15 new products to increase retail presence in this category. The novelty arrived in stores in renewed packaging, bringing the innovation of Augmented Reality, differential in communication with the consumer, who can interact with the product through the cell phone and still find out how the food that is going to be consumed is manufactured.

Frimesa maintains a dedicated team to regulatory issues and legislation of their products and labeling, with the mission to meet the standards and laws and also promote the nutritional improvement of products and ingredients to provide consumers with healthy eating and quality. Adapting to regulatory changes is a major challenge in risk management, avoiding sanctions and ensuring the reputation of the cooperative.

Among these actions is the adequacy to the National Plan for Sodium Reduction (2015-2017). Frimesa reformulated over 40 products, processed items from six production lines (cheese, curd, hams, sausages, burgers and wiener sausages), to accomplish the reduction goal. In 2018 about 200 tons of sodium were no longer used in these products. The cooperative is already working to meet the Sugar Reduction Plan from 2020 to 2022, which will mainly impact dairy products.

In the context of product liability, Frimesa meets in one hundred percent of their food, different labeling requirements, as determined by the laws of the markets in which it operates. The labels provide information on the composition, nutritional table, name, net weight, storage conditions, manufacturing date, expiry date and manufacturer data unit, plus information on ingredients that might cause allergies - given the resolution of the Surveillance Agency Sanitary. All product labels also have the stamp of Federal Inspection Service (SIF) of the Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA).

The raw material used in the packaging follows a technical rigor and is composed only of substances that are proven to be safe. There is also the care with the machines, the equipment and the facilities destined to the manufacture of the packages.

IMPACTO PÓS-CONSUMO: Para orientar os consumidores finais sobre a destinação adequada das embalagens pós-consumo, a Frimesa insere em todas as embalagens de seus produtos, símbolos que permitem identificar o tipo de material utilizado. Esse procedimento segue as regras de Rotulagem Ambiental determinadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas, por meio da ABNT NBR 16182.

POST-CONSUMPTION IMPACT: In order to advise final consumers on the proper destination of the post consumer packaging, Frimesa inserts in all the packaging of its products, symbols that allow to identify the type of material used. This procedure follows the rules of Environmental Labeling determined by the Brazilian Association of Technical Standards, through the NBR 16182.



Rotulagem padrão, item obrigatório em embalagens para todos os mercados.

Standard labeling, mandatory item in packaging for all markets

COMUNICAÇÃO COM O MERCADO

COMMUNICATION WITH THE MARKET

Para promover a marca e seus produtos, em 2017 e 2018, a Frimesa intensificou suas ações de comunicação com a campanha “A carne que o mundo prefere”. O objetivo foi desmistificar informações errôneas sobre a carne suína, mostrando para o brasileiro que, por ser segura, saudável, versátil e ter boa relação de custo-benefício, essa carne é a preferida no mundo.

A campanha também posicionou a Frimesa como especialista na categoria, apresentando sua diversificada linha de cortes suínos. Foram lançados 12 cortes, alguns inéditos para o mercado, como coxão mole e alcatra, e promovidas adequações no nome de cortes, como filé mignon, picanha e panceta, para facilitar a compreensão por parte do consumidor.

Utilizando os meios off-line e online, a campanha chamou a atenção no segmento de carne suína e despertou o interesse do consumidor com peças de comunicação inusitadas e divertidas, que mostraram o consumo do produto no Japão, China e Europa. O esforço publicitário atingiu 80% do público-alvo, e a plataforma digital acarnequeomundoprefere.com.br, rica em informações sobre os produtos, deu suporte à campanha.

In order to promote the brand and its products, in 2017 and 2018, Frimesa intensified its actions of communication with the campaign “The meat that the world prefers”. The objective was to demystify erroneous information about pork, showing the Brazilian that because it is safe, healthy, versatile and have a good cost-benefit ratio, this meat is the preferred meat in the world.

The campaign also positioned Frimesa as a specialist in the category, presenting its diversified line of pork cuts. Twelve cuts were launched, some of them unheard of for the market, such as topside and rump steak, and adjustments were made in the name of cuts such as filet mignon, filet steak and bacon, to facilitate understanding by the consumer.

Using the offline and online media, the campaign drew attention to the pork segment and aroused consumer interest with unusual and fun communication pieces that showed the consumption of the product in Japan, China and Europe. The advertising effort reached 80% of the target audience, and the digital platform “acarnequeomundoprefere.com.br”, rich in product information, supported the campaign.

Três gerações

*Tree
generations*



- Milanesa com alcatra suína? Não foi assim que eu te ensinei, filha.

- Milanese with pork swine? That's not how I taught you, daughter.



A carne
que o mundo
Prefere

The meat that the world prefers



acarnequeomundoprefere.com A ferramenta de comunicação na internet foi criada para dar suporte à campanha publicitária e, ao mesmo tempo, servir como canal de relacionamento com o consumidor. Por meio de ampla exposição sobre a marca Frimesa e a carne suína, o usuário tem acesso a conteúdo sobre os diversos cortes de carne suína e como prepará-los. A plataforma traz, ainda, informações sobre produção desde a origem, passando pela segurança nutricional, até os mitos e verdades em relação ao consumo da carne suína.

acarnequeomundoprefere.com.br (the meat that the world prefers): The communication tool on the Internet was created to support the advertising campaign and at the same time serve as a relationship channel with the consumer. Through extensive exposure on the brand Frimesa and pork, the user has access to content on the various cuts of pork and how to prepare them. The platform also includes information on production from the origin, through nutritional security, to myths and truths regarding the consumption of pork.



- Hummm... Delícia isso.
- É Alcatra Suína Frimesa.
- Suína?

- Hmmm... this is delicious
- It's Frimesa's pork rump.
- Pork?



- É! Tem também a picanha suína, o mignon suíno...
- Sério?

- Ahã! Não é à toa que a carne suína é a mais consumida do mundo.

- Yes, there is also the pork chop, the pork mignon ...
- Seriously?

- Yes! It is not by chance that pork is the most consumed in the world.



- Do mundo? Ah, vá... Até na Escandinávia?
- Sei lá, acho que sim...

- Of the world? Oh, go on ... even in Scandinavia?
- I do not know, I think so...



Viking

Viking



CANAL COM O CONSUMIDOR

CHANNEL WITH THE CONSUMER

Para se relacionar com os clientes e consumidores, a Frimesa disponibiliza diversos canais voltados a facilitar o contato e solucionar eventuais problemas que possam ocorrer. O SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) está de acordo com os quesitos SAC 3.0, dispondo de um sistema de interação com multicanais, que permite atendimento ágil e de acordo com o perfil do público que faz o contato. Essa ferramenta de conversação integra o SAC tradicional por telefone 800, disponibilizado pela linha 0800 45 2088, e as plataformas digitais www.frimesa.com.br/faleconosco/, o e-mail sac@frimesa.com.br, as redes sociais Facebook, WhatsApp, Instagram e Twitter, e ainda os sites acarnequeomundoprefere.com.br e Friminho.com.br.

Por meio desses canais foram realizados, em 2018, 24.044 atendimentos. Todos os registros e históricos são mantidos para fornecer o máximo de informações do ponto de vista do consumidor e contribuir para a melhoria das decisões estratégicas da empresa.

Além disso, há o monitoramento da satisfação dos consumidores por meio dos sites externos de reclamações, como o Reclame Aqui (www.reclameaqui.com.br), canal que dá o feedback das manifestações realizadas pelos consumidores. Esse espaço virtual considera os seguintes indicadores: índice de resposta, índice de solução, índice de clientes que voltariam a fazer negócio, além de nota média dada pelos consumidores e do tempo médio de resposta.

A gestão de satisfação dos consumidores e clientes da Frimesa realiza pesquisas bimestrais e mensais que fazem escala de comparação com as principais marcas concorrentes no mercado. A análise técnica comparativa aponta o grau de importância para o consumidor em cada aspecto e atributo. A Frimesa manteve uma média de satisfação de 86,5% no ano de 2018.

In order to relate to customers and consumers, Frimesa offers several channels aimed at facilitating contact and solving eventual problems that may occur. The SAC (Customer Service Department) is in accordance with the requirements of SAC 3.0, having a system of interaction with multi-channel, which allows agile service and according to the profile of the public that makes the contact. This conversation tool integrates the traditional SAC by telephone 800, available through the line 0800 45 2088, and the digital platforms www.frimesa.com.br/faleconosco/, the e-mail sac@frimesa.com.br, the social networks Facebook, WhatsApp, Instagram and Twitter, as well as the websites acarnequeomundoprefere.com.br and Friminho.com.br.

Through these channels, in 2018, 24,044 consultations were carried out. All records and histories are maintained to provide the maximum information from the consumer's point of view and contribute to the improvement of the company's strategic decisions.

In addition, there is the monitoring of customer satisfaction through external complaint websites, such as "Reclame Aqui" (www.reclameaqui.com.br), a channel that gives feedback on the opinion given by consumers. This virtual space considers the following indicators: response index, solution index, index of customers that would do business, in addition to the average rating given by consumers and the average response time.

Frimesa's clients and customers satisfaction management conducts bimonthly and monthly surveys that make a comparison scale with the main competing brands in the market. The comparative technical analysis points out the degree of importance to the consumer in each aspect and attribute. Frimesa maintained an average of 86.5% satisfaction in 2018.





Nosso portfólio busca atender as
novas necessidades de consumo.

*Our portfolio tries to satisfy new
consumption needs*

QUALIDADE E SEGURANÇA DOS ALIMENTOS

QUALITY AND FOOD SAFETY

Frimesa está atenta à sua responsabilidade de oferecer produtos íntegros, seguros e com qualidade porque entende que a capacidade de crescimento depende diretamente da confiança das pessoas na empresa e na marca. Por isso, há um extenso trabalho de acompanhamento da cadeia de produção, parcerias com fornecedores e capacitação dos colaboradores para garantir que os alimentos da marca Frimesa cheguem à mesa dos consumidores nas condições exigidas pelo mercado. Há também o cuidado para que todas as operações estejam de acordo com o que há de mais moderno em termos de exigências regulatórias e certificações.

A Política da Qualidade da Frimesa está alinhada aos valores da marca, e é a orientação estratégica que determina procedimentos e diretrizes para a produção de alimentos confiáveis, seguros e de qualidade. A empresa mantém, ainda, um rigoroso controle dos processos por meio de auditorias periódicas, que norteiam e avaliam as atividades praticadas diariamente pelas equipes.

Esses controles se estendem também para prestadores de serviço, centros de distribuição e fornecedores, nos quais, são realizadas auditorias com base em avaliação de risco para validação das conformidades quanto aos padrões de qualidade, sanitários, ambientais e legais exigidos.

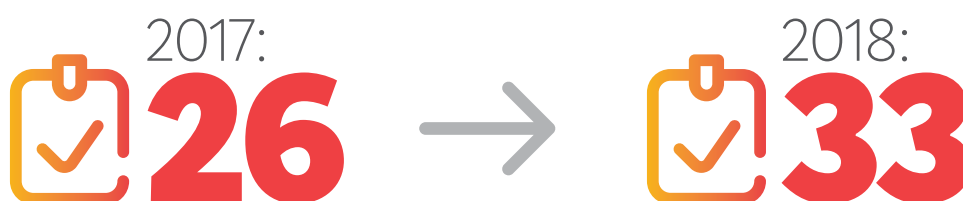
Frimesa is aware of its responsibility to offer integrated, safe and quality products because it understands that the capacity for growth depends directly on the trust of the people in the company and the brand. Therefore, there is extensive work to monitor the production chain, partnerships with suppliers and training of employees to ensure that the foods of the brand Frimesa reach the table of consumers under the conditions demanded by the market. Care must also be taken to ensure that all operations are according to the latest requirements in terms of regulatory requirements and certifications.

Frimesa's Quality Policy is according to the brand values and it is the strategic guideline that determines procedures and guidelines for the production of reliable, safe and quality food. The company also maintains a strict control of the processes through periodic audits, which guide and evaluate the activities practiced daily by the teams.

These controls are also extended to service providers, distribution centers and suppliers, where audits are performed based on risk assessment for validation of compliance with the required quality, health, environmental and legal standards.

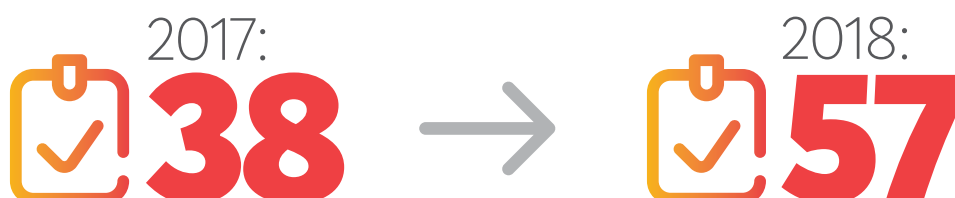
Números de auditorias recebidas nas plantas fabris:

Number of audits received at manufacturing plants:



Números de auditorias realizadas em fornecedores e prestadores de serviço:

Number of audits performed on suppliers and service providers:





Análises são realizadas para assegurar a qualidade dos nossos produtos.

Analyzes are performed to ensure the quality of our products.

A Frimesa mantém laboratórios em suas unidades de produção e um laboratório central na sede em Medianeira. Em 2018 foram realizadas 1.786.320 análises para assegurar a qualidade do que foi produzido pela empresa. O laboratório central está estruturando seu sistema de gestão para atender à Norma ISO/IEC 17025 e, com isso, ter seu reconhecimento formal de competência técnica para a realização de ensaios. A área de gestão da Qualidade conta com laboratórios para análise e monitoramento das matérias-primas, produtos em processos e produtos finais.

As linhas industriais contam com planos de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), Boas Práticas de Fabricação (BPFs) e Procedimento Padrão de Higiene Operacional (PPHO) – que são requisitos importantes para garantir segurança dos alimentos fabricados.

As diretrizes de garantia de procedência e segurança dos alimentos da Frimesa estabelecem que os animais entregues no frigorífico estejam com peso entre 115 e 130 kg, espessura de toucinho abaixo de 17 mm e percentual de carne magra acima de 60% do peso da carcaça. Da mesma forma, devem estar dentro dos padrões sanitários, após a avaliação e liberação do lote pelo médico veterinário responsável, e ter cumprido o período de carência de fármacos.

Frimesa maintains laboratories in its production units and a central laboratory at the headquarters in Medianeira. In 2018, 1,786,320 analyzes were carried out to ensure the quality of what was produced by the company. The central laboratory is structuring its management system to comply with ISO / IEC 17025 and, with this, to have its formal recognition of the technical competence to carry out the tests. The Quality management area has laboratories for analysis and monitoring of raw materials, products in processes and final products.

