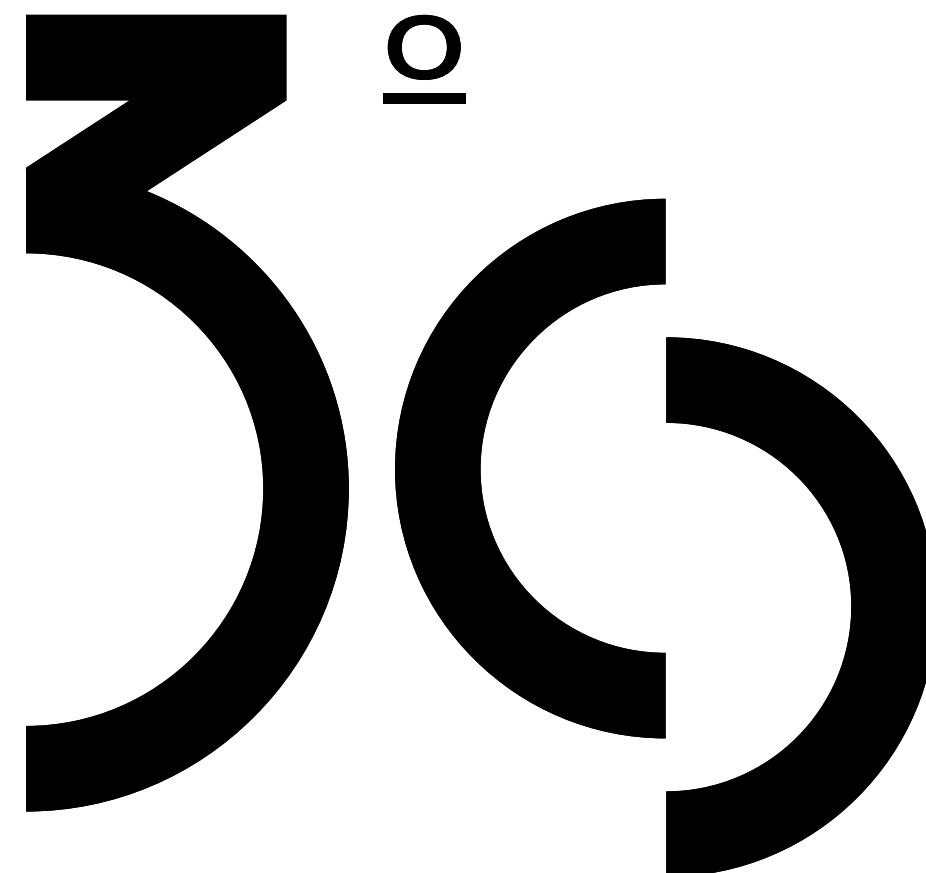




30

UNINDO PESSOAS,
REFRESCANDO O MUNDO



UNINDO PESSOAS,
REFRESCANDO O MUNDO

“O crescimento é o produto do futuro que nós fomos capazes de prever. Nós iremos ainda mais longe, seremos ainda melhores.”

Artur Martins de Azevedo







Chegar aos 30 anos no Brasil é, para nós, mais do que uma conquista. É um ponto de equilíbrio entre o orgulho do que foi construído e a responsabilidade com o que ainda está por vir.

Ao longo dessas três décadas, a FRICON cresceu, evoluiu, modernizou-se. Tudo isso, sem nunca perder de vista o que nos trouxe até aqui: a coragem de sonhar grande, a dedicação ao trabalho e o compromisso com a qualidade, com a inovação e com a sustentabilidade.

Este livro é um retrato fiel da nossa trajetória, desde a primeira ideia do fundador, Artur Azevedo, quando decidiu expandir os negócios e construir a primeira fábrica fora de Portugal, até os dias de hoje. Seguimos firmes, como uma marca sólida, de excelência, que é reconhecida no Brasil e no mundo.

Cada equipamento que entregamos, cada cliente que atendemos, cada pessoa que veste a camisa da FRICON todos os dias carrega um pedaço dessa história. E é por isso que, ao celebrar os 30 anos da empresa no Brasil, nós também celebramos as pessoas.

Nosso muito obrigado a todos que fizeram, fazem e continuarão a fazer parte dessa caminhada.

Seguimos em frente com a mesma essência que nos trouxe até aqui — com novos sonhos, novos desafios e a certeza de que o melhor ainda está para acontecer.

Sejam muito bem-vindos à FRICON.

Boa leitura!

Índice

12 – 13

PREFÁCIO

14 – 33

Capítulo 1 - HISTÓRIA

O nascimento de uma marca

34 – 57

Capítulo 2 - BRASIL

Muito além das fronteiras

58 – 73

Capítulo 3 - SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

A importância de ir além

74 – 101

Capítulo 4 - FUTURO

O início de um novo ciclo



Quando olhamos para trás e vemos tudo em que a FRICON se tornou, a primeira palavra que nos vem à cabeça é gratidão. Gratidão pelo caminho percorrido, pelas pessoas que estiveram - e ainda estão - ao nosso lado, e pela oportunidade de ver um sonho se transformar em algo tão grande.

O fundador, Artur Azevedo, tinha uma visão clara e uma enorme determinação em concretizá-la. Não havia manual, nem garantia de sucesso. Havia apenas o desejo sincero de construir uma empresa séria, comprometida com a qualidade, a inovação e, acima de tudo, com os clientes.

Foram muitos desafios. Tivemos de aprender, adaptar, cair e levantar. Mas cada etapa serviu para fortalecer nossos valores e reafirmar nosso propósito.

Hoje, celebrar os 30 anos da FRICON no Brasil é mais do que comemorar um marco no tempo. É reconhecer a dedicação de cada colaborador, parceiro, cliente e amigo que fez parte dessa caminhada.

Que a determinação de Artur Azevedo e o seu grande legado inspirem novas gerações a acreditar nos seus próprios sonhos. Se há uma coisa que aprendemos é que, quando sonhamos de verdade e trabalhamos com propósito, não há limite para o que podemos realizar.

Muito obrigado a todos que fazem parte dessa história.





Capítulo 1

HISTÓRIA

O nascimento de uma marca



O ano era 1976. Depois de quase duas décadas vivendo no Zimbábue (antiga Rodésia do Sul), Artur Martins de Azevedo estava de volta a Touguinha, Vila do Conde, no Norte de Portugal. Na bagagem, além da saudade da terra natal, trazia a formação técnica e a experiência na área da refrigeração, obtida na Imperial Manufacturing. Ele havia ingressado na empresa africana como trabalhador. Anos depois, foi convidado a ser acionista. Ao deixar a África e regressar a Portugal, Artur Azevedo demonstrou ter, também, coragem e visão estratégica para empreender.

Artur decidiu começar do zero uma fábrica voltada para a produção de equipamentos de refrigeração e conservação de alimentos e bebidas. Tinha como sócios os irmãos Carlos e Armando. Com capital próprio e a linha de montagem funcionando na serralharia do pai, nascia a Irmãos Azevedo Lda, que, mais tarde, ficaria conhecida como FRICON e, hoje, está presente em mais de 130 países, nos cinco continentes.



Protótipo de um dos primeiros equipamentos

A concretização de ideias foi, desde sempre, encarada com compromisso e determinação, nunca como um entrave. Os próprios sócios estavam na linha de montagem dos primeiros freezers e refrigeradores produzidos pela empresa. Artur Azevedo costumava dizer que a melhor forma de explicar o processo de montagem aos colaboradores era “fazer com eles”. O empreendimento podia ser modesto, mas tinha um espírito arrojado e determinado. Em 1978, após dois anos de operações, a companhia migrou da antiga serralharia para suas novas instalações.

Um dos primeiros equipamentos a ganhar forma e chegar aos clientes portugueses foi a “Arca de Congelação”, voltada à conservação de produtos congelados. Posteriormente, foi iniciada a produção de refrigeradores domésticos. Tudo o que saía da fábrica ia diretamente para o mercado português. Foi assim nos primeiros anos do negócio. Mas, no começo dos anos 1980, a internacionalização da marca começou, inicialmente pela vizinha Espanha. Para Artur Azevedo, homem do mundo e conhecedor de vários países e culturas, a expansão da FRICON era mais do que óbvia.

Uma explosão no mercado de sorvetes catapultou as vendas dos freezers da companhia em meados da década de 1980. A parceria firmada com o Grupo Unilever reforçou a presença da marca no mercado nacional, e impulsionou e consolidou as exportações para os vários países nos quais o novo cliente estava presente. O crescimento da empresa motivou a construção de uma segunda fábrica em Vila do Conde. Com a produção aumentando, os olhos de Artur Azevedo se voltaram ainda mais para o mercado externo.

O momento não poderia ser mais acertado. As vendas para fora do país garantiram que a FRICON seguisse forte, contornando a crise da primeira metade dos anos 1990 em Portugal. Com pouco mais de 20 anos de existência, a marca já fornecia para vários outros países, como Tailândia, Indonésia, Sri Lanka, México e África do Sul. E buscava ampliar a participação na Ásia e nas Américas, oferecendo respostas ágeis e eficazes ao que era demandado pelo mercado. Seria estratégico, então, instalar uma fábrica em uma destas regiões. E, assim, a história ganha mais um capítulo de sucesso.



Artur Azevedo no comando da linha de produção

FRICON atravessa o Atlântico



O plano inicial de Artur Azevedo era abrir a nova fábrica na Tailândia. Mas, em 1995, a FRICON acabou desembarcando do outro lado do Atlântico. A familiaridade com a cultura, a proximidade linguística e o potencial de crescimento do mercado brasileiro tornaram a opção natural. O local escolhido foi o município de Paulista, na Região Metropolitana do Recife. A empresa chegou ao Brasil com o objetivo inicial de importar e revender seus produtos não apenas no mercado local, mas em toda a América do Sul.

