



EmFoco

Informativo da Cooperativa Santa Clara

Setembro 2006 - Nº 3

Impresso Especial

3619/06 DR/RS
COOP. SANTA CLARA

/// CORREIOS ///

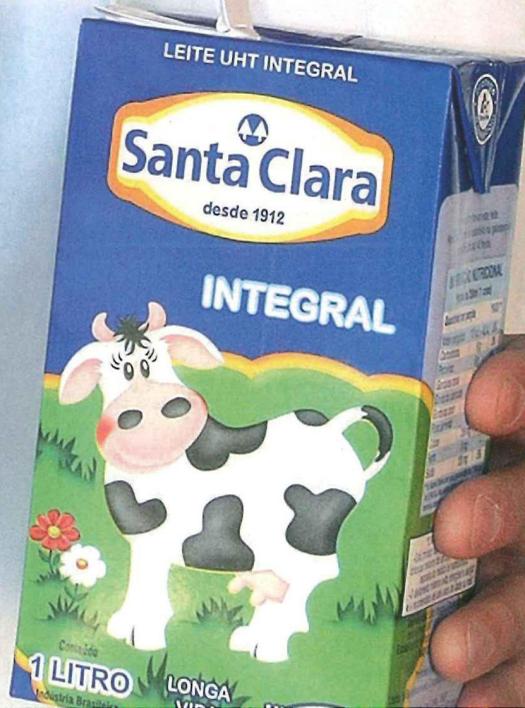


**Marketing:
Santa Clara
com três
campanhas
até o final
do ano**

**Gut Clara
e Frut Clara,
novos conceitos
de mercado**

**A melhor forma
de cortar
e conservar
o queijo**

**A importância do
café da manhã
para viver um dia
mais saudável**





Alexandre Guerra
Diretor Administrativo
e Financeiro

Prezados Leitores

Às vésperas de comemorar seus 95 anos de atividades, a Santa Clara tem como meta evoluir em todos os aspectos, e esse crescimento continua acelerando cada vez mais. A empresa vem investindo na gestão de todas as áreas, desde a valorização do associado, produtor de leite, na tecnologia de produção, modernização da marca e das embalagens, diversificação das linhas de produtos, efetivação de parcerias e, muito especialmente, na logística.

Com esse objetivo, a empresa construiu um novo Centro de Distribuição próprio, na cidade de Canoas, que possibilitará à Santa Clara não só ganhar espaços no mercado da Grande Porto Alegre e do litoral, como melhorar a sua rentabilidade. Com o novo Centro de Distribuição, a expectativa da empresa é o aumento das vendas em 25%. Além disso, a Santa Clara está construindo pavilhões em Carlos Barbosa, para alojar parte do almoxarifado, ampliando, assim, o espaço dentro da Indústria de Laticínios, onde serão instaladas modernas câmaras frias para a fabricação de novos produtos, entre os quais, novos tipos de queijos de linhas mais nobres. Tudo isso preservando seus ideais cooperativistas, valorizando seu quadro funcional e associados, produtores de leite, que são a base do trabalho da Cooperativa.

Um abraço a todos,
Alexandre Guerra

A gente faz o Em Foco com o mesmo carinho e dedicação que o nosso pessoal das indústrias faz os produtos pra você. O informativo está na terceira edição, e o índice de respostas dos leitores sobre os dois primeiros números tem sido surpreendente e estimulante, e entendemos também como um aumento de responsabilidade. Esse retorno fez a equipe abrir este espaço especial para você. E desde sempre, muito gratos por tanta atenção.

“Desejo continuar recebendo, via correio, o seu exemplar de Santa Clara Em Foco.” Gostei muito de receber o nº 2”.

Manoel Gomes Gonçalves - Osasco/SP

“Gosto de ler o informativo que recebo da Santa Clara, pois me deixa por dentro dos produtos fabricados, e pela qualidade dos mesmos.”

Gilberto Luiz Weber

Gerente SuperCesta - São Leopoldo/RS

Fizeram contato também:

José O. da Silva - Cachoeira do Sul/RS; Maria Lígia Marchezan - Cotiporã/RS; Marciano Pozzebon - Carlos Barbosa/RS; Maria Ceci Pacheco da Silva - Mostardas/RS; Heitor Detoni - Barra do Rio Azul/SC; Cristiane Aguiar de Oliveira - Esteio/RS; Márcia Regina Loeski - Canoinhas/SC; João Artemio Baldasso - Carlos Barbosa/RS; Mercado Aratiba Ltda. - Aratiba/RS; Josiane Bispo da Silva - Guarulhos/SP; Antônio Prezzi Denicol - Porto Alegre/RS; Luiz Paulo Baldasso - Carlos Barbosa; Amilton Firpo Lucas - Porto Alegre/RS; Maria de Souza - Carlos Barbosa/RS; Volnei Baseggio - Carlos Barbosa/RS; Valdemar Kluge - Carlos Barbosa/RS; Cristina Maria Locksch - Porto Alegre/RS; Valdi Olivi - Osasco/SP; Geraldo Gurgel Azevedo - Porto Alegre/RS; Helga Maria Forsch - Agudo/RS; Fernando Knod - Alvorada/RS; Antônio de Pádua Ramos - Belém/PA; e Iraneze Moraes Martins - Guarulhos/SP.

Estamos encaminhando as sugestões enviadas.