Industrial lines have Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), Good Manufacturing Practices (GMPs) and Standard Operating Procedures (PPHO) - which are important requirements to ensure the safety of manufactured foods.

Frimesa's guarantee of origin and food safety guidelines establish that the animals sent to the refrigerator are weighing between 115 and 130 kg, backfat thickness below 17 mm and a percentage of lean meat over 60% of the carcass weight. Likewise, they must be within the sanitary standards, after the evaluation and release of the lot by the responsible veterinarian, and have fulfilled the period of lack of drugs.

CERTIFICAÇÃO

CERTIFICATION



Em 2016 a Frimesa conquistou a certificação IFS Global Markets em suas principais unidades fabris (Medianeira, Matelândia e Marechal Candido Rondon – UFQ). Essa certificação avalia a segurança e qualidade dos produtos alimentícios por meio de requisitos baseados no Sistema de Gestão, nas Boas Práticas de Fabricação e no Controle de Perigos nos Alimentos. O próximo passo para a empresa é conseguir uma Certificação IFS Food. Para isso, estão sendo realizadas auditorias internas e auditorias prévias com organismos de certificação.

Enquanto se prepara, a Frimesa está desenvolvendo diversos programas que visam reforçar seu sistema de gestão, como:

- **PROGRAMA FOOD DEFENSE:** baseia-se em uma análise de perigos e riscos associados à segurança da unidade fabril. Criado em 2016, esse programa busca identificar e minimizar pontos vulneráveis da unidade. Foi realizado treinamento com pessoas-chaves e criada uma equipe para analisar os riscos e sugerir medidas preventivas para aumentar a segurança. Alguns resultados desse programa são: a instalação de câmeras em pontos estratégicos e maior rigor no controle do acesso de visitantes e prestadores de serviços externos às unidades fabris.
- **PROGRAMA FOOD FRAUD:** iniciado em 2018, esse programa baseia-se na avaliação da vulnerabilidade de todas as matérias-primas, os ingredientes e materiais de embalagens. Na prática, avalia-se o risco de cada um desses itens e a possibilidade de fraudes relativas à substituição, adulteração ou falsificação. Foram criados critérios e planos de mitigação para controlar qualquer risco identificado.
- **PROGRAMA CULTURA DE SEGURANÇA DOS ALIMENTOS:** visa criar indicadores e ferramentas para mensurar a cultura dos colaboradores no quesito de segurança de alimentos e estabelecer ações de melhoria que sejam praticadas por todos. Para isso, foram realizados treinamentos com gerentes, supervisores, encarregados e pessoas-chaves do processo e criado um canal de comunicação com o colaborador, via intranet. Esse programa iniciou em 2018 e continua em desenvolvimento.

In 2016 Frimesa won the IFS Global Markets certification in its main manufacturing units (Medianeira, Matelândia and Marechal Candido Rondon - UFQ). This certification evaluates the safety and quality of food products through requirements based on the Management System, Good Manufacturing Practices and Food Hazard Control. The next step for the company is to achieve an IFS Food Certification. For this, internal audits and previous audits with certification organs are being carried out.

While preparing, Frimesa is developing several programs that aim to strengthen its management system, such as:

- **FOOD DEFENSE PROGRAM:** is based on an analysis of hazards and risks associated with the safety of the plant. Created in 2016, this program has the objective to identify and minimize vulnerabilities of the unit. Training was conducted with important employees and a group was created to analyze the risks and suggest preventive measures to increase security. Some results of this program are: the installation of cameras at strategic points and greater rigor in the control of access of visitors and service providers external to the plants.
- **FOOD FRAUD PROGRAM:** started in 2018, this program is based on assessing the vulnerability of all raw materials, ingredients and packaging materials. In practice, the risk of each of these items and the possibility of fraud concerning substitution, tampering or falsification are assessed. Criteria and mitigation plans have been developed to control any identified risks.
- **CULTURE PROGRAM FOR FOOD SAFETY:** aims to create indicators and tools to measure the culture of employees in the matter of food safety and establish improvement actions that are practiced by all. For this, training with managers, supervisors, foremen and other people were conducted and a channel of communication was created with employees by the intranet. This program started in 2018 and is still under development.

A photograph of a woman in a grocery store aisle, looking at packaged meat products. She is wearing a grey t-shirt and a blue apron. The aisle is filled with various packaged meats, including packages of 'LINGUIÇA DE PEIXE' (fish sausage) and 'LINGUIÇA TOSCANA' (Tuscan sausage) from the brand 'Frimesa'. The packages are arranged on shelves, and the woman is standing in front of them, looking at them. The background is slightly blurred, showing other parts of the store.

Presença no
varejo brasileiro.

*Presence in Brazilian
retail.*



Boas práticas no manuseio e
armazenagem dos produtos.

*Good practices in the
handling and storage of
products.*

GESTÃO DE FORNECEDORES:

Para a Frimesa, a relação com fornecedores e prestadores de serviços deve ser baseada no respeito, disciplina e confiança, no cumprimento das leis e normas nacionais e internacionais vigentes, e no trabalho em conjunto pelos melhores interesses de ambas as partes.

A cooperativa seleciona e mantém seus fornecedores e prestadores de serviços de acordo com critérios técnicos, transparentes, profissionais e éticos. Em nenhuma circunstância os fornecedores da Frimesa devem usar ou beneficiar-se, de qualquer forma, de trabalhos forçados ou compulsórios.

Um processo de monitoramento define critérios para avaliação e qualificação dos fornecedores, e orienta as áreas envolvidas no sentido de adquirir material e serviços de empresas que estejam em consonância com a segurança, integridade, legalidade e qualidade dos produtos Frimesa. Foram criadas categorias para classificar e monitorar os fornecedores com base nos riscos relativos a: segurança do alimento, susceptibilidade a fraude, potencial alergênico e food defense.

COMPROMISSO DOS FORNECEDORES COM A QUALIDADE E MEIO AMBIENTE: A Frimesa espera que seus fornecedores respeitem e preservem o meio ambiente praticando ações preventivas. O uso responsável da água e o tratamento adequado dos resíduos sólidos, líquidos e gasosos são obrigações, assim como o cumprimento da legislação ambiental.

A empresa considera que o desenvolvimento atual não pode comprometer as gerações futuras. Os produtos e serviços entregues à Frimesa devem atender à legislação vigente e aos padrões estabelecidos nas fichas técnicas (especificações) acordadas. Qualquer alteração nos produtos ou serviços fornecidos deve ser comunicada previamente. Em caso de danos causados por lotes em desacordo com as especificações ou legislações, a Frimesa poderá solicitar o ressarcimento.

Nesse sentido, a cooperativa poderá fazer análises e acompanhar o desempenho do produto ou serviço para conferir se está de acordo com a especificação e com os documentos normativos. Em caso de não conformidade, adotará medidas cabíveis que afetarão o recebimento das próximas entregas e relações comerciais futuras.

SUPPLIERS MANAGEMENT:

For Frimesa, the relationship with suppliers and service providers should be based on respect, discipline and trust, compliance with current national and international laws and regulations, and working together for the best interests of both parts.

The cooperative selects and maintains its suppliers and service providers according to technical, transparent, professional and ethical criteria. Under no circumstances should Frimesa suppliers use or benefit from forced or compulsory labor in any way.

A monitoring process defines criteria for evaluation and qualification of suppliers, and guides the areas involved in acquiring material and services from companies that are according to the safety, integrity, legality and quality of Frimesa products. Categories were created to classify and monitor suppliers on the basis of risk related to: food security, susceptibility to fraud, potential allergen and food defense.

COMMITMENT OF SUPPLIERS TO QUALITY AND ENVIRONMENT: *The Frimesa expects its suppliers to respect and preserve the environment by practicing preventive actions. The responsible use of water and the proper treatment of solid, liquid and gaseous wastes are obligations, as well as compliance with environmental legislation.*

The company believes that the current development can not compromise future generations. The products and services delivered to Frimesa must comply with the current legislation and the standards established in the agreed technical specifications. Any changes in the products or services provided must be communicated in advance. In the event of damages caused by batches in disagreement with the specifications or legislation, Frimesa may request compensation.

In this sense, the cooperative can perform analyzes and monitor the performance of the product or service to check if it is in accordance with the specification and normative documents. In case of non-compliance, it will adopt appropriate action that will affect the receipt of the next deliveries and future commercial relations.

NOSSOS INDICADORES FINANCEIROS

OUR FINANCIAL INDICATORS

A economia é a base da sustentabilidade de qualquer empreendimento. Para manter boa representatividade no mercado, a Frimesa tem elaborado grandes projetos junto com as suas cinco cooperativas filiadas: Copacol, C.Vale, Copagril, Lar e Primato. A intenção é atender às demandas produtivas e tornar a cooperativa lucrativa e vantajosa. O controle financeiro fez com que a Frimesa, em 2018, se mantivesse estável e confiável, favorecendo a conquista de novos mercados, tanto internos como externos. Esse resultado vem do esforço de todos os envolvidos que, de forma dinâmica e inovadora, sob o amplo guarda-chuva da intercooperação, têm como foco levar alimentos de valor à mesa dos consumidores.

Um dos principais desafios enfrentados foi o impacto do fechamento das exportações para a Rússia, em dezembro de 2017. Mais de um terço das exportações brasileiras de carne suína eram destinados àquele país. A produção que era importada pela Rússia teve que ser recolocada em outros mercados externos e no mercado interno, na forma de carne in natura ou de produtos processados. A solução foi abrir mercados menores, como Singapura, Hong Kong e até a China, que receberam parte da produção, mas com preços bem mais baixos dos praticados com a Rússia. Com a sobra de carne no mercado doméstico, os preços caíram, tanto no Brasil quanto nas vendas para o exterior.

Outro fator negativo foi o aumento dos custos. O câmbio subiu, elevando as cotações de milho, farelo, soja, e isso aumentou o custo de produção. Com a recente queda do dólar, a produção que foi realizada com altos custos está sendo vendida a preços baixos.

A redução do poder aquisitivo das pessoas também afetou bastante o mercado da Frimesa. Todos estão com menos dinheiro e consumindo menos. Assim, a oferta se manteve, mas a demanda diminuiu, e esse desequilíbrio de oferta e demanda faz com os preços caiam.

A Frimesa cresceu 321,45% em faturamento no período de 2008 a 2018, resultado das estratégias de investimentos em ampliação e modernização das plantas industriais, com foco no aumento da produção de itens com maior valor agregado.

The economy is the basis of the sustainability of any enterprise. In order to maintain good market representativeness, Frimesa has developed large projects together with its five affiliated cooperatives: Copacol, C.Vale, Copagril, Lar and Primato. The intention is to meet productive demands and make the cooperative profitable and credible. The financial control made Frimesa, in 2018, stable and reliable, favoring the conquest of new markets, both internal and external. This result comes from the efforts of all those involved who, in a dynamic and innovative way, under the umbrella of intercooperation, are focused on bringing valuable foods to the consumers' table.

One of the main challenges faced was the impact of the closure of exports to Russia in December 2017. More than a third of Brazilian exports of pork were destined for that country. Production that was imported by Russia had to be relocated to other external markets and to the domestic market, in the form of fresh meat or processed products. The solution was to open smaller markets, such as Singapore, Hong Kong and even China, which received part of the production, but with prices much lower than those practiced with Russia. With the surplus meat in the domestic market, prices fell, both in Brazil and in sales abroad.

Another negative factor was the increase in costs. The exchange rate rose, raising the prices of corn, bran, soy, and this increased the cost of production. With the recent fall in the dollar, production that was carried out at high costs is being sold at low prices.

The reduction in people's purchasing power also affected the Frimesa market. Everyone has less money and consuming less. Thus supply has remained, but demand has declined, and this imbalance of supply and demand causes prices to fall.

Frimesa grew by 321.45% in revenues from 2008 to 2018, as a result of investment strategies in the expansion and modernization of industrial plants, focused on increasing the production of items with higher added value.

Em 2018 a produção dos itens derivados de suínos cresceu 8,77%, e dos derivados de leite teve uma redução de 6,25% nos volumes físicos, influenciada também pelo mix de produtos. O faturamento cresceu 3,31% sobre o de 2017, reflexo do quadro recessivo da economia brasileira e das dificuldades de repasse de preços aos produtos industrializados.

In 2018, the production of pork products grew by 8.77%, and milk derivatives had a reduction of 6.25% in physical volumes, also influenced by the product mix. Sales grew by 3.31% over 2017, reflecting the recession in the Brazilian economy and the difficulties of transferring prices to industrialized products.

RECEITA

REVENUES

O faturamento bruto da Frimesa em 2018 foi de R\$ 2,925 bilhões, distribuídos em 69,95% na Área de Negócio Carne, 28,79% no leite e 1,26% na revenda. Desse total, 86,85% são da participação no mercado nacional, e 13,15%, das exportações.

Frimesa's gross revenue in 2018 were R\$ 2.925 billion, distributed in 69.95% in the Meat Business Area, 28.79% in milk and 1.26% in resale. Of this total, 86.85% is of the participation in the national market, and 13.15%, of exports.

No faturamento da Área de Negócio Carne, os grupos de produtos que mais se destacaram foram os industrializados, com R\$ 1,2 bilhão, representando 58,80% do faturamento. Já os congelados geraram R\$ 255 milhões, que equivalem a 12,49%, e a exportação, R\$ 383 milhões, representando 18,74%.

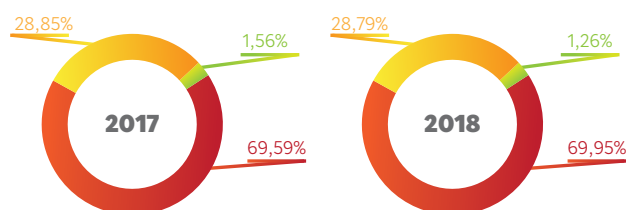
In terms of revenues from the Meat Business Area, the product groups that stood out the most were the industrialized ones, with R\$ 1.2 billion, representing 58.80% of sales. The frozen ones generated R\$ 255 million, which corresponds to 12.49%, and exports, R\$ 383 million, representing 18.74%.

No faturamento da Área de Negócio Leite, o grupo que mais se destacou foi o industrializado (queijos e derivados lácteos), com R\$ 735 milhões, representando 87,30% do faturamento.

In the revenue of the Milk Business Area, the group that stood out the most was the industrialized (cheeses and dairy products), with R\$ 735 million, representing 87.30% of sales.

