silemg
notícias
Ano XXI - nº 83 - Janeiro e Fevereiro/2019

Av. do Contorno, 4456, 6º andar – Funcionários – BH/MG CEP: 30110-028

# JUNTOS PARA UNIR FORÇAS

Por iniciativa conjunta, Conseleite-MG contribuirá para evolução da cadeia do leite em Minas Gerais
Págs. 8 a 10

EMPRESA BRASILEIRA
DE CORREIOS E TELÉGRAFOS

- ☐ Mudou-se
- ☐ Falecido
- ☐ Desconhecido
- ☐ Ausente
- ☐ Recusado
- ☐ Não procurado
- ☐ Endereço insuficiente
- ☐ Não existe nº indicado
- ☐

EM__/__/__ Responsável

**De Olho**
Parceria entre Silemg e Fiemg traz bons resultados para laticínios
**Págs. 6 e 7**

**Giro no Mercado**
Logística Reversa: entenda como se adequar à legislação
**Págs. 14 e 15**

## EXPEDIENTE

**Ano XXI / Número 83 / Janeiro e Fevereiro 2019**
**SILEMG / Endereço: Av. do Contorno, 4456 / 6º andar / Funcionários / CEP: 30110-028 / Belo Horizonte / MG**
**Tel: (31) 3223-1421**
**www.silemg.com.br / silemg@silemg.com.br**
**Tiragem: 3.500 exemplares**

**DIRETORIA EXECUTIVA**
João Lúcio Barreto Carneiro - Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A
**Presidente**
José Antônio Bernardes - Embaré Indústrias Alimentícias S/A
**Vice-presidente**
Ricardo Cotta Ferreira - Itambé Alimentos S/A
**Diretor Administrativo**
Guilherme Silva Costa Abrantes - Laticínios Dona Formosa Ltda
**Diretor Financeiro**
Alessandro José Rios de Carvalho - Laticínios Verde Campo Ltda
**Diretor Tecnológico**

**DIRETORIA ADJUNTA**
Antônio Fernandes de Carvalho - Laticínios Union Ltda
Cícero de Alencar Hegg - Laticínios Tirolez Ltda
Giovanni Diniz Teixeira - Itambé Alimentos S/A
Gregor Lima Viana Rodrigues - Gregor L V Rodrigues - ME
Humberto Esteves Marques - Barbosa & Marques S/A
José Márcio Fernandes Silveira - MA Comércio e Fabricação de Laticínios EIRELI - EPP (Cristaulat)
Juarez Quintão Hosken - Laticínios Marília S/A
Louise de Sousa da Fonseca - Laticínios Coalhadas Ltda
Marcelino Cristino de Rezende - Nogueira e Rezende Indústria de Laticínios Ltda
Odorico Alexandre Barbosa - Usina de Laticínios Jussara S/A
Ralph Damione do Carmo - Laticínio Yoguedes Comércio e Indústria Ltda
Valéria Cristina Athouguia Dias - Indústrias Flórida Ltda

**CONSELHO DE MERCADO**
Guilherme Olinto Abreu Lima Resende - Cooperativa Agropecuária Vale do Rio Doce Ltda - **Presidente**
**Conselheiros:** Carlos da Silveira Dumont - Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro Ltda; Carlos Eduardo Abu Kamel - Cooperativa dos Produtores Rurais de Itambacuri Ltda; Emerson Faria do Amaral - Hebrom Produtos do Laticinio Ltda; Jaime Antônio de Souza - Laticínios Bela Vista Ltda; Marcos Alexandre Macedo Narciso - Laticínios Vida Comércio e Indústria Ltda; Robson de Paula Valle - Laticinios Sabor da Serra Ltda; Vicente Roberto de Carvalho - Vicente Roberto de Carvalho e Cia. Ltda; Welson Souto Oliveira - Cooperativa de Laticínios Vale do Mucuri Ltda; Wilson Teixeira de Andrade Leite - Laticínios Vitória Ltda

**CONSELHO FISCAL EFETIVO**
Guglielmo Agostini da Matta - Godiva Alimentos Ltda
Luiz Fernando Esteves Martins - Barbosa & Marques S/A
Paulo Bartholdy Gribel - Laticínios São Vicente de Minas S.A.

**CONSELHO FISCAL SUPLENTE**
Carlos Henrique Pereira - Forno de Minas Alimentos S/A
Luisa Vivacqua Baeta Frade - Cayuaba Agroindustrial Ltda
Ramiz Ribeiro Junqueira - Laticínios Curral de Minas Ltda

**DELEGADOS JUNTO AO CONSELHO REPRESENTANTES/FIEMG - EFETIVOS**
João Lúcio Barreto Carneiro - Laticínios Porto Alegre Indústria e Comércio S.A
José Antônio Bernardes - Embaré Indústrias Alimentícias S/A

**DELEGADOS JUNTO AO CONSELHO REPRESENTANTES/FIEMG - SUPLENTE**
Guilherme Silva Costa Abrantes - Laticínios Dona Formosa Ltda
Paulo Bartholdy Gribel - Laticínios São Vicente de Minas S.A.