Campanha publicitária destaca Temper Cheese

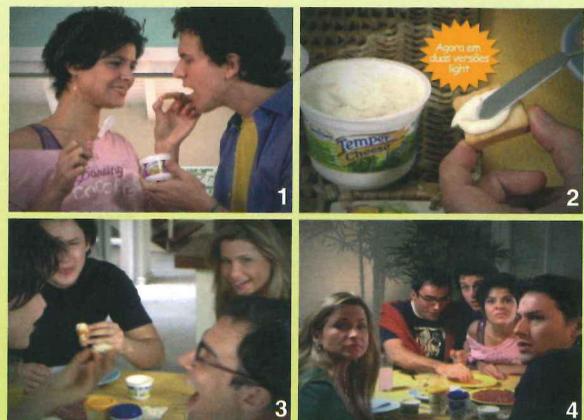
Com um investimento consistente em televisão, rádio e jornal, além dos pontos-de-venda com material promocional, degustação e sustentação com sua assessoria de imprensa, a Cooperativa Santa Clara lançou a sua campanha do ano para promover o produto Temper Cheese, que tem como slogan “o queijinho cremoso e gostoso da Santa Clara - É bom demais!”. Para a TV, com uma trilha superdivertida, no estilo da banda Blitz, que costura as ações, o filme mostra o produto sendo consumido com muita vontade por um grupo de amigos em happy hour, que também fazem brincadeiras para tirar um do outro o pãozinho com Temper Cheese. O comercial foi produzido pela produtora Ray, com direção de Guga Barquet. A veiculação iniciou no mês de agosto, na RBS TV, em Porto Alegre, e em mercados específicos do Estado. A mídia rádio, além da Rádio Gaúcha, que foi escolhida em função de sua audiência e abrangência estadual, também conta com as emissoras da Serra Gaúcha. Além de filme e jingle, integram a campanha materiais de ponto-de-venda, anúncios em jornais e revista para o consumidor final e para o trade.



Anúncio



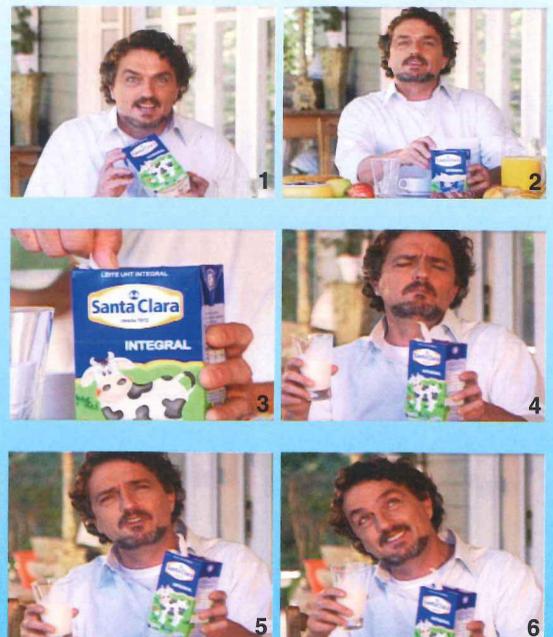
Material de ponto-de-venda



Comercial para TV

Werner Schünemann grava novo comercial para a Santa Clara

Em parceria com a Tetrapak, empresa fornecedora de embalagens do Leite Longa Vida, a Santa Clara lançou um novo comercial para divulgar uma novidade nas embalagens, a tampa Flexi Cap. Para divulgar essa nova tecnologia, caracterizada pela praticidade de abrir a caixa, foi produzido um comercial estrelado pelo ator global Werner Schünemann, o “Bento Gonçalves” da série “A Casa das Sete Mulheres”. O ator já fez uma campanha publicitária para a Cooperativa com excelente retorno, deixando um link para o novo investimento. No vídeo atual, Schünemann – após falar sobre o mais saboroso e puro leite da caixinha e enfatizar o investimento que a Santa Clara realiza desde o produtor rural, para que ele tenha excelência nas condições de saúde e de higiene na sua propriedade rural, e também em todos os aspectos da indústria até o produto chegar à mesa do consumidor final, destaca a evolução da embalagem, com a abertura Flexi Cap. O comercial foi produzido pela Produtora VideCom, de São Paulo, com direção de Fábio Molinari e edição de William de Rogatis. A mídia ocorreu durante o mês de setembro em todo o Rio Grande do Sul, nos programas Jornal do Almoço e Mais Você na RBS-TV. O comercial também pode ser visto acessando o site da Santa Clara - www.coopsantaclara.com.br



Comercial para TV

Santa Clara lança a oitava edição da Fazendinha Santa Clara e quer repetir o sucesso



A Cooperativa Santa Clara está lançando a oitava edição de sua tradicional promoção Fazendinha Santa Clara. O público-alvo são as mães, que se sensibilizam pelos aspectos práticos do brinde, e as crianças, em razão das imagens de bichinhos que vivem nas fazendas. A campanha é anual e visa promover os leites de saquinho (tipo B, Light Form e o Pasteurizado Padronizado - antigo Leite C), além, é claro, de agradar às crianças. Para ganhar basta recortar os selinhos que estão impressos nas embalagens. Cada 20 selinhos dão direito a um copinho. São seis copinhos, cada um de uma cor, ilustrados com imagem de bichinhos que vivem nas fazendas. Tem vaquinha, coelho, capivara, pica-pau, raposa e ema. Vale a pena colecionar. A campanha é realizada nas regiões da Serra Gaúcha, no Vale do Taquari e no Vale do Sinos, com forte ação de mídia nas rádios Farroupilha, Alegria, Viva, Encanto e em emissoras da Serra Gaúcha. O ponto-de-venda também está sendo coberto com materiais alusivos à campanha.



Modernização das embalagens em plena atividade

Desde a primeira edição, o Em Foco tem demonstrado o quanto a Santa Clara vem se empenhando em relação a apresentar um novo conceito para as embalagens de seus produtos. A principal diretriz que está sendo seguida nessa reformulação é a modernização da linguagem gráfica. Esta opção se fortalece quando se observa o que o mercado vem apresentando aos consumidores. Cores vibrantes e elementos gráficos modernos remetem o consumidor ao grau de tecnologia e qualidade já alcançado pela Cooperativa.