FATURAMENTO POR ÁREA DE NEGÓCIOS

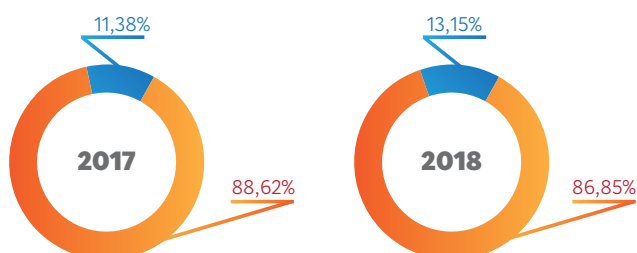
BILLING BY BUSINESS AREA



	2017 em milhões in millions	2018 em milhões in millions
Revenda Resale	R\$ 44.217	R\$ 36.734
Lácteos Dairy	R\$ 816,99	R\$ 842,27
Carnes Meat	R\$ 1.970,65	R\$ 2.046,47

FATURAMENTO POR TIPO DE MERCADO

BILLING BY TYPE OF MARKET



	2017 em milhões in millions	2018 em milhões in millions
Mercado Interno Intern market	R\$ 2.509,70	R\$ 2.540,77
Mercado Externo External market	R\$ 322,15	R\$ 384,70

ENDIVIDAMENTO

NET BANK DEBT

O endividamento bancário líquido cresceu R\$ 106 milhões em 2018, subindo 29,82% em relação ao ano anterior. Esse aumento deriva das dificuldades na geração de margem operacional e resultados; do crescimento, em R\$ 84 milhões, das contas a receber; dos investimentos de R\$ 64 milhões em imobilizações; e da ampliação dos estoques em R\$ 32 milhões. Essas variações não foram cobertas pelas fontes de financiamento naturais (fornecedores e outros), levando a Frimesa a recorrer a financiamentos bancários para a cobertura das operações.

O crescimento das contas a receber deu-se pelo alto faturamento e também pelos maiores prazos de recebimento, negociados com os clientes, em dezembro de 2018. A estratégia foi empregada como fator de venda e competitividade no mercado. Dessa forma, as vendas aos clientes foram financiadas acima do padrão normal somente o final do exercício.

O perfil do endividamento bancário líquido está concentrado em 74,69% a longo prazo e 25,31%, a curto prazo.

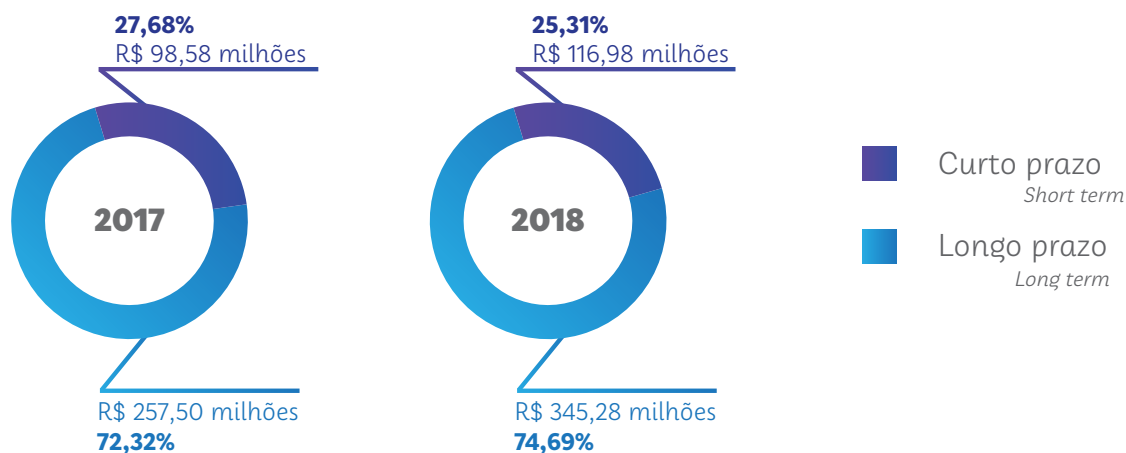
Net banking debt increased by R\$ 106 million in 2018, up 29.82% over the previous year. This increase derives from difficulties in generating operating margin and results; the increase of R\$ 84 million in accounts receivable; of investments of R\$ 64 million in fixed assets; and the increase of stock by R\$ 32 million. These variations were not covered by the natural sources of financing (suppliers and others), causing Frimesa to use bank financing to cover operations.

The growth in accounts receivable was due to the high revenues and also to the longer delivery times negotiated with customers in December 2018. The strategy was used as a selling factor and competitiveness in the market. In this way, sales to customers were financed above the normal standard only at the end of the year.

The net banking debt profile is concentrated in 74.69% in the long term and 25.31% in the short term.

PERFIL DO ENDIVIDAMENTO BANCÁRIO LÍQUIDO EM MILHÕES

PROFILE OF NET BANK DEBT IN MILLIONS

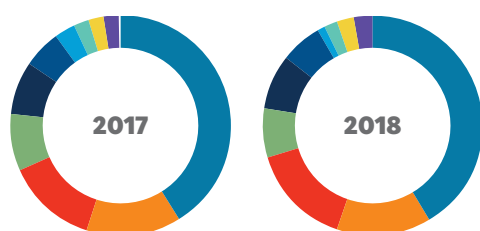


DISTRIBUIÇÃO DA RIQUEZA

WEALTH DISTRIBUTION

Por meio da transformação de matérias-primas em alimentos, a Frimesa contribui com todos os envolvidos em sua cadeia de valor e com as comunidades nas quais está inserida. Nesse contexto, cerca de 92% do faturamento da Frimesa em 2018 foram distribuídos aos participantes das atividades do seu cotidiano, compreendendo as cooperativas filiadas, os fornecedores de insumos e de materiais diversos, o governo (pelos impostos), funcionários e transportadores.

Through the transformation of raw materials into food, Frimesa contributes with all those involved in its value chain and with the communities in which it is inserted. In this context, approximately 92% of Frimesa's revenues in 2018 were distributed to participants in its day-to-day activities, including affiliated cooperatives, suppliers of inputs and various materials, government (by taxes), employees and transporters.



	2017	2018
Filiadas.....	41,56%	41,61%
Affiliates		
Governo (impostos).....	14,20%	13,82%
Government (Taxes)		
Forn. Insumos.....	13,26%	15,07%
Input Suppliers		
Forn. Diversos.....	8,40%	7,02%
Several Suppliers		
Funcionários.....	7,88%	8,15%
Staff		
Transportadores.....	5,58%	6,23%
Carriers		
Resul. Op. Líq. Antes Impostos.....	2,31%	1,06%
Net Operating Income Before Taxes		
Repres. Comerciais.....	2,10%	2,00%
Sales Representatives		
Clientes.....	2,43%	2,41%
Customers		
Outros Diversos.....	2,27%	2,63%
Other Miscellaneous		



Unidade Industrial de Lácteos, em Marechal Cândido Rondon

Dairy Industrial Unit, in Marechal Cândido Rondon

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

STATEMENT OF INCOME

O crescimento do faturamento em 3,31% e do volume vendido em 2,81%, sobre 2017, não fizeram frente ao aumento dos custos, que ficaram na ordem de 5,71%. Também o aumento das despesas operacionais (principalmente pelo custo logístico – fretes) em 5,59%, e dos encargos financeiros líquidos em 36,12% (em função principalmente da diminuição das receitas financeiras), fizeram com que as margens fossem reduzidas, e o resultado de 2018 representou somente 0,96% do faturamento bruto.

The 3.31% growth in sales and the 2.81% revenues, over 2017, did not face the increase in costs, which were 5.71%. Also, the increase in operating expenses (mainly logistic cost - freight) by 5.59%, and net financial expenses by 36.12% (mainly due to the decrease in financial revenues), led to reduced margins, and the result of 2018 represented only 0.96% of gross revenue.

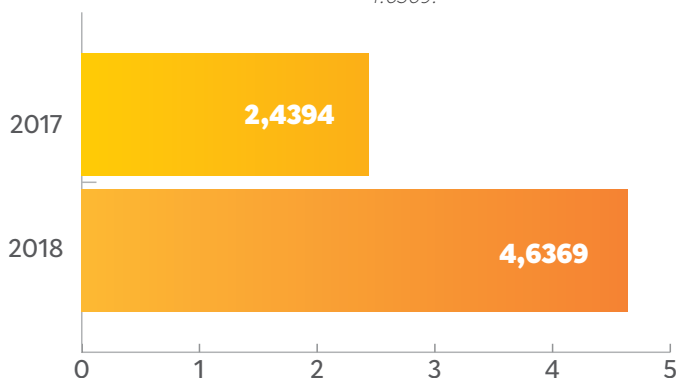
	2017		2018	
	em R\$	%	em R\$	%
RECEITA C/ VENDAS BRUTA <i>Revenue With Gross Sales</i>	2.831.867.113,14	100,00%	2.925.485.243,75	100,00%
DEDUÇÕES C/ VENDAS <i>Deductions Sales</i>	403.321.027,84	14,24%	416.075.632,61	14,22%
CUSTOS DOS INGRESSOS/VENDAS <i>Cost Of Goods Sold</i>	1.909.272.157,40	67,42%	2.018.333.247,56	68,99%
RESULTADO OP. BRUTO <i>Gross Operating Profit</i>	519.273.927,90	18,34%	491.076.363,58	16,79%
DESPESAS OPERACIONAIS <i>Operational Expenses</i>	544.211.008,34	19,22%	574.611.205,99	19,64%
OUTRAS REC. / DESP. OPERAC. <i>Other Income / Operational Expenses</i>	114.272.171,39	4,04%	150.865.272,32	5,16%
ENCARGOS FIN. LÍQUIDOS <i>Net Financial Charges</i>	26.765.963,88	0,95%	36.434.693,23	1,25%
PROVISÃO IMPOSTOS IRPJ E CSLL <i>Provision for income tax and social contribution</i>	4.822.100,24	0,17%	2.886.318,46	0,10%
SOBRAS/RES. LÍQ. DO EXERCÍCIO <i>Leftovers / Net Income For The Year</i>	57.747.026,83	2,04%	28.009.418,22	0,96%
EBITDA <i>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization</i>	145.968.821	5,15%	99.691.095	3,41%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO <i>Net Worth</i>	508.893.748,29		511.891.327,89	

ENDIVIDAMENTO BANCÁRIO LÍQUIDO X EBITDA

NET BANK DEBT X EBITDA

Em função das menores margens de lucratividade, o EBITDA da Frimesa fechou em R\$ 99,69 milhões. Por consequência disso e do aumento do endividamento bancário líquido, o múltiplo endividamento x EBITDA evoluiu de 2,4394 para 4,6369.

Due to the lower margins of profitability, Frimesa's EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) closed at R\$ 99.69 million. As a consequence of this and the increase in net bank debt, the multiple indebtedness increased EBITDA from 2.4394 to 4.6369.



INVESTIMENTOS

INVESTMENTS

De olho no mercado atual e futuro, a Frimesa investiu R\$ 64,8 milhões em 2018. Uma redução de 17,7 milhões de reais sobre o ano de 2017, em função do término de um ciclo de projetos de longo prazo.

Foram investidos R\$ 44 milhões em obras/construções, R\$ 16,7 milhões em máquinas e equipamentos, e o restante, em informática, móveis e outros.

A Área de Negócio Carne recebeu investimentos de R\$ 51,6 milhões em equipamentos e obras nas unidades industriais de Medianeira, Assis Chateaubriand e Marechal Cândido Rondon. Visando o aumento da produção de presuntos, defumados e melhorias nas áreas de utilidades (apoio à produção), foram investidos R\$ 14,9 milhões em máquinas e equipamentos para as unidades fabris.

Na Área de Negócio Leite foram investidos R\$ 5,0 milhões. Desses, R\$ 855 mil foram utilizados para a aquisição de equipamentos que serviram para alavancar a produção de leite fermentado, doce de leite, requeijões, além de melhorias nas áreas de utilidades (apoio à produção).

A Frimesa cumpre um planejamento estratégico de crescimento que vai até 2023 e tem como principal meta atingir um faturamento de R\$ 5 bilhões e resultado de sobras de R\$ 150 milhões. Entre as ações do futuro previstas estão: executar o projeto do Frigorífico de Assis Chateaubriand, potencializar vendas da produção, acelerar a implantação do Programa Suíno Certificado e definir o Sistema de Integração Leiteira.

Paying attention on the current and future market, Frimesa invested R\$ 64.8 million in 2018. A reduction of R\$ 17.7 million over the year 2017, due to the end of a long-term project cycle.

R\$ 44 million were invested in works/constructions, R\$ 16.7 million in machinery and equipment, and the remainder in computing, furniture and others.

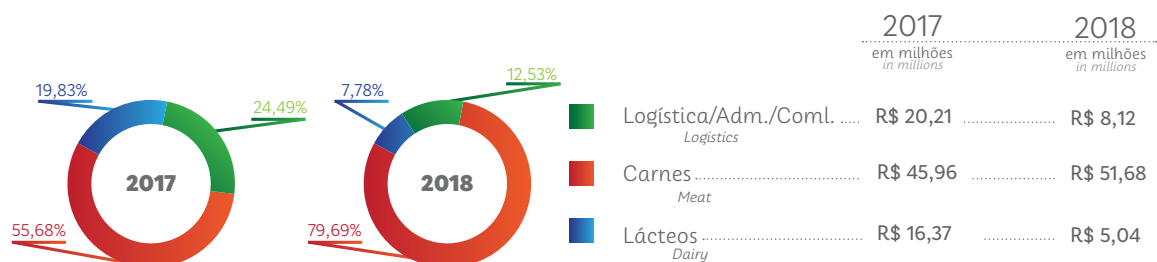
The Meat Business Area received investments of R\$ 51.6 million in equipment and works in the industrial units of Medianeira, Assis Chateaubriand and Marechal Cândido Rondon, and also in the Administrative Office in Medianeira. A total of R\$ 14.9 million was invested in machinery and equipment for the plants, aiming at increasing the production of hams, smoked products and improvements in the areas of utilities (production support).

In the Milk Business Area, R\$ 5.0 million were invested. Of these, \$ 855 thousand were used to purchase equipment that served to leverage the production of fermented milk, milk caramel, curd cheese, and improvements in utility areas (production support).

Frimesa fulfills a strategic growth plan that goes until 2023 and its main goal is to reach a turnover of R\$ 5 billion and a result of leftovers of R\$ 150 million. Among the actions planned for the future are: running the Assis Chateaubriand Frigorífico project, boosting production sales, accelerating the implementation of the Certified Swine Program and defining the Milk Integration System.

