





Caros Amigos,

Para quem está com as atividades aceleradas, o tempo passa rapidamente. A edição do número 100 da nossa Revista Frimesa comprova essa realidade.

Apresentamos nesta edição comemorativa uma retrospectiva dos eventos e realizações da família Frimesa e seus públicos envolvidos com nossas atividades. Recordar é reviver os bons momentos e provocar aquela saudade gostosa do tempo que se foi.

Esta edição também encerra um ano atípico que exige coragem, trabalho e resiliência diante das transformações.

Durante o percurso enfrentamos a tempestade do Coronavírus que estremeceu o ambiente econômico e social do país.

Lutamos bravamente enfrentando o desconhecido, as incertezas e os incautos que complicaram o trabalho produtivo. Atravessamos juntos,

determinados e confiantes que venceríamos as dificuldades.

Hoje ao concluirmos este ano atípico e desafiante, comemoramos os resultados alcançados, certos de que valeu a pena lutar pela nossa missão.

Todos os colaboradores são merecedores de muita consideração, pela coragem de trabalhar diante das dificuldades.

Vencemos juntos e crescemos em todos os sentidos. Nosso mais profundo agradecimento a todos vocês. Agradecemos a Deus pela proteção e bênção concedida a toda família Frimesa.

Esperamos um novo ano promissor e desejamos um Feliz Natal junto aos seus familiares.

A Diretoria.

diretoria@frimesa.com.br



Valter Vanzella
Diretor-Presidente



Elias José Zydek
Diretor-Executivo

SUMÁRIO



Novembro
Dezembro

Ano XVII
Ed. nº100

06 Sala do Produtor
08 Parceria
12 Lançamentos

15 Capa
26 Canal de Denúncia
33 Projeto Trainee



www.frimesa.com.br

REVISTA Frimesa

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

Rua Bahia, 159 | Medianeira - PR | CEP 85884-000
Fone: (45) 3264-8000
Site: www.frimesa.com.br
E-mail: midia@frimesa.com.br
CNPJ: 77.595.395/0001-47 | **CAD-ICMS:** 90150611-60

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

Cooperativas filiadas: Cooperativa Agroindustrial Copagril, Lar Cooperativa Agroindustrial, Cooperativa Agroindustrial Consolata - Copacol, C.Vale Cooperativa Agroindustrial, Primato Cooperativa Agroindustrial.

Diretor Presidente: Valter Vanzella. **Diretor Executivo:** Elias José Zydek.

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

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

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

RECURSOS HUMANOS



(férias)

A qualidade do trabalho também depende de fatores que estão fora dos escritórios e das indústrias. Um período de descanso é tão importante quanto produzir

Identificar 30 dias de sombra e água fresca, longe de tudo e de todos e, principalmente, do estresse do dia-a-dia no ambiente de trabalho, faz parte da natureza humana. No entanto, mais do que um desejo, tirar férias é quase uma necessidade fisiológica. Quem encerra um ano de labuta no trabalho na bagagem muito cansaço e queda de produtividade.

Para a superintendente de Recursos Humanos da Frimesa, Lardeluz Maria Frede, a necessidade de tirar férias não é apenas física, mas também psicológica e mental. "Existem alguns tipos de trabalho no qual as pessoas sofrem muito pressão por resultados, são muito cobradas em termos de produtividade e inovação", explica a coordenadora.

O que diz a Lei

Depois de cada período de 12 meses, o empregado tem direito a um descanso que a empresa deve conceder nos 12 meses seguintes (período de fruição). A esse descanso dá-se o nome de férias. É a empresa que escolhe a data em que o empregado entra em férias devendo comunicá-lo com pelo menos 30 dias de antecedência.

De acordo com o 1º do Artigo 135 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o empregado não poderá entrar em gozo das férias sem que apresente ao empregador sua carteira profissional, para que nela seja anotada a respectiva concessão.

Do direito a férias e da sua duração. De acordo com artigo 130 da CLT, a proporção ao direito de férias é a seguinte:

Até 5 faltas injustificadas

O colaborador terá direito a 30 dias corridos de férias;

De 6 a 14 faltas injustificadas

O colaborador terá direito a 24 dias corridos de férias;

De 15 a 23 faltas injustificadas

O colaborador terá direito a 18 dias corridos de férias;

De 24 a 32 faltas injustificadas

O colaborador terá direito a 12 dias corridos de férias;

Contam-se como faltas:

- » Suspensões;
- » Faltas não justificadas;
- » Faltas justificadas que são descontadas em folha de pagamento.

Fonte: Consultoria e Consultores das Leis do Trabalho, Valério Caporali, Carlos de Resende, Galbairinho, José Nogueira

O que você faz nas férias?



"Durante as férias, procuro aproveitar ao máximo o tempo para descansar e fazer coisas que gosto de fazer, como ir para a praia, visitar meus avós e amigos no norte do Paraná". Ademir da Silva é colaborador da Frimesa.



"Quando saio de férias gosto de ir para a praia, ou visitar meus avós e amigos no norte do Paraná". Ademir da Silva é colaborador da Frimesa.



"Procuro fazer várias coisas menos ficar em casa, às vezes, viajo para o litoral ou para o norte do Paraná para visitar meus familiares e amigos". José Czerewaty é encarregado industrial leite UHT da filial de Curitiba.



"Procuro aproveitar ao máximo o tempo para descansar e fazer coisas que gosto de fazer, como ir para a praia, visitar meus avós e amigos no norte do Paraná". Ademir da Silva é colaborador da Frimesa.

Geral

Pagamento de auxílio maternidade volta a ser realizado pela empresa

Com a publicação do Diário Oficial da União (DOU) nº 06 de agosto de 2003, Lei nº 10.710, de 05 de agosto de 2003, alterando a Lei nº 8.213/91, o pagamento do auxílio maternidade, um direito assegurado pela legislação brasileira, volta a ser feito pelas empresas.

Com isso, as mulheres colaboradoras da Frimesa que entrarem em licença maternidade a partir do mês de setembro de 2003, não precisarão solicitar o auxílio ao Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) para dar entrada na licença. Elas devem apenas dirigir-se ao departamento de recursos humanos da Frimesa, com a documentação necessária.

Crianças serão homenageadas pela Frimesa no dia 19 de outubro

A Associação dos Funcionários da Frimesa (Assercoop) de Medianeira, com apoio da Frimesa e do Sescop, realizará uma homenagem para os filhos dos colaboradores em comemoração ao dia da criança. Essas crianças, de até 12 anos, podem participar, buscando entregar o convite. A festa acontecerá na sede da Assercoop a partir das 14 horas. Haverá muitas brincadeiras, entre elas: teatro mecânico, futebô, piscina de bolinha e cama elástica. Para repositar as energias serão distribuídos lanches.

Distribuidor da Frimesa incentiva a prática de esportes

O distribuidor de leite pasteurizado da Frimesa, Orlando Stein, de Foz de Iguaçu, colabora para a apresentação da equipe mirim de futsal. Os meninos conquistaram o título de "Campeão 2003 - Taça Cidade de Foz de Futsal". A Frimesa deseja à equipe parabéns pela garra e determinação.

CAMPEÃO 2003 - TAÇA CIDADE DE FOZ DE FUTSAL



ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA BEZANO - MEMBROS: ORLANDO STEIN, PAULO CARLOS DA SILVA, JOSÉ ADILSON DE LIMA, MARCELO CAVALHO DOS SANTOS, VALDÉCIO LEITE, VALDIR DE ALMEIDA

Gente que faz nos

Colaboradores homenageados pelos serviços prestados

Setembro/2003

20 Anos: Tereza Maria Gossio

15 Anos: Jorge Roberto Jorin, Paulo César Thiel, Paulo Roberto Trindade

10 Anos: Cláudio José Gonçalves, Luis Carlos Richartz Rausch

5 Anos: Jaime Luiz Soares, Luis Carlos Martins, Luis Pereira Basso, Sueli Kozik, Vildelino Alves

25 Anos: Elias José Zydek

20 Anos: Laurindo da Silva

15 Anos: Ademir Pereira, Gilson das Graças Pereira, José Edson de Almeida, Nei José Barbieri

10 Anos: Francisco João da Silva, Cláudio dos Santos, Silvana Salati T. da Silva

5 Anos: Antonio Paulo Caldeira, Claudinei de F. de Almeida, Jandira Menezes, José Adilson de Lima, Maria Cavalho dos Santos, Valdeci Leite, Valdir de Almeida

REVISTA FRIMESA

Entrevistado na edição 02, Estevão Vergopolan continua leitor assíduo da Revista Frimesa. Acredita que mesmo com os avanços tecnológicos, ela ainda é o principal canal de comunicação dos colaboradores.

Memória, evolução e perpetuação

REVISTA FRIMESA CONTA HISTÓRIAS DE PRODUTORES QUE UNIRAM TRABALHO, APOIO DA COOPERATIVA E BUSCA POR INOVAÇÃO PARA CONCRETIZAREM SEUS SONHOS. NILTON SCHMITT RELEMBRA SUA TRAJETÓRIA NO RAMO DE SUÍNOS E CONTA COMO DUPLICOU SUA PRODUÇÃO.

Nilton Schmitt, morador de Nova Aurora (PR), foi personagem do caderno Sala do Produtor da revista Frimesa em 2004 e hoje sua história é lembrada nesta edição especial. Na época, planejava ampliar sua produção de leitões e o sonho se concretizou. Durante 16 anos, passou de 200 para 450 matrizes produtoras de leitões. O segredo para atingir esse objetivo: "a gente sempre tem que estar aberto às inovações e evolução", revela Schmitt. O primeiro contato com a suinocultura foi aos 15 anos quando ajudava o seu pai na granja. Hoje, com 59 anos, é associado da Copacol e produz leitões para a Frimesa, desde 1992, em uma propriedade de 15 hectares, onde produz também soja, milho e trigo.

Com o passar do tempo, as mudanças foram consideráveis na produção de suínos, sendo que começou com 4,8 mil leitões ao ano, com técnica de três semanas, e atualmente são feitos lotes semanais de 50 matrizes, sincronizadas, entre parto, desmame e cobertura. Com uma média de três leitões por parto, são cerca de 600 leitões nascidos semanalmente, o que contabiliza 31.200 leitões ao ano. A suinocultura sempre fez parte da família Schmitt. O avô de Nilton criava o chamado "porco doméstico". Quando se casou, em 1983, iniciou com 60 matrizes, passou por várias etapas e atingiu os números

atuais. Agora, pensa na continuidade da produção com perspectiva de chegar a 1.100 matrizes ainda no próximo ano.

É notório que, com o passar dos anos, expandiram-se os resultados, as técnicas e o manejo foram aprimorados e, em paralelo, a família aumentou. Suas três filhas tiveram a educação sustentada pela produção de suínos, se casaram e tiveram filhos. Uma delas, Chiara (que tem foto registrada na edição de 2004), retornou com o marido e filhos para ajudar o pai, Nilton, e a mãe, Isabel, no manejo dos animais. Seu papel, além de dar todo o suporte ao pai, é fazer o controle da produção e administrar a parte tecnológica da propriedade. E é nela que o pai vê o futuro da produção "quero construir uma casa para que permaneçam e deem continuidade ao patrimônio que construímos durante todos esses anos", explica o produtor.

A busca em aprimorar a produção de suínos continua. Os próximos passos e investimentos na propriedade de Schmitt é para atender às exigências do Programa Suíno Certificado Frimesa, lançado em 2012 para rastreabilidade e sustentabilidade da cadeia produtiva. Estão instaladas duas lagoas de dejetos e o planejamento é expandir para três, com manta (para evitar vazamentos e a poluição). Esse composto fará a irrigação fértil da plantação de grama para alimentar a futura criação de gado.



Também será construído um padrão de energia para uma nova creche de leitões, com equipamentos atualizados, preparada para duplicar a maternidade e gestação. Faz parte também dos planos de investimentos da família comprar equipamentos para melhorar o processo de compostagem e destinação dos animais mortos.

A Revista Frimesa completa 100 edições e, em todas elas, retrata a batalha e as conquistas de muitos produtores que alimentam com matéria-prima a cadeia produtiva da Frimesa. São anos de aprendizados, de troca de experiências e o compartilhamento de ideias de sucesso. Schmitt é exemplo de que a busca por informação é fundamental para ter uma boa produção de suínos. "A gente nunca sabe tudo, sempre tem que observar, respeitar e ouvir as novidades. Ser humilde", reforça.