De uma forma geral, a modernização gráfica se faz presente em todos os lançamentos ou produtos já consagrados, tais como a Linha de leites - tipo B, em saco e garrafa; Pasteurizado Padronizado (antigo C) e o Light Form (em garrafa); o Temper Cheese, a Morcela Branca, a Morcela Preta, a Mortadela Torino, o Queijo de Porco; o Salame Italiano Fatiado, o Salame Milano Fatiado e a Lingüiça Toscana com Ervas Finas. A Santa Clara deixa claro que há um novo posicionamento da marca perante seus consumidores, mantendo o sabor e a qualidade que a posicionaram no mercado.



Temper Cheese



Lingüiça Toscana c/ Ervas Finas



Morcela Preta



Morcela Branca



Mortadela Torino



Queijo de Porco



Leite Pasteurizado Padronizado (saco)



Leite B (saco)



Leite B (garrafa)



Leite Light Form (garrafa)



Salame Italiano (fatiado)



Salame Milano (fatiado)

Cooperativa Santa Clara inaugura Centro de Distribuição

Dia 29 de setembro marcou a inauguração do novo Centro de Distribuição Santa Clara, com sede própria na cidade de Canoas-RS. Com 2 mil metros quadrados e construído em local estratégico, o novo Centro de Distribuição permitirá à Cooperativa o início de uma operação logística mais ágil e moderna para atender com eficiência os clientes atuais no Rio Grande do Sul e também conquistar novos distribuidores varejistas em Porto Alegre, Região Metropolitana e Litoral Gaúcho. A expectativa é de aumentar as vendas em 25%. Esse empreendimento faz parte dos planos de crescimento da Cooperativa, que também vai aplicar, ainda em 2006, investimentos em lançamentos de novos produtos, inovações na linha atual e equipamentos para a indústria de laticínios e no frigorífico.

Agenda de eventos

De junho a agosto, a Santa Clara participou dos seguintes eventos, nos quais apresentou seus mais recentes lançamentos:

Suinofest

Encantado - 9, 10 e 11; 16, 17 e 18/06
A participação integra a Santa Clara aos consumidores de seus dois segmentos de mercado - laticínios e frigorífico.

Convenção Regional da AGAS

Passo Fundo
20 e 21/06
Além de estreitar laços com seus clientes, a Santa Clara sempre participa desse evento, apresentando aos supermercadistas seus mais novos lançamentos.

Exposuper

Florianópolis
18 a 29/06
A Exposuper tem como objetivo principal integrar a Santa Clara ao mercado catarinense.

Congresso Pan-Americano

do Leite
Porto Alegre
20 a 23/06
É um evento de projeção internacional, que ocorre anualmente, cada vez em um país. Muito importante para a Santa Clara. Trata dos mais diversos temas diretamente relacionados à matéria-prima principal da empresa, o leite.

Expocand

Candelária
6 a 9/06
Este evento, além de mostrar a linha de produtos, sela a parceria da Santa Clara com importante distribuidor da região.

Festiqueijo

Carlos Barbosa
7 a 30/07
O evento, já na sua 17ª edição, confirmou o sucesso dos anos anteriores. O stand da Santa Clara é permanentemente visitado pelos turistas, que se deliciaram com os produtos da empresa.

II Expoparaí e Expoclara

Pará
7 a 9/07
Prestigiar seus produtores associados e mostrar a pujança do gado leiteiro da região são os objetivos da Santa Clara em relação a esses eventos.

ExpoAgas

Porto Alegre
15 a 17/08
É o maior evento do varejo e um sucesso de 25 anos. A Santa Clara fortalece as relações com os clientes atuais e abre oportunidade para a prospecção de novos clientes.

Expointer

18 a 28/08
Maior evento do agri-business, contou com a participação da Santa Clara, mostrando a qualidade do gado leiteiro de seus associados, conquistando cinco campeonatos de categoria, além de outras importantes premiações.



Expocand - Candelária - RS



AGAS - Porto Alegre - RS

De 18 a 19/10 a Santa Clara participará da ExpoAgas, em Tramandaí-RS.

Aprimorar para competir

A Santa Clara promoveu em 21 de julho o II Seminário de Vendas. Realizado na Associação dos Funcionários da Cooperativa, o evento contou com vendedores e promotores de São Paulo, Paraná e Santa Catarina e de todo o Estado do Rio Grande do Sul. Além do treinamento específico, os participantes tiveram intensa agenda de atividades, como visitas às unidades de produção, apresentação de campanhas publicitárias e palestra motivacional. Após o encerramento, todos os participantes foram recebidos no estande da Santa Clara no Festiqueijo.



Festiqueijo - Carlos Barbosa - RS



9º Congresso Pan-Americano do Leite
Porto Alegre - RS



Expoclara - Pará - RS



Seminário de Vendas - Carlos Barbosa - RS

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.....

