



**NOVIDADE!**

O Dog achava tão show  
que virou Show Dog

**Mais sabor e  
mais saúde!**

# Show Dog<sup>®</sup> Especial



SHOW DOG ESPECIAL<sup>®</sup>  um alimento completo. Os sabores se misturam após o cozimento de forma muito atraente para o cão, contribuindo para a maciez e reforçando o sabor da carne durante o preparo.



**ANCLIVEPA** | pg 2



**ARABONE lançamento**



**INTERZOO** | pg 3

Brazilian Pet Foods esteve presente na INTERZOO, a maior feira internacional do segmento pet. Mais um passo na conquista de novas parcerias!

## ANCLIVEPA - 2012



**A** **Brazilian Pet Foods** participou do 33º Congresso Brasileiro da ANCLIVEPA – 2012 que aconteceu em Curitiba. Este congresso é um evento tradicional, e um dos mais importantes da área da medicina veterinária de pequenos animais. Como um importante instrumento de intercâmbio de conhecimentos este evento atingiu um recorde histórico com a participação de 3500 congressistas, sendo assim, o maior congresso brasileiro já realizado.

Foram 10 salas simultâneas de palestras, 5 eventos paralelos, 139 palestrantes com 16 palestrantes internacionais e mais de 250 horas de educação continuada.

Os congressistas vieram de todos os estados brasileiros, do Acre ao Rio Grande do Sul. Veterinários, estudantes e professores/pesquisadores, que com expositores e visitantes fizeram um público total de quase 5 mil pessoas.

Paralelamente ao Congresso foi realizada uma exposição e feira de produtos e serviços para Medicina Veterinária, que contou com a participação da **Brazilian Pet Foods**, além de revistas técnicas e outras entidades, que desenvolveram atividades de divulgação de seus produtos e serviços, totalizando a exposição em 65 estandes.

Nossa empresa recebeu amigos e clientes e apresentou sua linha de produtos e recentes lançamentos e novidades em embalagens, composições nutricionais de seus produtos e opções para o mercado. Os destaques foram o novo alimento Show Dog Especial, a linha BR4Dogs Snacks, BR4Cats Snacks e BR PRIME SNACKS, incluindo o novo selo cão guia Brasil: “Dê olhos a quem não pode ver”. Uma campanha da **Brazilian Pet Foods**, que inclui o pet na responsabilidade social, onde cada produto vendido gera uma verba para manutenção do projeto.

## CÃO GUIA

### Brazilian Pet Foods patrocina Cão Guia Brasil e ajuda deficientes visuais

**Muitos temas estão envolvidos hoje na hora da produção. A indústria tem se preocupado não só com a idéia de vender, mas também de agir de uma maneira socialmente responsável, este é um desafio das empresas e das marcas**

**P**roduzir alimento para cães e gatos é a expertise da empresa **Brazilian Pet Foods** há quase 20 anos. Tanto que chegou ao 8º lugar no mundo e em 3º da América Latina em vendas, se colocando lado a lado com as grandes multinacionais. A experiência da marca com a mídia sempre foi positiva, mas não tanto como a última decisão institucional adotada pela empresa. Em outubro do ano passado a **Brazilian Pet Foods** – durante a maior feira do segmento no Brasil, a Pet South America –

apresentou sua mais nova decisão, ser a patrocinadora oficial do Projeto Cão Guia Brasil.

O projeto que treina cães para guiar pessoas com deficiência visual ou com baixa visão vinha trabalhando com uma imensa dificuldade financeira, e diante de um quadro estarrecedor das necessidades da população. Hoje tem mais de 5 milhões de pessoas nessas condições, cegas ou com baixa visão, e pelo menos 2 mil delas esperando na fila para obter um cão guia. Eles são a esperança de independência dessas pessoas que tem suas atividades limitadas ou impossibilitadas.

Primeiro ficou decidido que seria uma ação particular do dono da empresa, sensibilizado com a necessidade do projeto. Mas a notícia se espalhou rapidamente pela indústria e o projeto acabou adotado pelos funcionários antes mesmo da primeira

## Brazilian Pet Foods na Interzoo: principal feira internacional do mercado pet

**A** **Brazilian Pet Foods** ampliou sua participação no mercado internacional nos últimos anos, e a presença na Interzoo, a maior feira do segmento pet do mundo, foi mais um passo na conquista de novas parcerias. Foram apresentados nesta edição alimento seco para cães e gatos, mastigáveis para cães a base de raspa bovina, sopas liofilizadas para cães e gatos, snacks co-extrusados. São as linhas BR4Dogs e BR4Cats, com snacks e soups, Linha Tommy, Bybos, Huggy, Floop, Farejador, Speto Cão e Speto Gato, Portcattus e Portcanis. Com especial destaque para Rawhide Combo Line, que são combinados entre raspa e esôfago bovinos que aumentam a palatabilidade do produto, além de conter glucosamina / condroitina natural que auxiliam em um produto mais saudável para o animal.

