

Santa Clara

Em Foco

Informativo da Cooperativa Santa Clara

Março 2006-Nº 1

**A Santa Clara inicia o ano de 2006 sob o signo da renovação:
marca renovada e o 1º número do “Em Foco”, o seu mais novo
veículo de comunicação.**





Ano novo, boas novas

A Cooperativa Santa Clara começa 2006 com o ânimo redobrado. Decidida a ganhar mais espaços no mercado, a empresa investe em várias áreas de tecnologia de produção, em treinamento de pessoal, marketing e, acima, de tudo, na linha de produtos.

O produtor de leite, grande parceiro da Santa Clara, também merece especial atenção. Afinal, é ele que, trabalhando com incansável dedicação, produz alimento para um público cada vez mais exigente e qualificado.

A grande novidade é a renovação da marca. Foi um longo processo, que exigiu muita reflexão e responsabilidade.

O mercado é ágil e o consumidor gosta de mudanças consequentes e positivas. É saudável reconhecer o momento de mudar. A nova marca é simples, limpa, moderna, de fácil leitura e ótima visualização à distância.

A exemplo das grandes marcas que optaram pela simplificação. A disputa pelo espaço é acirrada. O tempo entre a visualização e a decisão de compra é cada vez menor. A clareza e a simplicidade são decisivas na comunicação. A marca Santa Clara, que já detém a confiança do consumidor, agora está mais impactante.

Outra novidade é o lançamento do informativo da Santa Clara, que pretende informar os leitores sobre todas as novidades e realizações da empresa. Esperamos que o Em Foco agrade ao nosso público. Da nossa parte, ele foi feito com carinho. O Em Foco traz um espaço destinado ao leitor. Ficaremos muito satisfeitos se esse espaço for ocupado com sugestões e até mesmo críticas. Com esse retorno poderemos melhorar sempre mais o nosso informativo. Todas as opiniões serão consideradas. Muito obrigado.

Rogerio Bruno Sauthier
Presidente

A Santa Clara inicia o ano com a marca revitalizada

Com quase um século de tradição, a Santa Clara conquistou os consumidores pelo diferencial de seus produtos. No entanto, nas relações modernas de mercado, é preciso conquistar o consumidor também pelo olhar. Por isso, a empresa investiu na modernização de sua marca, sem perder sua identidade.

A empreitada foi entregue ao arquiteto e designer Roberto Sperotto, que apostou na associação da marca antiga com a atual:

- Sempre que desenvolvo um projeto de marca e identidade, o trabalho se inicia por um diagnóstico bastante detalhado do perfil da empresa, da sua necessidade de comunicação e dos objetivos junto ao seu público de interesse.

Quando iniciamos o projeto da Santa Clara, a primeira constatação foi a forte tradição da marca na região da Serra e nos demais mercados onde atua, como instituição e através dos seus produtos. Ficou evidente que o processo de revitalização deveria preservar o conceito existente, visando manter da forma mais clara possível a associação da nova marca com a antiga.



Roberto Sperotto

Nova linguagem gráfica mais moderna foi adotada para definir a empresa, cuja assinatura ganhou formato que facilitou a leitura e elevou a percepção de qualidade.

- O resultado final dá à Santa Clara um ganho do valor percebido pelo cliente em relação à sua marca, que acompanha o atual estágio tecnológico e qualitativo atingido pela empresa. E o mercado percebe isso - explica o designer.



Em Todas as Áreas de Marketing, Investimentos que Valorizam a Marca



Encontro de Mulheres



Festiqueijo



Campanha no litoral



Expoclara

A Santa Clara investe na mídia o ano inteiro e utiliza todas as ferramentas do marketing para promover seus produtos e sua marca. Algumas campanhas, como a da Fazendinha Santa Clara, que promove os Leites Pasteurizados, já se tornaram tradicionais. Em sua sétima edição, a promoção permite que os consumidores colecionem utilitários com a imagem dos bichinhos de fazenda juntando selos impressos na embalagem de leite.