A primeira carga contou com 17 *containers* de refrigeradores. Mas só importar e revender não era o suficiente. Artur Azevedo decidiu que a operação no Brasil precisava de uma fábrica. E assim foi feito. No começo, as unidades eram produzidas em uma fábrica alugada. O fundador sempre considerou muito importante para o sucesso do projeto manter a base familiar da empresa. Por isso, escolheu o filho Rui Azevedo para acompanhar de perto o investimento na cidade pernambucana.

O plano de exportar os produtos fabricados no Brasil para a América do Sul logo se mostrou difícil. Mas engana-se quem pensa que faltou mercado lá fora. A questão é que a procura pelos produtos da FRICON por empresas instaladas no Brasil foi tão grande que a fábrica não teve como se dedicar tanto ao mercado externo. Atualmente, quase 90% da produção em Paulista é destinada a clientes nacionais. A decisão de fincar a bandeira da companhia fora de Portugal foi, sem dúvida, um grande desafio. Mas também se tornou um poderoso incentivo para a FRICON evoluir enquanto marca global.



De Vila do Conde para o mundo





Com um volume de negócios sempre em crescimento, a FRICON beneficiou-se do espírito visionário do fundador Artur Azevedo ao apostar nas vendas externas. A estratégia adotada permitiu à empresa diversificar o risco, sem ficar dependente de poucos mercados. Diferentes culturas também ajudam na inovação e na adaptabilidade da empresa.

Em 2013, foi estabelecida uma delegação comercial em Madrid, garantindo uma maior aproximação com os clientes espanhóis e reforçando no apoio pós-venda. E, enquanto na unidade do Brasil o mercado interno é o carro-chefe, as duas fábricas de Vila do Conde são o grande motor exportador da FRICON. As vendas externas somam 90%.

Entre as apostas da companhia – talvez a maior de todas e que ganhou total protagonismo – está o fornecimento de equipamentos para o segmento de supermercados, iniciado nos anos 2000. A parceria com o grupo português Jerónimo Martins abriu as portas. Atualmente, o setor de supermercados responde por quase 85% das receitas na matriz. O restante é dividido entre os segmentos de sorvetes, congelados, bebidas e *mobile*.

Nos últimos anos, a FRICON em Portugal precisou se ajustar novamente. A companhia observou a alteração no conceito dos supermercados, especialmente na Europa. As redes têm investido em lojas com tamanhos menores e mais próximas do consumidor. A empresa passou, então, a produzir módulos verticais e horizontais de menor porte. É mais um exemplo da estratégia baseada na flexibilidade industrial, que sempre norteou a empresa.

Ao atender as necessidades dos clientes de forma rápida e eficaz, a FRICON reafirma a capacidade de transformar problemas em oportunidades e oferecer o que há de melhor no mercado da refrigeração, tornando-se uma das empresas mais conceituadas da área no mundo. O plano de expansão segue definido e contempla a entrada em mercados emergentes e promissores, com destaque para regiões da Ásia, África e Oriente Médio.

A FRICON está nos dois hemisférios, o que é uma vantagem em termos comerciais. A internacionalização é essencial para o crescimento sustentado. E cada novo mercado representa uma nova oportunidade de inovar e crescer. A ideia, desde sempre, é valorizar as parcerias já estabelecidas e construir novas relações em regiões ainda por explorar.

Testemunhos



Filho de peixe, peixinho é. Esse ditado, que é popular tanto no Brasil quanto em Portugal, serve bem para explicar a história de Isabel Azevedo na FRICON. Filha do fundador Artur Martins de Azevedo, ela começou a seguir os passos do pai na empresa desde muito cedo. “Tive a oportunidade de conviver e aprender muito com ele.”

Claro que viver para a empresa tem lá seus ônus. Isabel lembra que o compromisso de entrega quase total exige, por vezes, escolhas dolorosas. A maior delas é o tempo que não se dedica, em casa, à família. Mas faz parte. “Sempre admirei profundamente a perseverança e a paixão do meu pai pelo que fazia. O seu envolvimento diário com a empresa era inspirador, e essa dedicação inabalável é hoje uma fonte constante de motivação para mim.”

Isabel lembra que o pai sempre cultivou uma relação muito próxima com os colaboradores e com a comunidade local. O impacto social da FRICON é uma herança que dá orgulho e impulsiona a empresa a seguir em frente, mesmo diante de desafios complexos. O respeito por todos os que compõem a companhia também é transmitido por Isabel aos próprios filhos.

“A nossa cultura é apaixonante, contagiante. E faço absoluta questão de que assim perdure, por muitas mais gerações. Sinto que é minha missão continuar o legado do meu pai, fazendo da FRICON uma marca cada vez mais forte e presente no mundo, de um modo que o deixaria verdadeiramente orgulhoso”, destaca Isabel Azevedo.



**Sinto que é minha
missão continuar o
legado do meu pai.”**

Isabel Azevedo
Membro do Conselho de Administração



**Vamos continuar
uma dinâmica
de progresso, de
expansão e de
sucesso no futuro.”**

Abília Azevedo
Membro do Conselho de Administração



Ao longo da sua consistente trajetória de quase 50 anos em Portugal e de 30 anos no Brasil, a FRICON tem conseguido firmar-se como uma empresa de referência na sua área de atividade, pela qualidade, pela inovação, pela criatividade, e pela sua sempre renovada capacidade de se adaptar e de corresponder às necessidades dos mercados. O traço mais marcante da empresa é a sua cultura familiar. Para Abília Azevedo, membro do Conselho de Administração e esposa do fundador, Artur Martins de Azevedo, essa “filosofia de proximidade” foi transmitida pelo fundador e abraçada por todos.

Abília destaca que muitos desafios foram enfrentados e muitas dificuldades e adversidades foram vencidas. Mas a empresa, por sua capacitação e desenvolvimento, é hoje possuidora de um elevado nível de *know-how*, acumulado ao longo da sua existência, sempre orientada pelo objetivo de fazer melhor e de inovar continuamente. Ela reforça que a FRICON assume um forte compromisso com os clientes, com os colaboradores e com a sociedade na qual está inserida.

Sobre os 30 anos da empresa no Brasil, Abília lembra o espírito de industrial arrojado e de empreendedor corajoso do seu fundador, e do muito que ficou e perdura dos seus ensinamentos. E realça também a capacidade, esforço e dedicação apaixonada dos seus sucessores, para que o projeto iniciado e desenvolvido por Artur Azevedo continue uma trajetória de crescimento e de sucesso.

Abília Azevedo reforça a confiança que toda a administração tem no futuro da FRICON, tanto em Portugal quanto no Brasil. Aos clientes transmite uma mensagem de confiança: que poderão sempre contar com a FRICON como uma empresa atenta às suas necessidades, com qualidade técnica e inovadora dos seus produtos e com disponibilidade e eficiência dos seus serviços. Aos colaboradores, uma mensagem de reconhecimento e agradecimento pelo seu profissionalismo e dedicação ao longo deste percurso empreendedor.



Há 14 anos, os caminhos de Hércules Zurita e da FRICON se cruzaram em Portugal. “Guardo comigo um profundo sentimento de gratidão e orgulho por ter dado início ao meu trabalho na FRICON ainda com a presença do senhor Artur Azevedo, por quem sempre tive uma admiração e respeito muito especial.”

Atuando como Assessor da Administração, Hércules Zurita recorda que o percurso dentro da empresa vem sendo marcado por desafios, aprendizagem e muitas conquistas, que só foram possíveis graças ao esforço de uma administração muito comprometida, colegas excepcionais e clientes e parceiros fiéis.

Zurita conta que seu maior desafio foi desenvolver o segmento de supermercados no Brasil, através da conquista de novos clientes, com uma estratégia de negócio bem definida. “Isso não teria sido possível sem uma visão clara e uma estratégia sólida, que nos permitissem adaptar-nos às mudanças desse mercado e às suas necessidades.”

O Assessor da Administração destaca que as empresas do segmento de supermercados são muito exigentes em termos dos equipamentos que adquirem para os pontos de venda. Eles devem ter alta eficiência e baixo consumo energético. Exatamente o tipo de produto vendido pela FRICON e que agora ganha uma linha de produção na fábrica brasileira.

“Cada contribuição foi fundamental para que pudéssemos chegar até aqui com orgulho e esperança no futuro. Continuamos empenhados em inovar, crescer e contribuir para o desenvolvimento econômico e social da nossa comunidade. Estou confiante de que, juntos, alcançaremos novos patamares de sucesso”, destaca Zurita.



**Continuamos
empenhados em
inovar e crescer.”**

Hércules Zurita
Assessor da Administração

A conquista do mercado nacional



Em Portugal, a FRICON deu início à produção de seus equipamentos na serralharia do pai de Artur Martins de Azevedo. No Brasil, o trabalho começou em uma fábrica alugada, em 1997, dois anos após a empresa desembarcar em Pernambuco. Cerca de 20 peças eram produzidas por dia. Em 2001, a FRICON inaugurou a fábrica própria. Ano após ano, a companhia foi crescendo e ampliando a produção. Conquistou mais clientes e assumiu o protagonismo no mercado nacional. Atualmente, a capacidade de produção diária é de até 1.200 equipamentos.

A fábrica trabalha com produtos horizontais, verticais, ilhas e murais, além de equipamentos de autosserviço. São linhas completas de conservadores e expositores para congelados, bebidas, gelo, sorvetes e alimentos, que levaram a FRICON a se tornar referência no segmento de refrigeração e conservação. A internacionalização das vendas começou em 2014, nos mercados da América do Sul e Central. Devido à alta demanda interna, elas respondem por cerca de 10% dos negócios da companhia.

As fábricas da FRICON de Paulista e Vila do Conde atuam de forma complementar em termos comerciais e de maneira integrada no desenvolvimento de produtos, tecnologias e processos produtivos. Também estão em sinergia nas compras de componentes e matérias-primas. Os produtos são fabricados com alto grau de automação e há uma busca constante por torná-los mais econômicos no gasto de energia, o que também ajuda a deixá-los com maior durabilidade.