Na linha de mastigáveis os ossos a base de couro bovino que são perfeitos para a mastigação do animal, assim como o auxílio no stress e também limpeza dentária foram apresentados. Eles servem principalmente como agrado ao cachorro. A matéria-prima é uma das de maior qualidade, considerando o excelente rebanho bovino que o Brasil tem hoje.

Durante o maior evento do mundo na área, fizemos contato com várias empresas e abrimos novos projetos, além do importante contato com o mercado internacional. As vendas foram um sucesso e o nosso estoque da Holanda já foi vendido.

A nossa linha de snacks chamou a atenção de todo o mundo e recebeu destaque especial entre o mercado europeu garantindo muitos pedidos. Nas linhas de alimentos secos temos inúmeros projetos abertos com os grandes players.

Nos últimos 20 anos a Brazilian Pet Foods ganhou a credibilidade do mercado brasileiro, e rompeu fronteiras. A empresa já exporta regularmente para países do MERCOSUL, Ásia, Europa e Estados Unidos, direcionando seu trabalho também para o comércio exterior.

Estar na Interzoo foi muito importante, porque a feira é a maior do mundo recebendo 37 mil visitantes profissionais de 115 países, apresentando alimentos para animais, cosméticos e acessórios em 1539 empresas de 53 países em uma área de exposição bruta de 100 mil m<sup>2</sup>, inovações e tendências para animais domésticos, aves de estimação, peixes, cavalos e répteis. Esta edição da feira se consolidou como a maior plataforma para que a indústria pet apresentasse seus produtos ao mercado internacional.

Para a **Brazilian** a participação na Interzoo foi bastante positiva “A participação foi muito boa, considerando que apresentamos a nova estrutura de atendimento da BPF ao mercado externo, que era aguardada com expectativa pelos compradores dos nossos produtos”- disse a gerente de comunicação e Marketing Laurita Fila Bortoletto.



ajuda financeira. Tudo isso só aconteceu, por um movimento do marketing com apoio da equipe de vendas (Masters e franqueados). O projeto recebeu total apoio dos funcionários e a idéia acabou expandindo pela comunidade.

A gerente de Comunicação e Marketing, Laurita Fila Bortoletto, está há dois anos na empresa e planejava o marketing social como ação. O interesse pelo projeto nasceu depois de conhecer o trabalho de George Thomaz Harrison, Diretor Presidente do Instituto Cão Guia Brasil. “O que se transformou neste momento em trabalho, passou primeiro pela emoção. Fiquei sensibilizada e muito envolvida com essa realidade que era despercebida da maioria das pessoas. E se é o cão que ajuda o homem neste momento, por que não incluir o pet, que hoje é inserido como membro da família, em uma ação tão importante de inclusão social?” – diz.

O repasse em um primeiro momento foi em cotas mensais, para treinar um cão. Treinamento que dura até 18 meses, e prepara o animal para a personalidade de seu novo dono, e isso



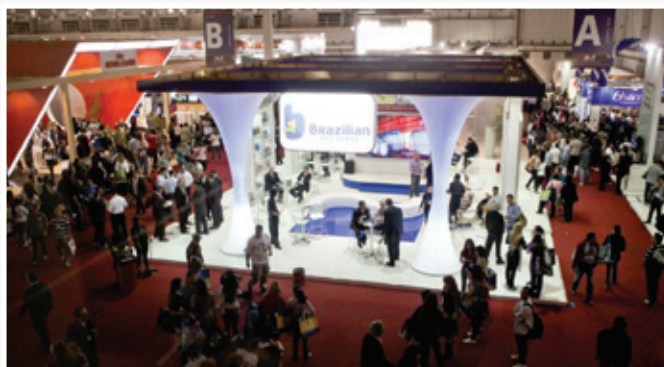
tudo sem nenhum custo para quem precisa do cão guia. Com o sucesso da campanha, começou uma segunda fase, que pretende ampliar a ajuda e envolver diretamente o consumidor na ação. Cada alimento vendido gera uma verba para o Projeto Cão Guia Brasil. O que significa mais dinheiro para o projeto, e melhores resultados para quem precisa. Além de aumentar o número de cães treinados, existe um outro esforço para direcionar verba para preparar os futuros treinadores de cães guia, que hoje são muito poucos no Brasil.