**PRODUÇÃO: REDE COMUNICAÇÃO DE RESULTADO**
Jornalista responsável: Flávia Rios (06013 JP)
Projeto editorial e gráfico: Rede Comunicação de Resultado
Edição: Jeane Mesquita e Licia Linhares
Diagramação: Rede Comunicação de Resultado

*Ana Paula Couto*

silemg
Sindicato da Indústria de Laticínios do Estado de Minas Gerais

# O FUTURO NOS AGUARDA

O ano de 2019 trará uma novidade para a cadeia produtiva do leite em Minas Gerais. O Conseleite-MG, entidade que une a indústria de laticínios e produtores, poderá apontar os gargalos da cadeia e contribuir para o aumento da qualidade e avanço na produtividade do leite, contribuindo para a redução dos custos de produção. Com base em uma metodologia já aplicada em outros estados, passaremos a contar com valores de referência para a matéria-prima, que irão auxiliar no processo de negociação, aumentando a transparência e minimizando conflitos na relação produtor/indústria.

A expectativa é que, até abril, o mercado passe a contar com um novo parâmetro de preços para o leite de qualidade inferior, intermediária e superior. Tais preços serão divulgados mensalmente e poderão ser consultados de maneira imediata por meio de um aplicativo de celular, a partir das características do leite em negociação.

Tudo isso só será possível pelo trabalho conjunto do Silemg e nossos parceiros do Sistema Faemg, representante dos produtores, e do Sistema Ocemg, representante das cooperativas. Um trabalho desprendido, sério e que beneficiará a todos os integrantes da cadeia, sem esquecer o principal deles: o consumidor final.

Acreditamos que o Conseleite-MG será o propulsor de um salto de qualidade na cadeia do nosso estado, maior produtor de leite do Brasil, contribuindo para a redução de custos e o aprimoramento na gestão da cadeia, que nos levará a condição de *players* internacionais, em breve.

Seguiremos trabalhando com afinco para que a indústria faça frente a um mercado cada vez mais exigente.

Convidamos nossos associados a encararem os próximos meses com o espírito renovado. Teremos em nossas mãos, em breve, uma boa ferramenta a ser utilizada por produtores e indústria. É momento de darmos um passo adiante.

**Boa leitura!**
**João Lúcio Barreto**
*Presidente do Silemg*

*Lacerda Diniz e Sena*

*Gabriel Cunha e Alexandre Abreu*
*Advogados da Lacerda Diniz e Sena Advogados*

# NOVAS OBRIGAÇÕES PARA O E-SOCIAL EM 2019: SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHADOR

Em 2014, o Decreto nº 8373/2014 instituiu o e-Social, sistema pelo qual os empregadores devem comunicar ao governo, de forma unificada, as informações relativas aos seus empregados. Mesmo com histórico de alterações no cronograma de implantação, as empresas devem estar atentas para as obrigações que se iniciarão a partir de 2019, como o lançamento das informações referentes à Segurança e Saúde no Trabalho (SST), conforme Resolução CDES 05/2018.

A criação, implantação e operação do e-Social – com o estabelecimento da transmissão eletrônica de dados relativos aos trabalhadores (como vínculos, contribuições previdenciárias, comunicações de acidente de trabalho, elementos sobre a saúde e segurança do trabalho etc.) – aproxima, sobremaneira, o Estado das empresas, uma vez que as informações organizacionais estarão mais acessíveis, padronizadas e gerenciáveis, inclusive no sentido de detecção de inconsistências. Ou seja, a maior facilidade de acesso pelo Estado às informações trabalhistas e ocupacionais deixa mais evidente o nível de conformidade legal das organizações nesses temas e, no caso de descumprimento, maior será sua exposição às sanções legais, mesmo que não haja novas penalidades com a operacionalização do e-Social.

Neste contexto, verificam-se, hoje, distintos cenários organizacionais. Por um lado, há empresas que já se preparam para a era digital da prestação das informações trabalhistas e ocupacionais ao governo: monitoraram a existência de desvios legais e já realizam seu tratamento para evitarem futuras sanções. Do outro lado, empresas que não se atentaram para a importância do tema: assumiram o risco para a incidência de sanções a partir da inserção de dados inconsistentes ou com irregularidades na plataforma.

Quanto às informações sobre Segurança e Saúde do Trabalhador (SST), deve-se ter em vista que o atendimento das normas de referência necessita de prévios estudos técnicos, realização de treinamentos e simulados, exames, monitoramentos quanto a agentes de risco ocupacional, entre outros. Assim, é importante que as empresas tenham segurança de que as informações existentes sejam consistentes e adequadas ao seu ambiente laboral e, ainda, que haja o devido cumprimento das normas de referência quanto à segurança e saúde dos trabalhadores.

Para empresas com faturamento superior a R$ 78 milhões em 2016, as informações de SST deverão ser enviadas a partir de julho de 2019. Para empresas com faturamento inferior, a obrigatoriedade inicia-se em janeiro de 2020. Apesar do curto período, é recomendável (e possível) que as empresas realizem auditorias técnicas e de conformidade legal, no sentido de detectar possíveis desvios, antecipando seu tratamento e evitando eventuais sanções com a apuração de irregularidades pelo e-Social.