A FRICON destaca-se não só pela qualidade e robustez dos seus produtos, mas também pela capacidade de antecipar tendências, investir em tecnologia e estar em evidência em mercados extremamente competitivos. Afinal de contas, não dá para esquecer que o segmento do frio é bastante impactado pelas oscilações econômicas e pelo comportamento do consumidor, além de requerer mudanças tecnológicas constantes.

Procurar estar um passo à frente foi o que fez a FRICON expandir as vendas, por exemplo, durante a onda de calor que varreu o Brasil a partir do segundo semestre de 2023. As pessoas queriam tomar mais sorvete, beber aquela cerveja gelada. E os pontos de vendas precisavam de mais equipamentos para armazenar os produtos. A empresa foi rápida na contratação de novos funcionários, abriu mais um turno de trabalho e ampliou a produção para atender a demanda.

A trajetória da FRICON no Brasil é um verdadeiro exemplo de consistência, resiliência e visão de longo prazo. A empresa sempre foi reconhecida pela qualidade e durabilidade de seus produtos. Mas avançou, ainda mais, no posicionamento estratégico, na experiência do cliente e na modernização da estrutura interna para sustentar o crescimento. Passou a ser percebida não apenas como fornecedora, mas como parceira de negócios, algo que reforça a confiança construída ao longo das últimas três décadas.

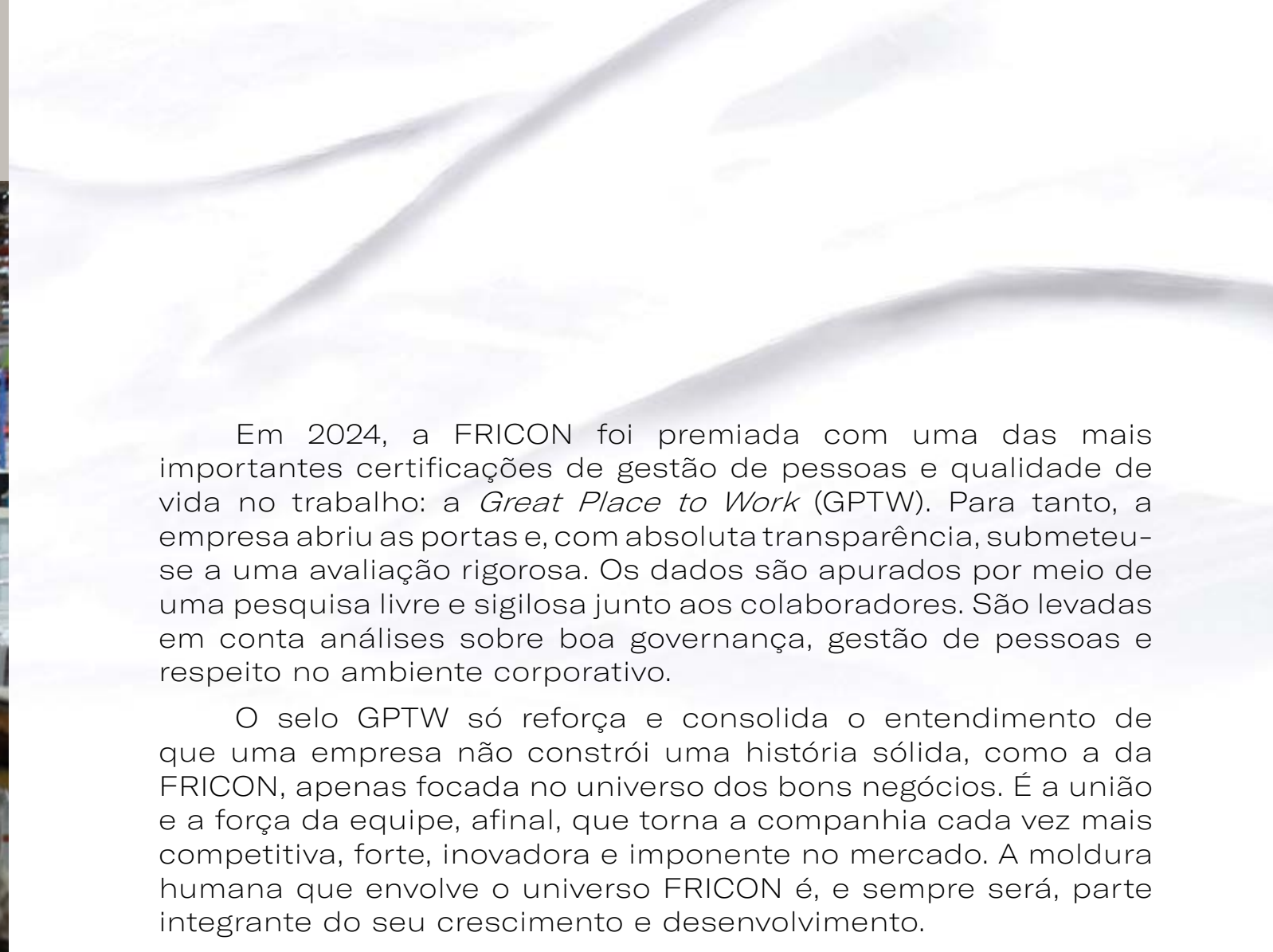
A força da nossa equipe



A FRICON Brasil, em seus 30 anos de operações, sempre trabalhou para manter o padrão tecnológico elevado, participando de feiras internacionais e buscando obter o melhor maquinário. Mas a tecnologia, por si só, não faria a empresa chegar onde chegou. A parte humana é essencial para elevar os padrões de qualidade dos produtos. Sem os colaboradores não seria possível implementar nenhum dos projetos da empresa.

A essência familiar da FRICON está presente no cuidado com as pessoas, na proximidade entre as equipes e na forma como as decisões são tomadas, com responsabilidade no longo prazo. Ao mesmo tempo, é preciso ter coragem para evoluir, modernizar processos, profissionalizar a gestão e preparar a empresa para os próximos 30 anos, sem perder o que fez a companhia alcançar tantos bons resultados.

Recentemente, foi feita a reestruturação da área administrativa, com a reformulação de processos-chave, implementação de uma governança mais clara e o estabelecimento de indicadores de performance e metas mais robustos. Um trabalho que foi realizado sem desconectar as pessoas dos processos, construído passo a passo em conjunto, ouvindo quem vive o dia a dia da operação.



Em 2024, a FRICON foi premiada com uma das mais importantes certificações de gestão de pessoas e qualidade de vida no trabalho: a *Great Place to Work* (GPTW). Para tanto, a empresa abriu as portas e, com absoluta transparência, submeteu-se a uma avaliação rigorosa. Os dados são apurados por meio de uma pesquisa livre e sigilosa junto aos colaboradores. São levadas em conta análises sobre boa governança, gestão de pessoas e respeito no ambiente corporativo.

O selo GPTW só reforça e consolida o entendimento de que uma empresa não constrói uma história sólida, como a da FRICON, apenas focada no universo dos bons negócios. É a união e a força da equipe, afinal, que torna a companhia cada vez mais competitiva, forte, inovadora e imponente no mercado. A moldura humana que envolve o universo FRICON é, e sempre será, parte integrante do seu crescimento e desenvolvimento.









Testemunhos



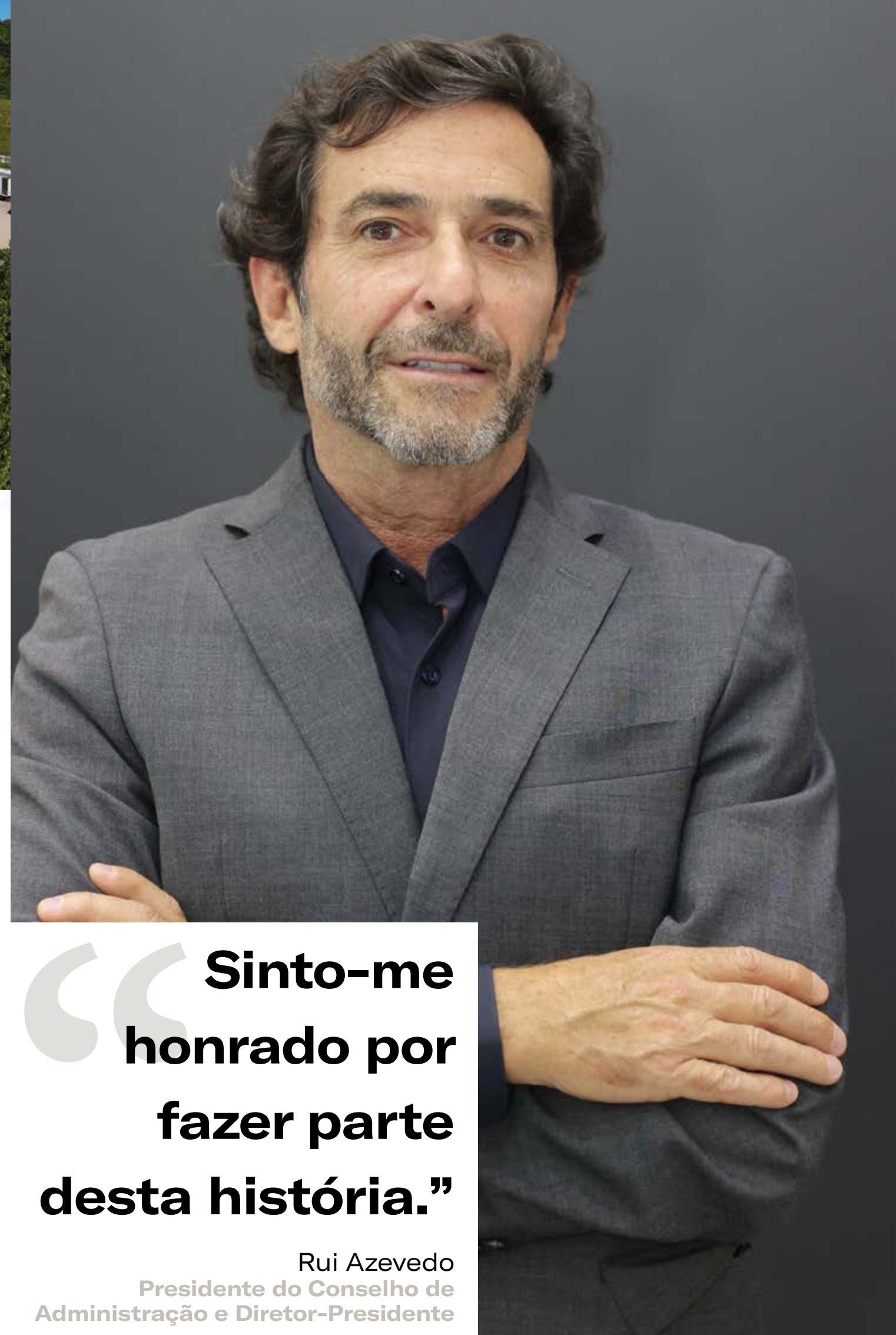
Quando Artur Azevedo enxergou novas oportunidades de negócios além-mar, iniciou um novo capítulo na história da empresa. Naquele momento, uma inédita e importante etapa foi deflagrada. Junto a ela, chegaram também novas responsabilidades e uma fase profissional desafiadora na vida do jovem Rui, o filho que o patriarca designou para atravessar o Atlântico e comandar o projeto da FRICON no Brasil.