## Brazilian Pet Foods Licensee foi sucesso na 10ª Pet South America

A **Brazilian Pet Foods** participou da 10ª Pet South America, comemorando um ano da franquia Brazilian Pet Foods Licensee com as tradicionais linhas de alimentos para animais de estimação como a Foster, Pitukats, Show Dog, Br4Dogs, Br4Cats, Huggy e Bybos, e também com vários lançamentos. São duas novas linhas de snacks, a Br Prime e a Br4 (com nova formulação). São partículas com sabor e textura, atrativas ao paladar e apetite do cão ou gato que possuem componentes que trazem benefícios a saúde de seu pet. Podem auxiliar na prevenção da formação de tártaro, limpar os dentes e deixar o hálito refrescante de menta e muito mais.

10ª EDIÇÃO  
**PET**  
SOUTH AMERICA

E ainda a linha de alimentos Portcanis com Raças Pequenas, Original, Mix e Junior. Alimentos completos para o seu pet que precisa de vitaminas e minerais que fornecem energia, fortalecimento ósseo e massa muscular. São ingredientes selecionados, saborosos e nutritivos, com balanço nutricional para filhotes e adultos.



### Projeto Cão Guia

Apoiando o Projeto Cão Guia como patrocinadora, a **Brazilian Pet Foods** também comemorou o primeiro cão que foi entregue no ano de 2011. O projeto é treinar cães para guiar pessoas com deficiência visual ou baixa visão. Hoje o país tem mais de 5 milhões de pessoas nessas condições e, pelo menos 2 mil delas, esperando na fila para obter um cão guia.

  
DÊ OLHOS A QUEM NÃO PODE VER  
AJUDE A TREINAR UM  
**CÃO-GUIA**



## DEPOIMENTOS PETSOUTH

**Laerte Henrique Chiquito** (Barretão Pet)

“Trabalho há 13 anos com os produtos, e estou muito satisfeito com a **Brazilian Pet Foods**, os produtos são de excelente qualidade, temos novas embalagens, sempre com foco no mercado e na satisfação dos clientes. Sou franqueado e vendo principalmente as marcas Show Dog, Tommy, Foster, Freddy's”.

**Reginaldo Cafalloni** (Pinda Pet Ltda - Vale do Paraíba - São Paulo)

“Estamos há 17 anos juntos com a **Brazilian Pet Foods**, com alimentos, treats, insumos, snacks, enlatados, a linha completa que é muito bem aceita no mercado. São bons produtos, bem vendáveis, conhecidos e fortes no mercado. E a gente sempre vem na Pet South pra conhecer os lançamentos da Brazilian, trocar idéias e até ter novas amizades”.

**José Roberto Raim Junior** (Dira Rações – Vale do Paraíba - São Paulo)

“Vendo toda a linha de produtos da Brazilian Pet Foods, em 12 anos de parceira esta é a primeira vez que venho na feira, e fiquei muito surpreso. Achei muito bom os lançamentos da **Brazilian** e vão ajudar ainda mais a alavancar meus negócios. Inovações e novidades no mundo pet são sempre importantes e esperadas pelos clientes. Vendo muito Foster, Show Dog gourmet e original para pet shops e lojas em geral.”

**Erones Faustino da Silva** (Nutrikão – Santa Maria – Rio Grande do Sul)

“Estou muito contente com os produtos **Brazilian** porque em primeiro lugar a fábrica prima pela qualidade, tem um público exigente e está atenta em atendê-lo bem. Sem contar que o mais exigente sou eu mesmo, que gosto de vender o que tenho confiança em entregar. A satisfação dos nossos clientes é minha melhor política comercial, e claro preço competitivo. Estou ampliando minhas instalações e em breve terei uma estrutura de 16 mil m<sup>2</sup> para receber os produtos da Brazilian”.

**Denilson Paulo Pinto** (Phoenix Distribuição - PR)

“Estou há 5 anos com a **Brazilian** e com excelente resultados, tenho como ponto forte o auto serviço, vendendo para a região metropolitana de Curitiba”

**Cesar Antônio Romancini** (Masterve Comercial Ltda - PR)

“Estou muito satisfeito com a franquia da **Brazilian Pet Foods**, que tem alimentos de excelente qualidade. Começamos com os alimentos e agora estamos estudando oportunidades para ampliar”

## DEPOIMENTOS PETSOUTH

**Gilson Confortin** (Confortim distribuidora de Produtos Agropecuários – Santa Catarina)



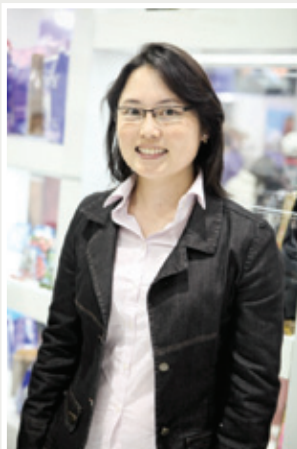
“Estamos nesta parceria há 12 anos e muito felizes com os resultados e relacionamento com a **Brazilian Pet Foods**. Na Pet South é importante este contato com as pessoas, com os parceiros, e para ver também esta diversidade de produtos e discutir sempre nossa política comercial. Em Chapecó nosso carro chefe é a Foster, mas vendemos quase toda a linha. BR4 foi surpreendente e agora estamos trabalhando os snacks”.