Unidade Leite Longa Vida

Rígido controle de qualidade para garantir ao consumidor um produto saudável



Unidade de Leite Longa Vida Santa Clara, em Carlos Barbosa

A necessidade de ampliar a sua participação no mercado levou a Cooperativa Santa Clara a planejar e montar uma unidade para a produção do Leite Longa Vida (UHT). Numa área de 3 mil metros quadrados foi reservado um local para a instalação das máquinas e uma área maior para depósito, com capacidade de estocagem de 3 milhões de litros de leite por dia. No início foi instalada uma máquina com a capacidade de 7 mil litros diários, o que industrializava em torno de 125 mil litros por dia. A unidade foi sendo ampliada e hoje a Santa Clara já possui três máquinas com a mesma capacidade, produzindo diariamente cerca de 400 mil litros de Leite Longa Vida. O fato de não necessitar de refrigeração para a sua conservação faz com que a demanda seja cada vez maior. Já do ponto de vista nutritivo, segundo o Gerente Industrial do Setor de Laticínios, Darci Garcia da Silva, não há diferenças nutricionais significativas entre o Longa Vida e o Leite Padronizado Pasteurizado (antigo Leite C). O Leite Longa Vida tem validade de 4 meses, enquanto que o Leite Padronizado Pasteurizado dura quatro dias. De acordo com o gerente, a capacidade de estocagem de 3 milhões de litros do leite UHT não é para a comercialização imediata, já que o leite necessita ficar no estoque de quarentena, isto é, aguardando as análises por um período de cinco dias. Esse controle de qualidade é feito com coletas de amostras que são acondicionadas e estocadas em estufas, a cada meia

hora. O rígido controle de qualidade visa evitar que o leite desenvolva microorganismos. Havendo uma falha de produção nesse período ela vai se manifestar dentro da estufa.

Passado o período de quarentena nas estufas, as amostras são levadas para o laboratório de microbiologia para a realização da incubação do leite em meios de culturas específicos para o desenvolvimento de determinados grupos de

microorganismos. Somente com a constatação de que o produto está em perfeitas condições é que ele será liberado para o mercado. Por isso, conforme Darci, esse controle é muito importante para dar a garantia de qualidade para o consumidor.

Na unidade de leite UHT são produzidos o leite integral, o semidesnatado e o desnatado. O integral mantém o teor de

gordura superior a 3%, que é a gordura do leite. Já do desnatado é retirada a gordura, e todo o leite que tiver menos de 1% de gordura é desnatado. O leite UHT desnatado da Santa Clara tem apenas 0,25% de gordura. Já o semidesnatado é o leite que possui de 1 a 2% de gordura (a Santa Clara trabalha com o leite semidesnatado com 1,4% de gordura, considerado, portanto, como light). Conforme o gerente, se o consumidor necessita de um leite mais energético procura o integral, mas se deseja fazer uma dieta especial recomendada ou não pelo médico, pode optar pelos leites desnatado e semidesnatado.



Equipes de trabalho da Unidade Leite Longa Vida

Considerações sobre o Santa Clara Em Foco

.....

.....

.....

.....

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

Quatro turnos de trabalho

Quando a Santa Clara começou a produção do Leite Longa Vida, há cerca de cinco anos, existiam duas equipes para a produção de aproximadamente 120 mil litros de leite, segundo informa o Supervisor de Produção da Unidade do Leite Longa Vida, Ângelo Otávio de Azevedo. Porém, em menos de dois anos a unidade começou a aumentar as equipes e agora já atua com quatro turnos de seis horas, com a média de 12 pessoas por turno e trabalho de 24 horas. De acordo com o supervisor, a produção do leite Longa Vida requer um grande nível operacional, de manutenção e de controle de qualidade, já que os equipamentos são sofisticados e as pessoas devem ser muito experientes. Todas as máquinas são muito modernas e comandadas por computadores.

Ele ressalta a importância da equipe. A fábrica praticamente não pára e todos têm de estar sintonizados e entrosados com o trabalho. Ângelo, que já passou por outras empresas, reforça o entrosamento dos funcionários e o trabalho realizado na Santa Clara, que ele considera um grande diferencial. No total são 60 funcionários.



Ângelo Otávio de Azevedo
Supervisor de Produção da Unidade
de Leite Longa Vida

Conheça a verdade sobre o número seqüencial no fundo das embalagens do Leite Longa Vida



Informações sem procedência veiculadas na internet deixaram muitos consumidores preocupados. As notícias se referiam à numeração seqüencial no fundo das caixas do Leite Longa Vida, dando conta de que o número significava quantas vezes o leite era processado e deixando entender que os consumidores corriam o risco de estar ingerindo leite devolvido pelo mercado e reprocessado na indústria com nova numeração na embalagem. A Tetra Pak, fornecedora das embalagens do Leite Longa Vida para as principais marcas brasileiras, tão preocupada quanto seus clientes e como a Santa Clara com as informações inverídicas, se prontificou a mostrar a realidade aos consumidores e, para isso, está usando todos os meios, como é o caso do Em Foco, que foi colocado à disposição do fornecedor.

Caro Consumidor

Com relação ao e-mail sobre qualidade do leite que circula na Internet, a Tetra Pak, empresa que fabrica as embalagens cartonadas de leite e os equipamentos de envase e de processamento UHT (longa vida), gostaria de esclarecer que:

▷ a numeração no fundo das embalagens é relativa a uma marcação da Tetra Pak chamada número de ordem de produção. A cada pedido de embalagens feito por uma empresa produtora de leite é gerado um número seqüencial, que serve para o rastreamento da produção.

▷ o número que aparece acima deste seqüencial no fundo da embalagem (1, 2, 3 etc) é impresso no momento da produção da mesma e refere-se ao posicionamento na bobina. As embalagens de leite são produzidas em grandes bobinas e, desta forma, são enviadas aos clientes (produtores de leite). Os produtores recebem as bobinas, que são colocadas nas máquinas de envase e formam a embalagem (caixinha) ao mesmo tempo que acontece o envase do produto.

▷ antes do envase, os alimentos passam por um tratamento térmico conhecido como ultrapasteurização (ou UHT), a fim de que sejam eliminados os microrganismos que eventualmente estejam neles presentes. Os microrganismos são os principais responsáveis pela deterioração do produto. É impossível que a embalagem seja reutilizada ou que o produto retorne depois de vencido para nova ultrapasteurização.