Leonardo Morais

*Esq. p/ dir.: vice-presidente João Marques, gerente geral Gilmar Oliveira e presidente Guilherme Olinto comemoram juntos com os colaboradores os 60 anos da Coaperiodoce*

# NO CAMINHO DA TECNOLOGIA

## *Fertilização* in vitro *é carro-chefe da Coaperiodoce, que completa 60 anos de parceria com o homem do campo*

"Olha o leite, olha o leite passando na sua rua!". De carrocinha pelas ruas do centro de Governador Valadares, um dos produtores rurais da Cooperativa Agropecuária Vale do Rio Doce (Coaperiodoce) anunciava, nas primeiras horas do dia, a venda do leite fresquinho, vindo direto na roça. Era o ano de 1959, um tempo em que os consumidores iam para a porta de casa com uma vasilha na mão para comprar a bebida. Em 2019, 60 anos depois, a Coaperiodoce comemora o trabalho sólido feito com mais de mil produtores, a presença da marca Ibituruna em vários estados do país e investimento no que há de mais moderno na agropecuária: fertilização *in vitro*.

De lá para cá, o modelo de atuação também mudou. Na época da fundação, eram 186 associados no Vale do Rio Doce em busca de um melhor preço para o leite. O negócio de venda de porta em porta cresceu, saltando de 5 mil litros de leite/dia para uma média diária de 204 mil litros/dia, obtidos nos 57 municípios do Vale do Rio Doce. Em se tratando de venda de embriões, já foram geradas cerca de 2 mil bezerras. Essas e outras marcas são memória viva na cabeça de Guilherme Olinto, presidente da Coaperiodoce, filho de um dos fundadores da sociedade. "Passamos a era do leite fresco, do saquinho pasteurizado, dando todo apoio ao nosso produtor rural. Hoje, chegamos aos 60 anos com uma marca forte e uma história de sucesso movida pela cooperação, investimento em tecnologia e suporte técnico em campo", comemora. Ele está no grupo desde 1979, depois de ter passado por funções fiscais, administrativas e do conselho da cooperativa.

**Atuação diversificada**

À medida em que a cooperativa crescia, a demanda dos produtores também aumentava. Para atender às necessidades deles, em 2008, a entidade lançou a plataforma Crê$er. Com o objetivo de modernizar a atividade leiteira e garantir maior qualidade em genética nas propriedades das famílias cooperativistas, ela conta com três vertentes: o Crê$er Leite, que garante a qualidade de vida aos cooperados; Crê$er Genética, que modernizou e democratizou a atividade leiteira, garantido melhor qualidade em genética nas propriedades das famílias cooperativistas; e o Crê$er Educação, que agrega conhecimento ao cooperado através do quinto princípio cooperativista que é "Educação, formação e informação".

No Crê$er Genética, o associado recebe suporte para aumentar a qualidade genética do rebanho. "Começamos em princípio a investir em Inseminação Artificial em Tempo Fixo (IATF), uma técnica que insemina um grupo de bovinos em um só dia, com a transferência de embriões para as fêmeas, diminuindo o tempo ocioso da vaca. Em 2014, demos um passo maior e aprimoramos para a Fertilização In Vitro, aumentando o potencial genético para ter matrizes reprodutoras de altíssima qualidade para o período de IATF e para a produção de leite em geral", conta Guilherme Olinto. Os custos para o produtor são abaixo do mercado e pagos de forma facilitada.

Na experiência do pecuarista leiteiro José Barreto Lopes, de 79 anos, o projeto de melhoramento genético é o destaque na instituição. Associado há quase 50 anos, ele não poupa elogios à parceria da cooperativa com o homem do campo. "Eu sobrevivo do leite desde que me entendo por gente. Aprendi o manejo com meu sogro e sempre estive associado à Coaperidoce porque, com eles, minha vida só melhorou. Participo com muito gosto do projeto de inseminação artificial no meu rebanho e posso dizer que, a cada ano, tenho um gado mais forte, com leite de melhor qualidade e condições de financiamento adequadas à minha realidade", conta. Ele se diz satisfeito com o suporte técnico do programa de fertilização *in vitro*. "É a minha principal demanda e o que me traz mais retorno. Me dá condições de atender a demanda do Laticínios Ibituruna e manter o sustento da minha família", afirma.

**Daqui pra frente**

Para os próximos anos de atividade da cooperativa, Guilherme Olinto sonha com passos maiores no caminho da tecnologia genética, mas sem perder o apoio no processamento de leite e na comercialização dos produtos. "Temos atuação em Minas Gerais e no Brasil todo. O mercado está cada vez mais exigente, mas nosso foco é o homem do campo. Nossa meta é sempre ampliar os benefícios para o produtor, garantindo desde a boa coleta do leite até a melhor parceria para doação de embriões", ressalta.

*Amaurik Coelho (à esq.) e a equipe da Fiemg em consultoria voltada para eficiência produtiva*

IEL/FIEMG

# CRESCIMENTO CERTEIRO

*Projeto-piloto entre Silemg e Fiemg traz grandes resultados para laticínios mineiros*

Imagine melhorar a produtividade de uma indústria em poucos meses, com ganho de qualidade e baixo investimento. Esse feito foi obtido em 2018 pelo Laticínios Vaidosa, situado em Passatempo, no Oeste mineiro. Segundo o proprietário da empresa, Amaurik Cezário Coelho, a melhora na sua linha de iogurtes só foi possível por meio do apoio do laticínio com o Silemg e a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg). Essa parceria é consolidada anualmente, em reuniões com representantes das duas instituições, para planejar os trabalhos que serão executados e as ações específicas a serem adotadas ao longo do ano.