**Antonio José Bedani** (Begrand – Marília)



“É um momento especial com os amigos distribuidores, colaboradores internos da Brazilian e diretores. Oportunidade pra trocar informações, atualizar. A **Brazilian** sempre vem com novos produtos, lançamentos diferenciados, bonitos e atraentes para o consumidor. Sempre somos bem atendidos e é uma satisfação estar nesta parceria, o que reflete também com nossos clientes”.

**Erika Urabe** (São Paulo – Curitiba – Porto Alegre)



“Estamos há 17 anos com os produtos. A BR4 foi um dos melhores lançamento do ano e agora chega a Portcanis com uma embalagem muito bonita e atrativa, com um produto Premium que só vem agregar a nossas vendas. Estamos crescendo e o trabalho forte do marketing também nos ajuda muito, principalmente agora, implementado com a possibilidade de treinamentos”.

**Eneas Carlos Arruda** (Manaus)



“São quatro anos de parceria e estou sempre buscando melhorar. O nosso relacionamento é ótimo, os produtos são diferenciados, como Premium, super Premium, e eventos como este são excelentes para trocar idéias de mercado com nossos parceiros, os franqueados do sul e sudeste, têm sempre muita informação nova, novas idéias”.

**Carlos Francisco Munoz** (Colômbia)



“Comecei a distribuição dos produtos **Brazilian Pet Foods** em Bogotá, e neste ano de 2012 estarei em mais duas cidades, Medellin e Cali. Conheci a fábrica e gostei muito. O produto tem muita aceitação, com diferenciais nutritivos, alta digestibilidade, embalagens e cores adequados. A importação é muito simples e tenho vendido para supermercados e pet shops”.

**Guilherme Obregon** (México)



“Sou importador de produtos para pets e vim buscar na Pet South America em especial snacks, gostei muito dos produtos da **Brazilian Pet Foods**, tem muita diversidade”

## Biopar forma a sua primeira turma do projeto Pescar

*“Pela educação o indivíduo se torna mais apto para viver: aprende a pensar e a resolver os problemas práticos da vida. Pela educação ele se torna mais sensível e mais rico interiormente, o que faz dele uma pessoa mais bonita, mais feliz e mais capaz de conviver com os outros. A maioria dos problemas da sociedade se resolveria se os indivíduos tivessem aprendido a pensar.” (Rubem Alves)*

**E**ste trecho do poema de Rubem Alves demonstra com exatidão as construções possíveis que o investimento em educação pode trazer.

Educar não é apenas ensinar a ler e a escrever, ou a interpretar um texto. Educar é ensinar para a vida, ensinar que para crescer é preciso enfrentar os medos, superar desafios... relacionar-se... permitir-se...

É também compreender e aceitar que, quando pensamos que já aprendemos tudo, ainda há muito mais a ser aprendido. E isto é um ciclo... que enquanto nos dispusermos, não acaba! E, por isso, podemos nos referir à educação como um processo, cuja relação existente entre os envolvidos é de ganha-ganha: aprende quem educa, e aprende quem é educado. Não há perdedores. E as conquistas obtidas não são mensuráveis, nem previsíveis.

O Projeto Pescar tem essa compreensão. Que o investimento na educação de jovens não vise apenas proporcionar aprendizagem técnica de uma profissão, mas principalmente, desenvolvê-lo como cidadão, de modo que a ética seja princípio norteador de sua vida, sabendo enfrentar as incertezas, resolver problemas e fazer escolhas, compreendendo o mundo em seus mais diversos contextos.

Com 36 anos de credibilidade, o Projeto Pescar atua em todo o Brasil levando para dentro das empresas associadas uma tecnologia social que capacita e forma jovens em situação de vulnerabilidade social, através da oferta de cursos gratuitos de Iniciação Profissional. Idealizado pelo empresário gaúcho Geraldo Tollens Linck, o projeto surgiu a partir da filosofia

inspirada no provérbio de Lao Tsé de não dar o peixe, mas, sim, ensinar a pescar. A idéia surgiu quando Linck resolveu montar uma sala, nas dependências da própria empresa, para atender aos 15 jovens em vulnerabilidade socioeconômica selecionados nas comunidades do entorno da Lick S.A. Desde então, jovens de todo o país tem sido formados, com cerca de 70% de colocação no mercado de trabalho logo após sua formatura.