▷ devido ao processo de ultrapasteurização e ao envase em embalagens cartonadas assépticas, o leite pode ser armazenado sem refrigeração (antes de aberto) por até seis meses.

Ressaltamos, com isso, que as informações divulgadas em tal e-mail não possuem fundamento técnico e nos colocamos à disposição para quaisquer esclarecimentos necessários.

SAIBA A VERDADE SOBRE A NUMERAÇÃO NO FUNDO DA EMBALAGEM DE LEITE LONGA VIDA.

Para que servem esses números no fundo da embalagem?

- Os números são impressos durante a fabricação das embalagens nas fábricas da Tetra Pak, empresa que produz as embalagens.
- Dessa forma, a Tetra Pak tem um controle da produção das embalagens e, assim, garante a máxima qualidade das embalagens que chegam até você, consumidor.
- NÃO há qualquer relação entre os números no fundo da embalagem e a qualidade do leite longa vida.

Salba mais sobre a produção das embalagens:

- As embalagens da Tetra Pak são produzidas em grandes bobinas como essa.
- Uma mesma bobina contém várias faixas com seqüências de embalagens.
- Cada faixa de uma bobina recebe uma numeração que permite identificar em que posição da bobina uma determinada embalagem foi produzida.

O Leite Longa Vida é inspecionado pela Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e pela Vigilância Sanitária e INAO pode, por lei, ser reprocessado.



Bete Duarte

“Pra cozinhar é preciso gostar das pessoas para as quais a gente cozinha.”

Palavras da entrevistada deste número, Bete Duarte, editora do Caderno de Gastronomia do jornal Zero Hora, há 12 anos. Ela já escrevia para outras editorias e participou da implantação de outros jornais da RBS, quando foi convidada a assumir o caderno. Hoje, o Caderno de Gastronomia faz parte da vida da jornalista, que desde pequena sempre gostou de cozinhar, influenciada pela mãe e pela avó mineiras. O curioso é que ela chegou a cursar Medicina, que trocou pelo Jornalismo. Além do trabalho na ZH, Bete leciona Jornalismo na PUCRS e faz mestrado.

Santa Clara pergunta, Bete Duarte responde

1. Quando conheces uma receita não dá vontade de fazer?

Quando vou a restaurantes eu experimento os pratos. Acho que a alta gastronomia não é para qualquer pessoa fazer, pois tem toda uma técnica. Mais intensamente, de um tempo pra cá, tenho feito pratos mais para as donas-de-casa. Os leitores gostam muito de biscoitos, pães e sobremesas.

2. E a alta gastronomia? Como funciona, já que o gourmet mexe mais com gastronomia média?

O gourmet tem algumas técnicas sofisticadas, mas ele não possui um domínio de cozinha para um prato da mais alta gastronomia, com ingredientes sofisticados, um preparo mais elaborado. A cozinha francesa, por exemplo, tem pratos sofisticados, como caviar, com técnicas específicas destinadas aos *chefs* de cozinha.

3. Há muitos homens hoje em dia na cozinha ou a mulher continua predominando?

Dizem que tem muito homem na cozinha, mas isso não é verdade. Tem muito homem que gosta de cozinhar quando está a fim e, assim mesmo, o prato que ele quer fazer. Quando falamos em mulher na cozinha pensamos na mulher para alimentar a família, o dia-a-dia. Podemos dizer que a mulher pode não ter vontade de fazer comida, mas tem almoço pra fazer. O homem não vai para a cozinha com este papel. Vai como lazer e até como uma maneira de autopromoção. As vezes ele só sabe fazer um prato. Antigamente, no dia-a-dia, os homens faziam o churrasco. Eles só mudaram isso. São raríssimos os homens que fazem almoço em casa. Arroz, bife e batata frita. Tem muito homem na cozinha no final de semana, no dia em que eles querem.

4. O queijo te faz lembrar um prato especial?

Eu sou mineira e adoro queijos. Gosto de fondue, raclette, pão de queijo, brigadeiro de queijo. Faço um branquinho e coloco queijo ralado. É maravilhoso de comer de colher e quente. Tudo pra mim que tem queijo é bom. Eu gosto de salada com queijo parmesão aos pedaços, de massa com molho de queijo, de queijos fortes, de queijos suaves, de cheese cake. O queijo e o chocolate são as minhas duas paixões.

5. Qual é o teu prato ou sobremesa preferida?

Eu tenho uma cheese cake que eu faço que é uma receita de um chef canadense que há mais de dez anos veio dar um curso em Porto Alegre. Assisti ao curso para fazer uma matéria para o caderno e até hoje eu faço essa sobremesa. No recheio vai também iogurte e na massa o diferencial é o biscoito e a manteiga. Ela leva o biscoito de aveia e mel com manteiga, mas vai açúcar também. O brigadeiro de queijo eu também adoro. A vantagem é que ele exala aquele aroma de queijo.

6. Tu achas que tem que ter um estado de espírito para fazer um prato especial?

Para cozinhar temos que gostar das pessoas para quem a gente cozinha. É claro que se for uma profissional isso não vale, já que é o seu trabalho. Eu, pelo menos, só cozinho pra quem eu gosto. Cozinha pra mim é uma coisa meio lúdica. É uma atividade que cansa igual, dá trabalho, mas é uma coisa que areja a cabeça. O cérebro desliga e eu acho muito divertido.