No balanço das ações de trabalho do ano passado, que incluiu a participação dos associados do Silemg em feiras, consultorias, capacitações, entre outras demandas do setor, destaca-se a Eficiência Produtiva, viabilizada pelo programa Fiemg Competitiva. Nesse contexto, o Laticínios Vaidosa participou de um trabalho de consultoria piloto, durante cerca de três meses. "Fui convidado pelo Sindicato para ingressar em um projeto-piloto de consultoria da Fiemg. Os consultores levantaram pontos de atenção e de melhoria e sugeriram mudanças nos processos. A partir disso, consegui padronizar a produtividade dos meus funcionários, ter ganho de escala na fabricação dos iogurtes e até otimizar o espaço físico", conta Amaurik Coelho, proprietário do laticínio. "Para dar um exemplo, antes, eu contava com cinco pessoas no setor de envase de iogurte para realizar o serviço ao longo do dia. Agora, passei a ter sete funcionários fazendo a mesma tarefa em apenas duas horas e meia", afirma

Um dos coordenadores dessa ação na Fiemg, Thadeu Chaves Toletino Neves, titular da Gerência de Projetos para a Indústria do Instituto Euvaldo Lodi (IEL), explica que esse foi o trabalho mais robusto pelo Fiemg Competitiva, que explorou quatro eixos: manufatura enxuta, eficiências hídrica e energética, além da destinação de resíduos. "No piloto com o Laticínios Vaidosa trabalhamos a linha de iogurtes a partir de uma definição com o dono da empresa. De uma produção de um a um dos cinco sabores, organizamos o processo para ser capaz de fazer todos os sabores ao mesmo tempo. Também cuidamos para tratar do desperdício de água e do melhor consumo de energia, passamos a dar melhor destinação dos resíduos e otimizamos o desempenho dos equipamentos. Foram 160 horas de consultoria", detalha Thadeu.

Com investimentos da ordem de R$ 1 mil, Amaurik viu a produção de iogurtes de leite condensado, pêssego, *blue ice*, morango, coco, uva e abacaxi ser otimizada para o sistema *just in time,* em linha contínua. "O grande diferencial foi eliminar o processo de junta de sabores na câmera fria para depois embalar, quando produzíamos um a um dos sabores e reiniciávamos o processo para fazer novo sabor. Agora, vamos no ritmo da máquina, com ganho de competitividade. Além disso, o produto vai mais rápido para a refrigeração, melhorando, inclusive, a qualidade final", esclarece o empresário do Laticínios Vaidosa.

**Olho no futuro**

Para este ano de 2019, a meta do Silemg e da Fiemg é renovar os projetos destaque no ano passado, ampliando sua atuação para mais cinco empresas de pequeno e médio porte – em termos de volume de leite – dos Vales do Mucuri, Zona da Mata e Alto Paranaíba. "Nosso planejamento é direcionar maior eficiência do processo produtivo e capacitar, por exemplo, motoristas de caminhões transportadores de leite para o manuseio correto do leite, em termos de controle de qualidade, para que um possível produto contaminado não impacte o leite bom vindo de uma outra fazenda", pondera Thadeu.

Para o diretor-executivo do Silemg, Celso Moreira, outra perspectiva é alinhar a atuação do Sindicato com os novos tempos na política e na economia no estado e no Brasil. "É fundamental estarmos bem alinhados com a Fiemg para a evolução dos programas que agregam valor e melhoram a tecnologia de produção já existentes e fazer com que os novos representantes do poder público em Minas Gerais e no país entendam os gargalos financeiros do setor. A cadeia do leite dinamiza a economia do ponto de vista de embalagens, do inox, de máquinas e de equipamentos e está em 853 municípios mineiros, por isso é tão importante para o país", afirma.

Studio Bruno Fernandes

*Feira Forlac, realizada a cada dois anos. tem como foco a expansão da indústria de laticínios*

## MARCANDO PRESENÇA

Outros momentos de destaque resultados da parceria do Silemg com a Fiemg foi a participação de associados na 58ª Exposição Estadual de Agropecuária realizada na capital. A degustação de queijos e harmonização de cervejas mostrou a versatilidade do "queijo industrial" e permitiu maior divulgação do potencial de inovação do setor.

A primeira edição da feira de negócios Forlac (Feira para a Indústria de Lácteos), em Lambari, no Sudoeste do estado, foi outro momento que promoveu o polo do leite industrial com fornecedores de aço inox, além de permitir desenvolvimento de programações técnicas de mercado e inovação.

# CADA VEZ MAIS FORTE

*Conseleite-MG busca aperfeiçoamento da cadeia do leite no estado, com o objetivo de potencializar o setor*

Maior produtor de leite do país, o estado de Minas Gerais ganhará em 2019 um novo sistema que estabelecerá preços de referência para o produto. Em iniciativa que une indústria, cooperativas e produtores, o Conseleite-MG chega para dar segurança e transparência à cadeia do leite, em benefício de todos os envolvidos, inclusive o consumidor, que poderá ganhar tanto em qualidade como em preço do produto final.

O Conseleite-MG trabalhará com um modelo matemático a partir do faturamento da indústria com 20 produtos acompanhados semanalmente, além dos custos de produção do leite e de seus derivados, cedidos sob condição de sigilo. A partir desses números, serão calculados preços de referência do leite, divididos em três patamares de qualidade e volume: inferior, intermediário e superior.