E no dia da formatura, as mudanças pelas quais estes jovens passaram ao longo do curso ficam evidentes: a segurança ao falar em público, a expressão de sentimentos de gratidão, e a nítida sensação de vitória por ter conseguido chegar ao fim do curso com muito sucesso. Todos que participaram do evento de formatura, que ocorreu no dia 20 de julho em Rolândia, emocionaram-se diante dos depoimentos e homenagens que foram apresentados pelos jovens, e para os jovens. Foi um momento de grande comemoração por parte dos jovens, seus familiares, voluntários e representantes da Biopar e Fundação Projeto Pescar.

O Diretor da Biopar, José Marcos Calsavara, homenageou os jovens, e reforçou a importância da realização e incentivo de projetos como este por parte dos empresários. A Facilitadora da Fundação, Isolete Furlan, reforçou a respeito das conquistas que estes jovens tiveram, e ainda terão, com os aprendizados proporcionados.

Ainda estiveram presentes: Naira Pizzinatti (SENAI empresas), Milton Fernandes (Lockton Seguros), Exmo. Prefeito de Rolândia, Johnny Lehmann e o Secretário de Desenvolvimento Econômico Ernesto Nogueira.



### DADOS UNIDADE PROJETO PESCAR BIOPAR

- Curso: Iniciação Profissional em Processos Industriais
- Duração: 11 meses
- 940 horas de aulas
- Nº de voluntários: 32
- Nº de parceiros diretos: 10
- Frequência dos Jovens: 95%
- Jovens contratados pela Biopar: 45% (Demais jovens encaminhados para o mercado de trabalho)

#### Nicole Calsavara Tomazella

Articuladora UPP Biopar

#### Laura Cristina Consorti

Orientadora UPP Biopar

#### Nivaldo Tomazella

Dirigente UPP Biopar

## Campanha Brazilian - Caribe 2011



A campanha comercial de 2011 “Brazilian Rumo ao Caribe” teve resultados muito positivos. As metas estabelecidas foram alcançadas pela empresa, com o empenho total dos franqueados. Os vencedores tiveram a oportunidade de chegar bem perto das águas azuis do mar

do Caribe, em um maravilhoso passeio em Cancun. Sol, areia branca e uma paisagem inesquecível marcaram esta viagem, que também promoveu uma importante troca de experiência e uma convivência enriquecedora entre todos os nossos parceiros.

### Família unida pelo trabalho

Vladimir Torres da DISTRIBUIDORA NUTRI COMÉRCIO DE RAÇÕES, registrou o momento que sua filha mais nova Eloise Helena Novais Torres, 1 ano e 4 meses se empenhava na distribuição de amostras da marca Huggy. Foi registrado um belo momento familiar, de trabalho, dedicação e união.



### Inauguração DALIPET - Nova Sede

Os empresários Gilmar Umberto Lang, Julio Feil, Lindoberto Burckardt e Paulo Lorenzoni inauguraram a nova sede da Dali Pet, Distribuidora de Alimentos da Brazilian Pet Foods para 140 municípios do interior gaúcho e também de acessórios para pequenos animais. A nova sede tem 1400 m<sup>2</sup>, está no Distrito Industrial I de Ijuí - RS. José Marcos Calsavara, diretor presidente da Brazilian lembra que eles comercializam mais de 300 toneladas de alimentos para cães e gatos mensalmente e têm a maior venda de snacks no estado. O novo empreendimento da Dali Pet, com 12 anos de experiência no mercado atacadista, reforça a busca da empresa em levar produtos de qualidade a todos os segmentos no noroeste do Rio Grande do Sul.



### I Encontro Mon Petit

Em 24 de junho, aconteceu em Sorocaba o 1º Encontro Mon Petit, realizado pelo jornal Cruzeiro do Sul, mantido pela Fundação Ubaldino do Amaral (FUA). Todas as pessoas apaixonadas por cachorros puderam visitar o evento, no Parque das Águas, em Sorocaba, num espaço em que estavam reunidos empresários do setor, entre eles a Arapet, franqueada **Brazilian Pet Foods**, com o objetivo de disseminar mais informações sobre os hábitos desses animais. O evento foi gratuito.

### Treinamento de liderança

Realizamos em maio treinamento e iniciamos campanha com uma equipe de 12 atendentes da maior loja pet de Curitiba, a “Rei dos Animais”. O objetivo era alcançar em 90 dias uma venda mensal de 3200 kg da linha BR, e pra isso a equipe concentrou esforços durante o período pra chegar ao resultado.