“É com imensa alegria e satisfação que estou aqui, hoje, para celebrar os 30 anos de história da nossa empresa. Uma trajetória marcada por dedicação, inovação e crescimento constante. Para mim, fazer parte dessa história é motivo de grande orgulho e gratidão. Primeiro por ter levado a cabo o legado iniciado pelo meu pai. E, também, por ter demonstrado que o aprendizado que ele nos deixou não foi em vão”, afirma o Diretor-Presidente.

Ao longo desses anos, Rui Azevedo participou de transformações incríveis na empresa, que superou desafios e obteve grandes conquistas. “Cada momento, cada projeto e cada conquista refletem o esforço coletivo de uma equipe comprometida e apaixonada pelo que faz. É esta paixão pelo que fazemos que nos levou ao patamar que estamos hoje e que nos diferencia no mercado do frio.”

Hoje, ao celebrar essa trajetória, Rui agradece a todos que fizeram e continuam fazendo parte dessa história: aos colegas de trabalho, que com dedicação e profissionalismo contribuem diariamente para o sucesso da FRICON; aos líderes, que inspiram e conduzem com visão e coragem; e aos clientes e parceiros, que confiam e acreditam no trabalho desenvolvido pela empresa.

“Sinto-me honrado por fazer parte desta história e por poder contribuir, de forma intensa, para o crescimento e o sucesso da nossa empresa. Tenho certeza de que os próximos anos trarão ainda mais realizações, inovação e motivos para comemorarmos juntos. Parabéns a todos nós por esses 30 anos de sucesso. Que venha o futuro, repleto de novas conquistas e realizações.”



**Sinto-me
honrado por
fazer parte
desta história.”**

Rui Azevedo
Presidente do Conselho de
Administração e Diretor-Presidente



O senhor Artur chegava na produção e dava aula.”

Sérgio Guedes da Silva
Operador de Máquinas

Se tem alguém que conhece a unidade da FRICON em Paulista de trás para frente é Sérgio Guedes da Silva. Contratado em 15 de dezembro de 1997, é o funcionário mais antigo da empresa. Entrou na fábrica quando ela ainda operava em um espaço alugado, muito próximo de onde seria erguida a fábrica própria da companhia, em 2001.

“Quando cheguei aqui era tudo manual, tudo pequeno. Agora tem máquina que faz tudo, que em dois minutos corta chapa”, lembra Sérgio. Ele tinha 24 anos quando foi contratado para auxiliar na montagem dos freezers. Era o primeiro emprego com carteira assinada. Mas ele não demorou muito como ajudante. Por conta do bom desempenho, logo subiu de posto e virou operador de máquinas.

Nas memórias de Sérgio há um lugar especial para o fundador da FRICON. “Conheci o senhor Artur. Era gente boa demais. Ele chegava na produção e dava aula, ensinando como era o processo, como economizar a matéria-prima, que era custo para empresa.” Exatamente como fazia quando montou a FRICON em Portugal, na década de 1970.

Sérgio conta que Artur Azevedo passava por todos os setores, observando como estava a produção, dando conselhos e conversando com os trabalhadores. “O que ele falava servia tanto para o trabalho na empresa quanto para a vida da gente.” Com 28 anos de casa, Sérgio sabe bem o que deseja para o futuro da FRICON. “Quero mais crescimento.”

“Amo o que eu faço.”

Cláudia Maria do Nascimento
Soldadora

De professora de reforço escolar à soldadora. A vida profissional de Cláudia Maria do Nascimento deu um giro de 180 graus depois que os pais faleceram e ela se viu sozinha com o filho, Vinícius. Precisava aumentar a renda. Foi quando a FRICON entrou em sua vida. Em 2017, ela foi contratada como auxiliar de produção na fábrica de Paulista. Era o primeiro emprego com carteira assinada. Até então, só tinha trabalhado como autônoma.

Mas Cláudia não ficaria como auxiliar de produção por muito tempo. “Via os meninos soldando e achava muito bonita a profissão. Fui procurar onde tinha curso.” Encontrou vaga na escola técnica do Senai. Durante três meses, Cláudia frequentou a escola todos os sábados, das 8h às 16h, para aprender os conceitos e colocar a mão na massa. Com o certificado em mãos, ficou esperando uma oportunidade surgir.

“Meu supervisor me chamou e disse que ficou sabendo que eu tinha curso de solda. Ele falou ‘traga o seu certificado para mim amanhã’. Eu gelei. Ele levou para o RH e, um dia, quando eu estava trabalhando, ele chegou e disse: ‘Seu teste vai ser amanhã, às 8h’”. No dia seguinte, Cláudia precisou soldar dez prateleiras. Estava nervosa no início, mas depois se acalmou. Deu tudo certo. Tão certo que ela foi aprovada.

Depois de ficar um mês fazendo treinamento na fábrica, a ex-professora de reforço escolar e ex-auxiliar de produção assumiu a sonhada vaga de soldadora. Está há sete anos no posto e nem pensa em sair. “Valeu o sacrifício. Amo o que faço. Minha vida melhorou muito. Meu filho está na escola, é um menino maravilhoso e tem orgulho de mim. Quero ficar na FRICON até me aposentar.”



Evolução da identidade visual



1976
Nasce a primeira
identidade visual
da empresa

FRICON

No final da década
de 80, a FRICON
se despede do
cubinho de gelo no
primeiro *rebranding*
da marca

 FRICON

1996
O cubinho foi
estilizado e
reintroduzido na
logo

 **FRICON**
25 anos de confiança

2001
A FRICON sai das
curvas e imprime
linhas mais retas
à marca, em
sintonia com o novo
posicionamento
no mercado
internacional

 **FRICON**[®]
COOLING LIFE

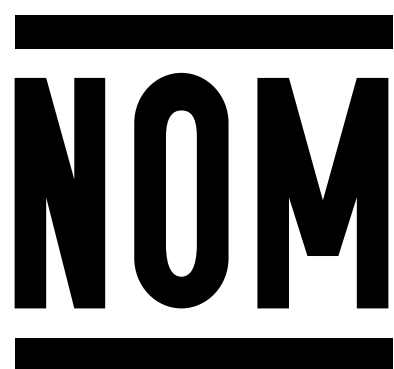
2016
Rebranding de
marca e a logo
ganha a assinatura
Cooling Life

 **FRICON**[®]
COOLING LIFE

2025
O tradicional azul
sai de cena.
A marca fica mais
clean, incorporando
nova paleta de
cores



RETIQ



A FRICON é comprometida com a excelência, sempre atenta às normas de qualidade e segurança internacionais. Os vários certificados refletem o compromisso da empresa com os seus milhares de clientes em todo o mundo. O INMETRO garante que os equipamentos atendam aos padrões de segurança e desempenho, com requisitos de fabricação que visam à proteção do consumidor e à eficiência operacional.

Já o ISO 9001:2015 aponta que a empresa se enquadra no padrão internacional que estabelece requisitos para um Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), que tem como foco principal a satisfação do cliente. Ela passa, cada vez mais, pela oferta de equipamentos produzidos de forma ambientalmente amigável e com elevada eficiência energética, embalagens apropriadas e recicláveis.

Outra certificação que a FRICON detém é a CE, indicativo de conformidade exigido a diversos produtos comercializados

no Espaço Econômico Europeu, atestando a fabricação em atendimento a padrões de segurança, saúde e proteção ambiental, garantido a qualidade e confiabilidade para atender às necessidades deste mercado.

A certificação NOM (Norma Oficial Mexicana) é um sistema de regulamentação que indica a conformidade de produtos para comercialização no México, atendendo a padrões de qualidade, segurança e desempenho. A FRICON detém, ainda, o Regulamento Técnico de Rotulagem para a Etiquetagem de Eficiência Energética (RETIQ), na Colômbia, que avalia a eficiência energética de equipamentos elétricos e eletrônicos.

A FRICON também foi certificada, em 2024, pela GPTW, *Great Place to Work*, como uma das melhores empresas para trabalhar em Pernambuco. O selo é sinônimo de eficiência na gestão de pessoas e qualidade de vida no trabalho.

Capítulo 3

SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

A importância de ir além



A FRICON reconhece a importância de cumprir os objetivos de desenvolvimento sustentável e trabalha com um conjunto de ações de caráter ambiental e social. A empresa está conectada aos desafios do futuro e atua alinhada à Agenda 2030 - um plano global firmado em 2015 por líderes de 193 países, que reúne 17 objetivos de desenvolvimento sustentável para melhorar a qualidade de vida da população mundial.

O então secretário-geral da ONU, Ban Ki-moon, reforçou, à época, que as empresas podem, e devem, contribuir não apenas através de suas atividades principais, mas também avaliando e reduzindo seus impactos no meio ambiente e na sociedade. A FRICON faz a sua parte e já foi premiada pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima por sua responsabilidade ambiental.