Outra ação importante é a Promoção Verão. Para se manter próxima de seus consumidores, a Santa Clara acompanha a tradição gaúcha e se instala no litoral durante o verão, onde realiza muitas promoções. E já está levando a promoção também para o litoral catarinense.

O ator gaúcho Werner Schünemann, que ganhou fama nacional na minissérie global "A Casa das Sete Mulheres", estrelou campanha da Santa Clara em 2005, mostrando seu mix de produtos, com veiculação durante o ano.

A Santa Clara também está presente nos eventos mais importantes das áreas agropecuária e do varejo, algumas vezes realizando, ela própria, eventos que ganham cada vez mais importância nos setores de atuação — Expolite, Expointer, ExpoAgas e também na área de alimentação e turismo, como é o caso do Festiqueijo, festival realizado há 20 anos em Carlos Barbosa, sede da Santa Clara, que leva milhares de turistas à Serra.

Um evento que ganha força no cenário agrícola do nordeste gaúcho é a Expoclara, onde é mostrada toda a pujança do gado leiteiro de propriedade dos produtores da Santa Clara. Nesse evento também é feita uma amostra de maquinários. A empresa ainda realiza eventos importantes visando promover o relacionamento interno e, principalmente, como treinamento de sua equipe. É o caso do Encontro de Jovens com

Atividade no Leite e do Encontro de Mulheres, que reúne a cada dois anos mais de mil mulheres com atividade no segmento leiteiro. Nesses encontros são abordados assuntos fundamentais ao universo feminino. O mais recente foi realizado em março de 2006, em Parafá.



Werner Schünemann



ExpoAgas

Santa Clara

Uma Moderna Empresa a Caminho dos 100 anos

Crescer sem perder a simplicidade é a chave do sucesso da Cooperativa Santa Clara, de Carlos Barbosa, que em abril de 2006 completa 94 anos de atividade desde sua origem. São 3 mil associados e mais de 700 funcionários empenhados na tarefa de fazer funcionar uma cadeia produtiva que combina controle na produção leiteira e investimentos constantes na modernização dos processos industriais e unidades comerciais formados por uma rede de lojas especializadas. Estas são as unidades que formam a Cooperativa Santa Clara:



Laticínios

A Santa Clara foi fundada em 10 de abril de 1912, portanto, está a caminho do centenário; é a mais antiga cooperativa de laticínios em atividade no Brasil e é também a primeira a conquistar a certificação ISO no Rio Grande do Sul. No ramo de laticínios, o mais tradicional da cooperativa, são processados cerca de 400 mil litros de leite por dia, resultantes de um sistema que monitora desde as pastagens até a ordenha dos animais e garante a industrialização do Leite Longa Vida, leites pasteurizados (tipos B, C e light), diversos tipos de queijo (Sansoe, Gruyère, Provolone, etc.), iogurtes, bebidas lácteas, creme de leite, requeijão e Temper Cheese.



Frigorífico

Um frigorífico, que abate 45 mil cabeças de suínos por ano - de criação própria e de parceiros -, com rebanho de alto padrão genético, coloca no mercado 4 mil toneladas de carnes e embutidos, em especial os salames.



Supermercados

Também para servir a região serrana, foram construídos os Supermercados Santa Clara. A matriz, em Carlos Barbosa, conta com 3.200 metros quadrados de área de venda, estacionamento coberto, lancheria, farmácia, floricultura e espaço para 22 lojas. Filiais estão instaladas nas cidades de Veranópolis, Cotiporã, Paraí, São Pedro da Serra e Arcoverde.

Mercado Agropecuário

O Mercado Agropecuário, que atende nas cidades de Carlos Barbosa, Veranópolis, Cotiporã, Fagundes Varela, Vila Maria, Nova Roma do Sul e Paraí, comercializa toda a linha de produtos agrícolas, tais como defensivos, fertilizantes, máquinas agrícolas, implementos, material de construção e até eletrodomésticos.



Cozinha Industrial

A Cozinha Industrial da Santa Clara produz diariamente 1900 refeições balanceadas e saudáveis, servidas a empresas da Serra Gaúcha, e já ingressa no segmento de alimentos pré-prontos, produzindo pizzas e congelados.