## Brazilian apresentou vídeos de treinamento

O grande desafio das empresas é atender bem seus clientes. Isso significa um atendimento diferenciado, especial mesmo, para criar um ambiente para fidelização desse consumidor.

Para isso ele precisa conhecer o que produzimos, e como produzimos. Cada produto é criado pensando no bem estar e na saúde dos animais e tem seus objetivos específicos, acompanhando a necessidade dos pets e do mercado.

E conhecimento é a chave para uma boa venda, e foi pensando nisso que a **Brazilian Pet Foods** lançou o seu Programa de Treinamento, com vídeos das principais linhas de produtos que vendemos. Eles vêm agregar, completar o trabalho que já é realizado por nossos vendedores e promotores. O segredo do bom atendimento de uma equipe de vendas baseia-se na premissa de que o vendedor é o elo entre a demanda do cliente e a proposta da empresa. Para atingir o atendimento pleno, faz-se necessário que este profissional desenvolva habilidades e aplique conhecimentos específicos para a tarefa.

Dentro dessa nova política de capacitação permanente de nossas equipes, com foco no conhecimento de desenvolvimento de habilidades, nossos vídeos estarão



Programa de Treinamento: conhecimento

disponíveis para uso dos masters e franqueados, que repassarão as suas equipes. Os vídeos devem ser assistidos mais de uma vez para assimilação dos conteúdos.

Em breve, o material de treinamento também estará disponível no site da **Brazilian** ([www.brazilianpetfoods.com.br](http://www.brazilianpetfoods.com.br)).

## SITE

*Todos os masters receberão um informativo por e-mail*

## Novos acessos e serviços

O site da **Brazilian Pet Foods** está passando por uma atualização, modernizando e ganhando novos acessos e serviços. O trabalho é bastante meticuloso, cheio de detalhes e por isso requer tempo.

O resultado de tudo isso, é que em breve todo franqueado terá login e senha, para acesso exclusivo, podendo ter diariamente possibilidade de baixar imagens, treinamentos e acompanhar as atualizações diretamente da fábrica.

O objetivo desse trabalho é estar cada vez mais presente no cotidiano dos franqueados, facilitar o contato e o envio de mensagens, com todo o suporte da área de marketing, melhorando a nossa comunicação e a eficiência do trabalho.



## SOLICITAÇÕES AO MARKETING

Temos artes disponíveis para a rede de franqueados (folder, catálogo, baner e arquivos para plotagem de caminhões). Favor

fazer a solicitação por e-mail com antecedência de 20 dias úteis. Encaminhar para [laurita.bortoletto@brpetfoods.com.br](mailto:laurita.bortoletto@brpetfoods.com.br) com cópia para [jonathan.cabral@brpetfoods.com.br](mailto:jonathan.cabral@brpetfoods.com.br) e [luciana.ohats@brpetfoods.com.br](mailto:luciana.ohats@brpetfoods.com.br).

## Ações Ambientais

**A Brazilian Pet Foods** tem ampliado suas ações ambientais junto aos colaboradores da empresa. Visitas sistemáticas têm sido feitas com todo o apoio gerencial. Nesta visita à Estação de Tratamento de Água e Efluentes, localizada em Arapongas mais de 30 visitantes das Unidade de Arapongas e Arabone participaram. A visita foi coordenada por Karen Kelly Dias de Oliveira (Recursos humanos) e por Alexandre Bortolo (Gerente Industrial), com o auxílio da Luciana Tiemi A. Ohats (Recursos humanos) e Fábio Scher Alves (Embalagem e estudante de Tecnólogo em Meio Ambiente).

Os operadores de Estação de Tratamento, Moacir Rodrigues e Nivaldo Patocino, preparam o plantio de 820 mudas de árvores que foram doadas para a **Brazilian Pet Foods** pela Secretaria do Meio Ambiente de Arapongas. Estas mudas de árvores nativas vão ajudar na reconstituição da Mata Ciliar do Ribeirão Bandeirantes. A empresa já conseguiu autorização do IAP- Instituto Ambiental do Paraná para a limpeza da área e para o plantio.



### SIPAT

#### 2ª SIPAT em Apucarana

**F**oi realizada entre os dias 13 a 17 de fevereiro, na Unidade de Apucarana, a 2ª Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (SIPAT).

O evento contou com a participação do secretário municipal de Meio Ambiente de Apucarana, João Batista Beltrame (o "Joba"), que falou sobre "Família". As palestras trataram sobre "DST/AIDS", "Segurança do Trabalho", "Álcool e Drogas" – ministrada pela psicóloga Graziela Vanessa Rossetti e pela assistente social Angélica Damas, da CAPS – e "Higiene Pessoal", proferida pela enfermeira Joice Casini.