Na vanguarda dos gases ecológicos



Impossível um equipamento de refrigeração funcionar sem gás. Mas há gases e gases. Os chamados clorofluorcarbonos (CFCs) eram largamente utilizados como agentes de resfriamento nas décadas de 1970 e 1980. Até que foi descoberto um buraco gigantesco na camada de ozônio sobre a Antártida. Em 1987, o chamado Protocolo de Montreal proibiu a utilização dos CFCs, que também provocam um poderoso efeito estufa no planeta. Desde então, o mundo busca alternativas ecológicas para minimizar o impacto no meio ambiente.

Na FRICON é usado o gás refrigerante natural R290, que pode ser considerado amigo do meio ambiente. Ele não prejudica a camada de ozônio e tem o potencial de aquecimento global – *Global Warming Power* (GWP) no inglês – mais baixo na comparação com outros tipos de gases alternativos. Uma vantagem adicional do uso do R290 é a de proporcionar uma maior eficiência ao sistema de refrigeração. Ele também requer o uso de peças melhores nos equipamentos, dando uma maior robustez aos produtos.

A FRICON foi uma das empresas pioneiras no uso do gás R290 no Brasil. Em 2009, a companhia produziu cinquenta máquinas para a Unilever. Atualmente, mais de 95% dos produtos saem da fábrica de

Paulista com o R290. No ano seguinte, a empresa começou a utilizar outro gás ecológico, o ciclopentano, que é um agente de expansão para espumas de poliuretano, usadas na formação do isolamento térmico de geladeiras e freezers.

Diferentemente de outros agentes de expansão, o ciclopentano não contém hidrofluorcarbonetos (HFCs) e não afeta a camada de ozônio, tendo pouca ação sobre o efeito estufa. O uso do R290 e do ciclopentano ajuda a FRICON a desenvolver produtos energeticamente mais eficientes e ecológicos.

Um exemplo é a linha batizada de Eco Friendly, que se destaca por proporcionar uma economia de energia de 55%. A linha foi desenvolvida com tecnologia própria para reforçar o compromisso da empresa com o Programa Brasileiro de Eliminação dos HCFCs (PBH), responsável por implementar no país as diretrizes do Protocolo de Montreal.

Por conta da participação no PBH, representantes da FRICON foram convidados a dar palestras sobre a importância da substituição dos gases refrigerantes na indústria. Esse compromisso com a sustentabilidade e a proteção do meio ambiente recebeu, em 2024, o reconhecimento do Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. A homenagem foi feita durante as comemorações do Dia Internacional para Preservação da Camada de Ozônio.

A FRICON segue, assim, um compromisso que vem lá de trás, desde a sua origem. Um legado que não se perdeu nem vai se perder no tempo e só tende a avançar ainda mais diante das exigências ambientais do planeta.



FRICON premiada pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima

Equipamentos amigos do ambiente



É pura coincidência, mas foi exatamente em 2015 – quando o compromisso da Agenda 2030 foi firmado – que a FRICON inaugurou, em Vila do Conde, um Centro de Inovação e Desenvolvimento. A fábrica instalada em Pernambuco também tem seu próprio laboratório. Apesar de menor em tamanho, é mais antigo que seu coirmão português: começou a funcionar em 2008.

O objetivo desse laboratório é desenvolver novos produtos e testar a performance dos equipamentos em diferentes tipos de ambientes. Assim é possível saber, por exemplo, se uma cervejeira vai funcionar corretamente no frio de uma cidade das Highlands escocesas ou no calor escaldante do verão recifense.

Há testes de confiabilidade, verificação do consumo energético real do equipamento, funcionamento do produto em diferentes condições de temperatura e umidade, sudção nas portas de vidro. Neste ambiente controlado, fica mais fácil fazer as correções necessárias quando são encontrados problemas.

Os clientes também podem apresentar seus próprios pedidos de condições para os testes. Dentro do laboratório, os técnicos da FRICON conseguem fazer a configuração e demonstrar exatamente o tipo de produto que o cliente precisa. A parceria com os fornecedores de peças e insumos também é importante no processo.

Para o mercado, a existência de um local como o Centro de Inovação e Desenvolvimento gera a certeza de que serão adquiridos equipamentos inovadores, rigorosamente testados e certificados. Para a FRICON, é uma oportunidade de reforçar o posicionamento de excelência na qualidade dos produtos fabricados, além de ampliar a capacidade e a eficiência da produção nas unidades fabris.

Responsabilidade social como missão



A responsabilidade social está no DNA da FRICON desde quando ainda dava os primeiros passos nesta caminhada que já dura quase 50 anos. As ações são variadas e, através delas, a empresa fundada por Artur Martins de Azevedo procura não apenas estabelecer uma reputação sólida e uma relação de confiança com a comunidade, mas também responder às suas necessidades e preocupações.

Em Porto de Galinhas, uma das praias mais belas e famosas do mundo, as jangadas são tão tradicionais quanto as piscinas naturais. A marca FRICON veleja com essas tradicionais embarcações. A iniciativa gera benefícios diretos para os jangadeiros e para comunidade local, incrementando a renda dos profissionais e suas famílias não apenas nos meses mais fortes do turismo, mas durante todo o ano.

Uma inédita parceria, selada com a Associação dos Jangadeiros do balneário pernambucano, reforça o envolvimento da empresa com as tradições brasileiras, a cultura e a sustentabilidade. As jangadas não têm motor, não usam combustível e são aliadas no combate à emissão de gases que geram o efeito estufa. Inicialmente, a parceria teria duração de 12 meses. Mas foi renovada no início de 2025.

A multinacional também acredita e investe no esporte como instrumento de transformação social e desenvolvimento. Seja no futebol, a paixão nacional, no atletismo ou no beach tennis, a empresa realiza ações que contribuem para que as modalidades se desenvolvam cada vez mais.

A FRICON apoia, ainda, instituições diversas no âmbito da responsabilidade social, dando preferência aos locais onde as fábricas estão instaladas. Em Pernambuco, a empresa atua de forma colaborativa na entrega de cestas básicas para instituições carentes e em campanhas de arrecadação de brinquedos para orfanatos.



Testemunhos

A FRICON caminha a passos rápidos.”

Michael Matos
Superintendente de Operações

Michael Matos já acompanhou 24 dos 30 anos da FRICON no Brasil. Entrou na empresa, em 2001, como estagiário. Na época, fazia o curso de técnico em refrigeração no antigo Centro Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco (Cefet-PE), que depois passou a se chamar Instituto Federal de Pernambuco (IFPE).

Com o diploma na mão e a vontade de crescer profissionalmente, passou por diferentes setores da fábrica, como pós-venda, qualidade, engenharia. Mas nunca deixou os estudos de lado. Graduiu-se em Matemática. Não satisfeito, cursou Engenharia Mecânica. E ainda fez MBA em gestão de empresas.

Ele estava no setor de engenharia quando recebeu o convite para retornar ao pós-venda. “Voltei para lá com uma bagagem técnica para ajudar o pessoal junto às assistências técnicas externas”, conta Michael. No vaivém de áreas e funções, acabou retornando para a engenharia. E depois assumiu um cargo de direção.

Atualmente, Michael Matos é o Superintendente de Operações da FRICON Brasil e responde pelas áreas de qualidade, engenharia, manutenção e produção. “Tento me envolver com a parte de máquinas, fabricação, qualidade”, diz o engenheiro/matemático de 43 anos, que prevê voos ainda mais altos para a empresa nos próximos anos.

“Internamente, os colaboradores têm uma pegada de resolver as coisas de forma rápida. Está muito baseada naquilo em que o nosso CEO, Rui Azevedo, acredita. Temos de fazer de forma organizada, fazer rápido para acontecer, e não esperar o amanhã para não ser tarde. A FRICON caminha a passos rápidos”, destaca Michael Matos.





Todos os dias aprendemos algo novo.”

José Monteiro
Diretor de Manutenção

Quando a FRICON decidiu abrir uma fábrica no Brasil, em 1995, José Monteiro passou a acumular muitas milhas aéreas, viajando de Vila do Conde, em Portugal, para Paulista, com o objetivo de montar as máquinas da unidade pernambucana. Até que, em 2001, oito anos depois de ingressar na empresa, mudou-se de vez para o Brasil.

“Para mim foram novos horizontes. A ideia sempre foi fazer a empresa ficar cada vez maior. Posso dizer que ajudei a FRICON a crescer. Por outro lado, a empresa também me ajudou muito nesses anos. Todos os dias aprendemos algo novo”, garante Monteiro, atual Diretor de Manutenção no Brasil, responsável pela manutenção de todos os equipamentos da fábrica.

Ele lembra que, quando chegou de forma definitiva, a empresa era 20% do que é hoje. Como já conhecia os valores da FRICON, não houve problemas de adaptação. Mas precisou se acostumar à cultura brasileira. E ao calor que nunca vai embora. “Nesse aspecto é muito diferente de Portugal, que tem as quatro estações mais definidas. Aqui chove, mas está calor.”

A temperatura elevada, reforça José Monteiro, acaba ajudando a empresa. E deve ampliar ainda mais os negócios, com o passar dos anos. “Aqui é um país muito grande, com temperatura muito alta. A tendência é de aumento da demanda. Tudo o que é do segmento de refrigeração, se for bem dirigido e organizado, faz a empresa ir para cima.”