INVESTIMENTOS NAS ÁREAS DE NEGÓCIOS

INVESTMENTS IN BUSINESS AREAS



EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO NACIONAL DE SUÍNO C/SIF – BRASIL X FRIMESA

EVOLUTION OF NATIONAL SWINE PRODUCTION C / SIF – BRAZIL X FRIMESA

A carne suína continua sendo a mais consumida no mundo e, naturalmente, a mais produzida, representando, em 2017, 38% do total de carnes, que inclui também bovina, aves e ovinos. Mas o seu crescimento é menor que as outras carnes, ficando abaixo da metade no mesmo período.

A produção mundial de suínos se concentra, com 83%, em três países e na União Europeia. No comparativo 2005/2017, o Brasil teve um crescimento médio anual de 3,20%, contra 1,90% dos Estados Unidos e 1,40% da China. Entretanto, considerando os volumes e a participação, a China cresceu duas vezes e meia, e os EUA cresceram uma vez o que o Brasil cresceu, no mesmo período.

O Brasil é o quarto maior produtor mundial em carne suína, com 3,4% de participação (considerando o Bloco da União Europeia) e com bom crescimento proporcional, cerca de 38% na última década (2005 a 2017), e 9% de participação no mercado mundial de exportação desse produto.

O consumo per capita de carne suína no Brasil está 63% abaixo da média mundial: 14,7 kg, contra 40 kg no resto do mundo.

A Frimesa ocupa o quarto lugar no abate nacional de suínos com Serviço de Inspeção Federal (SIF), e o primeiro no Paraná. Por planta industrial, continua sendo a maior produtora do Brasil.

Do abate com SIF, a Frimesa participou com 6,01% do Brasil e 25,72% do Paraná em 2017, com 6,13% e 26,58% em 2018.

Pork continues to be the most consumed in the world and, of course, the most produced, representing in 2017 38% of all meat, which also includes cattle, poultry and sheep. But its growth is smaller than the other meats, being below the half.

The world production of swine is concentrated, with 83%, in three countries and in the European Union. Compared to 2005/2017, Brazil had an average annual growth of 3.20%, compared to 1.90% in the United States and 1.40% in China. However, considering volumes and participation, China grew by two and a half times, and the US once grew what Brazil grew in the same period.

Brazil is the fourth largest producer of pork in the world, with a 3.4% share (considering the EU Block) and with good proportional growth, about 38% in the last decade (2005 to 2017) and 9% in the world market for the export of this product.

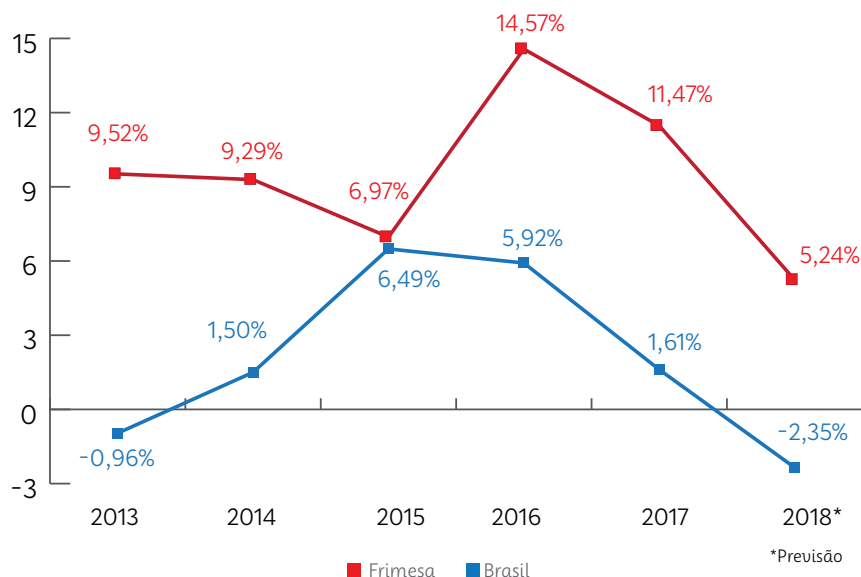
The consumption of pork per person in Brazil is 63% below the world average: 14.7 kg, against 40 kg in the rest of the world.

Frimesa ranks fourth in the national swine slaughter with Federal Inspection Service (SIF), and the first in Paraná. By industrial plant, it remains the largest producer in Brazil.

From slaughter with SIF, Frimesa participated with 6.01% of Brazil and 25.72% of Paraná in 2017, with 6.13% and 26.58% in 2018.

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO NACIONAL DE SUÍNO C/SIF

EVOLUTION OF NATIONAL SWINE PRODUCTION C / SIF





Unidade Industrial de Refrigerados, em Matelândia.
Refrigerated products industry in Matelândia

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO NACIONAL DE LEITE INSPECIONADO: BRASIL X FRIMESA

EVOLUTION OF NATIONAL PRODUCTION OF MILK INSPECTED: BRAZIL X FRIMESA

O Brasil ocupou, em 2017, o quarto lugar entre os países com maior produção leiteira, representando 5,2% do leite de vaca produzido no mundo.

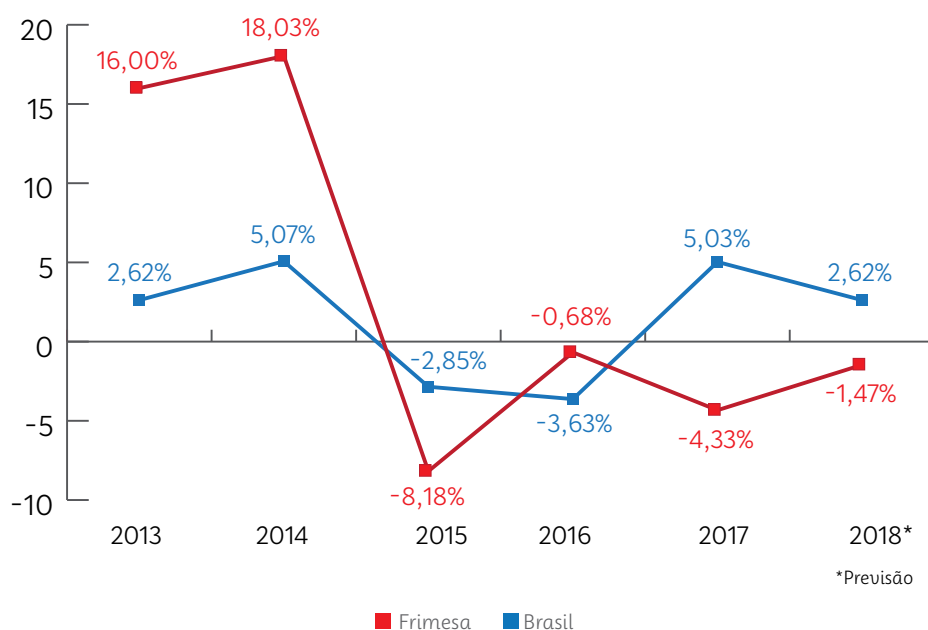
A produção de leite brasileiro (com SIF ou não) está concentrada nas regiões Sul e Sudeste, com 70% do total nacional.

Entre 2016 e 2018, a Frimesa teve uma redução média de produção de 2,16% ao ano, contra um crescimento médio de 1,34% no mercado brasileiro no mesmo período. Mas isso não representou perda de faturamento no Negócio Leite em função da intensificação da política de agregação de valor aos produtos.

In 2017, Brazil ranked fourth among the countries with the highest milk production, representing 5.2% of the world's cow's milk.

Brazilian milk production (with SIF or not) is concentrated in the South and Southeast regions, with 70% of the national total.

Between 2016 and 2018, Frimesa had an average production reduction of 2.16% per year, against an average growth of 1.34% in the Brazilian market in the same period. But this did not represent a loss of revenue in the Milk Business due to the intensification of the policy of adding value to the products.





NOSSA GENTE

OUR PEOPLE



GESTÃO DE PESSOAS

PEOPLE MANAGEMENT

Administração da Frimesa acredita que o crescimento sustentado depende do desenvolvimento dos seus colaboradores para conquistar prosperidade num ambiente de responsabilidade, comprometimento, iniciativa, cooperação e qualidade em servir. Para que esse processo seja materializado, adota a Gestão de Pessoas e oferece condições para que seus colaboradores possam desenvolver suas competências, promove a saúde e segurança e a responsabilidade social além de aplicar rigorosamente a legislação trabalhista.

O setor da atuação da Frimesa possui uma alta demanda de mão de obra, gera emprego no setor do agronegócio no Brasil com foco em desenvolver uma cultura de valores organizacionais em harmonia com as diretrizes do planejamento estratégico da Frimesa. Ao fim de 2018, 8520 pessoas compunham o quadro de colaboradores da Frimesa - entre empregados diretos, estagiários e aprendizes. Um aumento de 17% na geração de emprego comparando com 2017. Uma prática é priorizar a contratação de profissionais locais.

Em 2017 e 2018, a área de gestão de pessoas focou a melhoria de processos internos, implantação do e-Social (projeto do governo federal que visa simplificar o Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas), ampliou ações do programa Viva Mais e do fortalecimento da cultura organizacional. Ao longo dos últimos dois anos, fortaleceu a gestão de talentos e desenvolvimento das lideranças com a aplicação de treinamentos e workshops.

Na comunicação, o desafio é aprimorar o diálogo entre as lideranças e suas equipes, disponibilizar o acesso ao portal do colaborador externamente, focar no engajamento e no fortalecimento da Cultura organizacional. Atualmente, a Frimesa mantém os seguintes canais internos: portal do colaborador, intranet, reuniões relâmpagos, fundamentos corporativos, plano de comunicação e inovação, manual de produtos, mural interno, Revista Frimesa e reuniões gerenciais mensais.

Frimesa's administration believes that the sustained growth depends on the development of the employees to achieve prosperity in a responsible environment, commitment, initiative, cooperation and quality on serving. To this process be materialized, it uses the Personnel Management, which has the objective to offer conditions so that the employees can develop their skills, promote health and safety and social responsibility, besides applying strictly the labor rules.

Frimesa's sector of activity has a high demand for labor, also generates employment in the agribusiness sector in Brazil, focusing on developing a culture of organizational values in harmony with Frimesa's strategic planning guidelines. By the end of 2018, 8,520 people made up Frimesa's staff - among direct employees, outsourcers, trainees and apprentices. A 17% increase in employment generation compared to 2017. One practice in the company is to prioritize the hiring of local professionals.

In 2017 and 2018, the people management area focused on the improvements in the internal processes and implementation of "e-Social" (project the federal government aimed to simplify the Digital Bookkeeping System of Obligations Tax, Social Security and Labor), expanded actions of "Viva Mais" program and the strengthening of organizational culture. Over the past two years, it strengthened the management of talents and leadership development with the use of training and workshops.

In communication, the challenge is improving the dialogue between companies and their capabilities, providing access to the external employees portal, focusing on creating mechanisms and strengthening organizational culture. Currently, Frimesa has these internal resources: employees portal, intranet, executive meeting, corporate principles, communication and innovation plans, products manual, internal mural, Frimesa Magazine and monthly management meetings.

8.472

Empregos diretos 2018
People employed until 2018

44

Terceiros

Outsourced workers

48

Estagiários

Trainees

252

Jovens aprendizes

Young apprentices

VALORIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO:

Como parte do processo de desenvolvimento profissional há estímulos ao preenchimento das vagas pelos próprios colaboradores, razão pela qual são divulgadas internamente como Oportunidades de Crescimento. Prioriza-se ainda pessoas com deficiência enfatizando as potencialidades e necessidade de cada candidato, gerando satisfação, motivação e produtividade no trabalho. Para a promoção de cargo é visualizado desafios e responsabilidades, a busca pelo desenvolvimento e capacitação, avaliação do desempenho, tendo como mérito o resultado do trabalho, qualificações e seu potencial.

A atração e retenção de talentos parte da premissa de formar excelentes profissionais. Para isso o Programa Banco de Talentos está estruturado com a proposta de identificar e desenvolver potenciais talentos da organização, obtendo assim, profissionais com o conhecimento, valores, atitudes e habilidades mais adequadas para cada função. O programa é realizado em toda a empresa e suprirá a demanda dos cargos, através dos profissionais que apresentam o perfil mais adequado, independentemente de sua área de atuação. No ano de 2018 foram promovidos 44 colaboradores por meio do recrutamento interno

Uma das premissas da área de Gestão de Pessoas da Frimesa é oferecer à sua equipe remuneração e condições de trabalho com oportunidades de crescimento em um ambiente amigável e aberto ao desenvolvimento pessoal e profissional. Nessa área, os investimentos começam na fase de recrutamento dos novos colaboradores que é sempre impessoal e baseado estritamente em critérios como conhecimento técnico e potencial de desenvolvimento.

Para receber os novos colaboradores, o PIF – Programa Integração Frimesa leva informações institucionais, de Boas Práticas de Fabricação e Segurança Alimentar, Segurança e Qualidade de Vida e sobre Gestão de Pessoas. Estas informações são fundamentais para a melhor integração dos novos colaboradores ao ambiente de trabalho. A Central mantém o manual do colaborador disponível no portal.

VALORIZATION AND HUMAN DEVELOPMENT: As part of the professional development process, there are incentives to fill vacancies by the employees themselves, which is why they are disclosed internally as “Growth Opportunities”. It also prioritizes people with disabilities, emphasizing the potentialities and needs of each candidate, generating satisfaction, motivation and productivity at work. For the promotion of position will be the attribution of challenges and responsibilities, the search for development and training, performance evaluation, having as merit the result of the work, qualifications and the own potential.

The attraction and retention of talents starts from the premise of training excellent professionals. For this, the “Talent Bank Program” is structured with the proposal to identify and develop potential talents of the organization, thus obtaining professionals with the knowledge, values, attitudes and skills most appropriate for each function. The program is carried out throughout the company and will fit the demand of the positions, through the professionals who present the most appropriate profile, regardless of their area of performance. In 2018, 44 employees were promoted through internal recruitment.

One of the premises of the People Management area of Frimesa is to offer to the group payment and working conditions with opportunities for growth in a friendly environment and also open to personal and professional developments. In this area, investments are in the recruitment phase of new employees, which is impersonal and, at the same time, strictly based on criteria as technic knowledge and potential of development.