Tais números serão referendados por um conselho paritário, formado por produtores, cooperativas e indústrias, que se reunirá por volta do dia 15 de cada mês. A partir de uma aprovação consensual, serão divulgados dois valores de referência para o mercado: para o leite entregue no mês anterior e que ainda será pago e uma projeção para o leite produzido no mês corrente e faturado 30 dias depois.

Não há obrigatoriedade de adoção dos preços de referência. A ideia é disponibilizar uma tendência para o mercado, minimizando as desconfianças próprias da negociação. "O Conseleite-MG calcula a capacidade de pagamento da indústria para a matéria-prima, de acordo com os preços de venda dos seus derivados. O objetivo é facilitar a livre negociação e reduzir atritos entre produtores e indústria", explica o professor da Universidade Federal do Paraná (UFPR), José Roberto Canziani.

**Trabalho conjunto**

O Conseleite-MG foi gestado ao longo de 2018, por iniciativa do Silemg, do Sistema Faemg, que representa os produtores, e do Sistema Ocemg, entidade das cooperativas. Foram mais de 100 horas de trabalho de uma Câmara Técnica formada por seis representantes indicados pelas indústrias e seis pelos produtores.

O trabalho foi coordenado pelos professores de Economia Rural José Roberto Canziani, Vania Di Addario Guimarães e Fernando Peres, que ficarão responsáveis pelos cálculos mensais dos valores de referência. A metodologia desenvolvida será colocada em prática este ano, e a ideia é que, até o mês de abril, seja feita a primeira divulgação dos preços.

Até então, tudo o que o mercado mineiro dispunha era do índice calculado pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea/Esalq), da Universidade de São Paulo (USP). Trata-se de um levantamento feito com as indústrias sobre o preço efetivamente pago ao produtor pelo leite de negócios já realizados. A partir de agora, este trabalho será complementar ao do Conseleite-MG, ao indicar se a tendência apontada se confirmará na prática.

A convergência entre os elos da cadeia produtiva do leite tem como inspiração o trabalho feito no Paraná, que instituiu o Conseleite em 2003. Um estudo recente mostra que os preços de referência se confirmaram em 94% dos meses nos últimos 15 anos.



**Benefícios**

A indústria de laticínios terá facilitada a negociação com os fornecedores, pela existência de valores de referência da matéria-prima, além de uma expectativa por um leite cada vez de mais qualidade. "Acredito que o Conseleite-MG eliminará os pontos de divergência e será um estímulo para toda a cadeia produtiva, que ganhará mais força, inclusive no mercado externo", diz o presidente do Silemg, João Lúcio.

Ao todo, 21 indústrias e cooperativas foram visitadas, e 18, até o momento, cederam dados para a implantação do Conseleite-MG. A perspectiva é que, assim como ocorreu no Paraná, esse número cresça ao longo do tempo. Isso porque os laticínios participantes terão informações de mercado sobre o preço médio de seus produtos, que lhe darão força de negociação com o setor varejista, além de acesso à tendência do *mix* de comercialização, permitindo direcionar a produção industrial para os produtos em alta com o consumidor, favorecendo, assim, sua lucratividade.

"Como cooperativistas, representamos tanto produtores como laticínios. Sabemos o quão importante é estarmos organizados. Somente assim conseguiremos agir em sinergia e em prol dos interesses da cadeia do leite em Minas. Estamos cumprindo nosso papel como entidades representativas ao concretizar essa proposta", resume o presidente o Sistema Ocemg, Ronaldo Scucato.

Do lado dos produtores, há expectativa pelo aumento no valor pago pelas indústrias - mas não só isso. Como o preço de referência levará em conta a qualidade do leite, o pagamento por volume irá permanecer, mas terá menor importância na precificação da matéria-prima.

"O Conseleite-MG é o local para discutir todos os assuntos de interesse comum ao setor. Não só questões referentes a preço, mas também a qualidade, sanidade e outros benefícios", observa Eduardo Pena, presidente da Comissão Técnica de Pecuária de Leite do Sistema Faemg.

A partir do fortalecimento da cadeia produtiva, espera-se, por fim, que o segmento ganhe em eficiência, da ordenha à venda do derivado. Em médio prazo, a terceira ponta desse triângulo é quem sairá ganhando. "Com o setor leiteiro mais organizado, é possível concluir que esse benefício chegará até o consumidor, com um produto de melhor qualidade e menor custo. Isso só é possível quando há uma revolução de inovação e melhoria de processos", destaca José Roberto.

*Da esq. para dir.: João Lúcio Barreto Carneiro, presidente do Silemg; Amarildo José Brumano Kalil, secretário adjunto da Seapa; Roberto Simões, presidente da Faemg; Ronaldo Scucato, presidente da Ocemg, e Eduardo de Carvalho Pena, vice-presidente da Faemg e presidente da Comissão Técnica de Pecuária de Leite da Faemg*

*Maria Teresa Leal/FAEMG*

**Aplicativo como meio de consulta**

A partir da entrada em cena do Conseleite-MG, produtores e indústria contarão com um aplicativo para celular que calculará o valor de referência para cada tipo de leite analisado, em tempo real. A ferramenta, que também ficará disponível no site da nova entidade, simulará valores de referência a partir de dados como gordura (%), proteína (%), contagem de células somáticas (CCS) (mil cél/ml) contagem bacteriana total (CBT) (mil ufc/ml) e volume entregue (litros/dia).