Centros de Distribuição

Para escoar sua produção e estar mais próxima das lojas de preferência de seus consumidores, a Santa Clara conta com cinco Centros de Distribuição, com sede, respectivamente, em Porto Alegre, Caxias do Sul e Passo Fundo, no Rio Grande do Sul; Biguaçu, em Santa Catarina, e Pato Branco, no Paraná.

Fábrica de Rações

Já a fábrica de rações produz 19 tipos de rações processadas num volume que alcança as 17 mil toneladas anuais e garante matérias-primas selecionadas para alimentar os rebanhos bovino leiteiro e suíno de granja própria.



José Antônio Pinheiro Machado

Personagem dos mais queridos do Rio Grande do Sul, o Anonymus Gourmet é o resultado de uma saudável mistura de habilidades. Nasceu do mix de experiências de José Antônio Pinheiro Machado, jornalista, advogado, escritor e “piloto de fogão”, segundo ele próprio, desde guri.

Apresentador de um programa de TV homônimo, o gourmet porto-alegrense conquistou um batalhão de adeptos ao tornar simples e divertido o ato de cozinhar, fazendo do trajeto entre as panelas e o prato uma verdadeira celebração.

Santa Clara pergunta:

Anonymus Gourmet responde:

1. Como o jornalista e advogado ingressou no mundo da gastronomia?

O gosto pela boa mesa sempre fez parte da minha vida. Sem a gastronomia e sem o Anonymus Gourmet, o meu dia-a-dia seria incompleto. Sempre gostei muito de ler, de escrever, de viajar, de assistir a filmes... E a gastronomia se integra com harmonia entre os meus interesses. Gosto de pilotar o fogão desde guri.

2. Ainda hoje, com o personagem Anonymus Gourmet, é possível conciliar essas atividades?

Nã verdade, não se trata de conciliar atividades antagônicas. Mas sim o convívio de interesses, aptidões e paixões complementares. Para que não haja conflito de horários, organizo bem a agenda e tudo dá certo. O advogado, o escritor e o jornalista gostam dos pratos que o cozinheiro prepara...

3. O Anonymus Gourmet adota a simplicidade na elaboração de receitas, atingindo desde a dona-de-casa até quem tem gosto gastronômico mais apurado. É esse o segredo do sucesso?

Se eu conhecesse o “segredo do sucesso” não contava... Mas acho que o que influi na boa receptividade do nosso “produto”, digamos assim, é, em primeiro lugar, muito trabalho, e trabalho de equipe, que inclui o setor de produção da TV, o setor de comercialização e uma equipe muito atenta e diligente. Pessoalmente, me preocupo em fazer a minha parte com a maior dedicação e entusiasmo. Além de ter criado o personagem e ser o apresentador do programa, tenho a responsabilidade da produção culinária do programa, que inclui a compra dos ingredientes e a elaboração das receitas, em acordo e colaboração com a diretora do programa, Ciça Kramer. As receitas (simples, práticas, com ingredientes baratos e fáceis, e resultados surpreendentes), na verdade, resultam da formação de cozinheiro que tive, muito influenciado pela minha mãe e pelas duas avós, todas cozinheiras excepcionais que faziam comidinhas caseiras inesquecíveis...

4. O que lhe dá mais prazer, preparar ou degustar as receitas?

Aquela máxima segundo a qual a quem cozinha não apetece comer depois não é verdadeira. Adoro cozinhar e consumir, saboreando com prazer o que preparei. Gosto de degustar minhas receitas. Uma coisa é consequência da outra. Digo que tenho “fomes específicas”. Às vezes fico com vontade de saborear determinado prato e vou para o fogão prepará-lo com todo cuidado e, depois... chega a “hora do sacrifício”... Hummmm!

5. As tradições culinárias do Rio Grande do Sul fazem com que ingredientes como leite e queijo sejam mais usados aqui do que no restante do Brasil?