In order to receive the new employees, the PIF - Frimesa Integration Program takes institutional information as “Good Manufacturing Practices and Food Safety”, “Safety and Quality of Life” and “People Management”. This information is essential for better integration of new employees into the work environment. In this moment it is also presented the worker manual that is available on the portal.



Treinamento
para mais
oportunidades
de crescimento
profissional e
pessoal.

*Training for more
opportunities on
professional and
personal growth.*

A Frimesa oportuniza programas de estágios e de aprendizes nos quais as qualidades individuais são avaliadas no desempenho observado no dia a dia.

Na gestão do conhecimento, os programas de treinamentos e formação são pautados no tripé: comportamental, técnico/operacional e gestão. Em 2018, foram desenvolvidas 323.994 horas de treinamento, investimento este para atender o cumprimento legal, o direcionamento do planejamento estratégico e o banco de talentos. Como destaques neste período, a Frimesa introduziu a Qualificação Industrial de jovens aprendizes, com o curso de Robótica, Qualificação em Carnes e Derivados e Metalmeccânica. Treinamentos para o Fortalecimento da Cultura Organizacional com o estudo dos Fundamentos Corporativos em todas as unidades da Frimesa.

Ainda na modalidade, encerrou neste ano uma turma de pós-graduação, Engenharia da produção Enxuta, e a continuidade da pós-graduação em Gestão em Manutenção Industrial.

A Cooperativa realiza treinamentos na área de segurança do trabalho, como brigada de emergência, operador de máquinas (transpaletadeira, empilhadeira, ponte rolante), Bombeiro Civil, NR 10, NR13, NR12, NR 33, NR 35 e respectivas reciclagens, com 51.952 horas de treinamento e 5.451 pessoas treinadas nestes temas.

Oportuniza o programa de educação de jovens e adultos- EJA, bem como auxílio-educação para Curso Superior, Pós-graduação e curso técnicos.

Frimesa offers traineeship and apprenticeship programs in which individual qualities are evaluated in the performance observed on a daily basis.

In the management of knowledge, training and instructing programs are based on the tripod: behavioral, technical/operational and management. In 2018, 323,994 hours of training were done, to meet the legal norms, the strategic planning direction and the talent bank. As highlights in this period, Frimesa introduced the "Industrial Qualification" of young apprentices, with the course of Robotics, Qualification in Meats and Derivatives and Metalmechanics. Training for the Strengthening of Organizational Culture with the study of Corporate Fundamentals in all Frimesa units.

Also, ended this year a graduate group, Engineering of the production Enxuta, and the continuity of the postgraduate in Management in Industrial Maintenance.

Cooperativa carries out training in the area of work safety, such as emergency brigade, machine operator (transporter, forklift, overhead crane), Civil Firefighter, NR 10, NR13, NR12, NR 33, NR 35 (all brazilian normatives) and their update, with 51,952 hours of training and 5,451 people trained in these subjects.

We offer the youth and adult education program - "EJA", as well as educational aid for Higher Education, Postgraduate and technical courses.

Investimentos em 2018

R\$ 329.447.147

NO GRUPO FUNCIONAL

QUASE 20,62 % A MAIS DE
INVESTIMENTOS QUE EM 2017.

IN 2018 R\$ 329,447,147 WERE
INVESTED IN THE EMPLOYEES.
ALMOST 20,62% MORE THAN IN
2017 INVESTMENTS.

Tipos de treinamentos:

Types of trainings:

254.917

TÉCNICO

technical

26.919

COMPORTAMENTAL

behavioral

4189

GESTÃO

management

37.970

LEGAL

legal

Horas de treinamento:

Hours of training:

2017:

286.356

2018:

323.994

Oportunidades:

Opportunities:

264

**FUNCIONÁRIOS
PROMOVIDOS**

promoted employees

44

**RECRUTAMENTO
INTERNO**

internal recruitment

Escolaridade:

Level of schooling



34%

**FUNDAMENAL
INCOMPLETO**

*34% Incomplete Primary
Education*

8%

**FUNDAMENAL
COMPLETO**

*8% Complete Primary
Education*

11%

**ENS. MÉDIO
INCOMPLETO**

*11% Incomplete
High School*

33%

**ENS. MÉDIO
COMPLETO**

*33% Complete High
School*

6%

**SUPERIOR
INCOMPLETO**

*6% Incomplete
Higher Education*

8%

**SUPERIOR
COMPLETO**

*8% Complete
Higher Education*

COMPROMISSO COM A VIDA

A saúde e a segurança dos colaboradores da Frimesa são asseguradas como um valor respeitado. Essa diretriz deve ser seguida e praticada por todos, cada colaborador é responsável, em sua unidade de trabalho, pela proteção da coletividade e meio ambiente e seguir pelas normas estabelecidas. Os colaboradores devem conhecer e cumprir a política e os requisitos relacionados a segurança do trabalho, a sua própria saúde e as demais pessoas envolvidas diretamente nas suas atividades.

Os líderes garantem a seus liderados um ambiente de trabalho seguro, cordial, disciplinado e de confiança e respeito. A Frimesa proíbe qualquer forma de assédio, assim como o uso de bebidas alcoólicas e drogas no ambiente de trabalho.

Os indicadores, as metas e programas de saúde e segurança são estabelecidos levando em conta os riscos avaliados e o compromisso com a qualidade de vida e a prevenção de acidentes. Os principais parâmetros são número de acidentes de trabalho, porcentagem de frequência, gravidade dos acidentes e números de afastados. Ainda, as áreas de risco ocupacional da Frimesa é a fabril e para isso ocorre continuamente mapeamento, análise e monitoramento, além de controles operacionais e administrativos implantados para eliminar e minimizar esses fatores.

A empresa mantém junto ao SESMT – Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho - mais de 50 profissionais com foco em saúde e segurança do trabalho.

Em 2018 a cooperativa investiu cerca de R\$ 11.000.000,00 para ampliar o atendimento as normas regulamentadoras, proporcionar melhorias nas condições de trabalho e o fornecimento de equipamentos de proteção individual. Investimos de forma contínua, para atender às normas de saúde e segurança do trabalho.

PROGRAMA VIVA MAIS: Também desenvolve programas educacionais e preventivos. Mais de 40 intervenções como palestras, eventos e workshops ocorreram em 2018 por meio do programa de qualidade de vida o “Viva +”, além das dezenas de ações contínuas que a cooperativa desenvolve, proporcionando maior qualidade de vida aos colaboradores. Além das ações educativas contempla ainda orientações corporativas em relação a alimentação e campanhas contra a gripe. O programa Vida Mais Frimesa mantém o foco em cuidar preventivamente por meio dos seus 60 programas voltados a promoção da saúde, psicossocial, ergonomia e segurança do trabalho dos colaboradores.

COMMITMENT TO LIFE

The health and safety of Frimesa employees is ensured as a respected value. This guideline must be followed and practiced by all, each employee is responsible, in his unit of work, for the protection of the community and environment and to follow the established norms. Employees must know and comply with the policy and requirements related to job security, their own health and other people directly involved in their activities.

Leaders guarantee their employees a safe, cordial, disciplined, trustworthy and respectful work environment. Frimesa prohibits any form of harassment, it is prohibited to use alcohol and drugs in the workplace, as well as entry into the premises.

Health and safety indicators, targets and programs are established taking into account the risks assessed and the commitment to quality of life and the prevention of accidents. The main parameters are number of work accidents, percentage of frequency, severity of accidents and numbers of people that had to be away from work. In addition, Frimesa occupational risk areas are the factory and for this there is continuous mapping, analysis and monitoring, as well as operational and administrative controls implemented to eliminate and minimize these factors.

The company maintains with SESMT - Specialized Service in Safety Engineering and Occupational Medicine - more than 50 professionals focused on health and safety at work.

In 2018 the cooperative invested around R\$ 11,000,000.00 to expand compliance with regulatory standards, provide improvements in working conditions and provide individual protection equipment. We invest continuously to meet health and safety standards at work.

PROGRAM LIVE MORE: *It also develops educational and preventive actions. More than 40 interventions such as lectures, events and workshops took place in 2018 through the “Viva +” quality of life program, in addition to the dozens of continuous actions that the cooperative develops, providing a better quality of life for employees. Educational actions also include corporate guidelines regarding feeding and campaigns against influenza. The “Vida Mais” Frimesa program focuses on preventive care through its 60 programs aimed at promoting health, psychosocial, ergonomics and employee safety.*

A Frimesa também interagiu com ações de saúde e segurança do trabalho junto a sociedade, demonstrando sua responsabilidade social. Participamos da sub comissão da NR 36, do encontro nacional de saúde e segurança do trabalho promovido pela CNI, participamos das reuniões mensais sobre saúde e segurança do trabalho junto a outras cooperativas do Paraná e representamos a Frimesa no programa de capacitação em sustentabilidade promovido pelo Parque Tecnológico de Itaipu.

Frimesa also had some actions related to health and safety at work with society, demonstrating its social responsibility. We participate in the sub-committee of NR 36, the national meeting on occupational health and safety promoted by CNI, participate in monthly meetings on health and safety at work with other cooperatives in Paraná and represent Frimesa in the sustainability training program promoted by the Park Technological Institute of Itaipu.

INVESTIMENTO DE
R\$ 11,6 MILHÕES
PARA PROPORCIONAR MELHORES
CONDIÇÕES DE TRABALHO

*11,6 MILLIONS WERE INVESTED IN 2018 TO
PROVIDE BETTER WORKING CONDITIONS*

Mantemos ações para
promover a saúde dos
colaboradores.

*We maintain actions to
promote the employee's
health*



BENEFÍCIOS

O engajamento da equipe de trabalho é fundamental para que qualquer empresa alcance resultados de acordo com seu planejamento estratégico. Pensando nisso, a Frimesa, coerente com a legislação trabalhista e as práticas de mercado e diretrizes da empresa, oferece um pacote de benefícios, garantidos e estendidos ao grupo de colaboradores de acordo com as normas internas. O mesmo vem contribuir para atração, retenção e engajamento das equipes de colaboradores.

- Vale Refeição ou Restaurante Industrial (nesse caso custo de apenas R\$1,30 por refeição);
- Plano de saúde (por adesão, com valor subsidiado);
- Seguro de vida subsidiado;
- Presente de aniversário e 1º de maio comemorativo ao Dia do Trabalhador;
- Cesta de Natal;
- Vale transporte (desconto de apenas 3%);
- Participação no resultado anual da empresa;
- Área de descanso na Unidade Frigorífica em Medianeira;
- Café sem custo para trabalhadores;
- Assercoop (Associação de Colaboradores da Frimesa);
- Treinamento e desenvolvimento;
- EJA (Educação de Jovens e Adultos): Ensino fundamental e médio nas instalações da empresa;
- Guarda-chuva solidário;
- Guarda-roupa solidário;
- Ambulatório médico;
- Eventos;
- Premiações por tempo de empresa;
- Auxílio educação:
- Graduação e Pós-graduação: particulares: R\$ 150,00 e 170,00 e públicas: R\$ 80,00 e 120,00 - Cursos técnicos de interesse da cooperativa: Com até 100% de subsídio.

RESTAURANTE DO COLABORADOR: Em 2017 a Frimesa investiu quase 27 milhões reais na alimentação dos funcionários e em 2018 cerca de R\$ 32 milhões reais o que representa 19,40% no aumento de investimentos. Entre novos projetos aplicados está o “Alimentação Diferenciada” com reserva de alimentos via portal do colaborador e via inclusão sistema sênior para colaboradores com restrições alimentares. O programa ‘Repense’ tem diminuído o número de alimentos desperdiçados através de campanhas e orientações. Um painel de pesquisa de satisfação dos cardápios também está à disposição dos usuários.

BENEFITS

The engagement of the work team is fundamental for any company to achieve results according to its strategic planning. With this in mind, Frimesa, consistent with labor legislation and the company's market practices and guidelines, offers a package of benefits, guaranteed and extended to the group of employees according to internal standards. It also contributes to attracting, retaining and engaging staff teams.

- Meal Valley or Industrial Restaurant (in this case cost only R\$ 1.30 per meal);
- Health plan (by adhesion, with subsidized value);
- Subsidized life insurance;
- Birthday present and May 1st as commemoration of Labor Day
- Christmas basket;
- Transportation tax (discount of only 3%);
- Participation in the company's annual results;
- Resting area in the Medianeira Unit;
- Breakfast and afternoon coffee break free of charge for industry workers;
- Assercoop (Association of Employees of Frimesa);
- Training and development;
- EJA (Youth and Adult Education): Primary and secondary education in Company facilities;
- Shared umbrella;
- Shared wardrobe;
- Medical outpatient clinic;
- Nursery;
- Events;
- Awards for company time;
- Education aid: - Undergraduate and Postgraduate: private: R\$ 150.00 and 170.00 and public: R\$ 80.00 and 120.00 - Technical courses of interest of the cooperative: With up to 100% of subsidy.

EMPLOYEE'S RESTAURANT: In 2017, Frimesa invested almost 27 million reais in employee's food and in 2018, approximately R\$ 32 million, representing a 19.40% increase in investments. Among the new projects implemented are the “Differentiated Feeding” with food reserves by the employee's portal and by inclusion of a sênior system for employees with food restrictions. The ‘Rethink’ program has decreased the number of wasted foods through campaigns and guidelines. There's a search survey panel available to users to evaluate de menus.



Refeitório Frimesa,
cerca de 8280 refeições por dia.

*Cafeteria Frimesa, about 8280
meals per day*

EM 2018, O REFEITÓRIO DA FRIMESA SERVIU:
In 2018, Frimesa's refectory served:



585.932

cafés

coffes



489.064

lanches

snacks



1.009.062

Refeições
(almoço e janta)

meals

INVESTIMENTO EM ALIMENTAÇÃO DOS COLABORADORES:
Investment in employee food:

2017
R\$ **26.662.747**

2018
R\$ **31.836.642**

■ DIVERSIDADE E INCLUSÃO SOCIAL

A diversidade nos ambientes de trabalho da Frimesa contribui para a valorização e o respeito às diferentes identidades de gêneros e orientações sexuais, religiões, raças, culturas, nacionalidades, classes sociais, idades e características físicas. Todos os colaboradores são tratados de forma justa e igual respeitando as diferenças e assegurando a não-discriminação. Além disso, não há distinção de contratação e nem de remuneração a seus colaboradores e os salários se baseiam nos padrões de mercado, no desempenho e no tempo de empresa. Essa atuação é reforçada nos fundamentos corporativos da empresa.

A participação das mulheres no quadro de colaboradores é de 50 %.