O preço será apresentado ao lado dos valores de referência para o leite nos patamares inferior, intermediário e superior. Ou seja, produtor e indústria terão como saber em que patamar se encontra a matéria-prima em negociação, conforme os valores mais recentes calculados pelo Conseleite-MG.

Cabe ressaltar, no entanto, que algumas variáveis próprias de uma negociação não entram no cálculo, mas nem por isso deixam de ser consideradas no estabelecimento de um preço. São elas, por exemplo: fidelidade do produtor ao laticínio; distância da propriedade ao laticínio; qualidade da estrada de acesso à propriedade rural; temperatura de entrega do leite; capacidade dos tanques de resfriamento de leite da propriedade; tipo de ordenha; adicionais de mercado devido à oferta e procura pelo leite na região.

"A calculadora é uma ferramenta importante para facilitar as negociações, conforme a qualidade do leite. Servirá tanto para o produtor quanto para a indústria, mas não com a ideia de que o Conseleite-MG seja uma tabela. Nada é imposto, o que vale é a negociação entre as partes", finaliza José Roberto.

REPRESENTAÇÕES
Minas Gonzaga
Embalando sua ideia.

- Gases industriais para tratamento de efluentes
- Rótulos e etiquetas adesivas
- Equipamentos para envase
- Embalagens rígidas e flexíveis para produtos alimentícios, químicos e farmacêuticos (In molde label, pouch, al/pet, termo encolhível, bisnagas, etc.);

Tels.: (32) 3213-4820 | 98419-5949
minas_gonzaga@hotmail.com

TEC MINAS Ingredientes e Equipamentos
@tecminas
fb.com/tecminas
Tudo para sua produção, em um só lugar!
(31) 3040-4836 (31) 9 9875-8525
www.tecminas.com

# DE NORTE A SUL

*Queijos finos têm cada vez mais lugar na culinária brasileira*

Seja combinado com vinhos ou em receitas elaboradas por *chefs*, os queijos finos como Brie, Camembert e Gorgonzola fazem cada vez mais parte da mesa do brasileiro. É o que mostram as estimativas da Associação Brasileira das Indústrias de Queijos (ABIQ). Nos últimos cinco anos, o crescimento aproximado da produção no Brasil foi de 60%, favorecido por fatores como a mudança no hábito de consumo e a oferta de novos produtos.

Os principais consumidores desse tipo de queijo estão nas regiões Sudeste e Sul do país, uma vez que as populações de origem europeia já trouxeram esse costume consigo. Contudo, eles têm sido apreciados em pratos e aperitivos do Oiapoque ao Chuí.

Para isso, as indústrias têm feito diversos esforços focados na experimentação desses queijos nos pontos de venda, entre eles a participação das marcas e produtos em eventos *gourmet*, em programas de gastronomia e em anúncios. Isso contribui para treinar o consumidor e torná-lo mais exigente em relação a sabores e texturas mais refinados.

**Processo diferenciado**

Mas, afinal, por que esses queijos são chamados de finos? Segundo Silmara Figueiredo, assessora de marketing da ABIQ, eles passam por processos específicos na produção. "Em geral, exigem leite de qualidade selecionada e fermentos especiais e ficam em câmaras de maturação por períodos maiores. Com isso, ganham sabores e texturas diferenciados, com mais personalidade. É o caso de queijos de mofos brancos (Brie e Camembert), de mofo azul (Gorgonzola) e os de olhaduras (os 'furinhos'), que usualmente apelidamos de suíços (Emmental e Gruyére)."

O Sul de Minas Gerais é um dos polos fabricantes no país, e a tecnologia usada na fabricação dos queijos finos brasileiros é quase idêntica à da Europa. No caso do Laticínios São Vicente de Minas, os carros-chefes são o Gorgonzola e o Brie. "O Gorgonzola, por exemplo, merece cuidados específicos, como o desenvolvimento de fungos, maturação diferenciada, câmaras com temperatura e umidade controladas. Mas esses cuidados mais aprimorados no preparo valem para todos os queijos finos e é o que os diferem das demais linhas", explica o presidente Paulo Gribel.

## SAIBA MAIS

O nome de alguns queijos finos está ligado a fatores como local de origem, e muitos são nomeados em função de IGP (Identificação Geográfica Protegida) ou de origem controlada. Você conhece as características dos quatro principais tipos consumidos no Brasil? Use a câmera do seu celular ou aplicativo para leitura de QR Code e acesse o Facebook do Silemg e confira características dos queijos Brie, Camembert, Gruyère e Gorgonzola.

# VITRINE DO SUCESSO

*Aliar cuidados com a qualidade do produto e a experiência do consumidor é decisivo para manter a boa imagem da marca no mercado*

Você já pensou por que uma marca é mais reconhecida ou lembrada que outra? Ou por que gosta de consumir do pequeno produtor e frequentar mercados locais para achar produtos artesanais? Tudo que é ligado à sensação do consumo, à avaliação do atendimento e da qualidade do produto é material de estudo para a Gestão de Marca.