No último dia, os presentes participaram de uma confraternização, cuja responsabilidade foi do técnico de segurança Marcos Vinício de Miranda.

### VISITA

#### Visita à Biopar

**C**om o objetivo de integrar e ampliar o conhecimento de nossos colaboradores da Qualidade e Laboratório das unidades Arapongas, Apucarana e Arabone, foi realizada uma visita no início do mês de outubro de 2011 à BIOPAR (BIOENERGIA DO PARANÁ) em Rolândia/PR, indústria de produção de biocombustível. Agradecemos ao diretor da BIOPAR Nivaldo Tomazella e Alan Santos pela receptividade e esclarecimentos.



## PARCEIROS

### Fornecedor nota 10

A Associação Brasileira dos Atacadistas e Distribuidores (ABAD) realizou jantar comemorativo de seus 30 anos. Na oportunidade entregou o Prêmio “Fornecedor Nota 10” como reconhecimento aos principais parceiros do segmento atacadista e distribuidor no abastecimento do varejo independente.

A **Brazilian Pet Foods** ganhou o prêmio Fornecedor Nota 10 no segmento PET. O estudo apontou cinco finalistas em cada cesta de produtos, e entre eles os empresários do atacado distribuidor escolheram os melhores fornecedores.

Este prêmio destacou empresas fabricantes dos produtos que fazem parte da pesquisa Marcas em Destaque, realizada pela ABAD em parceria com a consultoria Nielsen e que elegeu as marcas mais vendidas em todo o Brasil, em 103 categorias distribuídas em 11 cestas.

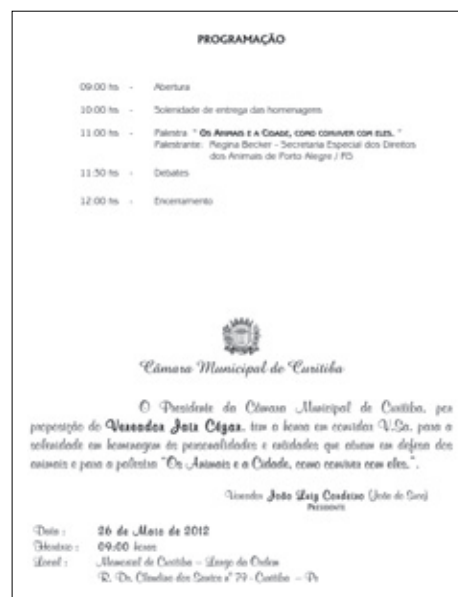


## HOMENAGEM

A **Brazilian Pet Foods** foi homenageada na Câmara Municipal de Curitiba, no reconhecimento às personalidades e entidades que atuam em defesa dos animais. A proposição foi do vereador Jair César que é representante no Conselho Municipal de Proteção Animal e autor de diversas Leis de defesa dos direitos animais, e ainda do movimento de proteção aos animais de Curitiba.

No evento teve palestra “Os Animais e a Cidade, como conviver com eles”, que foi proferida pela Primeira Dama da cidade de Porto Alegre/RS, Sra. Regina Becker, voluntária da Secretaria Especial dos Direitos dos Animais - SEDA da capital gaúcha.

A **Brazilian** foi escolhida por se tratar de uma das entidades privadas que tem promovido a saúde e bem-estar dos animais, defendendo dos maus tratos impingidos pelo homem, bem como propondo políticas e programas públicos em defesa dos direitos animais.



## COLABORADORES

### Educação Financeira Arapongas

Seguindo uma tendência que começa a ganhar espaço no Brasil, o gerente industrial Luis Fernando de Almeida proferiu a palestra “Educação Financeira” para os colaboradores da **Brazilian Pet Foods**, da unidade de Arapongas.

Esse assunto influencia o dia a dia de cada trabalhador, pois atualmente o acesso ao crédito e o risco de endividamento é muito grande. O consumismo desenfreado poderá levar o colaborador à insolvência e à perda de produtividade, pois o mesmo trabalhará preocupado em pagar as contas.

Os assuntos abordados foram regras para economizar dinheiro, conceitos de poupança e investimento, armadilhas de consumo, orçamento e objetivos da educação financeira.



### Brazilian na São Silvestre

**L**uciano Almeida Malheiros participou da São Silvestre com o patrocínio da **Brazilian Pet Foods**.

O atleta completou a prova em 1 hora e 25 minutos. Parabéns pelo desempenho!

## CERTIFICAÇÕES

## Laboratório mantém Certificado de Proficiência



Ministério da  
Agricultura, Pecuária  
e Abastecimento



**A** Brazilian Pet Foods participa há 3 anos do Ensaio de Proficiência para Laboratórios do Grupo ANFALPET - EMBRAPA e em 2011 novamente manteve o Certificado de Proficiente.