Novos investimentos, novas conquistas

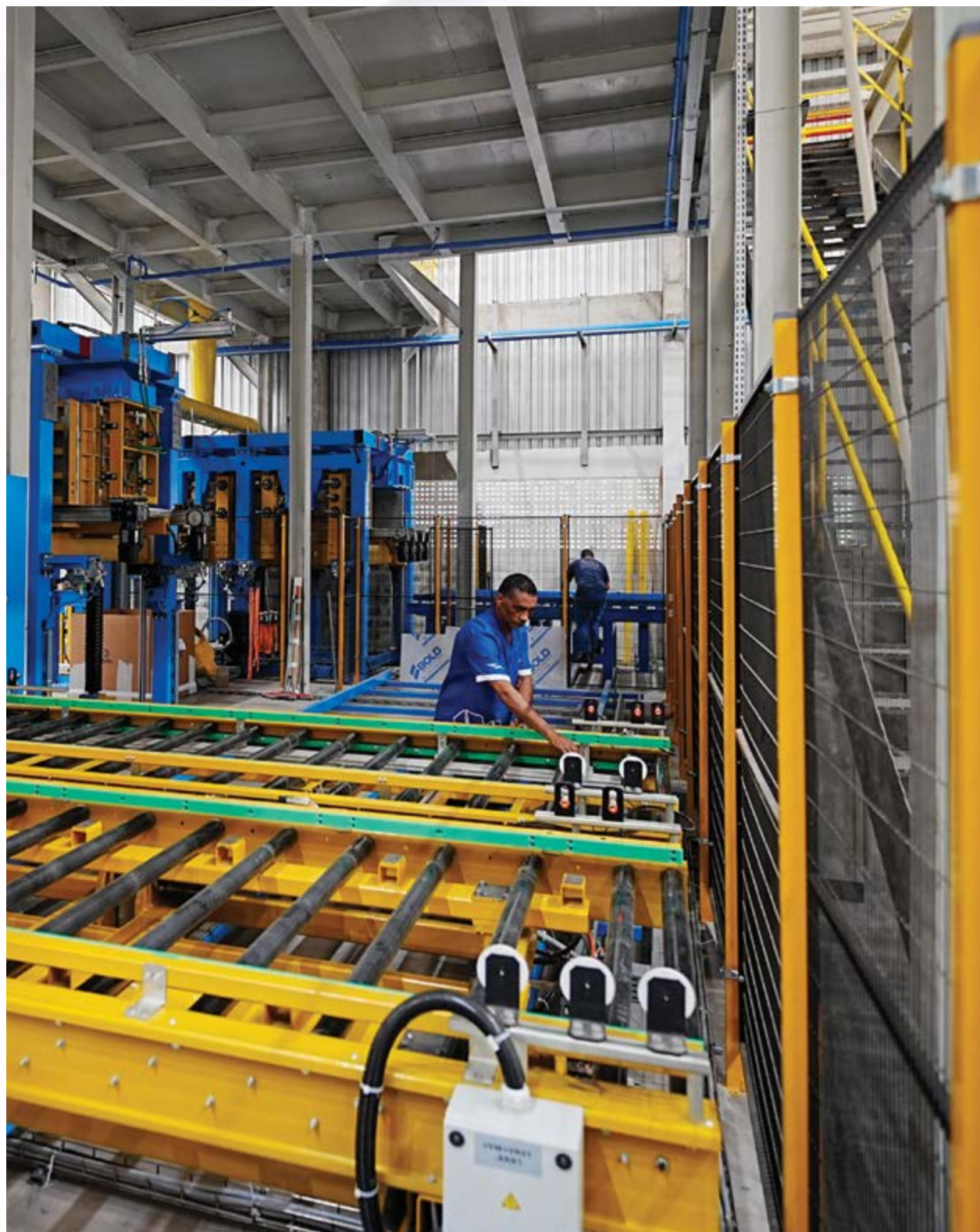


A FRICON celebra os 30 anos de operações no Brasil com festa, mas também com planos arrojados para o futuro. Um futuro que já se mostra presente na decisão da empresa de ampliar a linha de produção voltada aos equipamentos para o setor de supermercados. A exemplo do que aconteceu com a matriz portuguesa, no início dos anos 2000, a fábrica brasileira aponta sua bússola para um segmento em expansão no mercado nacional.

Hoje, é cada vez mais comum que os brasileiros façam compras em grandes mercados de atacarejo. Isso faz com que essa área tenha uma demanda maior por grandes equipamentos, como murais verticais – que têm cinco, seis portas de vidro – e ilhas de autosserviço – que se concentram nos corredores dos estabelecimentos.

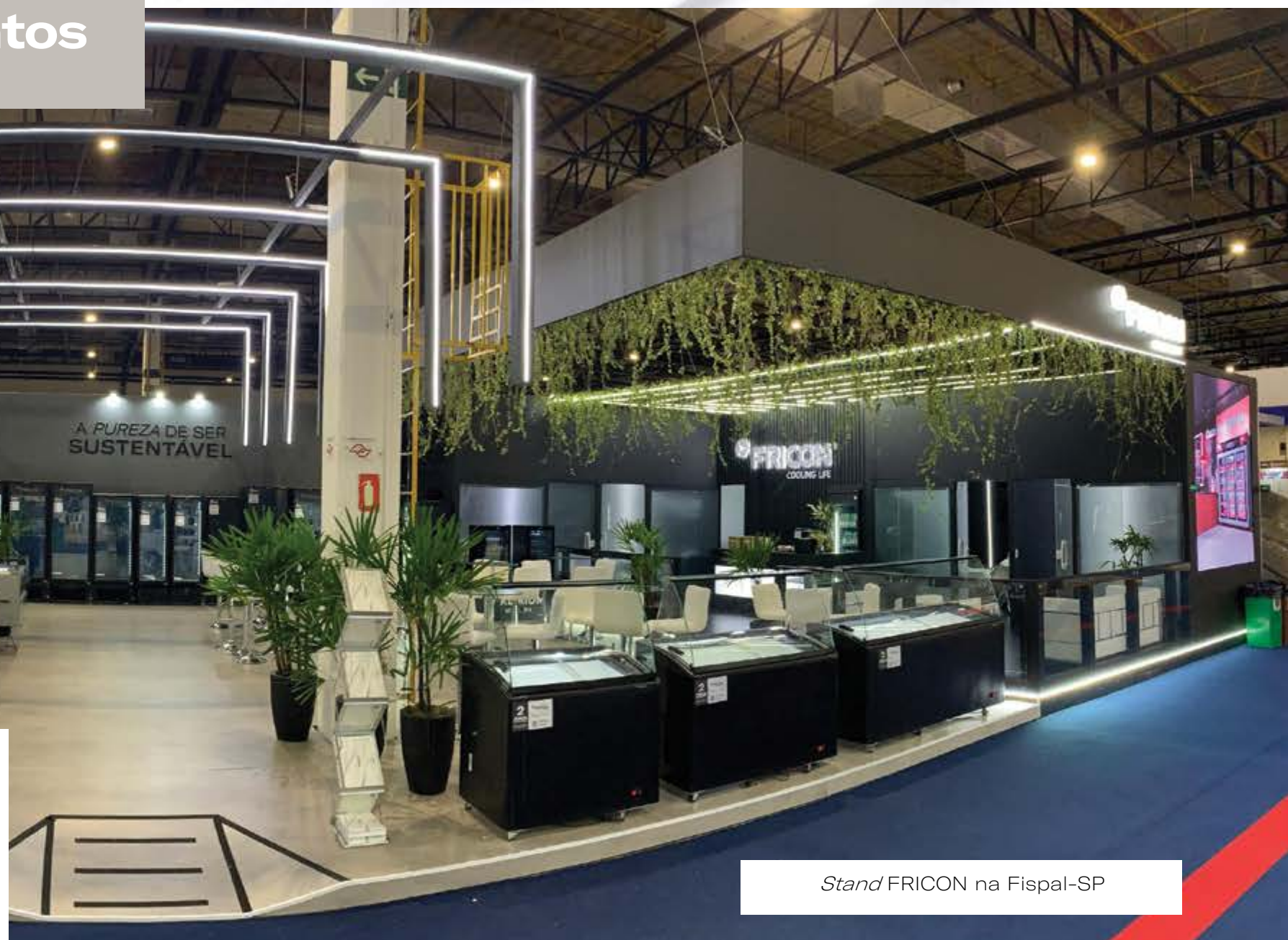
A nova linha de produção começou a operar em abril, com tecnologia de ponta trazida de Portugal e desenvolvida aqui também. Com ela, a fábrica será capaz de produzir em uma escala maior e com repetibilidade, conceito fundamental no mundo dos negócios e da indústria. Os equipamentos mais modernos conferem à fábrica a possibilidade de repetir um processo ou tarefa da forma mais consistente e confiável possível.

Como resultado da maior automação, os produtos ficam mais tecnológicos, com mais qualidade e durabilidade. Também apresentam uma maior economia de energia, característica indispensável em um planeta que vive a emergência climática. A expectativa da FRICON é de um crescimento de até 30% na participação dos produtos voltados para o segmento de supermercados. Atualmente, o maior volume de produção na empresa é na linha horizontal, voltada para o segmento de sorvetes, e na linha branca, com produtos direcionados para condomínios.





FRICON na vitrine de grandes eventos



Stand FRICON na Fispal-SP

De olho em novas oportunidades de mercado, a FRICON intensifica sua participação em feiras e convenções de negócios. A estratégia é fortalecer a presença da marca em eventos que reúnem líderes do setor, antecipar tendências e abrir espaço para a conquista de novos clientes.

Reconhecida pela inovação e pela qualidade de seus produtos, pelo compromisso com a sustentabilidade, a empresa vê nas feiras uma vitrine privilegiada para apresentar lançamentos, firmar parcerias e expandir sua rede comercial.

A expectativa é que, nos próximos anos, essas conexões impulsionem ainda mais o crescimento da FRICON no Brasil e no exterior, posicionando a empresa sempre na vanguarda de soluções para a refrigeração comercial.

Além de estreitar laços com diferentes perfis de clientes, a participação em eventos amplia a capacidade de diálogo com o mercado e reforça o compromisso da marca com a excelência e a inovação contínua.

Com uma agenda estratégica de eventos já programada, a FRICON aposta nas grandes feiras como motor para novos negócios e para a construção de alianças duradouras. Movimento corporativo que faz parte do perfil proativo da empresa nessas três décadas de Brasil.



Brasil e Portugal juntos na EuroShop 2023

Convenções apontam para o futuro



Na FRICON, cultivar a excelência vai além dos produtos e serviços. Também está na forma como a empresa constrói conexões com a equipe de colaboradores em todas as áreas. Uma das tradições mais significativas da trajetória da multinacional é a realização das convenções anuais com os promotores de vendas — encontros que simbolizam união, alinhamento e visão de futuro.