Essa área do conhecimento – que passa pelo Marketing, Administração, Comunicação Social e Psicologia – traz para empresários, lojistas e produtores um diagnóstico de como melhorar seus processos e projetar melhor sua marca no mercado. E não são só grandes empresas que precisam realizar essa gestão ou o *branding*, usando o termo em inglês. Independentemente do porte do negócio, todos precisam influenciar melhor o público e gerar mais vendas e interação entre empresa e consumidor.

Quem fala mais sobre o assunto é o administrador, psicólogo, especialista em Gestão e mestre em Gestão Estratégica, Victor Barcala, que também é professor do Ibmec. Confira a entrevista:

**Qual é o conceito de Gestão de Marca e como fazê-la de forma eficaz?**

É a gestão da imagem da empresa, da forma como o consumidor enxerga e experimenta o seu negócio. Ou seja, envolve a avaliação do produto, do atendimento, do pós-venda, da qualidade, da disponibilidade dele nos pontos de venda. Para a boa gestão da marca, a primeira questão é avaliar a percepção que seu produto desperta. E não deixar a qualidade de lado.

**Como adequar a Gestão de Marca para empresas de pequeno ou médio porte?**

Fazendo pesquisa com o consumidor. É necessário ver o que o consumidor direto quer e tentar ampliar a distribuição para conseguir ampliar as vendas. E também fazer pesquisa com os clientes indiretos – distribuidores e representantes. Não faz sentido uma empresa pequena ter uma área de *branding*. Nesse caso, é mais interessante investir no relacionamento com o cliente: saber se a empresa dá benefícios para o cliente por meio do seu produto, gerir essa expectativa, verificar se o cliente está satisfeito. Um bom gestor de marketing, bem capacitado, pode ajudar muito.



**Por que temos a sensação de que algumas marcas são mais vistas ou lembradas, mesmo fabricando produtos tão bons quanto os concorrentes?**

Isso tem a ver com a exposição da marca no subconsciente do consumidor. A empresa alimenta o consumidor com imagens ou ações de publicidade para promover o produto, dando a impressão de que a marca é muito forte. Se for uma marca pequena, ela não vai competir com a grande porque não tem capital para comprar espaço dentro de um supermercado, por exemplo. O diferencial do pequeno é o bom atendimento, a proximidade com o consumidor, o trabalho customizado. Lembrando que o sucesso não é apenas expor, é engajar o público.

**Segmentar o público ou buscar nichos de consumo é uma ideia relevante para tornar a uma marca mais forte?**

A empresa precisa saber para quem ela vende, para tentar ativar os clientes de forma mais relevante. Descobrir o que é uma variável de valor para ele, para convencê-lo a comprar o produto dele em detrimento do outro. Para isso, há dois tipos de foco: trabalhar para os consumidores que você já tem ou ganhar novos clientes. O primeiro caso traz um ganho apenas incremental, porque eles já compram seu produto. No segundo, você passa a vender em uma região diferente ou para outro tipo de consumidor.

**A exposição do produto também é essencial para as pequenas marcas?**

É importante, mas o essencial para elas é crescer dia a dia, com qualidade, e ter bom relacionamento com seus intermediários para eles não denegrirem a empresa e, sim, ajudarem a promover a marca. A exposição do produto é importante, desde que direcionada para o público adequado. Vale mais encontrar um consumidor que já tenha o perfil que a empresa atende do que tentar competir com produtos mais caros ou de marcas estabelecidas.

**Quais os problemas podem impactar na boa imagem da empresa e de seu produto?**

Abrir o negócio com uma qualidade muito boa e, quando começar a vender significativamente bem, reduzir custos alterando a qualidade do produto ou seus benefícios. Muitos comerciantes tentam forçar um pouco dessa forma, achando que o consumidor não vai perceber. É um grande erro e desconsidera até que o cliente estava sendo fiel ao produto no formato antigo. Se ele percebe que está sendo traído, ele para de consumir. Outra questão é saber abandonar aquilo que não cria valor para o seu consumidor. Já vi muito lojista ou empresário ter um gosto emocional pelo produto, por ter a ver com a história da família, por ter sido o principal produto por anos, e o cliente não querer aquilo mais. Só que o produtor insiste em manter o produto daquele jeito no mercado.

*"A empresa precisa saber para quem ela vende e tentar ativar os clientes de forma mais relevante. Descobrir o que é uma variável de valor para ele, para convencê-lo a comprar o produto dele em detrimento do outro"*

**Como é possível medir os resultados para avaliar se a Gestão da Marca está no caminho certo?**

Não existe um indicador específico para mensurar. O que se tem é uma série de fatores que apontam isso: o *market share* (fatia de mercado), o volume de reclamações, o volume de vendas. É importante lembrar que o cliente relaciona a empresa ao produto. Se o produto e o serviço forem bem vistos, a empresa também será bem vista.