Como parte de inclusão de pessoas com deficiência, a empresa divulga as orientações de acessibilidade em consonância com as normas e leis, realizando ainda constantes adaptações, necessárias para ampliar cada vez mais a inclusão de pessoas com deficiências. Nesse âmbito mantém uma parceria com a AMESFI – Associação Medianeirense de Surdos e Fissurados, entidade cadastrada no CNES – Cadastro Nacional de Estabelecimento de Saúde. A parceria é para incluir pessoas deficientes no mercado de trabalho e promover a inclusão social por meio de ações com as famílias na confecção de artesanatos, treinamentos, palestras e a integração entre entidade e empresa na capacitação das lideranças na linguagem dos sinais – curso de Libras, para melhor comunicação com as equipes.

Participa de Fóruns de Inclusão, com diversas ações voltadas a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Junto a AMEDEF – Associação Medianeirense dos Deficientes Físicos, a Frimesa mantém parceria em um projeto de costura de estopas, capacitação e ainda promove a inclusão dos mesmos no mercado de trabalho.

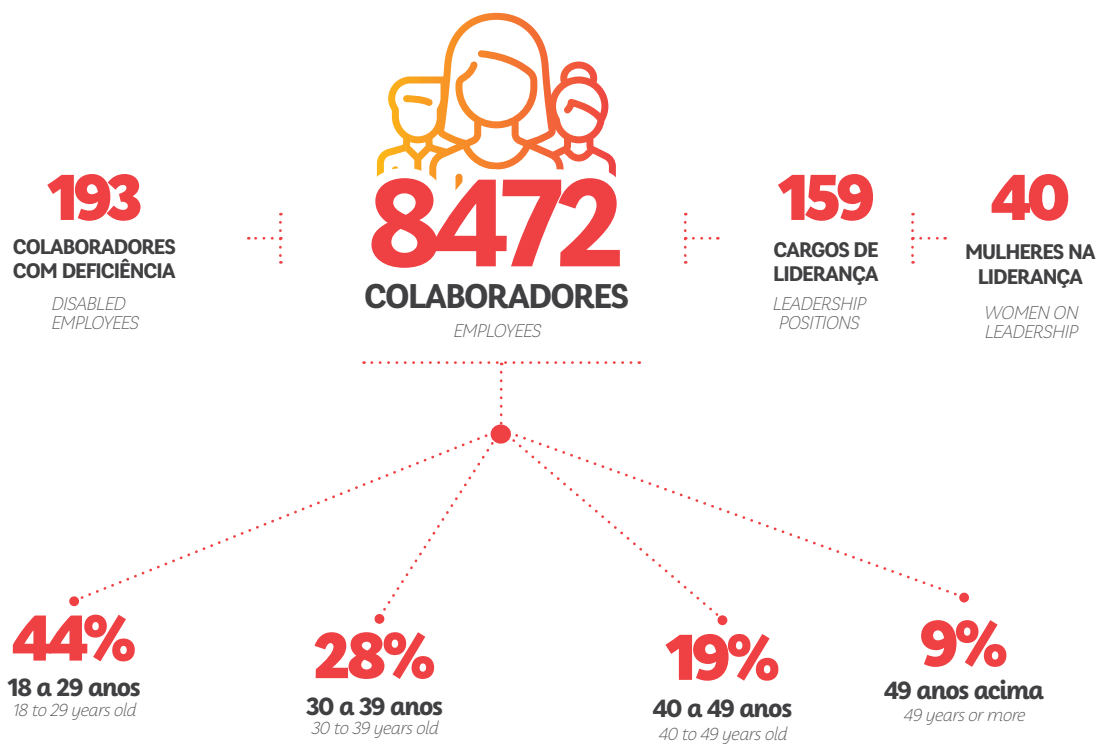
DIVERSITY AND SOCIAL INCLUSION

Diversity in Frimesa's work environments contributes to the valorization and respect of different gender identities and sexual orientations, religions, races, cultures, nationalities, social classes, ages and physical characteristics. All employees are treated fairly and equally respecting differences and ensuring non-discrimination. In addition, there should be no distinction of hiring or remuneration from its employees and payments are based on market standards, performance and company time. This performance is reinforced in the corporate fundamentals of the company.

The participation of women in the workforce is 50%, As part of the inclusion of people with disabilities, the company disseminates accessibility guidelines in line with standards and laws, and makes constant adaptations, which are necessary to increase the inclusion of people with disabilities more and more. In this context it maintains a partnership with AMESFI - Medianeirense Association of the Deaf and Fissured, an entity registered in the CNES - National Registry of Health Establishment. The partnership is to include disabled people in the labor market and to promote social inclusion through actions with the families in the making of handicrafts, training, lectures and the integration between entity and company in the training of the leaderships in the sign language - course of Libras, for better communication with the groups.

The company also participates in the Inclusion Forum, promoted by Itaipu Binacional, with several actions aimed at the inclusion of people with disabilities in the labor market. Together with AMEDEF - Medianeirense Association of the Physically Handicapped, Frimesa maintains partnership in a tailoring project, training and also promoting their inclusion in the job market.





Os colaboradores são tratados de forma igualitária com respeito as diferenças.

Employees are treated equally with respect to the differences.



COMUNIDADE

A Frimesa trabalha para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas desenvolvidas pelo cooperativismo, fortalecendo negócios, representando com força política de forma ética e responsável, traz no cerne do seu negócio a promoção do desenvolvimento econômico e social das comunidades onde estão inseridas. A Frimesa gera emprego, renda e os tributos e encargos sociais, em 2018, somaram mais de 53 milhões de reais. Além disso, mantém diversas parcerias sociais com apoio a eventos culturais, projetos de educação e eventos com destinação de recursos para entidades locais, com destaque o patrocínio à Festa da Carne Suína que destina a arrecadação para as entidades de assistência social da cidade, bem como a Festa da Polenta, com destinação de recursos para a Comunidade Terapêutica Recanto Parque Iguaçu.

A empresa mantém o Programa Saber Viver que visa o atendimento e acompanhamento de empregados e familiares com problemas de dependência com álcool e drogas, encaminhando-os para internamento na Comunidade Terapêutica e para tratamento alternativo no CAPS (Centro de Atenção Psicossocial), participação no grupo de apoio Amor Exigente. Realiza e apoia campanhas alusivas ao dia Nacional e Internacional de Combate ao Abuso de Álcool e Drogas e o Projeto de Ressocialização dos Acolhidos na Comunidade Terapêutica.

VOLUNTARIADO: A Frimesa auxilia e incentiva os colaboradores, por fazerem parte das comunidades, à prática de ações sociais, como palestras educacionais em estabelecimentos de ensino, campanhas do agasalho, campanhas de arrecadação de alimentos, campanhas de doação de sangue, e campanhas diversas, com destaque para o Dia C - Dia de Cooperar, onde realizou-se melhorias em escolas do município com a construção de caixa de areia para a recreação das crianças, adequação de jardinagem, doação de móveis e realização de palestras sobre futuro das gerações, responsabilidade pais e mestres e qualidade de vida. Parceria com creche para doação de livros e Caminhada dos amigos. A Frimesa também tem participações voluntárias em entidades e associações. Entre eles está:

COMMUNITY

Frimesa works for the sustained development of its communities through policies developed by cooperativism, strengthening businesses, representing with political force in an ethical and responsible manner, brings in the core of its business the promotion of economic and social development of the communities where they are inserted. Frimesa generates employment, income and taxes and social charges, in 2018, totaled more than 53 million reais. In addition, it maintains various social partnerships with support to cultural events, education projects and events with resources allocated to local entities, with special emphasis on the sponsorship of the "Pork Party", which provides the collection to the social assistance entities of the city, as well as the "Polenta Party", with resources allocated to the Recanto Parque Iguaçu Therapeutic Community.

The company maintains the "Saber Viver Program", which aims to provide care and assistance for employees and families with alcohol and drug addiction problems, for referral to the Therapeutic Community and for alternative treatment at the CAPS (Center for Psychosocial Care), and participation in the group support "Amor Exigente". It supports campaigns allusive to the National and International Day to Combat Alcohol and Drug Abuse and the Project of Re-socialization of the people who are in the Therapeutic Community.

VOLUNTEERING: *Frimesa assists and encourages employees to become involved in social activities, such as educational lectures in educational establishments, clothing campaigns, food collection campaigns, blood donation campaigns, and various campaigns, with focus on Day C - Cooperate Day, when improvements were made in schools of the municipality with the construction of sandboxes for children's recreation, gardening, donation of furniture and presented lectures on future generations, parents and teachers responsibility and quality of life. Partnership with day care for donation of books and "Walk of friends".*

Conselheiro fiscal do Recanto Parque Iguaçu que tem por missão “recuperar vidas; presidente e membros do Rotary Club de Medianeira que atua em ações voltadas a conscientizações, campanhas educacionais e apoio a entidades e famílias carentes; membros Lions Club International de Medianeira que com mais 1,4 milhões de associados, é a maior organização de serviços no mundo dedicados a ajudar aqueles em necessidade; presidente, voluntário e mantenedor do Observatório Social de Medianeira que tem como objetivo se envolver na causa da justiça social e contribui para a melhoria da gestão pública e membro do Conselho de Segurança de Medianeira que contribui de maneira decisiva nas soluções encontradas na área da segurança pública, tornando-se assim co-responsáveis por um dos modelos de Conselhos Comunitários de Segurança mais atuante.

Rector of “Recanto Parque Iguaçu”, which mission is “to recover lives”; president and members of the Rotary Club Medianeira that works on awareness raising campaigns, educational campaigns, and support for poor families and families; members Lions Club International of Medianeira which, with more than 1.4 million associates, is the largest service organization in the world dedicated to helping those in need; president, volunteer and maintainer of the Medianeira Social Observatory whose objective is to become involved in the cause of social justice and contributes to the improvement of public management and a member of the Medianeira Security Council, which contributes decisively to the solutions found in the area of public safety, thus becoming co-responsible for one of the most active models of Community Safety Councils.

Ações de manutenção e doações de livros são realizadas para as escolas de Medianeira.

Maintenance actions and books donations are made to Medianeira's schools.





GESTÃO AMBIENTAL

Environmental Management



SÓCIO AMBIENTAL

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Diante do compromisso com a sustentabilidade ambiental, um desafio constante na Frimesa é buscar alternativas para minimizar os impactos no meio ambiente associados às indústrias. Por meio do gerenciamento adequado dos resíduos, uso responsável dos recursos naturais e controle das emissões atmosféricas e gases do efeito estufa, a empresa se mantém empenhada em melhorar a eficiência no uso da água, energia, embalagens e matérias-primas. Além disso, busca assegurar que seus processos estejam sempre em conformidade com leis e regulamentos ambientais.

Entre as práticas adotadas, estão programas, indicadores ambientais e itens de controle mensais com abordagem de aspectos como efluentes, resíduos, emissões atmosféricas, ruídos, odor, outorgas e licenças ambientais. Essa conduta acontece em todas as suas unidades fabris.

A gestão ambiental da Frimesa conta com uma equipe técnica de suporte corporativo, que atua nas unidades e realiza, constantemente, treinamentos com os colaboradores sobre coleta seletiva, importância do uso consciente dos recursos naturais e da energia, entre outros temas ligados à preservação do meio ambiente.

Entre alguns programas implementados pela Frimesa para promover o desenvolvimento e gerar sustentabilidade são:

- Tratamento adequado de todas as emissões industriais;
- Produção de biomassa (reflorestamento) para as caldeiras;
- Criação de áreas de Proteção Florestal Permanente;
- Destinação correta dos resíduos e descartes, com geração de biogás;
- Participação em ações de logística reversa;
- Distribuição de mudas de árvores;
- Eficiência energética;

Faced with the commitment to environmental sustainability, a constant challenge at Frimesa is to seek alternatives to minimize the impacts on the environment associated with the industries. Through proper waste management, responsible use of natural resources and control of atmospheric emissions and greenhouse effect gases, the company remains committed to improving efficiency in the use of water, energy, packaging and raw materials. In addition, it seeks to ensure that its processes are always in compliance with environmental laws and regulations.

Among the practices adopted there are programs, environmental indicators and monthly control items that address aspects such as effluents, residues, atmospheric emissions, noise, odor, grants and environmental licenses. These actions happen in all its factories.

The environmental management of Frimesa counts on a technical team of corporate support, that acts in the units and it carries out, constantly, trainings with the collaborators on selective collection, importance of the conscious use of the natural resources and of the energy, among other subjects related to the preservation of the environment.

The main programs implemented by Frimesa to promote development and generate sustainability are:

- *Appropriate treatment of all industrial emissions;*
- *Production of biomass (reforestation) for boilers;*
- *Creation of Permanent Forest Protection areas;*
- *Proper disposal of waste and discards, with biogas generation;*
- *Participation in reverse logistics actions;*
- *Distribution of tree seedlings;*
- *Energy efficiency;*

INVESTIMENTOS AMBIENTAIS

ENVIRONMENTAL INVESTMENTS

Nos últimos anos, a Frimesa reforçou os investimentos nas iniciativas para a redução do impacto ambiental em R\$ 7.810.684,74. Esses recursos são destinados a projetos verdes, com foco em eficiência energética, energias renováveis, florestas sustentáveis, redução de emissão de gases de efeito estufa, gestão de água, racionalização de embalagens, redução do uso de matéria-prima e gestão de resíduos.

In recent years, Frimesa has reinforced investments in initiatives to reduce environmental impact by R\$ 7,810,684.74. These resources are intended for "green projects", focusing on energy efficiency, renewable energy, sustainable forests, reduction on greenhouse effect's gases emission, water management, packaging rationalization, reduction of raw material use and waste management.

**RECURSOS
FINANCEIROS
DESTINADOS PARA
MANTER OS SISTEMAS
AMBIENTAIS.**

Financial resources intended to maintain environmental systems.

R\$ 7,81 MILHÕES
MILLIONS

were spent to maintain environmental systems

ÁGUA

WATER

Os recursos hídricos são fundamentais para os processos industriais na área de alimentos. Se faltarem, poderão comprometer os resultados físicos e operacionais, com o risco de inviabilizar a produção, desde o campo, pois a água é indispensável para a criação dos animais e commodities agrícolas, até as fábricas.

A meta da Frimesa é melhorar a eficiência nos processos e promover o uso racional desse recurso por meio de ações de conscientização em todos os departamentos.

Colaboradores das cooperativas são orientados, durante treinamentos, sobre a necessidade da economia de água nos processos industriais, evitando o desperdício desse recurso natural. Além disso, a empresa atua nos Comitês de Bacias Hidrográficas da região.