Os eventos são muito mais do que simples reuniões. São momentos estratégicos em que a equipe comercial é convocada para celebrar conquistas, apresentar resultados, compartilhar metas ambiciosas, estreitar relações, confraternizar e, principalmente, lançar um olhar conjunto sobre as inovações que impulsionarão o crescimento da empresa, sem jamais perder de vista a eficiência do atendimento.

No Brasil e em Portugal, o evento faz a diferença. Na edição 2025, em Pernambuco, foram apresentados avanços em soluções de

refrigeração sustentável, novas estratégias para fortalecer a presença internacional e *cases* de sucesso que inspiram e motivam.

A empresa também divulgou o seu novo momento digital, com a introdução da inteligência artificial no processo de vendas e uma atendente virtual. A iniciativa faz parte da estratégia da multinacional para modernizar o relacionamento com os clientes e tornar o atendimento mais ágil, personalizado e eficiente.

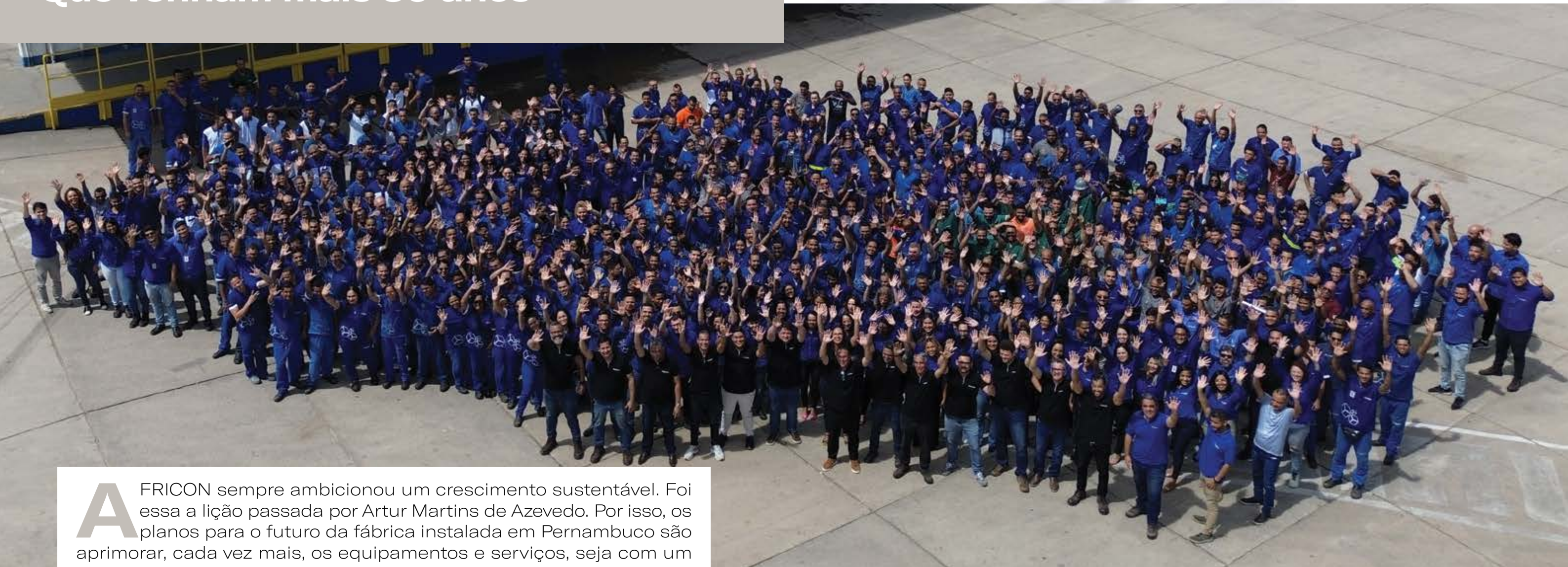
A convenção também é o palco onde ideias ganham voz e os colaboradores transformam-se em parte essencial das mudanças da empresa. Ano após ano, a FRICON reforça o compromisso com a excelência, promovendo um ambiente de troca, reconhecimento e motivação. Esses encontros reafirmam valores — inovação constante, foco no cliente e compromisso com a qualidade — e fortalecem o espírito de equipe que move a empresa.

Essa tradição consolida a FRICON como uma empresa que valoriza as pessoas e que acredita que o caminho para o futuro é trilhado com união, planejamento e inovação.

Na FRICON, cada convenção é um passo a mais rumo ao futuro mais conectado, mais inovador e, acima de tudo, mais humano.



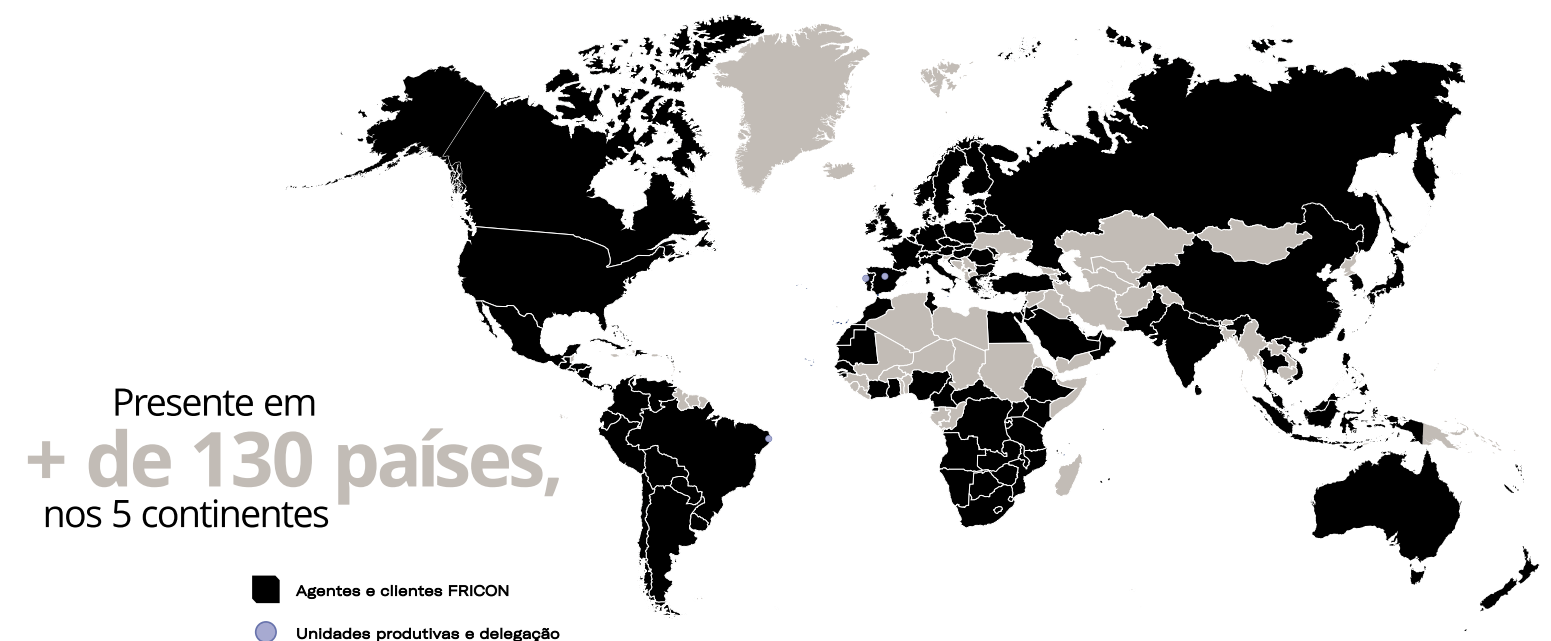
Que venham mais 30 anos



A FRICON sempre ambicionou um crescimento sustentável. Foi essa a lição passada por Artur Martins de Azevedo. Por isso, os planos para o futuro da fábrica instalada em Pernambuco são aprimorar, cada vez mais, os equipamentos e serviços, seja com um compressor mais eficiente ou uma tampa de vidro que vede melhor. E reforçar, claro, a atenção no pós-venda, buscando sempre uma maior proximidade com o cliente.

Por falar no cliente, ele pode esperar uma empresa ainda mais conectada às tendências globais, investindo fortemente em tecnologia, automação, digitalização e soluções que levem mais eficiência, inteligência e sustentabilidade ao mercado de refrigeração comercial. Lembrando que sustentabilidade também envolve a conscientização dos colaboradores com relação ao descarte de produtos, à reutilização da água nos processos, e até o tipo de embalagem usada para fazer chegar os produtos aos clientes, com o mínimo de plástico envolvido.

Ao longo dos anos, a FRICON passou a ser conhecida não apenas como uma fornecedora de produtos de refrigeração, mas como uma grande parceira de negócios. Tornou-se capaz de atender os clientes com mais velocidade, mais assertividade e mais foco nos resultados. Sem perder, contudo, o cuidado com as pessoas e o respeito pela história familiar da empresa. Com uma equipe sempre comprometida, não há dúvidas de que os próximos 30 anos serão tão grandiosos quanto os vividos até aqui.



Testemunhos



O crescimento não existe sem as pessoas.”

Artur Azevedo
Membro do Conselho de Administração
e Diretor de Pós-Venda

Artur Azevedo seguiu o exemplo do irmão mais velho, Rui. Em 2016, ele fez as malas, pegou um avião e chegou a Pernambuco para ajudar na administração da FRICON no Brasil. Tinha 23 anos. Passou por todos os departamentos e aprendeu “um pouco de tudo”. Hoje, além de participar do Conselho de Administração, também é Diretor de Pós-Venda, área fundamental para a satisfação do cliente.