Nada seria possível se o produtor não tivesse o apoio constante da sua cooperativa com suporte técnico, insumos, medicamentos e a garantia de compra e venda dos animais com preços justos. "A cooperativa nos traz inovação através da teoria, e nós, com experiência e investindo em tecnologia, conseguimos alcançar níveis excelentes de produção. Essa é a prova que a união de todos transforma a realidade de muitas pessoas que vivem da pecuária", avalia Schmitt.

Com tantos anos de trabalho, esforços em manter a família unida e com saúde, Schmitt conseguiu proporcionar uma qualidade de vida melhor para sua família. Depois de alcançar todos os seus sonhos em relação à evolução da produção de suínos, junto com sua esposa, mudou-se da casa de madeira para um sobrado no centro da cidade. "Quando éramos uma família grande, morávamos numa casa bem pequena, hoje que somos só nós dois, moramos uma residência ampla e com dois pisos, mas carregamos conosco a importância de trabalharmos com honestidade e seguir nossos valores familiares", comemora Schmitt. ■

MATÉRIA publicada na Revista Frimesa, edição número 8, entrevista com o produtor.




MATRIZES

2004 → **2020**
200 450


LEITÕES
AO ANO

2004 → **2020**
4,8 mil 31,2 mil

NILTON, Isabel e Chiara hoje tomam conta da produção familiar.



Arquivo Copacol

CONDOR: Império de Sucesso

HÁ 11 ANOS, A REVISTA FRIMESA CONTAVA O INÍCIO DA EXPANSÃO DE UMA DAS MAIORES REDES SUPERMERCADISTAS DO PARANÁ.

O nze anos se passaram desde a primeira matéria publicada na Revista da Frimesa falando sobre a parceria Condor Super Center. O que mudou? Os anos se passaram, a tecnologia acelerou e transformou completamente a vida das pessoas, mas o que permaneceu intacto foi o sucesso do império do empresário Pedro Joanir Zonta e a consolidação da Condor em uma das maiores redes supermercadistas do país, mais criativa, mais lembrada e preferida pelos consumidores paranaenses.

Em 2009, ano da publicação da matéria, o Condor completava 35 anos, com 28 lojas em dez cidades do Paraná, 12 hipermercados, 16 supermercados atendendo cerca de 2 milhões de clientes ao mês. Além disso, empregava 6 mil colaboradores.

Hoje, com 46 anos, Zonta conseguiu enxergar as oportunidades que surgiram e fez a Condor voar alto. Com o slogan de campanha, "No final da compra, o Condor é sempre mais barato", a rede possui 55 lojas, entre super e hipermercados, em 20 cidades do Paraná e Santa Catarina. Considerada uma das 10 maiores redes supermercadistas do Brasil, a rede conta com uma central de distribuição com mais de 70 mil m² em Curitiba, responsável pelo abastecimento diário das lojas da rede. São mais de 14 mil colaboradores que fazem parte da Família Condor e que garantem o atendimento a mais de 4 milhões de clientes por mês.

Os números triplicaram, os projetos se expandiram e, atualmente, Ricardo Zonta ocupa o cargo de vice-presidente da empresa e afirma que o compromisso é o de ajudar o consumidor a economizar: "Oferecemos produtos de qualidade, um mix amplo, ofertas que contribuam para o orçamento familiar e colaboradores constantemente treinados para oferecer o melhor atendimento, ou seja, estar sempre de mãos dadas com o nosso cliente".

HISTÓRIA – Os caminhos percorridos pelo Condor para se tornar referência no ramo foram de muito trabalho, projetos audaciosos e visão estratégica. A história da rede teve início em 13 de março de 1974, quando o jovem empreendedor Zonta adquiriu um pequeno mercado de 110m² no bairro Pinheirinho, em Curitiba, e iniciou suas atividades com cinco funcionários. Em 1998, com a venda da principal rede de supermercados do Paraná para um grupo estrangeiro, Zonta viu a oportunidade para consolidar-se no mercado. Ele tinha dois

caminhos: ceder ao assédio das redes estrangeiras e vender a empresa ou aproveitar e conquistar os consumidores descontentes com a nova forma de operação. A opção foi modernizar as lojas, informatizar a empresa e adotar práticas inovadoras de gestão e marketing, conquistando assim os "órfãos" daquela que tinha deixado de ser a rede dos paranaenses. A expansão da empresa de forma planejada, com recursos próprios e do BNDES, e o constante treinamento de seus colaboradores foram fundamentais para esta consolidação.

ZONTA, com uma visão empreendedora, transformou o Condor em uma das maiores redes supermercadistas do Brasil.



EVOLUÇÃO – Como dizia Pedro Zonta, em 2009, em entrevista para a revista, “estar parado significa estar morrendo. Um negócio precisa estar em constante crescimento, como se fosse um organismo vivo que não tem limites para a evolução”. E realmente o visionário e audacioso Zonta tinha razão, aplicou essa premissa em seus negócios e expandiu sua rede para novos mercados, programas de fidelidade, projetos sustentáveis e pensou no desenvolvimento e apoio à comunidade.

O Condor expandiu para 19 postos de combustíveis nas cidades de Araucária, Curitiba, São José dos Pinhais, Campo Mourão, Colombo, Castro e Ponta Grossa. O objetivo é continuar investindo neste segmento para levar mais essa conveniência aos clientes.

Há três anos, lançou seu programa de fidelidade, um clube de descontos e promoções exclusivas para clientes cadastrados. Hoje, o Clube Condor já tem cerca de 3 milhões de clientes identificados, que se beneficiam de ofertas e condições diferenciadas. O cadastro no Clube é gratuito, basta acessar o site www.clubecondor.com ou baixar o aplicativo disponível para Android e IOS.

Também, com o objetivo de atuar diretamente nas comunidades onde estão inseridas suas lojas, o Condor Super Center criou o Instituto Joanir Zonta, que atua no desenvolvimento e execução de ações voltadas às necessidades de cada região assistida. O Instituto é mantido pelo Condor e presidido por Sandra Zonta, que também é diretora da rede. O Instituto viabiliza diversos projetos em benefício da população, tanto na área social, educacional e ambiental.



SUSTENTABILIDADE – Desde 2008, o Condor trabalha com uma refrigeração sustentável por meio do Glicol. O Hiper Condor Torres já foi responsável pela redução em 50% da emissão de gases poluentes. A partir de 2012, esta redução foi ampliada para 92% com a utilização do CO2 nos congelados.

A 50ª loja do Condor Super Center, inaugurada neste ano em Curitiba (divulgada na matéria da Revista Frimesa conforme imagens anexas), foi o primeiro supermercado da América do Sul a utilizar o Propano em sua linha de refrigerados, um gás 100% natural, inofensivo à Camada de Ozônio e com baixíssimo GWP (Global Warming Potential). A solução foi criada para ajudar a cumprir a meta do Protocolo de Montreal, que é substituir os gases refrigerantes sintéticos nocivos ao meio ambiente, até 2040, no Brasil.

O Condor também conta com geração da própria energia por meio de usina, lâmpadas LED, economia de energia elétrica através do sistema de iluminação dimerizável, que ajusta a intensidade luminosa de acordo com a luz natural. Também são instalados na cobertura do estabelecimento os Domus Prismáticos que permitem a entrada de luz externa no ambiente e filtram os raios ultravioletas em até 98%. Também utiliza o sistema de captação da água da chuva para utilizar na irrigação de jardins, limpeza de pisos e descarga de sanitários.

Parceria Frimesa

O Condor tem como diferencial na prática aliar preço a qualidade para atender as demandas dos consumidores. Entre as opções de produtos, a rede tem uma parceria de mais de 36 anos com a Frimesa com foco nas linhas carnes in-natura, salames, presuntaria, linguiças frescas e defumadas, hambúrgueres, bacons, queijos, leites longa vida, leite condensado, cremes, doces e achocolatados, tendo uma excelente participação nas gôndolas da rede. Além disso, a Frimesa investe fortemente em campanhas promocionais e na comunicação nos Pontos de Venda o que traz mais gás e destaque as gôndolas aguçando e atendendo as necessidades dos consumidores. A equipe da Frimesa é formada por repositores, supervisores, e representantes de vendas dedicados exclusivamente para atender a rede Condor. 🗨️

MATERIA do Condor na edição 39 da Revista Frimesa





Carne Suína:

Preços da carne suína caem em pleno final de ano

Ainda não se pode dizer com certeza porque os preços da carne suína estão caindo em pleno final de ano, apesar da pandemia acredita-se que o consumo deve aumentar como acontece todos os anos por conta das festas do Natal e do Ano Novo. Na virada do mês de novembro para dezembro, os preços do suíno vivo no mercado spot e da carcaça resfriada caíram em torno de 30%, presumimos que a razão disso pode ter sido um aumento na oferta de animais cevados por parte dos criadores independentes, a fim de aproveitar o alto preço que vinha sendo praticado e o maior consumo nesta época do ano aqui no Brasil. Outro motivo pode ser a diminuição dos volumes exportados de carne suína, os números preliminares indicam que a quantidade em novembro ficou abaixo de 80 mil toneladas, talvez por conta da queda dos preços em torno de 20% mais a queda da taxa de câmbio perto de 10%. Com menos dinheiro entrando pelas vendas, o interesse dos grandes exportadores pela compra dos animais a qualquer preço diminuiu, colaborando assim também com o aumento da oferta.

Por outro lado, o aumento nos custos de produção ainda preocupa os criadores, os principais componentes da ração que alimenta os animais, milho e farelo de soja, chegaram ao pico de preço fechando em novembro com 82% e 122% de aumento respectivamente em relação a dezembro de 2019. Antes da queda nos preços do animal vivo e da carcaça, mencionados

acima, os preços destes não chegaram a 60% de variação na mesma relação com dezembro do ano passado e agora com a queda no final de novembro, o suíno e a carcaça mantêm um aumento residual de menos de 20% apenas. Espera-se que com a taxa de câmbio mais baixa, os cereais citados também tenham queda nas suas cotações, embora o reflexo se isso acontecer só será sentido no custo de produção lá pelos meses de março e abril de 2021, até lá as margens na criação ficarão bem apertadas.

Com a queda dos preços do animal vivo, da carcaça e das carnes exportadas, é bastante provável que haverá oferta de matéria prima para as indústrias com preços mais atraentes e estas voltem ao mercado comprando e enxugando a oferta. Como os principais produtos industrializados (linguiças frescas, linguiças defumadas, presuntaria e bacon) também não tiveram sucesso no repasse integral dos custos nos preços de venda que estão sendo praticados, a queda dos preços das matérias primas pode ajudar a melhorar a performance de resultado destes itens. É muito provável que até o final desta temporada os preços conquistados nos industrializados sejam mantidos, mas a partir do início do próximo ano a demanda tende a se enfraquecer e os preços de venda podem cair e apertar as margens da indústria também. Indústrias e criadores precisam ter muita cautela a partir de agora para tentar minimizar os efeitos dos eventos que foram citados acima.

Disponibilidade per capita

2020/2019



Fonte: Milkpoint

Preços líquidos pagos ao produtor



Fonte: Cepea



Leite e derivados:

Queda na produção reduz oferta de leite

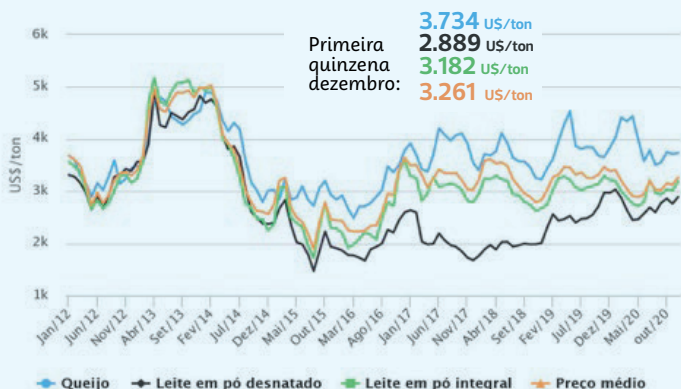
Historicamente no fim de cada ano sempre temos um aumento na disponibilidade de leite e derivados para o mercado, o aumento na produção e a redução do consumo sempre explicaram esta situação a ponto de as indústrias aumentarem seus estoques para dar conta da captação. Neste ano, ao contrário, parece estar acontecendo uma queda na produção principalmente na região sul do Brasil, a falta de chuvas regulares tem provocado uma forte estiagem nas últimas semanas diminuindo a oferta de alimento para os animais e mais o aumento dos custos da ração, parecem ser os motivos principais da redução da produção de leite no campo. Do lado do consumo, a previsão é de que neste final de ano os volumes não caiam tanto como em outros anos, de modo que diante da situação é muito provável que não tenhamos leite sobrando.