O Objetivo do Ensaio de Proficiência é a melhoria da precisão e eficiência dos laboratórios participantes de modo a garantir a confiabilidade dos resultados emitidos.

O Ensaio de Proficiência em Laboratórios Analíticos emprega procedimentos operacionais baseados nas normas ABNT ISO/IEC GUIA 43-1:1999 e no Protocolo Internacional Harmonizado para Ensaio de Proficiência em Laboratórios Analíticos (Químicos).

A **Brazilian Pet Foods** busca a melhoria constante de produtos e processos para produzir alimentos seguros e com qualidade para os animais.

Parabéns à competente equipe de profissionais do Laboratório, supervisionada pela Química Industrial Vanessa Nonis e gerenciada por Sandra Vargas!



## QUALIDADE



## Paulínia é referência para a ABINPET

**A** unidade Paulínia foi indicada pelo auditor da BSI como referência em BPF e APPCC para a ABINPET. Estamos extremamente felizes com esta indicação. A fábrica está organizada, limpa, identificada, colaboradores cientes de suas responsabilidades, comprometidos (100% dos colaboradores foram treinados).

O que mais chamou a atenção do auditor, evidenciada através de fatos e entrevistas com os colaboradores foi a manutenção preventiva para evitar a geração de poeira.

Nossos parabéns aos gestores Aimberê, Claudemir e Marcos Bueno pelo excelente trabalho realizado!



## Cão Guia Brasil e Brazilian Pet Foods entregam cão-guia durante a Feira de Reabilitação



O Projeto Cão Guia Brasil e IRIS – Instituto de Responsabilidade e Inclusão, se unem para a entrega de mais um cão guia. O instituto estabelece convênios internacionais que propiciam a importação gratuita de cães já em processo avançado de treinamento, e o Projeto Cão Guia treina no Brasil os cães e entrega às pessoas cadastradas. “Resolvemos neste momento nos unir para somar forças” – diz George Thomaz Harrison, Diretor Presidente do Instituto Cão Guia Brasil.

A Cão Guia Brasil vinha treinando a Julia, um golden retriever, há 18 meses, e fez a parceria para beneficiar uma pessoa já cadastrada no IRIS, e que estava na fila há 5 anos esperando por esta oportunidade. O paulistano Gabriel D’Asti Ventura Vicalvi, de 27 anos, nasceu cego em consequência de uma doença congênita. Ele é analista de sistemas em um banco privado, faz curso superior, mas enfrenta muitas limitações que agora serão sanadas com a nova parceira, a Julia. A rotina do Gabriel é de caminhada até o ponto de ônibus onde vai até o Metrô Barra Funda. Ao descer na estação Pedro II ele pega o fura-fila até o trabalho, uma rotina que leva uma hora.

George conta que ele deu pessoalmente a notícia para o Gabriel “ele me ligou dois dias depois e disse que estava fora do ar ainda”. A reação é um misto de alegria e perspectiva de mudança.





Solenidade de entrega de Julia a Gabriel

## O PROJETO

O projeto que treina cães para guiar pessoas com deficiência visual ou com baixa visão trabalha com uma imensa dificuldade financeira, e diante de um quadro estarrecedor das necessidades da população. Hoje tem mais de 5 milhões de pessoas nessas condições, cegas ou com baixa visão, e pelo menos 2 mil delas esperando na fila para obter um cão guia. Eles são a esperança de independência dessas pessoas que tem suas atividades limitadas ou impossibilitadas. O Brasil tem cerca de 70 cães-guia para 1,2 milhão de pessoas com deficiência visual.

O custo para treinar um cão fica em torno de 30 mil reais, e sem ajuda é uma missão impossível. Hoje, mesmo tendo dinheiro, não se compra um cão guia, ele é entregue sem custo para as pessoas que precisam, mediante um cadastramento. O projeto vive da ajuda de parceiros. Um cão guia só é entregue depois de treinamento – quase dois anos – e adaptação ao futuro companheiro.

## PARCEIROS

A Júlia, cão guia que vai mudar a vida do Gabriel, foi patrocinada pela empresa **Brazilian Pet Foods**, que está há quase 20 anos no mercado de alimentação pet, é a maior fabricante e fornecedora nacional de alimentos para animais de companhia e se destaca entre as dez no mercado mundial, sendo a terceira maior da América Latina.

A empresa que começou ajudando com cotas mensais, hoje destina de cada alimento vendido uma verba para o Projeto Cão Guia Brasil. O que significa mais dinheiro para o projeto, e melhores resultados para quem precisa. Além de aumentar o número de cães treinados, existe um outro esforço para direcionar verba para preparar os futuros treinadores de cães guia, que hoje são muito poucos no Brasil.