“É muito gratificante ver o quanto continuamos crescendo, mesmo depois do meu pai ter partido, infelizmente muito cedo. Investiremos cada vez mais em tecnologia e em pessoas. Sem elas, o crescimento não existe”, diz o jovem diretor, que frequentemente é chamado de Arturinho (o equivalente português ao Arturzinho dos brasileiros) por funcionários com mais de 20 anos de casa e que o viram crescer dentro da fábrica, literalmente.

Artur Azevedo reforça a expectativa de crescimento no segmento dos supermercados com a nova linha de produção. “Teremos equipamentos voltados para esse segmento com a qualidade que já acostumamos nossos clientes. Além destes equipamentos terem sido desenvolvidos com tecnologia de ponta, estarão disponíveis por um preço super competitivo.”

“É uma grande realização pessoal e profissional.”

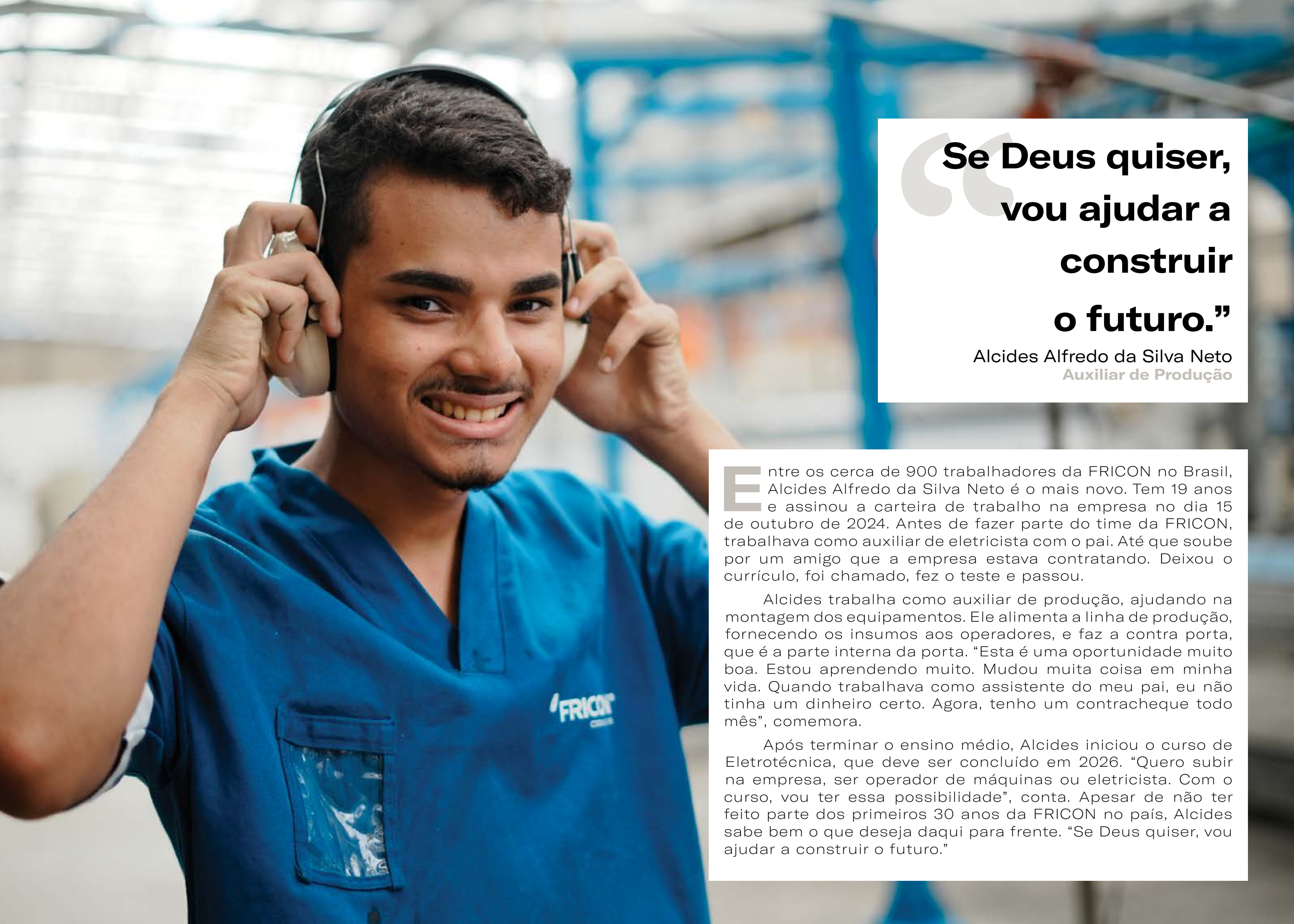
Márcio Campos
Superintendente de Negócios

A história de Márcio Campos na FRICON começou em 2 de maio de 2022, quando assumiu a Superintendência de Negócios. Ele chegou com a missão de transformar a área de negócios da empresa, nessa que é a primeira experiência dele em uma empresa do segmento de refrigeração comercial. “Posso afirmar que tem sido uma jornada intensa, desafiadora e extremamente enriquecedora.”

Márcio lembra que, desde o primeiro dia, encontrou uma equipe muito comprometida, uma marca sólida e uma empresa com um grande potencial de crescimento. Juntamente com os colaboradores, foram revistos processos e áreas foram integradas. Também foi possível fortalecer a cultura organizacional e profissionalizar, ainda mais, a estrutura da companhia. “Cada resultado alcançado foi fruto de muito trabalho em equipe, visão de longo prazo e muito comprometimento com o que a FRICON representa.”

Claro que os desafios são muitos, como em toda jornada de transformação. Mas eles resultam em inúmeros aprendizados e conquistas relevantes. “Participar deste momento emblemático dos 30 anos da FRICON no Brasil é motivo de orgulho. Fazer parte da construção do presente e do futuro de uma empresa com tanta história e relevância no mercado é, sem dúvida, uma grande realização pessoal e profissional.”





**“Se Deus quiser,
vou ajudar a
construir
o futuro.”**

Alcides Alfredo da Silva Neto
Auxiliar de Produção

Entre os cerca de 900 trabalhadores da FRICON no Brasil, Alcides Alfredo da Silva Neto é o mais novo. Tem 19 anos e assinou a carteira de trabalho na empresa no dia 15 de outubro de 2024. Antes de fazer parte do time da FRICON, trabalhava como auxiliar de eletricista com o pai. Até que soube por um amigo que a empresa estava contratando. Deixou o currículo, foi chamado, fez o teste e passou.

Alcides trabalha como auxiliar de produção, ajudando na montagem dos equipamentos. Ele alimenta a linha de produção, fornecendo os insumos aos operadores, e faz a contra porta, que é a parte interna da porta. “Esta é uma oportunidade muito boa. Estou aprendendo muito. Mudou muita coisa em minha vida. Quando trabalhava como assistente do meu pai, eu não tinha um dinheiro certo. Agora, tenho um contracheque todo mês”, comemora.

Após terminar o ensino médio, Alcides iniciou o curso de Eletrotécnica, que deve ser concluído em 2026. “Quero subir na empresa, ser operador de máquinas ou eletricista. Com o curso, vou ter essa possibilidade”, conta. Apesar de não ter feito parte dos primeiros 30 anos da FRICON no país, Alcides sabe bem o que deseja daqui para frente. “Se Deus quiser, vou ajudar a construir o futuro.”

Memórias afetivas



As imagens, captadas entre 1999 e 2013, integram o álbum de memórias afetivas da família Azevedo. Ora em almoços, ora em reuniões, ou simplesmente em fotos casuais na empresa, os registros refletem o clima fraterno de um time unido e colaborativo. As conexões Portugal-Brasil, construídas de forma visionária por Artur Martins de Azevedo, seguem firmes e fortes.



Recife - Pernambuco - Brasil
Maio - 2025

NOTA DA EDIÇÃO
A Frigocon S/A (Portugal) e a Mercofricon S/A (Brasil) são identificadas como FRICON nos textos deste livro por trabalharem quase que exclusivamente com esta marca.

Produção Editorial
Capibaribe Conteúdo

Projeto Editorial e Edição
Capibaribe Conteúdo
Catarina Lucrécia Araújo

Edição de Fotografia
Capibaribe Conteúdo
Daniela Nader

Textos
Tatiana Nascimento e Catarina Lucrécia Araújo

Revisão
Tatiana Nascimento

Projeto Gráfico, Diagramação e Tratamento de Imagem
Keops Ferraz

Fotografias
Arquivo/FRICON
Págs: 4; 5; 12; 13; 14; 16; 17; 18; 19; 20; 21; 29; 30; 33; 48; 62; 63; 64; 67; 82; 83; 84; 85.

Thiago Cavalcanti
Págs: 6; 7; 66.

Lucas Costa
Págs: 22; 23; 24; 25.

Daniela Nader
Pág: 28; 32.

Arthur de Souza
Págs: 31; 36; 38; 39; 40; 41; 42; 43; 44; 45; 48; 49; 50; 52; 65; 71; 72; 76; 77; 78; 79; 80; 81; 86; 87; 90; 93; 94; 100; 101.

Agência Ron/Divulgação
Pág: 60; 61.

FPF-PE/Divulgação
Pág: 66.

Paulo Almeida
Pág: 96; 97.

Expediente

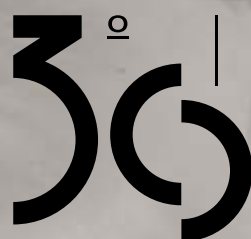


Tudo começa com um sonho

Às vezes, o sonho pode parecer pequeno. Outras vezes, é ousado, como foi o de Artur Martins de Azevedo. Em 1976, ele decidiu que abriria do zero uma empresa em Portugal. E mais: lançaria uma marca forte e inovadora de equipamentos de refrigeração e conservação de alimentos.

Artur Azevedo não tinha garantias. Tinha coragem. Tinha a confiança de quem sonhou junto com ele e acreditou que o projeto poderia dar certo. E deu.

Este livro revisita a trajetória da FRICON, trata de legado e convida o leitor a celebrar, junto com a gente, o marco dos nossos 30 anos de Brasil.



Unindo pessoas,
refrescando o Mundo