A Frimesa utiliza três fontes de captação de água: superficial (que advém de minas, nascentes e poços), subterrânea (provida dos poços) e da rede pública. A empresa adota o reuso da água em atividades nas quais não há contato industrial, como jardinagem, lavagem de resíduos plásticos para reciclagem e limpeza de pisos e calçadas externas.

As águas de utilidade também são monitoradas, para garantir o funcionamento adequado dos sistemas das caldeiras, torres, dos condensadores e tanques de água gelada.

Water resources are fundamental to industrial processes in the food area. If they are lacking, they can compromise the physical and operational results, with the risk of making production unfeasible, since the farms, as water is indispensable for raising animals and agricultural commodities, to the factories.

Frimesa's goal is to improve process efficiency and promote the rational use of this resource through awareness-raising actions across departments.

The workers in the company are advised, during training, about the need to save water in industrial processes, avoiding the waste of this natural resource. In addition, the company acts intensively in the Watershed Committees of the region.

Frimesa uses three water collection sources: surface (which comes from mines, wells and springs), ground (constructed wells) and the public system. The company adopts the reuse of water in activities in which there is no industrial contact, such as gardening, washing of plastic waste for recycling and cleaning floors and sidewalks.

Utility waters are also monitored to ensure proper operation of the boiler, tower, condenser and ice water tanks.

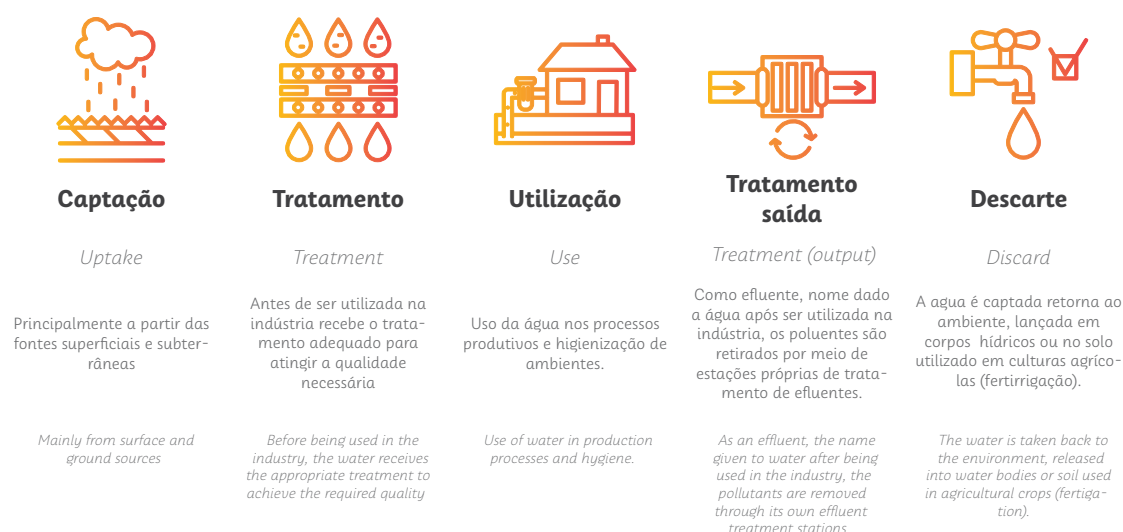
TOTAL DE ÁGUA UTILIZADA

TOTAL WATER USED



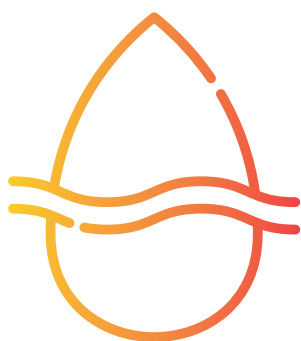
FLUXOGRAMA DA ÁGUA

FLOWCHART OF WATER



TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE

TOTAL OF WATER REMOVED BY SOURCE



348.890,73 M³
SUPERFICIAIS - MINAS
 SURFACE (MINES)

2.322.197,30 M³
SUBTERRÂNEA - POÇOS
 UNDERGROUND (WELLERS)

265.655,00 M³
REDE PÚBLICA - CONCESSIONÁRIAS
 PUBLIC NETWORK (CONCESSIONAIRES)

GESTÃO DE RESÍDUOS

WASTE MANAGEMENT

SÓLIDOS: O Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos Industriais (PGRS) tem entre suas principais metas a redução, a reciclagem e a reutilização de materiais em toda a cadeia de valor: dos fornecedores à etapa de pós-consumo.

A Frimesa busca assegurar que a destinação dos resíduos atenda à Política Nacional dos Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010). Na operação, procura-se a otimização dos custos, combinada à gestão de impactos. Para isso, são realizados treinamentos frequentes com os colaboradores de todas as unidades, com orientações quanto à destinação correta dos resíduos sólidos nos locais de geração e à prática da coleta seletiva.

Os resíduos coletados são encaminhados para empresas licenciadas junto aos órgãos ambientais. A destinação final dependerá da classificação de cada resíduo, podendo ser a reciclagem, reutilização, incineração ou ainda disposição final em aterros industriais.

Na Frimesa, os resíduos são classificados e controlados corporativamente conforme a NBR 10.004/2010. Praticamente sua totalidade pertencem à Classe II (não perigosos) e têm origem basicamente no processo produtivo: plásticos, papel, metal, resíduo orgânico ou gorduroso, entre outros. O restante é de Classe I (perigosos), como lâmpadas, pilhas, baterias e resíduos produzidos nos ambulatórios existentes nas unidades.

Outra iniciativa importante é a realização de programas que destinam os resíduos de uma forma ambientalmente correta, tanto recicláveis como não recicláveis. Um exemplo é o processo de compostagem como principal método de disposição final, transformando resíduos como a cinza das caldeiras em fertilizante orgânico – uma destinação adequada dos pontos de vista legal, e ambiental.

A Frimesa também se preocupa com a redução de resíduos na casa do consumidor. Para isso, investe na inovação e racionalização das embalagens dos seus produtos.

SOLID: The Industrial Solid Waste Management Program (PGRS) has among its main goals the reduction, recycling and reuse of materials throughout the value chain: from suppliers to the post-consumer stage.

Frimesa seeks to ensure that the disposal of waste according to the National Policy on Solid Waste (Brazilian Law number 12.305/2010). In the operation, the optimization of costs is sought, combined with the management of impacts. For this, frequent trainings are carried out with the employees of all the units, with orientations regarding the correct destination of solid waste in the generation sites and the practice of the selective collection.

The collected wastes are sent to licensed companies with the environmental agencies. The final destination will depend on the classification of each waste, such as recycling, reuse, incineration or final disposal in industrial landfills.

At Frimesa, the waste is classified and controlled corporately according to NBR 10.004/2010 (Brazilian Normative). Practically all of it belong to Class II (non-hazardous) and basically originate in the production process: plastics, paper, metal, organic or greasy residue, among others. The remainder is Class I (hazardous) such as bulbs, batteries and waste produced at outpatient clinics in the units.

Another important initiative is the implementation of programs that reduce the volume of waste, both recyclable and non-recyclable. An example is the composting process as the main final disposal method, transforming waste as the ash from the boilers into organic fertilizer – a suitable destination from the legal, and environmental, points of view.

Frimesa is also concerned with waste reduction in the consumer's home. For this, it invests in the innovation and rationalization of the packaging of its products.



LOGÍSTICA REVERSA

REVERSE LOGISTIC

A logística reversa é definida pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) como um instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial. Esses resíduos passam por um reaproveitamento em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada.

A Lei nº 12.305/2010, marco legal da logística reversa, estabelece a responsabilidade compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, que, por meio deste instrumento, são obrigados a estruturar e implementar sistemas de logística reversa, mediante retorno dos produtos após o uso pelo consumidor, de forma independente do serviço público de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos.

A Frimesa desenvolve ações por meio de acordos setoriais das áreas leite e carnes, auxiliada por Institutos de Logística Reversa, que dão suporte legal nessa área e representam os interesses da cooperativa nos âmbitos federal e estadual. Contando com o apoio financeiro da Frimesa, esses institutos desenvolvem, ainda, ações voltadas à educação ambiental, assistência a cooperativas de catadores de materiais recicláveis, além de parcerias com o comércio para a instalação de pontos de entrega voluntária.

Reverse logistics is defined by the National Solid Waste Policy (PNRS) as an instrument of economic and social development characterized by a set of actions, procedures and means to enable the collection and restitution of solid waste to the business sector. These residues undergo a reuse in their cycle or in other productive cycles, or another environmentally adequate final destination.

Brazilian Law number 12,305/2010, the legal mark of reverse logistics, establishes shared responsibility among manufacturers, importers, distributors and merchants, who, through this instrument, are required to structure and implement reverse logistics systems, upon return of products after use by the consumer, independently of the public service of urban cleaning and solid waste management.

Frimesa develops actions through sectoral agreements in milk and meat areas, assisted by Institutes of Reverse Logistics, which give legal support in this area and represent the interests of its members at the federal and state levels. With the financial support of Frimesa, these institutes also develop actions aimed at environmental education, assistance to cooperatives of recyclable materials collectors, and partnerships with commerce for the installation of voluntary delivery points.



Os produtos recicláveis são compactados e enviados para comercialização.

Recyclable products are packaged and sent for sale.

EFFLUENTES: A gestão dos efluentes gerados na atividade industrial é de alta relevância para a Frimesa, em função da necessidade de controlar possíveis impactos, que vão desde danos ambientais a corpos hídricos e ao solo até a inviabilização do abastecimento de água.

Todas as unidades industriais possuem estações de tratamento de efluentes, que contam com equipamentos de alta tecnologia. Na prática, cem por cento do resíduo industrial gerado após o uso do recurso hídrico passa por tratamentos específicos para poder retornar ao corpo receptor, rio ou solo, em consonância com os parâmetros legais para lançamento e/ou fertirrigação.

Todo o processo é monitorado por amostragem, que permite à empresa verificar a eficácia do sistema e identificar pontos de melhoria. Análises constantes são realizadas pelo Laboratório Central da Frimesa para garantir a qualidade e eficiência da água de abastecimento dos sistemas componentes dos processos industriais, das águas de utilidades e dos efluentes industriais gerados.

A Frimesa investe permanentemente na melhoria das estações de tratamento.

EFFLUENTS: The management of the effluents generated in the industrial activity is of great relevance for Frimesa, due to the need to control possible impacts, ranging from environmental damages to water bodies and to the soil until the water supply to be not viable.

All industrial units and all Frimesa receiving stations have effluent treatment plants, which are equipped with high technology equipment. In practice, one hundred percent of the industrial waste generated after the use of the water resource goes through specific treatments to be able to return to the receiving body, river or soil, according to the legal parameters for launch and / or fertigation.

The whole process is monitored by sampling, which allows the company to check the effectiveness of the system and identify points of improvement. Constant analyzes are carried out by Frimesa's Central Laboratory to guarantee the quality of the water supply for the component systems of the industrial processes, the utility waters and the generated industrial effluents.

Frimesa invests permanently in improving treatment plants.

Análises constantes da água são realizadas para verificar a eficácia do sistema.

Constantly water analyzes are performed to verify the effectiveness of the system.



89.698,36 M³

ÁGUA REUTILIZADA
TOTAL REUSE OF WATER

ATMOSFÉRICOS: A cooperativa, em sintonia com as estratégias de sustentabilidade, monitora continuamente as emissões atmosféricas, fazendo o gerenciando conforme a legislação ambiental, que garante a qualidade do ar e a proteção ao meio ambiente.

A concentração dos gases emitidos é avaliada permanentemente com o intuito de melhorar os processos de combustão e minimizar o lançamento de poluentes na atmosfera. Os parâmetros monitorados em todas as unidades, que atendem aos padrões legais de emissão atmosférica, são: Monóxido de Carbono (CO), Material Particulado (MP) e Óxidos de azoto (NOx).

ATMOSPHERIC: Due to that, the cooperative, according to sustainability strategies, continuously monitors atmospheric emissions, managing it according to environmental legislation, which guarantees air quality and protection of the environment.

The concentration of the emitted gases is evaluated permanently in order to improve combustion processes and minimize the release of pollutants into the atmosphere. The parameters monitored in all units that meet the legal emission standards are: Carbon Monoxide (CO), Particulate Material (MP) and Nitrogen Oxides (NOx).

542,39 TON/ANO TON/YEAR

MONÓXIDO DE CARBONO (CO)
CARBON MONOXIDE (CO)

100,93 TON/ANO TON/YEAR

ÓXIDOS DE AZOTO (NOX)
NITROGEN OXIDES (NOX)

52,12 TON/ANO TON/YEAR

MATERIAL PARTICULADO
PARTICLES MATERIAL



BIODIGESTOR: A Frimesa possui um projeto de geração de energia renovável, o biogás, a partir de um biodigestor alimentado por resíduos e efluentes orgânicos gerados no abatedouro de Medianeira. Esse projeto auxilia na redução significativa de custos com o consumo do GLP (gás liquefeito de petróleo). Há também redução de custos na destinação desses resíduos e efluentes, além da sua posterior utilização como fertilizante de alto poder agrônômico em propriedades agrícolas cadastradas e licenciadas pelo órgão ambiental.

BIODIGESTOR: Frimesa has a renewable energy generation project, biogás, from a digester fed with organic waste and effluents from the Mediator slaughterhouse. This project assists in the significant reduction of costs with the consumption of LPG (liquefied petroleum gas). There is also a reduction of costs in the disposal of these wastes and effluents, as well as their subsequent use as fertilizer of high agronomic power in agricultural properties registered and licensed by the environmental agency.