7. Como tu vêes o crescimento da gastronomia?

O interesse cada vez maior pelo Caderno retrata o crescimento da gastronomia. Na sexta-feira o Caderno bate qualquer editoria do jornal. Eu acredito que é porque as pessoas estão cansadas de tantas notícias ruins que ocorrem diariamente, e a gastronomia é um prazer. Além disso, a mensagem que fica da mãe, da avó, de quem ia para a cozinha para agradar a seus entes queridos, está relacionada a um ato de afeto. Eu digo que cozinhar talvez seja o maior ato de doação que existe. Você se entrega a fazer alguma coisa em prazer de outra pessoa ou de si própria. Este crescimento do interesse de aprender novos pratos ou doces eu relaciono ao fato de que as pessoas querem se dar o prazer. Cozinhar se aprende na prática. A gente assimila o básico e vai. Tem gente que é autodidata e faz. Acho que receita é um guia, mas não pode ser uma âncora. Apenas quando falamos em doces.

8. Por que a receita é âncora em se tratando de doces?

Dez gramas a mais de qualquer ingrediente em um doce mudam o doce ou ele não dá certo. Doce é científico, é medido, por isso tem balanço de precisão. Já a cozinha salgada eu acho que todo mundo pode fazer.

9. As pessoas têm seus segredinhos na cozinha?

Cada pessoa tem seu truquezinho. Não é só pegar uma carne, temperar e colocar no forno e tirar. Existem maneiras de se tratar uma carne. Se eu tirar do forno direto e colocar na mesa a carne fica seca. Por quê? Porque o calor faz com que as moléculas da carne se expandam. Por isso é que a carne deve ficar descansando no forno dois, três ou cinco minutos, pois o sangue vai voltar todo para o lugar dele e quando a pessoa vai cortar a carne estará suculenta. Mas ninguém diz isso. São truques que se aprende. O arroz também deve dar uma descansadinha antes de ser servido. São dicas que vão sendo aprendidas. Dou o exemplo também de pães. Quando eu ensino a fazer um pão que eu adoro, muitas vezes a pessoa chega para mim e diz que ficou duro como uma pedra. Mas eu sempre digo: “não bota mais farinha. Ah, mas tava grudando na mão.” Mas é assim mesmo, pois é amassando que o glúten da farinha age e se solta da mão e aí o pão fica macio.

10. Já estiveste em Carlos Barbosa?

Fui algumas vezes para Carlos Barbosa para o Festiqueijo e sempre achei interessante porque as pessoas inventam coisas, misturam coisas e eu acho isso da cozinha algo muito interessante. Na cozinha salgada a pessoa pode inventar e fazer muitas coisas diferentes. É só usar a criatividade.

Queijos.

Para ter o máximo sabor é preciso saber cortar e conservar

O queijo, um produto milenar que atravessa os séculos, necessita de um preparo para o corte e sua conservação. A Santa Clara, cujos queijos são os mais lembrados e preferidos dos gaúchos, dá as dicas para que seus consumidores possam manter o máximo do sabor dos produtos.

Atente para alguns detalhes que, à primeira vista, podem parecer simples, mas que são necessários para manter o real sabor dos queijos:

- Queijos que possuem massa cozida, como o Gruyère, o Samsøe, o Colonial e o Cobocó, não devem ficar muito tempo fora do refrigerador. É necessário que logo após serem servidos retornem o mais rápido possível para o frio;
- Queijos de massa mole, como o Minas Frescal e a Ricota Fresca, se forem esquecidos fora do frio têm vida abreviada;
- Queijos Processados, como o Temper Cheese e o Requeijão, após abertos devem ser guardados no refrigerador com a embalagem fechada e ser consumidos em até 5 dias.

Em função da tecnologia aplicada para cada tipo de queijo, sugerimos uma tabela indicando a temperatura mais adequada para a conservação de cada tipo de produto.

- Minas Frescal e Ricota Fresca - 4 a 7°C
- Queijos Gruyère, Samsøe, Colonial, Prato Lanche e Prato Cobocó - 8 a 12°C
- Queijos Processados (Temper Cheese e Requeijão) - 5 a 8°C

Em relação ao corte, é importante observar que muitos queijos podem oxidar nas faces do corte. Quando isso ocorre é necessário retirar as partes ressecadas para que o queijo volte a apresentar novamente uma aparência limpa e bonita.

Para solucionar o problema de alguns queijos que apresentam bolores, é necessário lavá-los com uma solução de salmoura, enxugando-os, em seguida, com um pano bem limpo. Depois, é saborear e saborear, porque queijo é puro sabor!

Colaboração: Darci Garcia da Silva - Gerente da Indústria de Laticínios Santa Clara



Parceria da Santa Clara com APAE proporciona inclusão social

A necessidade de disponibilizar uma atividade laborativa, produtiva e ao mesmo tempo pedagógica para um grupo de moças fez com que a Cooperativa Santa Clara e a Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Carlos Barbosa firmassem uma parceria que já tem cerca de 13 anos e que é coroada de êxitos. A professora Mônica Adriane Sauthier e a terapeuta ocupacional Fernanda Imperatori afirmam que o exemplo da Santa Clara deve ser seguido por outras empresas e reconhecem a disponibilidade e a iniciativa da empresa em proporcionar a inclusão social e espontânea, bem anterior às propostas de leis inclusivas que vigoram hoje.

O grupo é composto por Andréia Fronza, Cleunice de Souza, Lourdes Pagliarini, Mariliva Formentini, Marinês Marafon, Patrícia Misturini, Rosângela Toni e Sandra Zílio, que confeccionam as bandeirinhas e etiquetam o "Em Foco".

As oito jovens realizam todo o trabalho, desde passar cola, dobrar para cortar, contar bandeirinhas, destacar, colar as etiquetas no informativo e organizá-los em caixas para serem enviados ao Correio. De acordo com a terapeuta ocupacional Fernanda Imperatori, com a atividade as moças se envolveram em um processo educativo que tem como objetivo direcionar ações com o exercício de atividades produtivas, priorizando habilidades e competências relativas ao saber, fazer e agir, necessárias à atividade laboral, visando à busca da qualificação profissional.