Com isso os preços, tanto ao produtor quanto ao consumidor, que vinham caindo em outubro indicaram manutenção em novembro e pode ser que em dezembro mantenha a estabilidade,

o que é muito positivo para o produtor. Já notamos que nos últimos dias os preços de venda das principais categorias, leite longa vida e queijos, já sinalizaram recuperação, o que é necessário para a sustentação do preço da matéria prima.

O retorno das chuvas com mais intensidade pode alterar rapidamente este cenário, com a recuperação das pastagens a produção pode se normalizar aumentando a oferta e provocando a redução dos preços em geral. Outro fato que pode atrapalhar o equilíbrio atual é se as importações aumentarem muito em relação ao que já está entrando no país, isso pode acontecer por conta da queda da taxa de câmbio que faz com que os produtos importados custem bem menos daquilo que é produzido aqui. Essa diferença de custo pode chegar próximo a 20% como é o caso dos queijos. Enfim, de modo geral a expectativa é de que apesar das possibilidades citadas o final deste ano tende a ser diferente dos outros, mas favorável a cadeia produtiva do leite. 🍷

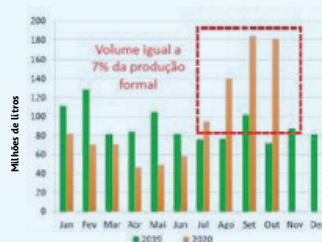
Preços no leilão GDT



Fonte: Global Dairy Trade

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

Importações (equivalente leite)
milhões de litros/mês



Jan/Out (20/19): +7%
+62 milhões de litros

Exportações (equivalente leite)
milhões de litros/mês



Jan/Out (20/19): +54%
+30 milhões de litros

Jan/Out (20/19)
+ 33 milhões de litros
(equivalente a +0,2% na captação de jan/out)
(equivalente a +3,0% na captação de jul/out)

Fonte: Milkpoint

CORAÇÃO da Frimesa

Nas 100 edições, a Revista Frimesa apresentou mais de 250 novos produtos.

Os anos mostram a evolução da empresa para acompanhar as tendências de consumo.

Se qualificarmos a empresa com o funcionamento do corpo humano, com certeza o produto ocupa o lugar do coração, uma vez que é vital para se manter viva. A Revista da Frimesa sempre foi disseminadora das novidades que envolveram o portfólio da empresa. Cada lançamento no mercado teve o propósito de sustentar a cadeia de suínos e leite e atender o consumidor. Foram nas suas páginas que as pessoas puderam conhecer o papel principal da Frimesa de industrializar e comercializar os mais de 450 produtos, traduzidos em qualidade e com a essência e valores da empresa: prover alimentos de valor as pessoas.

Os produtos são o coração da empresa também porque é por meio deles que os milhares de consumidores conhecem a marca. Nas 100 edições da Revista, pode ser visto vários conteúdos em colunas especiais de lançamentos, com matérias destaques de capa, enaltecendo o produto feito pelas mãos de mais de 20 mil pessoas entre produtores, colaboradores e clientes.

Nesse tempo, mais de 250 novos produtos foram informados na Revista Frimesa, destacando, principalmente as inovações dos produtos pensando no atendimento ao

consumidor, investimentos na produção e crescimento da empresa. "Uma das nossas filosofias é se manter atualizada, acompanhando as transformações e as necessidades do consumidor. E o que é valor para o consumidor? É um produto saboroso, conveniente, e fácil de preparar", pontua a gerente de marketing, Elis D'Alessandro.

Nesta edição especial de comemoração das 100 publicações, a linha do tempo mostra como a Frimesa cresceu em sua linha de produtos pensando na necessidade de conveniência – com produtos menores, em porções e novos segmentos, agregando valor para a empresa e ofertando valor para o consumidor. Entre os exemplos das grandes transformações está o Presunto Frimesa, que na época era comercializado apenas no formato peça de três quilos, e hoje, chega no mercado fatiado, em embalagem de 200g e 500g, resultando em praticidade de consumo. A linha de produtos sem lactose, também foi uma revolução no mix de produtos, para estar presente nas refeições das pessoas intolerantes ao açúcar do leite. O consumidor teve novas necessidades e a Frimesa acompanhou as mudanças para atendê-los.

MUDANÇAS

Nas entrelinhas das histórias contadas, nos lançamentos de produtos na Revista Frimesa, surgiram novos personagens que aumentaram os espaços de mercado, como as recentes versões do leite fermentado em 170g e 850g, que atendem às demandas da família e dos adultos que buscam saudabilidade. Nesses anos, alguns produtos tiveram uma expansão na diversificação como a grande variedade de linguiças, produtos em lácteos que antes se concentravam apenas em leite UHT e queijos, e o bacon, que anteriormente era comercializado apenas como manta e atualmente é comercializado em pedaços ou mesmo picado. "Os produtos sempre foram personagens principais nas edições da Revista, afinal são eles que movimentam a economia e dão respiro para manutenção de toda nossa estrutura. Sem vendas dos produtos não há renda. Estamos sempre investindo em equipamentos, treinamentos para acompanhar o mercado", explica D'Alessandro.

A Frimesa completa 43 anos em 2020, destes, 17 foram contados na Revista da Frimesa através dos melhores momentos que se inclui um dos principais propósitos que é rentabilizar os produtos. "Buscamos diversificá-los para conseguir a percepção da marca, e com isso, conseguir presença forte nos Pontos de Vendas com novas alternativas e com mais volume para atender a demanda. A Revista Frimesa também é uma ferramenta para repositores e representantes poderem acompanhar tudo o que acontece de novo. Em cada treinamento eles são atualizados com últimas edições, que geralmente centralizam informações importantes sobre os produtos", conta o gerente comercial da Frimesa, Mauro Kramer.

HISTÓRICO

Em 17 anos de redação, a Revista Frimesa acompanhou a somatória de produtos ao portfólio e mostrou como a Frimesa agregou valor, investiu em tecnologia, pesquisa, desenvolvimento e marketing, e modernizou as suas estruturas para se tornar referência como indústria de alimentos no Brasil.

Dos 15 itens comercializados em 1980, a Frimesa passou para 259 produtos durante o lançamento da revista em 2003 quando começou a circular. Hoje, na sua 100ª edição, a cooperativa fecha com um portfólio de 450 itens. A seguir, você acompanha o caminho que a Frimesa percorreu, buscando crescimento por meio dos seus produtos. Um trabalho que envolve diversas equipes, desde a visão de mercado e os processos industriais, até a divulgação, comercialização e distribuição desses produtos. Relembre a trajetória da empresa pelos produtos:

LINHA DO TEMPO

As capas que estamparam os investimentos no portfólio



EDIÇÃO 1 – A Primeira edição da revista trouxe o novo design de embalagens na linha de hambúrgueres – frango, carne bovina, com bacon e com queijo. Na edição seguinte, chegou a vez de anunciarmos o novo personagem para a linha infantil: o rei-zinho Friminho e o reino da Frimelândia, que ilustravam as embalagens da linha.



EDIÇÃO 04 e 06 – Veiculadas em 2004, a marca Friminho é lançada com os produtos: bebida láctea sabor chocolate, queijo petit suisse e leite fermentado UHT. São lançados também, o creme de leite light e a picanha suína.



EDIÇÃO 11 – Alguns itens totalmente novos chegaram ao portfólio Frimesa, como o leite condensado (o primeiro fabricado no oeste do Paraná), assunto que foi destaque da edição 11, veiculada em 2005. Com a ampliação da Unidade de Lácteos em Marechal Cândido Rondon, a Frimesa incluiu o produto no portfólio, e agregou também as versões cálcio, ferro e baixa-lactose (que depois se tornou zero-lactose) do leite UHT. O mix chegou a 258 produtos.



EDIÇÃO 23 – Chegam os práticos queijos fatiados mussarela e prato no mercado em 2007, a linguiça de pernil e frescal, fazendo a empresa alcançar os 318 produtos comercializados. A marca Frimesa e o personagem Friminho são modernizados no mesmo ano.



EDIÇÃO 32 – Em 2008 chega a linha de produtos para as festas de fim de ano – tender, lombo e pernil temperados, para ir direto ao forno. Essas novidades em carnes vinham de encontro com o Projeto 2005–2015, para expandir a cadeia produtiva de suínos.

EDIÇÃO 36 – Em 2009, a Frimesa aprimora suas estruturas na área de lácteos e transfere as operações de Curitiba para Matelândia, dando início aos investimentos na industrialização de iogurte. Nessa época eles eram comercializados em 21 tipos diferentes. A empresa alcança os 341 itens. No ano seguinte, as versões de iogurte em bandeja também entram no hall de novidades.



EDIÇÃO 69 – A linha de iogurtes ficou mais moderna, resultado da repaginação do visual, e é capa da edição 69 de novembro de 2014. Ainda são lançadas as sobremesas lácteas – chocolate e flan, e o iogurte grego. Completam as novidades, o salame hamburguês e a ave natalina. A marca chega aos 380 itens comercializados.

EDIÇÃO 74 – Em 2015, a Frimesa lança o pioneiro leite fermentado na opção garrafa de 170g. Em iogurtes, chega a linha zero lactose, e as versões zero gorduras e funcional em bandeja, divulgados nas edições em coluna especial. Inicia-se mais uma renovação no visual das embalagens, dos então atuais 405 itens.



EDIÇÃO 80 – A campanha "A carne que o mundo prefere" é lançada trazendo como novidade 12 novos produtos e posicionando a marca como especialista em carne suína em 2016. Nesse ano, a Frimesa atinge os 430 produtos.

EDIÇÃO 82 – A Revista trazia o logotipo renovado, mais amigável e moderno. Chega o grego na versão individual. Novo posicionamento para a categoria de salames e queijos especiais. Copa curada e doce de leite integram a linha Premium. Leite fermentado na versão familiar (em garrafa de 850g) completa os lançamentos desse ano, chegando a 445 produtos.

EDIÇÃO 99 – Nessa edição, a Frimesa lança para o Natal e Ano Novo a "Ceia Prática Frimesa", compondo tender, pernil, lombo e ave natalina, e o mais especial: O Presunto Tenro. Também lançou a Linguíça Calabresa Sabor Pepperoni e o Queijo Brie chega para compor a linha de queijos finos.



EDIÇÃO 97 – Em 2020, embalagens dos produtos Porco a Passarinho, linguiça de pernil, paio, linguiça toscana e linguiça calabresa, ganham o selo WQS de certificação do bem-estar animal no mês de setembro.



EDIÇÃO 95 – Em 2020, uma das principais capas da Revista Frimesa foi a renovação do visual das embalagens. As novas embalagens trouxeram elementos que ajudam a identificar a extensão do portfólio, além do design limpo e cores vibrantes.

EDIÇÃO 92 – Novas embalagens de manteigas e requeijão, com aparência envelopada e refinadas, são veiculadas em março e abril de 2019.



EDIÇÃO 87 – Em 2018 ocorre a renovação da linha Friminho, com personagem e novos produtos adicionados a linha infantil. O destaque é para o camaleão expert em transformações, capaz de acompanhar as crianças em todas as fases do crescimento.

edição

100

REVISTA COMPLETA **17 ANOS** E CONTA A HISTÓRIA
DA FRIMESA PARA MILHARES DE PESSOAS
ENVOLVIDAS NA CADEIA PRODUTIVA. NESTA EDIÇÃO,
OS FATOS MARCANTES FORAM REELEMBRADOS.