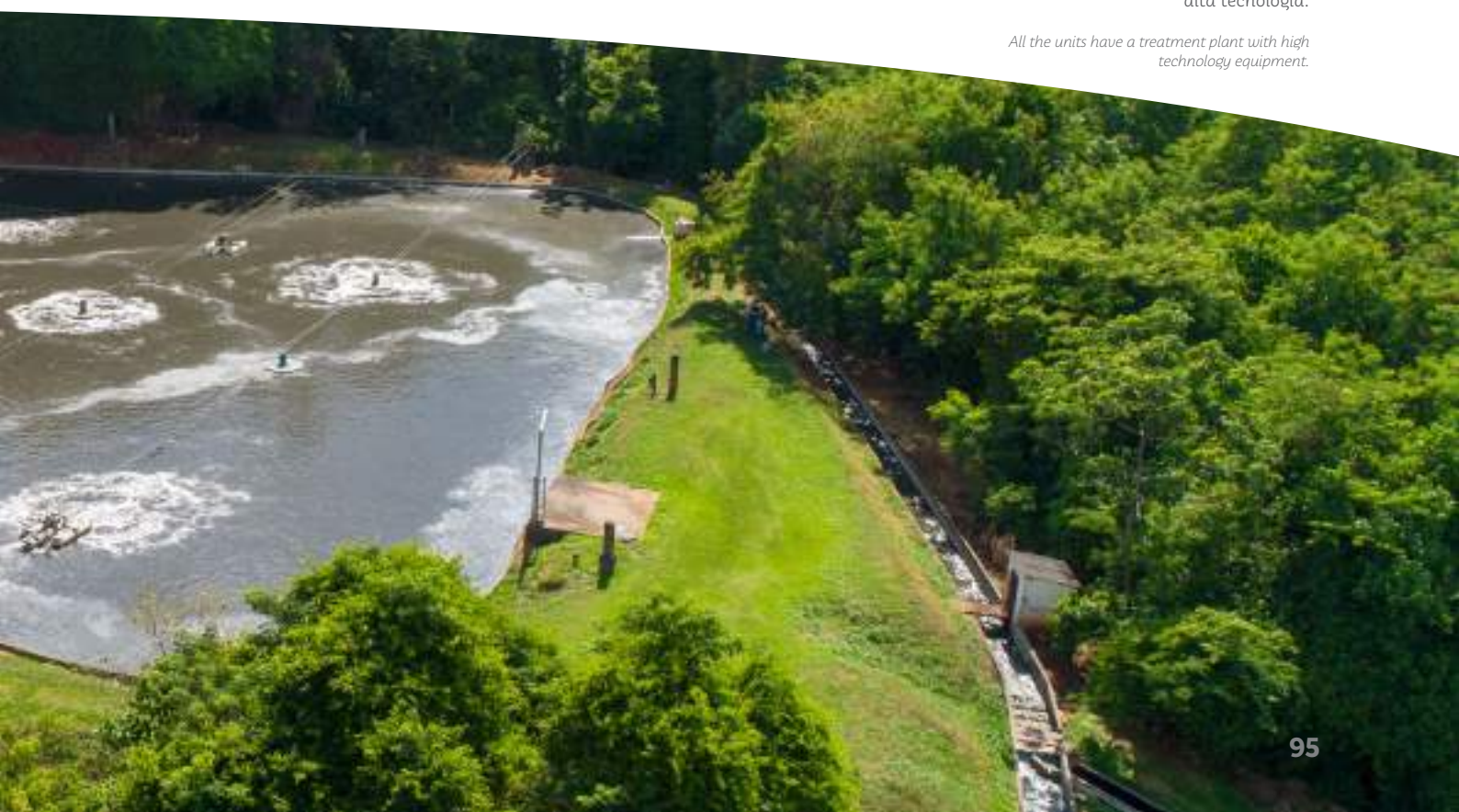
NÚMERO DE SUÍNOS FLAMBADOS COM BIOGÁS

NUMBER OF SWINE FLAMED WITH BIOGAS



Todas as unidades possuem estação de tratamento com equipamentos de alta tecnologia.

All the units have a treatment plant with high technology equipment.



CONSUMO DE ENERGIA: Garantir uma gestão energética efetiva, que não gere reflexos na produtividade e na competitividade, é um grande desafio, principalmente porque as indústrias brasileiras são cada vez mais afetadas pelo custo da energia elétrica.

Em relação ao consumo de energia, a Frimesa prioriza o uso de fontes renováveis nas unidades de processamentos industriais. A utilização de lenha de áreas de reflorestamento (florestas de eucaliptos) é um exemplo. Para isso, mantém área própria, com total de 701 hectares, que atende à legislação ambiental vigente. Dessa área, 439,7 hectares são destinados para plantio e colheita – produzindo em média 30 mil metros estéreos de lenha ao ano –, e 20% são de reserva legal.

Para reduzir o consumo de energia elétrica, a empresa busca utilizar tecnologias inovadoras e equipamentos mais eficientes. Com esse objetivo, foram implantados refletores de LED (Diodo Emissor de Luz), em substituição às luminárias de vapor metálico. Essa tecnologia consome 70% menos energia, não emite radiação UV, possui maior vida útil, maior eficiência luminosa e os materiais que utiliza são recicláveis. A lâmpada convencional tem durabilidade de 20 mil horas, e a LED, de 50 mil horas. A intenção é, até final de 2019, substituir integralmente as luminárias em todas as plantas industriais.

Para isso, compra energia incentivada no mercado livre, com procedência garantida de fontes de energia renovável, para as unidades fabris Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon, que representam 90% do consumo da empresa. A compra de energia incentivada está garantida até 2026.

ENERGY CONSUMPTION: Ensuring an effective energy management, which does not generate reflexes in productivity and competitiveness, is a great challenge, mainly because Brazilian industries are increasingly affected by the cost of electricity.

Regarding energy consumption, Frimesa prioritizes the use of renewable sources in industrial processing units. The use of firewood from reforestation areas (eucalyptus forests) is an example. For this, the company maintains its own area, with a total of 701 hectares, which complies with current environmental legislation. Of this area, 439.7 hectares are intended for planting and harvesting – producing an average of 30 thousand meters of firewood a year – and 20% are legal reserves.

To reduce the consumption of electricity, the company seeks to use innovative technologies and more efficient equipment. To achieve that, LED (Light Emitting Diode) reflectors were installed instead of metal vapor luminaires. This technology consumes 70% less energy, does not emit UV radiation, has longer life, brightens more and the materials it uses are recyclable. The regular light bulb has a durability of 20 thousand hours, and the LED, of 50 thousand hours. The intention is, until the end of 2019, to fully replace luminaires in all industrial plants.

One of Frimesa's global goals is to use renewable energy in industries. To do so, it purchases energy from the free market, with guaranteed sources of renewable energy, for the Medianeira, Matelândia and Marechal Cândido Rondon plants, which represent 90% of the company's consumption. The purchase of energy is guaranteed by 2026.

COMBUSTÍVEIS

FUELS

Fonte renovável

Renewable source

58.963,51 m³

consumo de lenha

*consumption of
firewood*

132.492,75 m³

consumo de cavaco

*cavaco (shredded wood
consumption)*

93.364.916,07 kwh

**consumo energia
elétrica**

*consumption electrical
energy*

Fonte não renovável

Non-renewable source

508.369,00 kg

gás glp

(gás liquefeito de petróleo)

consumption lpg

(liquefied petroleum gas)

EDUCAÇÃO AMBIENTAL

ENVIRONMENTAL EDUCATION

O equilíbrio e a preservação da natureza por meio de práticas preventivas fazem parte dos princípios da Frimesa, que promove ações voltadas à sustentabilidade em todas as suas unidades industriais, nos escritórios e ao longo da sua cadeia de valor. Entre as atividades que se destacam está o Parque Ambiental Frimesa – PAF, inaugurado em outubro de 2011 com o propósito de preservar a mata nativa localizada em torno do frigorífico. A área, de aproximadamente 50 hectares, agrega biodiversidade e aspectos culturais, que são conservados pela empresa. Pelo local também passa o principal rio de Medianeira, o Rio Alegria.

A iniciativa protege a mata ciliar do rio, garantindo a qualidade da água, preservando diferentes espécies de plantas nativas e permitindo que os animais transitem com tranquilidade em seu habitat.

Para permitir o acesso controlado ao local, a Frimesa abriu o Parque para visitas monitoradas e de educação ambiental. No parque, a trilha Ecológica da Frimesa foi idealizada para promover a educação ambiental junto a diversos públicos e faixas etárias. No percurso de 916 metros ao ar livre é possível contemplar a fauna, a flora e belas paisagens. O Parque registrou 6153 visitas desde que começou suas atividades.

Como forma de reforçar aspectos de boas práticas de fabricação, ambiental e de sustentabilidade, palestras incrementaram as programações das Semanas Integradas da Qualidade e Meio Ambiente, projeto da Frimesa que envolve orientações e atualização de informações de qualidade e meio ambiente em todas as unidades. Outra ação de destaque é a entrega de mudas de espécies ornamentais, frutíferas, medicinais e floríferas. Em 2018, cerca de 4.500 mudas foram distribuídas, incentivando a reflexão sobre a preservação do meio ambiente e reforçando a conscientização ecológica.

The balance and preservation of nature through preventive practices are part of Frimesa's principles, which promote sustainability actions in all its industrial units, offices and along its value chain. Among the activities that stand out is the Frimesa Environmental Park - PAF, inaugurated in October 2011 with the purpose of preserving the native forest located around the refrigerator. The area, of approximately 50 hectares, adds biodiversity and cultural aspects, which are conserved by the company. By the place also passes the main river of Medianeira, the River Alegria.

The initiative protects the riparian forest of the river, guaranteeing the quality of the water, preserving different species of native plants and allowing the animals to transit with tranquility in their habitat.

To allow controlled access to the site, Frimesa opened the Park for monitored visits and environmental education. The park, the Ecological Trail was designed to promote environmental education among diverse publics and age groups. In the course of 916 meters outdoors is possible to contemplate the fauna, the flora and beautiful landscapes. The Park registered 6153 school visits since it began its activities.

As a way to reinforce aspects of good manufacturing, environmental and sustainability practices, lectures were presented the schedules of the Integrated Quality and Environment Weeks, a Frimesa project that involves orientations and updating of quality and environmental information in all units. Another important action is the delivery of seedlings of ornamental, fruit, medicinal and floriferous species. Since the beginning of the initiative, about 4,500 seedlings have been distributed, encouraging reflection on the preservation of the environment and reinforcing ecological awareness.

Trilha Ecológica da Frimesa
Frimesa Ecological Trail



6153

VISITANTES DESDE INAUGURAÇÃO
VISITORS SINCE OPENING

Produção (Production): **Marketing Frimesa**

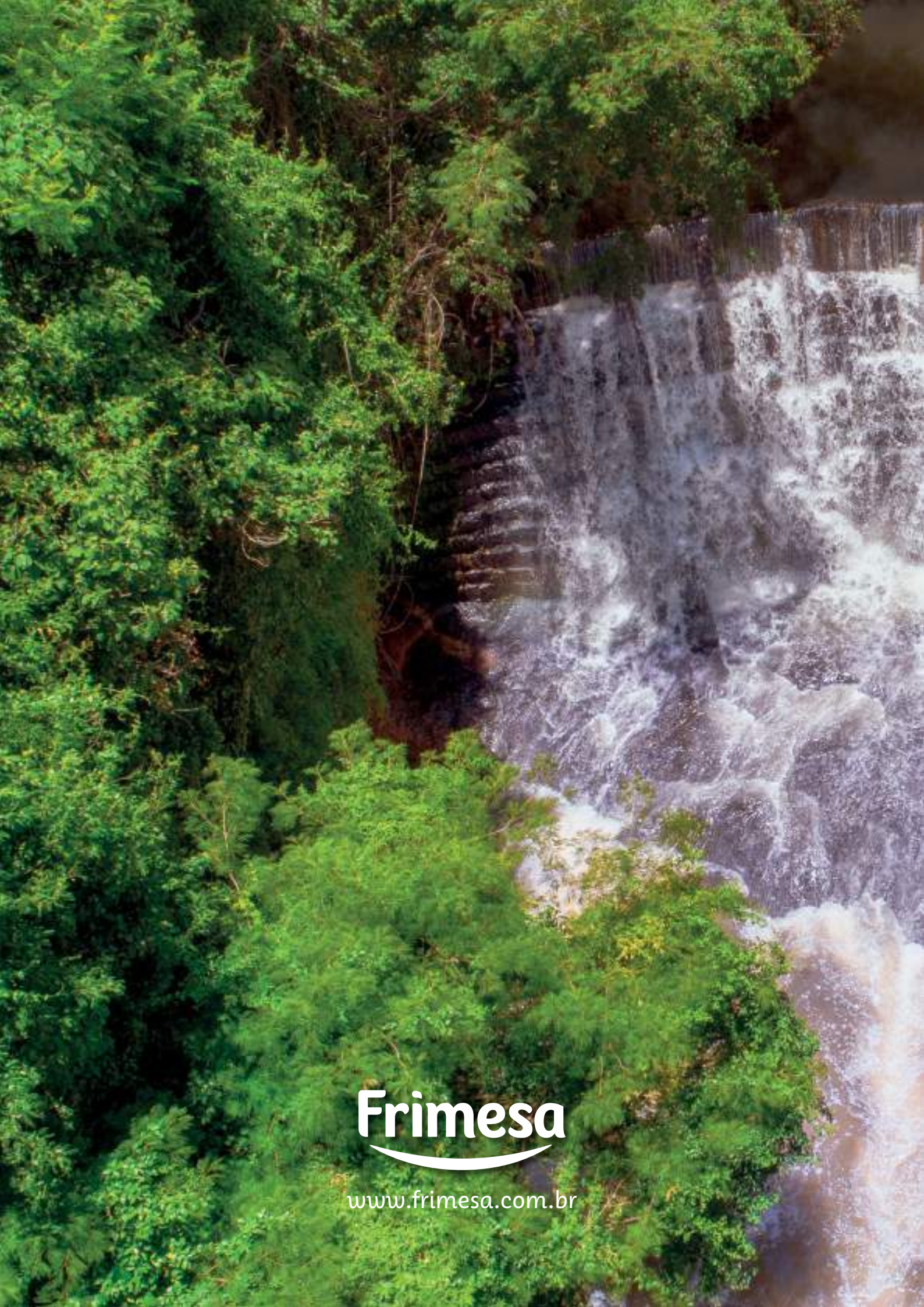
Redação (Writing): Elis D'alessandro, Elimara Biesdorf e Paulo Roberto Frandoloso. **Apoio** (Support): Mariana Lourenci, Gilson Pereira e Fabio Luiz Lucca. **Tradução** (Translation): Fernanda Kall Ferreira Riedner. **Projeto Gráfico** (Graphic Project): Lincoln Gaboardi e Daniel Kuntz. **Revisão** (Review): Silvia Dias Souza e Marcelo Silva. **Áreas de Apoio** (Support Areas): Qualidade e Ambiental, Comercial, Fomento Suíno e Leite, PD&I e Gestão de Pessoas. **Fotos** (Photos): Leandro Carvalho, Elimara Biesdorf, Mariana Lourenci, Lincoln Gaboardi e Estúdio Panka.

www.frimesa.com.br

FEVEREIRO DE 2019

FEBRUARY 2019

Rua Bahia, 159 - Frimesa, Medianeira - Paraná



Frimesa

www.frimesa.com.br