# DO COMEÇO AO FIM

*Entenda como se adequar à legislação que institui a logística reversa de embalagens no Brasil*

Para que um produto lácteo chegue ao consumidor em sua melhor forma, as embalagens são grandes aliadas. Depois que cumprem o papel de proteger os alimentos, no entanto, para onde vão? Na maioria das vezes, são descartadas incorretamente e agravam questões ambientais. Por isso, em 2010, o Brasil adotou a aplicação do sistema de logística reversa como uma das soluções para definir a responsabilidade sobre a destinação correta dos resíduos gerados pelos setores industriais. O compromisso é previsto pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que foi instituída pela Lei 12.305 do mesmo ano. "A logística reversa está direcionada para os resíduos gerados pós-consumo e inclui desde o produto – substituído pelo uso até sua exaustão, por problemas técnicos ou por outro motivo que leve o consumidor a descartá-lo – até a sua embalagem", explica Wagner Costa, gerente de Meio Ambiente da Fiemg.

Mesmo tendo sido lançada há quase uma década, a execução da PNRS ainda não atingiu sua totalidade. Esse tempo foi dedicado a definir como colocar a legislação em prática. No entanto, desde o ano passado, grandes avanços começaram a ocorrer, como a instalação do sistema de logística reversa no estado de São Paulo, onde o licenciamento ambiental passou a ter esse quesito como condicionante.

Em Minas Gerais, o debate sobre o tema deve começar em breve. "A Fiemg está iniciando a discussão da questão para definir um posicionamento e vislumbra a possibilidade de ter alguma diretriz até o fim do ano. O município de Belo Horizonte, por intermédio do Serviço de Limpeza Urbana, já formou um grupo de trabalho para debater e propor ações na capital", adianta Wagner. Ele cita também o exemplo do Rio Grande do Sul, onde já existe um sistema denominado Associação de Logística Reversa de Embalagens (Aslore).

**A lei é para quem?**

Segundo o advogado Gabriel Cunha, da Lacerda Diniz e Sena Advogados, a PNRS estabelece que fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes devem estruturar uma sistemática de retorno de resíduos para devido reaproveitamento ou descarte correto. A lei é destinada a setores como agrotóxicos, pilhas e baterias, pneus e eletroeletrônicos, mas é estendida a produtos comercializados em embalagens plásticas, metálicas ou de vidro, e aos demais produtos e embalagens, considerando, prioritariamente, o grau e a extensão do impacto à saúde pública e ao meio ambiente dos resíduos gerados.

Apesar de não haver regra específica para o setor, todas as empresas de laticínios devem se atentar para o cumprimento da legislação referente à logística reversa de suas embalagens. Nesse sentido, Wagner explica que a adesão das empresas a um acordo setorial – contrato firmado entre o poder público e o setor empresarial para implantação de responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos – pode ser eficiente e mais econômica. "Para negócios que têm atuação nacional ou regional é praticamente impossível atuar isoladamente. Dessa forma, a participação em um sistema reduz a responsabilidade direta no recolhimento, que é gerido por uma empresa especializada, e disposição final do seu volume gerado, além de participar de um rateio de custos com outras tantas organizações", afirma.

**Hora da ação**

Seja por meio da associação aos sistemas já existentes ou pelo desenvolvimento de um programa próprio de logística reversa, a adequação à lei deve ser feita o mais rápido possível. Nilson Muniz, diretor executivo da Associação Brasileira da Indústria de Lácteos Longa Vida (ABLV), alerta para o fato de que, ao não cumprir a legislação, a empresa pode sofrer, ainda, um prejuízo de imagem e enfraquecimento da marca. "É um tema que tem alto impacto na sociedade e o dano pode ser enorme, por se associar a um fator que prejudica o meio ambiente", comenta. Em caso de dúvidas, procure o Silemg.

## RESPONSABILIDADE COMPARTILHADA

O objetivo da logística reversa é minimizar ao máximo o descarte de embalagens nos aterros sanitários. Mas o processo depende do trabalho conjunto envolvendo a sociedade, a iniciativa privada e o poder público. A sua empresa já está atuando em conformidade com a legislação? Veja no *check-list* abaixo algumas das ações indispensáveis para esse processo.

- Levantamento dos tipos de resíduos que a empresa gera: quais são os materiais usados, a quantidade mensal (em toneladas) de embalagens que circulam e em quais localidades são comercializadas.
- Adesão a algum sistema de logística reversa já estabelecido ou em formação, que tenha atuação nas áreas em que os produtos da sua empresa são comercializados.
- Participação em grupos de trabalho voltados para a estruturação de novos sistemas de logística reversa.
- Adequação integral à Lei 12.305/2010, que entre outros temas, trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

INOVAÇÃO DE PONTA A PONTA

# Na Tetra Pak® integramos equipamentos e serviços para te levar aos melhores resultados

O cliente está no coração do nosso negócio. Por isso, oferecemos todo o suporte e inteligência para a produção de alimentos seguros e de qualidade, com excelência operacional e ambiental em todas as etapas de fabricação.

**Equipamentos**
Soluções completas para o processamento e envase de alimentos, com linhas inteiras ou máquinas específicas para as necessidades de clientes de todos os portes.

**Embalagens**
Melhor escolha do ponto de vista ambiental: são mais de 200 opções que oferecem praticidade e conforto, com a melhor experiência de consumo e manuseio.

**Serviços técnicos**
Oferecemos serviços e consultoria integrados à indústria 4.0, com toda a assistência para a digitalização dos processos na indústria.

**Consultoria para inovação**
Em nosso Centro de Inovação ao Cliente, oferecemos o conhecimento e a estrutura necessária para que a indústria se antecipe às necessidades dos consumidores.

Fale conosco: falecom@tetrapak.com