A demanda do trabalho depende da necessidade da Santa Clara, mas é bem maior durante os meses de junho e julho em decorrência do Festiqueijo. O incentivo é feito semestralmente e é dividido entre as moças. Conforme Fernanda, desde o início da parceria houve uma evolução da responsabilidade e competência, o que também melhorou a auto-estima das jovens, pois elas, através do trabalho que realizam para a Santa Clara nesse período, também se sentem integrantes da equipe que se mobiliza para a realização do evento mais importante para Carlos Barbosa, o Festiqueijo. "Agradecemos à Cooperativa Santa Clara pela iniciativa, pela parceria e pelo incentivo que durante esses anos de trabalho conjunto vem proporcionando o exercício da cidadania das pessoas com necessidades especiais da APAE", afirmam a professora da instituição e a terapeuta ocupacional.



Por que tomar o café da manhã?

Comece o dia com um bom café da manhã e obtenha nutrientes e energia de que seu corpo precisa para vencer os desafios que o aguardam. Não existe, necessariamente, um horário ideal para tomarmos o café da manhã. O importante é não pular as refeições: o jejum prolongado promove irritações, nervosismo, baixa a concentração e a atenção. O café da manhã não precisa ser uma grande refeição, mas sim, uma porção de nutrientes para as diversas funções. O critério de escolha dos alimentos é baseado na função de cada nutriente. Os cereais, pães e biscoitos são boas fontes de carboidratos e por isso fornecem energia; o leite, o queijo e outros derivados são fontes de proteínas que regulam a formação de hormônios e anticorpos; são também responsáveis pela formação dos tecidos e células, fornecendo, ainda, o cálcio para a formação de ossos e dentes e contração muscular; as fibras das frutas e dos cereais integrais favorecem a mobilidade intestinal, evitando constipação e controlando a absorção dos nutrientes; as frutas fornecem também vitaminas e sais minerais. Se você vai praticar alguma atividade física, nunca faça em jejum. O ideal é comer uma fruta com cereal ou uma barra de cereal, ou tomar um suco. E depois da atividade física tomar o café da manhã.

Algumas sugestões de café da manhã:

- granola com iogurte e frutas;
- sanduíche de pão integral, queijo ricota, peito de peru e suco de laranja;
- pão francês com queijo minas, leite com café e uma fatia de mamão;
- banana com iogurte, aveia e mel;
- cereal com leite e morangos.

Se você sentir muita vontade de comer um doce, coloque uma colher de geléia ou uma fatia de bolo e depois queime suas calorias no decorrer do dia.



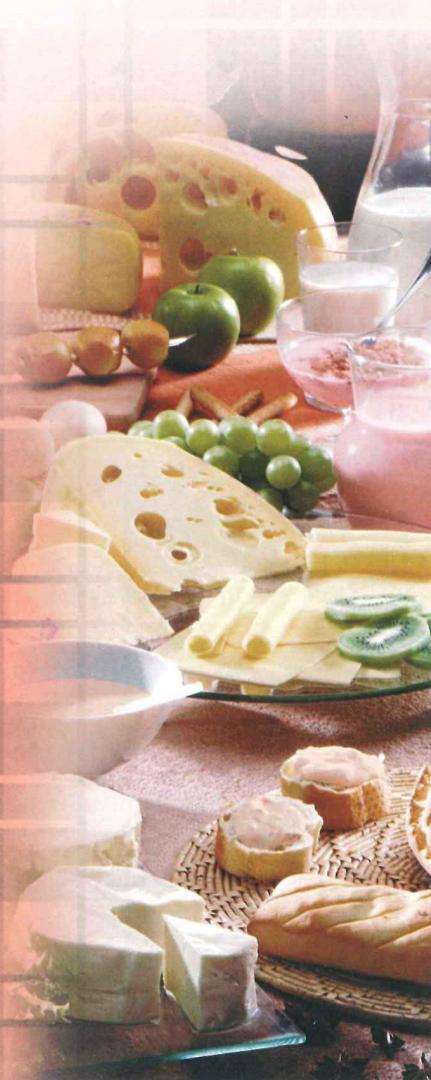
Enriete Maria dos Santos
Nutricionista - Gerente
da Cozinha Industrial
Santa Clara

Dica especial às mães:

Não deixe as crianças sem tomar o café da manhã, pois isso pode comprometer o crescimento, o desenvolvimento e a atenção na escola. Muitas deixam de tomar o café alegando falta de fome. Resolva fácil isso, diminuindo a quantidade de alimentos à noite.

O café também ajuda na manutenção do peso ideal, pois permite uma alimentação equilibrada.

Valorize esta refeição. Seu corpo agradece.



Novidades de dar água na boca

Confira abaixo os lançamentos e outros produtos Santa Clara que o consumidor encontra no mercado, tanto nas grandes redes quanto nos minimercados e padarias mais próximos de sua casa.