Acho que o leite e o queijo dão sempre um requinte muito especial em inúmeras receitas. É um princípio geral, não chegam a ser exclusividade gaúcha. Na verdade, mesmo em rígidas tradições gaúchas, como o carreteiro e o churrasco - só para citar dois casos -, o queijo já está incorporado. Num bom carreteiro, pedaços de queijo espalhados pelo prato para derreter com o carreteiro quente dão um “up grade” de sabor. E no churrasco o saboroso lombinho com queijo, por exemplo, já está institucionalizado.

6. Em que preparações - além de bolos, pães e doces - o senhor considera o leite fundamental?

São infindáveis as possibilidades. Por exemplo, em molhos que têm a base do béchamel (o velho e bom molho branco). O molho branco, à base de leite, manteiga e farinha de trigo (que faço batendo tudo no liquidificador e depois engrossando numa panela em fogo baixo), pode ser enriquecido com queijos variados (ou fazendo o tipo “quatro queijos”). Além disso, o leite pode ser usado para amenizar e “arredondar” o sabor de molhos como o “sugo” de tomate, molho madeira, etc.

7. Que critério de seleção um conhecedor de culinária utiliza para escolher queijos que serão utilizados em suas receitas?

8. Numa tábua de frios, que queijos o senhor acredita que não podem faltar?

9. Uma marca com tradição influencia na hora da compra?

Acho que a harmonia e o equilíbrio. O queijo entra como complemento sempre bem-vindo, mas não pode "brigar" com os outros ingredientes.

Um queijo bem suave como prato lanche, para acompanhar embutidos fortes, e os queijos do tipo provolone ou assemelhados, para brilharem junto com um pão bem novinho...

Sem dúvida. A escolha cuidadosa de ingredientes de primeira classe é a primeira providência para bons resultados de forno e fogão.

Sabor & Saúde

Volta às Aulas. O que colocar na lancheira?

A volta às aulas chama a atenção não só pelo colorido das crianças na rua. Em casa, devemos também ficar atentos à alimentação de quem passou um longo tempo de férias, comendo as mais variadas guloseimas. Agora é hora de falar sério. E isso significa oferecer uma alimentação equilibrada e orientar para a prática de bons hábitos alimentares.

As conseqüências de uma alimentação inadequada podem ser alterações no aprendizado e na atenção, assim como o excesso de alimentos pode provocar sobrepeso e obesidade. Calcula-se que aproximadamente 20 a 25% das crianças brasileiras apresentam excesso de peso na faixa etária entre 7 a 14 anos. A origem deve-se a uma mudança no modo de vida, sedentarismo (uso de jogos eletrônicos, televisão, computadores...), hábitos alimentares modernos (consumo de refrigerantes, batatas fritas, hambúrgueres, guloseimas, horário das refeições feitas fora do lar).

As crianças em idade escolar não devem permanecer longos períodos em jejum, e o lanche é fundamental do ponto de vista nutricional.

Orientações sobre melhores opções de lanches para volta às aulas: ofertar alimentos um pouco mais calóricos. Os lanches devem conter uma fonte de carboidratos (fornecedores de energia), que podem ser encontrados nos pães, torradas, cereais, bisnaguinhas e bolos.

As proteínas são responsáveis pela construção e manutenção dos tecidos, e elas estão nos iogurtes, queijos, ricota, presuntos, leite, leites fermentados.

As vitaminas, sais minerais e fibras são importantes no bom funcionamento dos aparelhos circulatórios, respiratório e digestivo e também atuam na formação dos tecidos.

Enriete Maria Dall'Onder dos Santos
Nutricionista - Graduada pela Unisinos
Atua na Cooperativa Santa Clara desde 1987



São encontrados nas frutas e legumes ou vegetais folhosos. As frutas que devem ser consumidas são as mais práticas, isto é, aquelas que podem ser ingeridas com casca ou que podem ter a casca retirada com facilidade, tais como maçã, pêra, tangerina e banana. Misturar frutas com vegetais, nos sucos (laranja com cenoura, mamão com cenoura, beterraba com laranja), também é uma prática saudável.

- Uma boa oferta de fibras é trocar pães brancos por pães integrais, frutas com casca e bagaço e substituir chocolates por barras de cereais.