Chegamos a 100ª edição. Uma conquista que poucas publicações institucionais conseguiram alcançar. Lançada em julho de 2003 com 20 páginas, a Revista Frimesa é pioneira da região de atuação das cooperativas filiadas e, ao longo dos anos, recebeu o reconhecimento e a apreciação em função da qualidade apresentada em cada edição.

Durante os 17 anos, se tornou o principal veículo de comunicação entre os públicos envolvidos. Com edição bimestral, a revista foi espelho de grandes conquistas da Frimesa, proporcionou uma integração entre colaboradores, filiadas, produtores, fornecedores, clientes e consumidores.

Ela também transmite a essência da empresa, do cooperativismo, estabelece o bom nome da marca, e é fonte de conhecimento da central, de seus produtos e operações. Atualmente, a Revista Frimesa é o principal veículo de comunicação corporativa da empresa, com publicação bimestral, atingindo uma tiragem de 14 mil exemplares, variando de 36 à 44 páginas de conteúdo.

Agora, em todas as plataformas: no papel e nos sites da Frimesa, o número 100 é uma edição especial que reúne textos, histórias, fotos e depoimentos que marcaram uma história de muito trabalho e transparência, na produção de alimentos oriundos de carne e leite, que transformaram a realidade econômica de milhares de pessoas.

Paralelo à esta edição especial, a Frimesa completa no dia 13 de dezembro de 2020, 43 anos. A primeira edição da Revista Frimesa teve destaque na capa: os 25 anos da empresa, período em que se consolidava o maior laticínio paranaense. Hoje, está consolidada como uma das maiores cooperativas do Paraná e do Brasil.

HISTÓRIA – A jornalista, e atualmente gerente de marketing da Frimesa, Elis D' Alessandro, foi quem escreveu as primeiras páginas e rememora a apuração dos fatos para a produção dos conteúdos. "Tínhamos suporte de outros profissionais na produção dos conteúdos. A Revista Frimesa substituiu o Informativo do Produtor e o Informativo Interno Fala Frimesa. Vendo a evolução da cooperativa, a diretoria decidiu que deveríamos ter um veículo de comunicação próprio com conteúdos melhor elaborados para unificar os públicos. Então fui chamada para esse desafio, iniciamos a Revista Frimesa, e a partir daí optei em me profissionalizar no jornalismo", conta emocionada a colaboradora que completa em 2021, 30 anos de empresa e escreveu o livro Memórias Frimesa.

A Revista Frimesa surgiu em um momento em que a família Frimesa se tornava cada vez maior e, contar as novidades e passar informações de "boca em boca", já não era possível, visto que na época o envolvimento dos públicos chegava a 25 mil pessoas. A primeira edição circulou com 10 mil exemplares, das quais chegavam nos públicos através de técnicos da Frimesa que visitavam as propriedades e os conhecidos 'caminhões de recolha de leite', que captavam o leite nas propriedades e traziam para a industrialização. Além disso, as primeiras pautas foram, na sua maioria, baseadas nos laticínios, pois era o momento em que a Frimesa ampliava seu portfólio de produtos e saía da região Oeste, onde era o berço de captação do leite, para expandir a captação em capitais. "A suinocultura vinha em paralelo com esses investimentos, com integração dos produtores através de equipes técnicas e investimentos em tecnologias", conta a jornalista.

Em seu depoimento, Elis comparou como a evolução tecnológica marcou a história da Revista da Frimesa e a sua história como profissional, pois autuou na produção de conteúdo com a máquina fotográfica analógica, depois com as primeiras máquinas digitais conhecidas como Mavica e, atualmente, à realidade de equipamentos fotográficos que são modificados diariamente. "Lembro que foi emocionante, quando conseguimos editar uma foto sem precisar revelar. Foi um dos momentos marcantes que tive. Usávamos um disquete que armazenava seis fotos. Hoje, os cartões de memória utilizados, armazenam mais de mil fotos", conta.

FUTURO: A palavra da diretoria, espaço que os diretores da Frimesa deixam a mensagem aos leitores, tem nítido nas entrelinhas escritas de todas as edições, o sentimento visionário de quem esteve na liderança da cooperativa. A palavra progresso e conhecimento sempre pautaram os textos valorizando o capital humano paralelo às novas tecnologias. A Frimesa, sempre oportunizou o desenvolvimento da cadeia produtiva realizando o sonho dos consumidores, entregando alimentos de valor.

E a Revista contou com os principais projetos de visão de futuro da Frimesa, os quais, deram um novo rumo à marca. Entre eles, o projeto implementado de 2005–2015: visão de crescimento de dez anos, o qual expandiu a presença da Frimesa em todo o Brasil.

O diretor-presidente da Frimesa, Valter Vanzella, lembra que esse projeto alavancou a marca que aumentou de 1.500 para 6.500 suínos abatidos/ dia. "Se não tivéssemos tido a audácia e a coragem de dar esse passo não teríamos chegado até aqui. Começamos a ocupar espaço, fomos reconhecidos", comemora.

Há 40 anos como colaborador da Frimesa, o diretor-executivo Elias Zydek, conta com orgulho que esses momentos e projetos audaciosos transformaram a família Frimesa no que é hoje: exemplo de cooperativismo e industrialização de alimentos. "Na época, investimos em tecnologia de ponta e inovação. Os avanços conseguidos por um time profissional trabalhando em equipe deixa um sentimento de realização e orgulho para todos", avalia.

Reveja alguns momentos da Frimesa contados na Revista:



Edição 01 | Julho de 2003 – É lançada a revista Frimesa, estruturada em diferentes cadernos: matéria de capa, novidades, sala do produtor, artigos técnicos com origem da área de fomento, recursos humanos e variedades. O lançamento da revista veio de encontro com o aniversário de 25 anos da cooperativa e abordagem da evolução da empresa. Veiculado na edição seguinte, um personagem também ganhou destaque a partir do investimento na modernização da unidade industrial de laticínios em Marechal Cândido Rondon: no mesmo ano, é lançada a linha Friminho de produtos infantis, o mascote "Rei" e a linha de embalagens seguiu o "Reino da Frimelândia".



Edição 08 e 13 – Nos próximos três anos, importantes decisões foram tomadas. Em 2004, a Frimesa lançou o Projeto 2005–2015, para ampliação do volume de produção de suínos em 400%. A meta era aumentar o rebanho de 340 mil suínos para mais de um milhão. Para isso, a Frimesa inicia investimentos na unidade industrial de Medianeira e passa a industrializar 6.500 suínos ao dia. Entre as principais ações, a Frimesa junto com as suas filiadas começaram a investir na engorda e criação de suínos com investimentos de R\$ 90 milhões no setor. Também foi ampliado o frigorífico para a industrialização de carnes com aquisição de novos terrenos.



25

Edição 25 | Jul./ago. 2007 — Ocorre as entregas da primeira fase da ampliação e modernização da planta industrial de Medianeira. Nessa etapa foram concluídas as adequações tecnológicas e a modernização dos processos de abate, desossa, estocagem e da industrialização de presuntos, linguiças, mortadelas, curados, hambúrgueres e salsichas. As atualizações reforçam a missão da Frimesa no mercado de alimentos e resultam da determinação das cooperativas, na promoção da cadeia de suínos do Oeste Paranaense.



36

Edição 36 | Mai./Jun. de 2009 — Os processos da unidade da Centralpar em Curitiba são transferidos para as duas principais fábricas da Frimesa no oeste. A unidade de Marechal Cândido Rondon ficaria com o requeijão; e a de Matelândia receberia os processos de iogurtes. Para isso, iniciam-se as adequações para ampliação e modernização da fábrica de refrigerados em Matelândia, que também iniciou no mercado de leite pasteurizado.



21

Edição 21 | Nov./Dez. de 2006 — O nome fantasia Sudcoop também saiu de cena. Após mudança estatutária, ocorreu alteração na razão social de "Cooperativa Central Agropecuária do Sudoeste LTDA" para "Frimesa Cooperativa Central", associando a marca à razão social. Oito anos antes, as vendas dos produtos foram unificadas na marca Frimesa, na época exclusiva para carnes. Em laticios, atuava-se com Reggio, Rei do Oeste e Chokant. "Essa decisão merece destaque, foi o que realmente deu um novo rumo para a Frimesa, se fez uma aposta numa marca, o que foi fundamental para posicioná-la no mercado", comenta o diretor-presidente, Valter Vanzella.



47

Edição 47 | Mar./abr. 2011 — Parque Ambiental Frimesa — O Parque Ambiental Frimesa é inaugurado, entregando para a comunidade um local rico em biodiversidade e aspectos histórico-culturais, voltado à educação ambiental.



11

Edição 11 | Mar./abr. 2005 — A Frimesa inaugura a primeira fábrica de leite condensado do Paraná, na Unidade de Marechal Cândido Rondon. A matéria de capa, mostra também a automação da produção dos queijos, modernização da linha longa vida, que aumentou ampliou em 400% a produção industrial. A unidade agora conseguiria processar 43 produtos.



54

Edição 54 | Mai./Jun. 2012 — Programa Suíno Certificado — É lançado o Programa Suíno Certificado Frimesa com o propósito de implementar um controle em toda a cadeia, com a adoção de procedimentos operacionais, para garantir a padronização no sistema de criação e a produção de alimentos seguros.



59

Edição 59 | Mar./Abr. 2013 — Nova tomada de investimentos na planta de carnes moderniza as linhas de industrialização: bacons, frios fatiados, cortes especiais, hambúrgueres, fatiados, salames defumados, salsichas e mortadelas tiveram sua capacidade de produção ampliada. O crescimento resultou em um incremento expressivo nas contratações: 5.440 colaboradores.



74

Edição 74 | Set./Out. 2015 — Novo ciclo de crescimento com frigorífico da Frimesa — o maior da América Latina. Plano de Expansão e placa de anúncio do novo frigorífico.



75

Edição 75 | Nov./Dez. de 2015 — Inseridos robôs na industrialização, iniciando pela Unidade de Marechal Cândido Rondon. Em 2016, os investimentos foram em robôs no frigorífico de Medianeira.



85

Edição 85 | Jul./ago./set. 2017 — Frimesa inicia operação de mais uma indústria em Marechal Cândido Rondon para abate de suínos. Quando começou processava 14 mil suínos ao dia. A unidade possui 11.500 metros quadrados.



83

Edição 83 | Mar./Abr. 2017 — A diretoria e os colaboradores entregaram oficialmente quatro grandes projetos: o novo Centro Administrativo, em Medianeira, e a conclusão das ampliações e modernizações das três unidades industriais. Também iniciam-se as obras do novo frigorífico em Assis Chateaubriand, que terá capacidade diária de 21 mil suínos.



80

Edição 80 | Set./Out. 2016 — A Carne Que o Mundo Prefere — Surge o Projeto Década 20, que visa saltar dos 6.500 para 21 mil suínos industrializados diariamente. A Frimesa decide pela construção de uma nova indústria de carnes em Assis Chateaubriand. É lançada a campanha de marketing "A carne que o mundo prefere", com o objetivo de ampliar o conhecimento do portfólio de carnes da marca e expandir as vendas no estado de São Paulo.



86

Edição 86 | Out./Nov./Dez. de 2017 – A Frimesa comemora 40 anos com shows, apresentações culturais e lançamento do livro Memórias Frimesa.



93

Edição 93 | Mai./jun. 2019 — Lançado o Portal do Colaborador: eu.frimesa.com.br, trazendo mais agilidade e interatividade. Hoje, além da Revista, é o principal canal de comunicação com o colaborador. Projeto de fortalecimento da cultura organizacional também começa a acontecer.



98

Edição 98 | Jun./jul. 2020 — Criado o plano "Avança Frimesa", com estratégias para crescer no mercado. Planos de combate ao Coronavírus foram veiculados. Lançada a promoção 1 Ano de Mercado Grátis.

Arquivo Frimesa



Leitor assíduo

Com o passar dos anos, a Revista Frimesa conquistou vários leitores e, geralmente, os personagens das matérias envolvem colaboradores, pois a comunicação interna é voltada para alcançar o maior número de funcionários possível. Estevão Vergopolan, é colaborador do setor de congelados da Frimesa há 32 anos e foi um dos primeiros entrevistados na edição número 02 da Revista. Na época, ele contou o que fazia em suas férias quando viajava para o litoral e gostava do contato com a natureza. "Com o passar dos anos até minhas férias estão diferentes. Os anos também melhoraram a minha qualidade de vida", conta.

Vergopolan, lê todas as edições da revista e leva algumas para alguns amigos lerem porque gostam de acompanhar os conteúdos. A revolução tecnológica mudou a forma com que as pessoas buscam informações, geralmente optando por publicações online, mas a Revista Frimesa permanece sendo uma das principais ferramentas para divulgar os trabalhos, premiações, produtores e novos projetos. "Todos os colaboradores da indústria, principalmente o operacional, tem contato com a revista em seus momentos de descanso ou levam para casa. Quando ela circula, ouvimos as pessoas comentarem sobre os assuntos. A Revista centraliza de uma forma organizada o que acontece na Frimesa", reforça.

Há 17 anos atrás, quando começava a Revista Frimesa, Vergopolan lembra que o setor de congelados teve uma grande evolução, porque na época tinha apenas dois produtos para exportação e hoje, este é um dos principais setores para produtos de exportação e mercado interno.

"A evolução tecnológica também é nítida na Revista com impressões de alta qualidade, fotos mais bem feitas, conteúdos diferentes", finaliza.

EVOLUÇÃO DA FRIMESA ATÉ A EDIÇÃO 100 DA REVISTA.

2003

Faturamento:

R\$ 408.400.470

Colaboradores:

2058

Leite recebido/ano:

245.160.644 litros

Suínos recebidos/ano:

366.107 cabeças

Estrutura fabril:

8

Número de filiais:

5

Número de centros de distribuição:

5

RANKINGS

2º maior empresa de abate de suínos do Paraná. **10ª** posição no Brasil.

1º maior indústria de lácteos do Paraná.



2020*

Faturamento:

R\$ 4 bilhões

Colaboradores:

8406

Leite recebido/ano:

313.644.992 litros

Suínos recebidos/ano:

2.082.332 cabeças

Estrutura fabril:

7

Número de filiais:

8

Número de centros de distribuição:

11

RANKINGS

1º maior empresa de abate de suínos do Paraná. **4ª** posição do Brasil.

1º maior indústria de lácteos do Paraná.

*(números até início de dezembro 2020)

Edições Premiadas

A Revista já teve 100 edições publicadas e soma algumas conquistas: sete prêmios Ocepar de Jornalismo na categoria Mídia Corporativa, sendo que as edições 26, de 2007, 32, de 2008, e 81 de 2017, conquistaram o primeiro lugar; a edição 20, de 2006, e 48, de 2011, o segundo lugar na mesma categoria, e a 13, de 2005, e 36, de 2009, foram premiadas na terceira colocação. Em 2006, uma reportagem da revista foi agraciada com o Prêmio Sangue Novo no Jornalismo Paranaense, promovido pelo Sindicato dos Jornalistas do Paraná. 🗨️



ESTRUTURA do frigorífico e sede administrativa da Frimesa em Medianeira.

Arquivo Frimesa



43 ANOS FRIMESA

13 de dezembro é uma data muito especial para Frimesa. Em 1977, começava uma história com quatro cooperativas que uniram forças para formar uma Central para sustentar uma cadeia de milhares de produtores, por meio da industrialização.

Agora, aos 43 anos, é reconhecida como uma das principais empresas de alimentos do Brasil. É a primeira maior de abate de suínos e industrialização de lácteos do Paraná, se consolidou a quarta maior indústria de carne suína do Brasil e a décima maior cooperativa paranaense. "É privilégio para uma empresa chegar tão longe. Esse é o resultado do trabalho de uma cadeia de muitas pessoas, em especial, agradecemos aos colaboradores que se dedicaram e se dedicam diariamente para transformar a Frimesa no que ela é hoje.", comemora o diretor-presidente da Frimesa, Valter Vanzella.

Atualmente a empresa reúne quase 8.400 colaboradores e ainda envolve, indiretamente, mais de 20 mil pessoas. Os números comprovam

a trajetória de sucesso da Frimesa. Em 2020, a empresa deve fechar o faturamento de quase R\$ 4,3 bilhões e uma produção anual de mais de 400 mil toneladas de alimentos. São duas indústrias para abate e industrialização de suínos com capacidade de 8.400 suínos por dia e uma capacidade operacional de lácteos de 1 milhão de litros por dia. "2020 foi um ano atípico devido à pandemia. Enfrentamos várias dificuldades, mas foram vencidas e devemos crescer mais de 30%". Vanzella complementa que há projetos estabelecidos que sustentam a longevidade da Frimesa. "Em dois anos, devemos concluir a primeira fase das obras do novo frigorífico, uma ótima maneira de comemorar os 45 anos".

Para o próximo ano, a expectativa também é otimista. 2021 deverá ser um ano de muita dedicação e trabalho para atingir as metas visionárias de 4,94 bilhões em faturamento e aplicar investimentos em infraestrutura e expansão de unidades fabris de acordo com o diretor-executivo da Frimesa, Elias Zydek. "Somos uma grande família que unifica o trabalho, valoriza a amizade e o bom relacionamento. Somos irmãos que lutamos juntos, com coragem de enfrentar os desafios, por isso, temos que agradecer profundamente a dedicação e o sacrifício de todos da família Frimesa".



DEVIDO À PANDEMIA, FRIMESA REINVENTA A AÇÃO PARA O NATAL E ARRECADA ALIMENTOS PARA CESTAS BÁSICAS À FAMÍLIAS CARENTES.

O Natal na Frimesa foi reinventado em 2020, ano em que a pandemia obrigou a todos a repensar as ações, evitando aglomerações. Para destacar a data, a edição do Natal do Bem foi marcada pela exposição de uma bela Árvore de Natal no saguão principal de acesso ao refeitório na Unidade de Medianeira. Na árvore, foram disponibilizadas tags com produtos. A pessoa que retirava a tag doava o produto à comunidade de Medianeira para formar cestas de Natal às famílias carentes.

Além disso, os colaboradores apresentaram uma música de Natal no Portal do Colaborador eu.frimesa.com.br. As demais unidades e filiais também participarão da ação de arrecadação de alimentos e da apresentação da música.

Entre os alimentos arrecadados, estão: achocolatado, leite, leite condensado, doce de leite, creme de leite, açúcar, feijão, arroz, farinha de trigo, óleo, fubá, sal e caixa de bombom. 🍫

Posse da CIPA ADM

Aconteceu no dia 27 de novembro a posse da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes – CIPA do setor administrativo da Frimesa. A diretoria ficou composta pela presidente – Elis D'Alessandro, vice-presidente – Eva Aparecida Rosa Giusti, secretária – Alessandra Winter Bassetto e pela vice-secretária – Julie Robe Isquierdo.

Relação dos colaboradores representantes do empregador:

Titulares: Elis D'Alessandro, Jaqueline Camargo Pereira, Juliana Aguiar da Costa. Suplentes: Michele Oneda Biesek, Rosimere Furtado e Andre Anderson.

Relação de colaboradores representantes dos empregados:

Titulares: Eva Aparecida Rosa Giusti, Elizandra Severgnini Tibola, Carla Thais Fontana. Suplentes: Fabio Luiz Lucca, Bruna da Silva e Dilnei de Moura. 🍫



Bem-estar animal

O EVENTO reuniu os colaboradores da Frimesa que fazem o manejo dos suínos.

COLABORADORES DA FRIMESA PASSAM POR TREINAMENTO SOBRE MANEJO PRÉ ABATE E INSENSIBILIZAÇÃO POR GÁS CO₂.

No mês de novembro, a Consultoria e Treinamento de Produção Animal – BEA realizou uma palestra sobre bem-estar animal com o instrutor Victor Lima. Foram envolvidos todos os colaboradores de recepção de suínos, seção bem-estar animal e sangria. Entre os temas abordados estiveram o manejo pré-abate e ferramentas que podem ser utilizadas no manejo e descarregamento: manejo de alojamento dos suínos nas baias e manejo para condução dos animais para a área de insensibilização. O evento também explicou sobre a insensibilização por gás (CO₂), que foi iniciada no início do mês de dezembro. Por ser um novo método de insensibilização, que os colaboradores nunca tiveram contato, os mesmos receberam treinamento

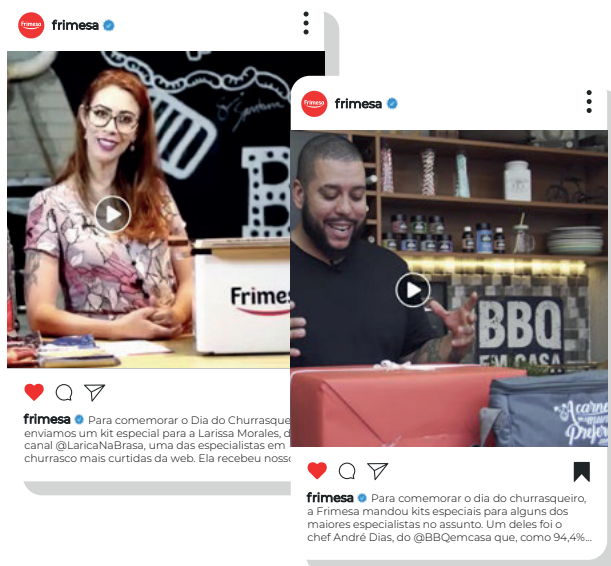
de como o procedimento é feito e quais os seus benefícios. O treinamento de bem-estar animal acontece anualmente e já é um evento que todos esperam por ser um momento de reciclar os conhecimentos.

Participaram do treinamento, 32 colaboradores da Unidade Frigorífica de Marechal Candido Rondon e 55 colaboradores de Medianeira. Toda a capacitação foi online via Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Paraná (Sescoop/PR).

De acordo com a médica veterinária, Luana Rocha, todos saíram satisfeitos do treinamento, tendo sido excelente para sanar as dúvidas dos colaboradores. 🗨️

Prêmio ABEMD

A Frimesa recebeu o prêmio de ouro da Associação Brasileira de Marketing de Dados – ABEMD 2020 em São Paulo, pelo case Dia do Churrasqueiro Frimesa. A premiação reforça as grandes ações que a empresa tem feito nas redes sociais, envolvendo os influenciadores digitais dentro da Campanha “Quem Experimenta, Recomenda”. O Dia do Churrasqueiro envolveu os influenciadores @LaricaNaBrasa e @BBQemcasa. Eles receberam um kit churrasco Frimesa e uma churrasqueira personalizada, e ensinaram a preparar um churrasco rápido e fácil com produtos da empresa. Foram quatro posts com milhares de impressões e visualizações do público. O prêmio foi alcançado através da HouseCricket. 🍖



Dia Nacional da Inovação

FRIMESA PREPARA ATIVIDADES INFORMATIVAS SOBRE AS AÇÕES APLICADAS NA EMPRESA PARA REFORÇAR O DIA DA INOVAÇÃO, 19 DE OUTUBRO.

Há sete anos, a Frimesa implementou a política de inovação com o objetivo de estimular as pessoas a serem criativas nas melhorias em produtos, processos e implementação de máquinas e equipamentos para fomentar resultados econômicos e financeiros.

Entre os principais programas e processos de inovação abordados e trabalhados pela Frimesa, nesses últimos anos, estão o Programa de Inovação e Melhoria contínua, Programa de Gestão de Ideias e a Processo Inovação aberta.

INOVAÇÃO EM REDE – O SRI / Iguassu Valley atua na forma de uma rede colaborativa na Região Oeste, que integra

três parques tecnológicos sediados em Cascavel, Foz do Iguaçu e Toledo. Esse ecossistema articula cerca de cem empresas inovadoras, mais de 40 organizações de apoio e crédito, 14 habitats de inovação, 25 instituições de ensino e seis governanças. 🍌



Ministro defende conhecimento e tecnologia para o desenvolvimento

ELE FOI O CONVIDADO ESPECIAL DO SISTEMA REGIONAL DE INOVAÇÃO DO EIXO DO PROGRAMA OESTE EM DESENVOLVIMENTO, QUE FEZ A ÚLTIMA REUNIÃO DO ANO NO DIA 20 DE NOVEMBRO DE 2020.

O ministro Marcos Pontes pode aprofundar-se sobre o potencial econômico dos 54 municípios da região e o trabalho realizado pelos atores que fomentam o empreendedorismo e a inovação. Com 1,3 milhão de habitantes, o Oeste possui três parques tecnológicos, cinco universidades públicas e dezenas de instituições de ensino superior privadas, os quais são produtores de pesquisa e conhecimento. "Procuramos responder sobre como ele deve servir para a população, a quem paga impostos. Estabelecemos que nossa função é a de produzir conhecimento, riqueza para o país e qualidade de vida às pessoas", sublinhou o ministro Marcos Pontes.

Ressaltou esforço concentrado pelo ecossistema de inovação da Região Oeste para o desenvolvimento do DataLab. Com esse laboratório avançado de inteligência artificial e dados, teremos um centro aplicado à agroenergia e em áreas prioritárias para o desenvolvimento do território. 🍌



NA FRIMESA, vários programas de inovação fomentam ideias criativas dos colaboradores, na busca pelo desenvolvimento e crescimento da empresa.

Dia da Qualidade

COLABORADORES RECEBERAM ORIENTAÇÕES ONLINE SOBRE QUALIDADE DOS PRODUTOS E RESPONDERAM QUIZ.

Durante todo o mês de novembro, a Frimesa realizou atividades e orientações aos colaboradores sobre o controle de qualidade com o tema 'Crie oportunidades, faça com qualidade'. A maioria das informações foram centralizadas no eu.frimesa.com.br e seguiram até o dia 11 de dezembro, com vídeos e um quiz para concorrer a diversos brindes no valor de R\$ 200,00.

Nesse ano, devido à pandemia, todas as palestras e treinamentos presenciais foram suspensos temporariamente e as orientações foram via portal do colaborador.

A Semana foi iniciada com o vídeo de abertura do diretor-executivo da Frimesa, Elias Zydek, o qual reforçou a importância da qualidade dos produtos que chegam à mesa do consumidor. "O alimento constitui a energia da vida das pessoas, por isso, temos uma grande responsabilidade de alimentá-las. E o básico é ter segurança naquilo que se produz, fazer bem feito, com qualidade, e essa é a marca da Frimesa. Esse conceito precisa fazer parte da nossa cultura", reforça Zydek.

Também foi realizada uma palestra show online com a empresa Qualivida Eventos, abordando o assunto Cultura de Segurança de Alimentos. A palestra apresentada pelo Pedro Nunes

(Qualivida) reforçou a cultura que é de fato um diferencial de competitividade, sendo que colaboradores comprometidos com a missão e os princípios da empresa geram e produzem mais. O evento envolveu gerentes, supervisores, encarregados e demais cargos estratégicos das indústrias para que ocorra a disseminação da cultura dentro da Frimesa.

Também foram divulgados cartazes em pontos estratégicos da Frimesa com orientações no saguão de acesso ao refeitório, além de instruções de como acessar o portal do colaborador, disponibilizando pontos de acesso durante alguns dias. Os líderes também enfatizaram a importância da participação de cada colaborador.

De acordo com a gerente da área de Qualidade e Ambiental da Frimesa, Karem De Luca Paz, é fundamental que todos os colaboradores estejam envolvidos na prática e busca da qualidade. "Não é apenas o setor responsável pela qualidade, mas todos são atores principais porque tudo resultada na prática que o colaborador deve seguir. O evento atingiu os objetivos de reforçar a importância da qualidade para todos, integrar os colaboradores com os valores e princípios da Frimesa e trazer conhecimento e experiência externa", finaliza. 📢



Mais de 270 atendimentos no Canal de Denúncias Frimesa

DEPOIS DE UM ANO, O CANAL DE TRANSPARÊNCIA ESTÁ IMPLEMENTANDO E REGISTROU ATENDIMENTO DE PÚBLICO INTERNO E EXTERNO SOBRE VÁRIOS ASSUNTOS.

Em novembro, a Frimesa completa um ano da ativação do Canal de Denúncias, um acesso online e por telefone, 24 horas por dia, para receber manifestações de seus colaboradores e terceiros. Durante um ano do canal foram contabilizadas 273 participações, sendo 250 através do canal de web, 22 pelo 0800 e um e-mail. Entre o público participante prevalecem 120 colaboradores da Frimesa e 94 clientes.

Os relatórios mostram que a maioria das participações foram de colaboradores e consumidores.

Para o diretor-presidente da Frimesa, Valter Vanzella, esse é um instrumento que vem tornando a empresa mais transparente e tem gerado oportunidade de os colaboradores estarem se comunicando com a diretoria. "Através desse canal conseguimos avaliar, melhorar e aperfeiçoar processos, formas de trabalho. Ele é um elo de vários setores de base com a diretoria da Frimesa", comenta.

A Frimesa deseja cada vez mais desenvolver um trabalho ético, transparente e confiável. Para isso, melhorar os sistemas de controle de riscos é prioridade no ambiente corporativo, principalmente para atrair investidores.

Localizado no endereço www.frimesa.com.br/canalde-denuncias ou pelo 0800 645 50 40, esse espaço foi criado

para garantir que os mais diversos processos da cooperativa estejam sendo realizados de acordo com todos os requisitos legais, princípios éticos, missão e valores da empresa, de acordo com os Fundamentos Corporativos. Isso inclui o relacionamento com investidores, fornecedores, colaboradores e também com os cidadãos e consumidores finais.

Esse espaço cumpre toda a legislação relacionada à cooperação, anonimato, sigilo, não retaliação e responsabilidade. A denúncia tem origem anônima ou não.

De acordo com o diretor-executivo da Frimesa, Elias Zydek, todos têm a liberdade de se comunicar com a Frimesa, denunciando, sugerindo melhorias por várias ferramentas, carta, telefone, whatsapp, sites e outros. "Queremos melhorar nosso ambiente de trabalho para que as pessoas se sintam protegidas e não sejam agredidas moralmente e fisicamente", reforça.



O CANAL DE DENÚNCIAS FRIMESA PODE SER UTILIZADO PARA REPORTAR:

Conflito de interesses, imagem e reputação, saúde e segurança, relação com pessoas, fraude, violência física, violação de legislações, violação do Código de Ética, vazamento e/ou uso indevido de informações, destruição ou dano de bens da instituição, denúncia relacionada ao Diretor Executivo/Presidente, denúncia relacionada ao Conselho de Administração, denúncia relacionada à equipe de auditoria, denúncia relacionada a gestores/coordenadores, reporte de brindes, presentes, doações, dúvidas e sugestões. 📌



Confira o vídeo
explicativo sobre o
Canal de Denúncias.

RELATÓRIO DE ATENDIMENTOS:

Canal da Web – 250
Canal 0800– 22
E-mail – 1

RELAÇÃO DOS PARTICIPANTES COM A FRIMESA:

Colaborador – 94
Cliente – 94
Outros – 26
Não informado – 24
Transportadores – 8
Produtores de leite – 1



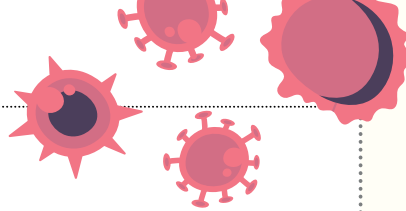
"O canal de denúncias é uma
ferramenta de transparência
das ações da Frimesa."

Frimesa

Divirta-se com o Friminho:
friminho.com.br

Friminho é uma linha completa de produtos com os nutrientes que seu filho precisa para crescer com muita saúde. E também é um camaleão que extrapola as embalagens, levando muita diversão através da realidade aumentada. Na próxima ida ao mercado, não se esqueça de levar toda essa alegria pra casa.





Combate à Covid-19

USAR MÁSCARA É OBRIGATÓRIO. NA FRIMESA, TODAS AS MEDIDAS CONTINUAM SENDO APLICADAS E JOVENS DO SEMEAR REFORÇAM LUDICAMENTE OS CUIDADOS NECESSÁRIOS.

A Frimesa tem mantido todas as ações no combate ao Coronavírus e com a chegada do final de ano, as festividades aumentam e consequentemente as pessoas viajam e se reúnem com familiares.

Para esse período de festividades, a Frimesa reformulou o Plano de Contingência a ser seguido pelos colaboradores. Entre as principais medidas está a proibição da confraternização de equipes e lembrar que as confraternizações familiares, quando realizadas, respeitem todas as medidas de segurança mundialmente difundidas e reforçadas pela empresa durante a pandemia. Todos os colaboradores são orientados diariamente sobre a importância dos cuidados e prevenção.

Durante o mês de novembro, o Semear apresentou músicas, de uma forma lúdica, para chamar a atenção dos colaboradores sobre os cuidados no combate à Covid-19. Durante alguns dias, mais de dez alunos participaram de apresentações musicais em pontos estratégicos da empresa, com uma comunicação voltada para o combate ao Coronavírus. "A pandemia ainda é uma realidade e precisa ser encarada com responsabilidade e seriedade", comenta o supervisor de Segurança do Trabalho, Ilsson Sassi.

O pico da pandemia foi em junho e julho e atualmente os casos estão mais controlados devido ao engajamento de todos os colaboradores. Os cuidados foram mantidos internamente, reforçados e não se flexibilizou as ações e fiscalizações.

Enquanto não se oficializar a aplicação de vacina, os combates e cuidados permanecem implementados e todos devem seguir as orientações, principalmente, o uso obrigatório de máscara em todas as dependências da Frimesa. 📢

AS APRESENTAÇÕES envolveram os alunos do Semear em pontos estratégicos da Frimesa.



GESTÃO DE PESSOAS
INFORMA

13º SALÁRIO

A segunda parcela do 13º salário estará disponível em 18 de dezembro de 2020. Pela gratificação de natal é garantido ao trabalhador o correspondente a 1/12 de sua remuneração anual, desde que tenha trabalhado no mínimo 15 dias no mês. O 13º corresponde ao pagamento de um salário extra ao final de cada ano, de acordo com a lei nº 4.090/1962, .

Natal do Bem

A partir de 04 de dezembro, acontecerá a ação "Natal do Bem", no qual uma árvore de Natal conterá tags com sugestão de produtos para confecção de cesta básica. Cada colaborador pode, voluntariamente, retirar uma tag e contribuir com a aquisição do produto mencionado. Participe e faça o bem você também!

Trainee

A Frimesa abre vagas para trainee, os interessados devem fazer a inscrição e enviar seu currículo para participar do processo seletivo. O público externo deve acessar: www.frimesa.com.br/pt/trabalheconosco. Já os colaboradores da Frimesa acessam: eu.frimesa.com.br – acesso rápido – Painel de gestão.

Janeiro Branco

O "Janeiro Branco" é uma campanha nacional em alerta a saúde mental. A Frimesa terá uma programação para você identificar como anda a sua saúde mental, fique atento em nosso Portal. "Me amarei de Janeiro a Janeiro".

Autocuidado QUE SALVA

FRIMESA ADERE A CAMPANHAS MUNDIAIS DE PREVENÇÃO DO CÂNCER EM HOMENS E MULHERES.

Ações voltadas para a prevenção e conscientização sobre a saúde são constantes para homens e mulheres na Frimesa. As campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul, ocorridas internamente entre os respectivos meses, com ações voltadas para o meio digital, levaram informação e conscientização sobre o câncer de mama e de próstata aos colaboradores.

Em outubro foi intensificado o combate ao câncer de mama e colo de útero principalmente, com orientações às mulheres sobre a importância do autocuidado e depoimentos de colaboradoras que já passaram pela doença. A campanha interna 'Lenços da Esperança' arrecadou 30 lenços nas Unidades de Medianeira, Matelândia e Marechal Cândido Rondon. Os adereços foram destinados às mulheres em tratamento de câncer pela União Oeste Paranaense de Estudos e Combate ao Câncer (Uopeccan) em Cascavel, no dia 13 de novembro.

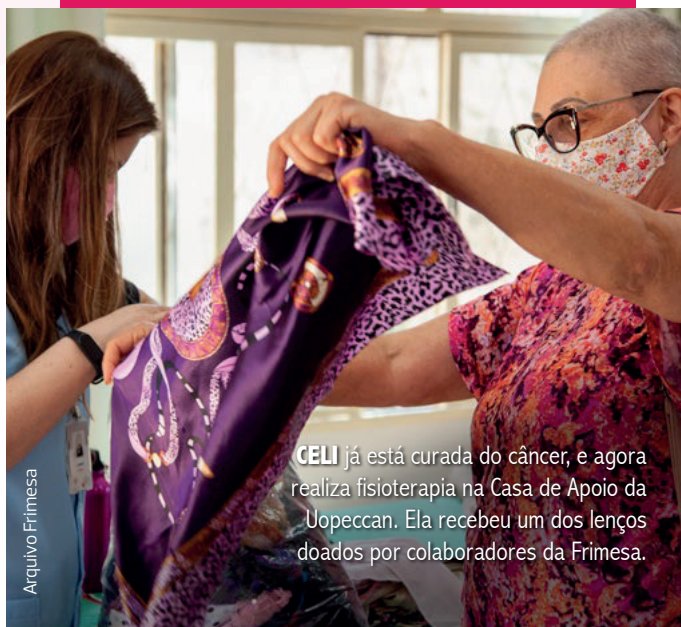
A programação de novembro contou com material informativo e uma palestra online sobre as resistências do homem ao cuidar da saúde e os exames de prevenção ao câncer de próstata. Os colaboradores podem conferir os materiais no Portal do Colaborador.



Sueli Mofati está em tratamento de câncer de mama pela Uopeccan e escolheu um dos turbantes doados pela Frimesa para usar agora que o seu cabelo começará a cair por causa da quimioterapia. "Eu gosto tanto do meu cabelo e agora que ele vai começar a cair, dá uma sensação de alívio poder usar o lenço", afirma Sueli. A quimioterapia altera o funcionamento celular e o sinal mais visível é a queda do cabelo, o que gera insegurança e baixa autoestima. Resgatar o amor-próprio e o autocuidado faz toda a diferença para alcançar a cura. As diferentes formas de amarrar o lenço trazem mais leveza para esse momento. Ela descobriu um pequeno nódulo na mama, já realizou a retirada do tumor e agora passará pela quimioterapia e radioterapia, procedimentos necessários para curar os pacientes de câncer. Outras mulheres também usam o lenço para cobrir regiões sensíveis do corpo após passar por radioterapia.



O **NOVEMBRO AZUL** foi marcado por orientação para os colaboradores. Na foto, palestra online para motivar os homens a cuidar da saúde.



CELI já está curada do câncer, e agora realiza fisioterapia na Casa de Apoio da Uopeccan. Ela recebeu um dos lenços doados por colaboradores da Frimesa.

Semana da Alimentação

FRIMESA ORIENTOU COLABORADORES DA IMPORTÂNCIA DE ALGUNS ALIMENTOS PARA MELHORAR A IMUNIDADE, FEZ PESQUISA DE SATISFAÇÃO E DOOU ALIMENTOS A ENTIDADES DE MEDIANEIRA.

A Frimesa realizou de 13 a 17 de outubro, a 10ª Semana da Alimentação, que este ano devido à pandemia, teve uma programação diferenciada. O tema foi 'Comer Bem para Viver Melhor' e abordou assuntos sobre imunidade x alimentação. Foram enviadas reuniões relâmpago com informações sobre alimentação saudável em tempo de Coronavírus e alimentação saudável para evitar o câncer. Em ambos os assuntos, foi informado quais são os principais alimentos que devem ser ingeridos para que os colaboradores tenham uma saúde de qualidade aliada a atividade física. Esse conteúdo ficou disponível no Portal do Colaborador eu.frimesa.com.br.

Além disso, foi realizada uma pesquisa de satisfação dos usuários dos refeitórios e espaço de descanso da Frimesa, sendo que a qualidade das refeições foi considerada boa pela maioria dos participantes da pesquisa.

De acordo com a nutricionista responsável pelo refeitório da Frimesa, Heloisa Heloisa Antonio Cosmo, no dia 16 de outubro é o Dia Mundial da Alimentação, data que chama a atenção para a redução da fome, pobreza e desnutrição no mundo, e fortalece a cooperação entre os países na luta contra a fome. "Com o objetivo de ajudar as pessoas vulneráveis a Frimesa, através do Programa Repense – Combate ao Desperdício, destinou a duas entidades de Medianeira, 104 quilos de alimentos. Essa doação é fruto da economia dos colaboradores no Restaurante, evitando desperdício em suas refeições", comenta a responsável.

Durante a semana, o cardápio do refeitório também foi diferenciado com implementação de frutas, novos temperos nas saladas e reforçou sobre a alimentação saudável para os colaboradores. 🍎



CERCA DE 104 quilos de alimentos foram doados a duas entidades de Medianeira. Os alimentos são oriundos das economias dos funcionários da Frimesa no refeitório.



MUITOS ALIMENTOS

ficaram expostos para que as pessoas conhecessem os produtos que aumentam a imunidade dos colaboradores.



Assercoop

ATIVIDADE DA ASSOCIAÇÃO DOS COLABORADORES DA FRIMESA É RETOMADA COM APLICAÇÃO DE PROTOCOLO COM CUIDADOS NO COMBATE A COVID-19.

No dia 03 de novembro, a Associação Esportiva e Recreativa Frimesa – Assercoop com sede em Medianeira, retomou atividades de segunda a sexta-feira adotando um protocolo de reabertura devido aos cuidados com contaminação do Coronavírus.

O Campo Society e academia começaram a ser utilizados e as demais atividades esportivas deveriam ter sido retomadas gradativamente, porém, um novo decreto municipal foi divulgado no dia 27 de novembro suspendendo por 14 dias as atividades de casas noturnas, boates, bailes, festas e eventos com música ao vivo ou mecânica. Também suspendeu os eventos sociais e esportivos coletivos em clubes sociais e espaços privados que impliquem aglomeração de pessoas. Para cumprir o decreto municipal, a Assercoop suspendeu todas as atividades, mantendo apenas a academia em funcionamento.

Aplicou um protocolo com cuidados no combate à Covid-19. Entre as ações está o o melhor controle de acessos pelo portão principal e reavaliação de alunos da academia que é exclusiva para funcionários.

Em toda a estrutura da Assercoop é obrigatório o uso de máscara. É disponibilizado álcool gel e aferido temperatura. As áreas de quiosques e estruturas para confraternização não tem prazo de retomada das atividades.

Para o presidente da Assercoop, Luis Carlos Ferlin, a prioridade é cuidar da saúde dos associados para que possam usufruir da estrutura de forma segura. 'Toda a comunicação de orientações foram aplicadas nas estruturas, contratamos um vigia para controlar a entrada e saída, aferir temperatura e orientar sobre o Plano de Contingência. É necessário apresentar o crachá com identificação de colaborador, é obrigatório usar máscara', reforça.

OUTRAS UNIDADES

As demais associações das unidades da Frimesa em Matelândia, Aurora, Capanema e Marechal Cândido Rondon estão retomando gradativamente suas atividades e estão orientados a aplicar protocolos conforme o Plano de Contingência de combate ao Coronavírus aplicado na Frimesa, além de seguir todas as regras exigidas pelos municípios sede assinando um termo de responsabilidade. 📌

Não será permitido a entrada ou circulação de pessoas sem máscara nas estruturas da Assercoop.

Assim que for possível e tiver orientações do Ministério da Saúde, todas as atividades serão retomadas obedecendo todos os protocolos previstos no Plano de Contingência. Os associados serão comunicados.

Programa TRAINEE

FRIMESA OPORTUNIZA VAGAS PARA RECRUTAR, INTERNA E EXTERNAMENTE, PESSOAS PARA LIDERAR ESTRATEGICAMENTE VISANDO PROJETOS FUTUROS.

A Frimesa abre em dezembro, vagas para o projeto de trainees, o qual visa recrutar interna e externamente pessoas diferenciadas e com notável capacidade gerencial para assumir posições estratégicas e de liderança com os olhos voltados para o futuro.

O Programa demonstra a preocupação da empresa em estar sempre atualizada a novas visões e inovações, através do desenvolvimento de projetos bem estruturados, colocando em sua dinâmica profissionais diferenciados e com grande potencial de retorno, suprimindo desta forma a demanda da empresa por profissionais qualificados e comprometidos com os valores da Cooperativa.

De acordo com a gerente de Gestão de Pessoas, Elisa Fredo, a Frimesa precisa desenvolver profissionais que agreguem valor ao negócio, com capacidade gerencial e estratégica visando os novos desafios que se aproximam, como o novo frigorífico em Assis Chateaubriand e as demais ações do Programa Avança Frimesa. "Todos que se encaixam no perfil e nas características exigidas pelo Trainee podem participar", reforça.

Poderão participar graduados nos últimos cinco anos, ou cursando o último ano de graduação; com inglês básico, devendo chegar ao final do período com esse idioma em nível intermediário.

É necessário também ter mobilidade profissional. O tempo de duração do Programa será de dois anos sendo um ano para conhecimento geral das áreas, e outro para atuação específica em área que melhor se adeque ao seu perfil técnico e comportamental. Durante o período do trainee esses participantes serão remunerados. 🍷



ÁREAS QUE PASSARÃO NO PRIMEIRO ANO:

Comercial, Logística, Área Carnes, Área Leite, Gestão de Pessoas, Financeiro, Tecnologia da Informação, Controladoria, Planejamento e Custos, Marketing, Engenharia, Qualidade e Ambiental, Desenvolvimento e Inovação, Manutenção, Fomento e Diretoria Executiva.

Para o público interno participar basta acessar o Pannel de Gestão e cadastrar seu currículo para a vaga. O público externo poderá cadastrar seu currículo no site www.frimesa.com.br/pt/trabalheconosco.

Escaneie o QR Code para
cadastrar seu currículo





COLABORADORES DA SEDE SÃO HOMENAGEADOS EM EVENTO INTERNO, COLABORADORES DE FILIAIS PARTICIPAM REMOTAMENTE.

Os colaboradores que completam 35 anos de tempo de casa em 2020 foram homenageados, em 28 de outubro. Oito deles estiveram presentes para a homenagem na Sede, em Medianeira, com diretoria e gerentes. Outros colaboradores da Unidade de Matelândia, Filial de Curitiba e São João (PR) participaram remotamente por videoconferência. A diretoria os recebeu com coquetel e entrega de lembrança, foi um momento para relembrar os momentos juntos, os desafios enfrentados e as conquistas da empresa. A Frimesa reconhece e a agradece a todos que se dedicam para a construção da marca.

A auxiliar de produção, Roseneide Ritter está na Frimesa desde janeiro de 1985, ela entrou no setor de embutidos da Unidade de Medianeira aos 17 anos e há 33 anos emba-

labresa, paio, tender e outros produtos da Frimesa no setor de embalagem industrializados. A mãe e os irmãos também trabalharam na Frimesa e, assim como seus colegas do evento, viu e participou da evolução da Frimesa, como lembra: "Quando eu entrei, a gente tinha pouco serviço e a produção era bem menor, a minha equipe fazia 500 quilos de calabresa ao dia, por exemplo, e hoje são 40 mil, até 50 mil quilos do produto embalado por dia. O trabalho também era mais braçal e hoje existem máquinas e mais pessoas para facilitar o trabalho", comenta Roseneide. O depoimento dela mostra que o trabalho com dedicação traz frutos para todos. "Conquistei casa e carro próprio e me sinto realizada. Fico feliz por ter ajudado, por acompanhar o crescimento, a evolução e ver que a Frimesa se tornou uma grande empresa".



Receberam os agradecimentos: Cleide Maria Paludo – Exportação - SEDE. Ilvo Jose Trevisan – Matéria-Prima Leite – São João. Inez Das Graças Silva - Embalagem Banha - UFM. Jose Carlos Da Silva – Supevisão Industrial - UFLM. Leonardo Cristiano Bender – Cortes - UFM. Leonirda Alves Da Silva – Cortes - UFM. Luiz Carlos Ferlin- Comercial/Vendas - SEDE. Marilza Da Silva – Administrativo - UFLM. Pedro Dos Santos – Defumados - UFM. Roseneide Ritter - Embalagem Industrializados. Sebastião Dutra Da Silva - Embalagem Industrializados. Wilson Ferreira Coutinho – Vendas – Filial Curitiba.

Mais de 170 kits gestantes

FRIMESA DÁ SUPORTE ÀS COLABORADORAS GESTANTES COM ALIMENTAÇÃO, AÇÕES ASSISTENCIAIS E ATENÇÃO À SAÚDE.

As mães colaboradoras da Frimesa possuem uma atenção especial durante sua gestação através do projeto de gestante, do Programa Cuidar. Em 2020, devido à pandemia, várias atividades foram reinventadas para atender e dar atenção à saúde das futuras mães.

Durante o ano foram entregues 100 mamadeiras, 170 kit's composto por álcool 70%, um pacote de fralda, soro fisiológico, sabonete, shampoo, cotonete, gases, creme para assadura e lenço umedecido. Além disso, a Frimesa ofereceu lanches no refeitório antes da suspensão dos contratos devido à pandemia em dois horários: 15 e 23 horas.

Atualmente a Frimesa tem em suas unidades e filiais 77 gestantes que estão afastadas devido à Covid-19.

De acordo com o enfermeiro responsável pelo projeto, Dilson Kuzniewski, durante a pandemia, as grávidas tiveram seus contratos suspensos por serem consideradas público de risco. "Vivemos um momento único com a grave pandemia. Tivemos que rever nossas atividades e nos reinventar. As intervenções programadas no início do ano para o programa gestantes foram revistas num curto espaço de tempo para atendermos a demanda e regulamentos, mas atingimos as metas e os indicadores propostos conforme planejado", explica o enfermeiro.

EM CASA – Nesse ano, uma ação diferente foi desenvolvida com as gestantes através do desafio #GestantesFrimesaEmCasa, o qual teve como objetivo melhorar a saúde mental e desenvolver a habilidade com artesanato. Se inscreveram no projeto 15 gestantes que produziram peças artesanais durante o distanciamento social, sendo que no dia 01 de junho, cinco dessas foram premiadas com kits bolsa maternidade e outras utilidades para o bebê. As peças artesanais foram avaliadas segundo os critérios de criatividade, beleza e reaproveitamento.

TODAS as gestantes ganham os kits com vários produtos a serem utilizados com seu bebê.

PARTICIPAR – O projeto gestante na Frimesa é desenvolvido com o objetivo de oferecer condições de trabalho adequadas às necessidades das gestantes, com cumprimento integral das normas vigentes e contribuir para uma gestação saudável no ambiente de trabalho através de ações, intervenções estruturadas e fornecimento do Kit Gestante no momento do afastamento.

A adesão ao programa é feita através do ambulatório da Frimesa. A gestante apresenta a carteirinha ou o exame de confirmação da gravidez para o responsável do programa, enfermeiro Dilson Kuzniewski, que fará questionamentos sobre quantos meses, se possui alguma necessidade específica durante a gestação, se é uma gravidez de risco ou não, além de ofertar cuidados como aferir a pressão e outras necessidades particulares de cada uma.

O planejamento para as gestantes em 2021 será formatado, mas o cenário ainda não é favorável. O foco será atender todos os quesitos de intervenções e encaminhamentos descrito no programa gestantes. 🟡

O DESAFIO em casa era produzir uma peça de artesanato para a mamãe utilizar durante sua gravidez ou depois com seu filho.



Banco de Talentos é aplicado na manutenção

FRIMESA CHEGA NA RETA FINAL DA SELEÇÃO DE TALENTOS NA LOGÍSTICA E INICIA AÇÕES DE ALTA PERFORMANCE EM PROFISSIONAIS DA MANUTENÇÃO.

A Frimesa tem dado continuidade ao Banco de Talentos internos, uma iniciativa do Programa Superar, da área de Gestão de Pessoas que tem como objetivo cadastrar profissionais de alta performance que tenham perfil de ocupar vagas de lideranças.

Em abril, o projeto iniciou pela área de Logística Integrada quando foram cadastradas 40 pessoas, das quais passaram por seleção manual, avaliação de personalidade, performance e aptidões dos candidatos com base nos critérios e competências. Atualmente o grupo está na fase final de seleção com treinamentos da empresa instrutora de Curitiba Profissionais e Associados, através de Jeferson Machado. Eles ficarão cadastrados como profissionais de alta performance para áreas de gestão.

Também, o Banco de Talentos iniciou a atuação com mais de 30 profissionais da área de manutenção da Frimesa com a apresentação das ações e treinamento de indicadores. Todo o projeto é aberto para colaboradores das áreas de ambos os turnos e de todas as unidades e filiais. Esse é um projeto que vai de encontro com as iniciativas de planos de expansão da Frimesa principalmente envolvendo a obra do novo frigorífico de suínos em Assis Chateaubriand considerado o maior da América Latina.



Setor da logística está na reta final das ações para o Banco de Talentos. Grupo da manutenção inicia no projeto.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO 2021 – Os supervisores da área de logística de toda a Frimesa participaram de 19 a 23 de outubro da elaboração do Planejamento Estratégico 2021. O evento serviu para discutir melhorias, definir desafios e metas para o próximo ano e, apontar propostas de como solucionar e atingir os resultados previstos. A logística cuida de toda a cadeia de suprimentos, desde a programação e compra até a entrega dos produtos aos clientes. "Para fazer frente aos desafios previstos pela Frimesa, é essencial o planejamento das nossas ações.

Temos que atender a demanda e a expectativa do negócio e dos nossos clientes", reforça o Gerente da Divisão de Logística, Marcelo Cerino.

Os gestores realizaram uma visita a Unidade de Látex de Marechal Cândido Rondon e nas obras do frigorífico de Assis Chateaubriand para conferirem as mudanças e os investimentos do Plano de Ação, Avança Frimesa.

A supervisora de logística da filial do Rio de Janeiro, Letícia Cândida Freitas da Silva, avalia esses encontros. "Trocar experiências entre nós é grandioso e enriquecedor. Estreita os laços de amizade e companheirismo de toda nossa equipe e líderes", conclui.



A logística reuniu supervisores durante uma semana para planejar ações para 2021.

DESTAQUES DO eu.frimesa.com.br



CEIA NATAL FRIMESA

No portal do colaborador você encontra um banner na página inicial das novidades da Frimesa para as festividades de fim de ano. São os itens da Ceia Prática composto pelo tender, pernil, lombo e ave natalina. Além da grande novidade do Presunto Cozido Tenro. Tudo para incrementar seu Natal e Ano Novo.

INTRANET

Desde o dia 23 de novembro, o acesso às suas informações e aos sistemas estarão no Portal do Colaborador pelo endereço eu.frimesa.com.br/login, e a atual intranet <http://quietisle.frimesa.local/Intranetv2/> foi desativada. Atualize a página inicial do seu navegador para o Portal do Colaborador, e caso você tenha salvo a intranet nos seus links favoritos remova o atual acesso e inclua o novo endereço.

VÍDEOS

Devido a pandemia, muitas das ações e eventos presenciais foram trocados por conteúdos no portal do colaborador através de vídeos. Acompanhe as notícias e confira os vídeos que foram produzidos sobre temas de inovação, qualidade e canal de denúncias. Geralmente, você poderá acompanhar além das matérias escritas, vídeos interativos e que trazem muitas orientações e informações.

RECEITAS PARA COLECIONAR



RECEITAS PARA COLECIONAR

Mousse de Leite Fermentado

INGREDIENTES:

- 1 Caixa de Leite condensado Frimesa
- 1 Caixa de Creme de leite Frimesa
- 200ml de Leite Frimesa
- 6 unidades de Leite fermentado Frimesa 170ml
- 1 envelope de gelatina incolor sem sabor

MODO DE PREPARO:

1. Dissolva a gelatina conforme instruções na embalagem.
2. Reserve.
3. Bata todos os ingredientes restantes no liquidificador.
4. Por último, adicione a gelatina dissolvida conforme as instruções da embalagem.
5. Leve para gelar.

Presunto tenro com figos frescos, mel e alecrim

INGREDIENTES:

- 1 presunto tenro Frimesa
- 1kg de figos frescos
- 1 maço de alecrim
- 200g de mel
- Pimenta preta
- Sal

MODO DE PREPARO:

1. Colocar o presunto em uma assadeira e levar ao forno pré-aquecido em 150°C por 40 minutos, para que a peça aqueça lentamente, de modo uniforme.
2. Tirar do forno e pincelar com mel, aumentar a temperatura para 200°C e levar a peça ao forno por 5 minutos.
3. Servir em uma travessa grande, ladeado de figos frescos cortados ao meio.
4. Polvilhar um pouco de sal e pimenta sobre os figos, regar com mel e decorar com folhas de alecrim fresco.
5. Servir em seguida!

Linguiça tipo Calabresa Frimesinha com lentilha

INGREDIENTES:

- 1 colher (sobremesa) bem cheia de Banha Frimesa para refogar
- 3 dentes de alho picados
- 1 cebola média picada
- 250 g de Linguiça tipo Calabresa Frimesinha em fatias
- 2 folhas de louro rasgadas
- 3 colheres (sopa) de salsinha picada
- 300 g de lentilha
- 1 litro de água fervente
- Sal a gosto

MODO DE PREPARO:

1. Em uma panela de pressão aqueça a Banha Frimesa em fogo alto e refogue a Linguiça tipo Calabresa Frimesinha, o alho com a cebola, o louro e a salsinha até começarem a dourar.
2. Adicione a lentilha e a água fervente.
3. Tempere com a pimenta e sal a gosto.
4. Tampe e cozinhe em fogo médio por 10 minutos.
5. Após pegar pressão, aguarde 5 minutos com o fogo desligado para liberar o restante da pressão. Sirva.

Torta de palmito com Requeijão

INGREDIENTES:

- Base:** 2 xícaras (chá) de farinha de trigo. 100g de Manteiga Frimesa. 1 gema. 1 caixa de Creme de leite Frimesa. 1 colher (chá) de sal. 1 gema para pincelar. **Recheio:** 3 colheres (sopa) rasas de Banha Frimesa. 1 cebola picada. 1 tomate picado. 1 vidro grande de palmito. 1/2 xícara (chá) de azeitonas. 1/2 xícara (chá) de cheiro verde. 1 copo de Requeijão cremoso Frimesa. 1 colher (sopa) de farinha de trigo. Sal a gosto.

- MODO DE PREPARO:** **Recheio:** 1. Em uma panela, aqueça a Banha Frimesa e refogue a cebola. 2. Junte o tomate picado. 3. Adicione o palmito, as azeitonas e o sal. 4. Cozinhe por alguns minutos. 5. Acrescente o Requeijão cremoso Frimesa, o cheiro verde e a farinha. 6. Cozinhe por mais alguns minutos. Deixe esfriar. **Recheio:** 1. Em um recipiente, coloque a parte da farinha de trigo, a Manteiga Frimesa, o sal, a gema e o Creme de leite Frimesa. 2. Misture com as mãos. Adicione a outra parte da farinha aos poucos até dar o ponto, quando ela começa a soltar sozinha das mãos. 3. Deixe descansar por aproximadamente 10 minutos coberta com um pano. 4. Em seguida, abra parte da massa com auxílio do rolo. 5. Coloque em assadeira redonda de fundo falso, com um garfo faça vários furinhos pela massa e leve para assar em forno preaquecido a 180° (aproximadamente 30 minutos). 6. Coloque o recheio frio. Abra o restante da massa e cubra a torta. 7. Pincele com a gema. 8. Leve ao forno preaquecido a 210°C por 40 minutos ou até que o queijo fique gratinado.

Sobremesas Frimesa.
Quem experimenta,
recomenda.

Frimesa



Sobremesa Cremosa ao Leite

A sobremesa Frimesa é a alegria em qualquer hora do dia. É uma deliciosa combinação de sabor e cremosidade nas opções chocolate, chocolate branco e, agora, a novidade doce de leite acaba de chegar ao mercado. Uma delícia melhor que a outra. **Com certeza, você também vai recomendar.**



frimesa.com.br

 /FrimesaOficial

 /Frimesa

LANÇAMENTO



Quem celebra,
recomenda.

Fazer uma ceia de fim de ano é muito mais fácil do que você imagina. A linha Ceia Prática Frimesa tem Lombo, Pernil, Tender e o lançamento, o Presunto Tenro Defumado. É só descongelar e eles estão prontos para levar ao forno e assar. Com certeza, esse momento será mais especial com Frimesa.

Quem experimenta, recomenda.

acarnequeomundoprefere.com.br

frimesa.com.br

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

[@/Frimesa](https://www.instagram.com/Frimesa)