Iogurte agora é **Gut Clara** e bebida láctea é **Frut Clara**

A chamada "geração saúde", uma gama de consumidores na faixa entre 14 e 25 anos que se caracteriza pela prática de esporte e consciência em relação a uma alimentação saudável, inserindo nisso a substituição dos refrigerantes e sucos artificiais pelos lácteos com sabor de fruta, pelo seu poder nutricional, levou a Santa Clara a redimensionar duas de suas importantes linhas de produtos: o iogurte e a bebida láctea. Na realidade, ambos são consumidos também por pessoas de todas as faixas etárias, mas foi no segmento jovem que a empresa percebeu um maior espaço de crescimento. Uma das atitudes foi dar nomes fantasias aos produtos: Gut Clara para os iogurtes e Frut Clara para as bebidas lácteas. Ambos os nomes sugerem movimento, têm fácil assimilação e acompanham a tendência de abreviatura que os jovens fazem em relação a nomes. Na seqüência, foi realizada uma mudança radical no visual das embalagens, mais alegres, coloridas, com grafismo movimentado, que simboliza a energia do target. Em termos de conteúdo, a embalagem do iogurte passou por uma renovação: era apresentada em garrafas de 1 litro, agora vem em garrafas de 750 gramas, nos sabores morango, ameixa, morango light e cereais, ameixa light e cereais, mel e cereais e na versão natural. A Bebida Láctea continua apresentando suas versões em garrafa de 1 litro, nos sabores morango, salada de frutas, coco, pêssego, ameixa, morango light e salada de frutas light, e saquinho plástico de 1 litro, nos sabores morango, salada de frutas, ameixa, pêssego, coco e maçã com canela.

FRUT Clara



Gut Clara



Muitos consumidores ainda confundem a fórmula dos dois produtos e até ingerem bebida láctea entendendo que estão bebendo iogurte. A principal diferença entre os dois é na fórmula. A primeira é produzida com o leite fermentado, soro do leite, açúcar e polpa de fruta, com culturas selecionadas, o que lhe assegura uma consistência mais líquida do que o iogurte, que é resultado do leite fermentado, açúcar e polpa de fruta, com culturas lácteas selecionadas.

O Frut Clara tem consumo direto o ano todo e seu pico de vendas ocorre nos dias quentes, por se tratar de um líquido saboroso, nutritivo e altamente refrescante. Substitui com vantagem os refrigerantes nos dias quentes. Já o Gut Clara é muito consumido como lanche diário, muitas vezes até substituindo o café. Crianças e adolescentes adoram e os papais e mães vão na carona dos filhos.

Dois importantes produtos da Santa Clara são o Codeguin, um produto que lembra muito as raízes italianas da empresa, lançamento do Frigorífico, e o Temper Cheese Light, produzido pela fábrica de laticínios, que vem atender a uma gama de consumidores do já famoso queijo cremoso, que precisa de versões mais levinhas do produto.

Características:

Codeguin

Elaborado a partir de carne e pele suínas. As especiarias fazem parte deste produto, que tem sabor caseiro e a qualidade da marca Santa Clara.



Temper Cheese Light

Possui as mesmas características de paladar e qualidade, com 35% menos de calorias e 30% menos de teor de gordura em relação à versão tradicional. Também é "bom demais"!



Descubra o prazer de cozinhar e mostre a(o) verdadeira(o) artista que você é ao preparar estas gostosas receitas. Vale a pena! E se você quiser criar suas próprias receitas e colaborar com a Santa Clara, visite nosso site, mande sua receita e tenha muito boas surpresas.

Frango Crocante

Ingredientes:

- 1 frango de 1kg e ½ (sem pele) cortado nas juntas
- 1 colher (sopa) de margarina para untar a assadeira
- 1 colher (sopa) de orégano
- 1 xícara (chá) de farinha de milho amarela
- 1 copo (200g) de iogurte desnatado natural Santa Clara
- 1 pacote (50g) de queijo ralado Santa Clara, sal e pimenta-do-reino a gosto
- 1 pacote de creme de cebola
- ½ pote de Temper Cheese Tradicional Light

Modo de preparar:

Colocar o frango em um recipiente com água e uma colher de vinagre e deixar descansar por 10 minutos. Escorrer e temperar o mesmo com iogurte batido, com o creme de cebola, o Temper Cheese tradicional light, a pimenta-do-reino e o sal. Colocar o frango em assadeira ligeiramente untada com a margarina e polvilhar o orégano, a farinha de milho e o queijo ralado. Levar para assar coberto com

papel-alumínio por 20 minutos e depois descobrir para dourar mais 10 minutos. Delicioso!



Pão de Salaminho

Ingredientes

- 350g de Salaminho Santa Clara
- 2 envelopes de fermento biológico seco instantâneo
- 6 xícaras (chá) de farinha de trigo
- 2 xícaras (chá) de água morna
- 2 colheres de açúcar
- 2 colheres (sopa) de margarina
- 2 ovos
- 1/2 colher (sopa) de sal para pincelar
- 1 ovo batido com uma pitada de sal

Modo de preparar:

Tire a pele do salaminho e pique bem em uma vasilha, misture bem o fermento biológico com duas xícaras de farinha de trigo, a água morna e o açúcar. Adicione os demais ingredientes aos poucos e o restante da farinha. Sove bem até obter uma massa lisa; cubra com plástico e deixe descansar até o volume aumentar em 100%. Misture bem o salaminho à massa. E divida-a em 4 partes iguais; modele como broa, coloque em fôrma untada, cubra e deixe descansar até o volume aumentar

100%. Pincele com ovo e asse em forno médio 180 graus, pré-aquecido, por cerca de 30 minutos ou até dourar.



Esta receita é uma colaboração da leitora Rosângela dos Santos. O Em Foco agradece.

Confira aqui alguns produtos do Mix Santa Clara



Divisão Laticínios



Queijo Samsøe



Queijo Caccio Cavallo



Queijo Prato Lanche Fatiado Tradicional e Light



Queijo Minas Tradicional e Light



Ricota Tradicional, Light e c/ Ervas



Crema de Leite Tradicional e Light



Divisão Embutidos



Mortadela Torino Fatiada



Linguíça Mista Torino



Linguíça de Lombo Suíno Serrana



Costela Defumada



Bacon Míni KVC



Copa Míni KVC