Fornecer líquidos para repor as perdas híbridas ocorridas durante as atividades físicas e perdas normais (sucos, chás, água) é outra coisa importante.

O ideal é que a criança leve o lanche de casa, pois o bar da escola nem sempre oferece uma alimentação nutritiva. Porém, vale a pena liberar o bar uma vez por semana para agradar e estimular a criança a procurar alimentos nutritivos. Caso seja inevitável o uso do bar, orientar para consumir sanduíches naturais, preferir assados a alimentos fritos, sucos de frutas, mesmo sendo de caixinha. Evitar sempre que possível os refrigerantes, salgadinhos e doces, que além de não possuírem valor nutricional propiciam a obesidade e distúrbios metabólicos, como o aumento do colesterol, triglicerídios e aumento da glicemia.

Procurar selecionar os alimentos cuidadosamente para não prejudicar as refeições principais, e os lanches deverão ser nutritivos e variados, para que a criança possa curtir com os amigos e também para que comece a se mostrar responsável por suas atitudes.

Considerações sobre o Santa Clara Em Foco

Deseja continuar recebendo o Santa Clara Em Foco () Sim () Não

Produtos Santa Clara todo o Santo Dia

Atribuir aos produtos Santa Clara o slogan de "O Puro Sabor da Serra" não é por acaso. Leites, queijos e salames produzidos pela empresa, além de estarem dentro dos mais elevados padrões de qualidade, preservam o sabor e a integridade da região onde a empresa se formou. Essa qualidade é comprovada com a certificação ISO 9001 no seu segmento de laticínios. Diferenciais assegurados por um trabalho meticuloso e dedicado no processo de produção, que inclui o controle de saúde dos rebanhos, e pela diversificação, que garante ao consumidor novidades fresquinhas para serem experimentadas. Estes são alguns dos produtos Santa Clara que o consumidor encontra nas grandes, médias e pequenas redes de supermercados e também na padaria perto da casa da gente.



Divisão Laticínios



Leite Longa Vida Integral



Leite Longa Vida Semi-Desnatado



Leite Longa Vida Desnatado



Leite Tipo B (Garrafa)



Leite Light Form



Leite Tipo B (Saquinho)



Leite Tipo C



Iogurte (2 sabores) Tradicional e Light



Bebida Láctea (Garrafa) 6 sabores Tradicional e Light



Bebida Láctea (Saquinho) 5 sabores



Queijo Colonial



Queijo Sansoe



Queijo Sansoe Reserva Especial



Queijo Prato Cobocó



Queijo Provolone



Queijo Provolone p/ Espetinho



Queijo Prato Lanche Fatiado



Queijo Caccio Cavallo



Queijo Especial p/ Fondue



Queijo Minas Tradicional e Light



Ricota Tradicional, Light e c/ Ervas



Temper Cheese 7 sabores



Creme de Leite Tradicional e Light



Requeijão Tradicional e Light



Divisão Embutidos



Lingüiça Calabresa Fina



Lingüiça Calabresa KVC



Lingüiça Mista Defumada



Lingüiça de Carne Suína



Lingüiça de Lombo Suíno



Lingüiça de Lombo Suíno Serrana



Lingüiça de Pernil Suíno



Lingüiça Toscana



Salame Italiano Fatiado



Salame Milano Fatiado



Apresuntado Torino Fatiado



Mortadela Torino Fatiada



Copa Inteira ETQ



Copa Mini KVC



Bacon Mini KVC



Bacon em Cubos sem Pele



Bacon Manta KVC



Costela Defumada



Lombo Especial



Kit para Feijoada KVC



Banha

Este espaço é para você colocar seus dados e considerações sobre o nosso informativo. Você pode enviar para o endereço abaixo: Santa Clara Em Foco - Rua Pedro Baldasso, 47 - Carlos Barbosa - RS - CEP 95.185-000. Ou ainda para o e-mail emfoco@coopsantaclara.com.br. Agradecemos pela colaboração.

Nome:

Endereço (Rua, nº, complemento - conjunto/sala/apartamento):

Cidade: CEP: UF: E-mail: Telefone: