

## DO CORAÇÃO DO BRASIL PARA O CORAÇÃO DO MUNDO

*Fundada em 1934, a Perdigão é uma das maiores empresas brasileiras do ramo alimentício. Com foco na criação, produção e abate de aves, suínos e bovinos, industrialização e/ou comercialização de produtos processados, massas, vegetais congelados e derivados de soja, produz mais de 2.500 itens, comercializados no Brasil e em mais de 110 países.*



**N**os primeiros anos da década de trinta, no meio-oeste de Santa Catarina, descendentes de duas famílias de imigrantes italianos - os Ponzoni e os Brandalise - estabeleceram um pequeno negócio, cujo crescimento deu origem a um dos maiores complexos agroindustriais do mundo. Isso aconteceu em 1934, quando foi inaugurado em Vila das Perdizes, às margens do Rio do Peixe, um armazém de secos e molhados com o nome de Ponzoni, Brandalise & Cia., negócio que deu origem à Perdigão. Em 1939, a empresa iniciou suas atividades industriais com um abatedouro de suínos e, em 1941, criou o logotipo

que traz um casal de perdizes, utilizado até os dias de hoje. Ainda na década de 40, o abate de suínos alcançou a marca de 100 animais/dia, o que exigiu a melhoria tecnológica dos equipamentos do frigorífico. Para expandir os negócios através do processamento das peles de suínos próprias e de terceiros, a Ponzoni, Brandalise & Cia. adquiriu a Sociedade Curtume Catarinense (mais tarde Curtume Perdigão). Em 1945,



os negócios com comércio, indústria e curtume foram agrupados em uma sociedade anônima, que passou a denominar-se Ponzoni, Brandalise S.A. Comércio e Indústria.

Consolidada a atividade comercial e de processamento de suínos, os investimentos da empresa, em 1954, direcionam-se para a agropecuária, com a construção da Granja Santa Gema, em Videira, SC, voltada à produção de animais de alta linhagem. Em 1955, teve início o abate de aves, cuja atividade era realizada de forma artesanal nas dependências do frigorífico de suínos.

Em 1958, a empresa recebeu a denominação de Perdigão S.A. Comércio e Indústria.

Na década de 60, a Perdigão deu

um enorme salto em qualidade e tecnologia. Com o abate industrial alcançando a marca de 500 aves/dia, comercializadas resfriadas em São Paulo, a Perdigão instalou, em 1963, laboratórios para o controle microbiológico e físico-químico dos produtos nas unidades industriais. Estes laboratórios foram os embriões das áreas de Controle da Qualidade e de Pesquisa & Desenvolvimento da empresa.

A década de 70 foi marcada por aquisições e expansões físicas.

Nos anos de 1975/1976, foi construído o primeiro abatedouro exclusivo para aves, em Videira, SC. Nessa época, a Perdigão foi uma das pioneiras na exportação de carne de frango do Brasil, cujo destino era a Arábia Saudita.

Em 1979, com a finalidade de oferecer ao mercado uma alternativa diferenciada de consumo de carne de aves, a Perdigão importou dos Estados Unidos as primeiras matrizes da espécie *Gallus gallus* e deu início a um programa de melhoramento genético com o objetivo de desenvolver uma ave especial com 70% de suas carnes concentradas no peito e nas coxas. Era o nascimento da marca Chester®, que teve sua linha de produtos lançada em 1983, sendo pioneira em produtos industrializados com baixo teor de gordura.

Em 1989, lançou a linha Turma da Mônica, pioneira no Brasil no segmento de produtos industrializados de carnes com baixa condimentação.

Em 1997, a Perdigão lançou uma linha de vegetais congelados com a marca Escolha Saudável. Os produtos, importados da Bélgica, eram congelados pelo moderno processo IQF.

Em 1999, a empresa entrou no mercado de massas prontas congeladas com a linha Toque de Sabor. O primeiro produto lançado foi a lasanha à bolonhesa.

Em 2000, a Perdigão comprou 51% do controle acionário do Frigorífico Batávia e o manteve como empresa independente. O investimento marcou a entrada da Perdigão no mercado de carne de peru e deu início a uma parceria na área de distribuição na



América do Sul com a Parmalat. Também nesse ano, foi lançada a linha de pizzas prontas congeladas *Apreciatta*. O ano 2000 marcou também a abertura do primeiro escritório da Perdigão no exterior, em Londres, na Inglaterra.

Em 2001, além de lançar a linha *Light & Elegant* de produtos derivados de peru, sendo pioneira na fabricação de alimentos com baixo teor de sódio, a Perdigão adquiriu os 49% restantes do controle acionário do Frigorífico Batávia e o incorporou à Perdigão Agroindustrial S.A., mantendo a marca *Batavo* no mercado.

O ano de 2002 foi marcado por inovações e lançamentos. A Perdigão deu mais um importante passo em seu processo de internacionalização com a abertura de um escritório em Dubai, nos Emirados Árabes.

A empresa inovou mais uma vez, entrando no segmento de sobremesas prontas congeladas, com o lançamento das pizzas doces da linha *Apreciatta*. Além disso, lançou duas novas linhas de produtos, as tortas *Apreciatta* e os folhados *Perdigão*, ambos na versão salgada.

Em 2004, a Perdigão lançou o *chicken PopCorn* - “pipoca de frango”, cubinhos de frango empanados e congelados, prontos para consumo. Além disso, entraram em operação escritórios de vendas em Cingapura e Tóquio, que ampliaram a participação da Perdigão no mercado local e fortaleceram o projeto de internacionalização da empresa.

Em 2005, depois de três anos de muitas pesquisas dos profissionais das áreas de marketing e tecnologia

da Perdigão, chegou às gôndolas dos supermercados a primeira margarina produzida especialmente para o público infantil - *Turma da Mônica* - e uma versão tradicional com a marca *Borella*.

Em 2006, a Perdigão estreou no Novo Mercado da Bovespa e adquiriu 51% do capital social da *Batávia S/A Indústria de Alimentos*, entrando no mercado de lácteos em parceria com a *Cooperativa CCLP - Cooperativa Central de Laticínios do Paraná* - e *Agromilk*, que continuaram mantendo 49% do capital da *Batávia*.

Em 2007, entrou no mercado de *pet food*, com o lançamento das rações para cães das marcas *Balance* e *Supper*.

Em 2008 adquiriu a *Eleva* (antiga *Avipal*). A compra da totalidade das ações detidas pelos acionistas controladores da *Eleva* possibilitou a formação de um dos maiores conglomerados de alimentos da América Latina, com forte atuação na exportação de carnes e lácteos.

## A PERDIGÃO HOJE

A Perdigão é uma das maiores empresas de alimentos da América Latina. Ocupa o terceiro lugar em abate de aves e está entre as 10 maiores em abates de suínos no mundo, sendo também uma das principais empresas brasileiras na captação de leite.

Com receita bruta de R\$ 7,8 bilhões, registrada em 2007, atua nas áreas de carnes e de lácteos, além dos segmentos de massas prontas, tortas, pizzas, folhados e vegetais congelados. Desde o início de suas

atividades industriais com um abate-douro de suínos em 1939, a inovação tornou-se seu lema. E é esta determinação que reflete o seu portfólio de mais de 1.500 itens, destinados para os mercados interno e externo, com diversas marcas, entre as quais se destacam Perdigão, Batavo, Elegê, Perdix, Chester e Cotochês.

A empresa tem expressiva participação nos segmentos de congelados e industrializados de carne, com marcas líderes, como é o caso de Chester, que designa toda uma linha de produtos originários de aves especiais, que já se tornou sinônimo de categoria de produto. Com as marcas Batavo e Elegê, destaca-se no segmento de lácteos, com linha inovadoras.

A presença da Perdigão nos segmentos de massas prontas, tortas, pizzas,

folhados e vegetais congelados também é marcante.

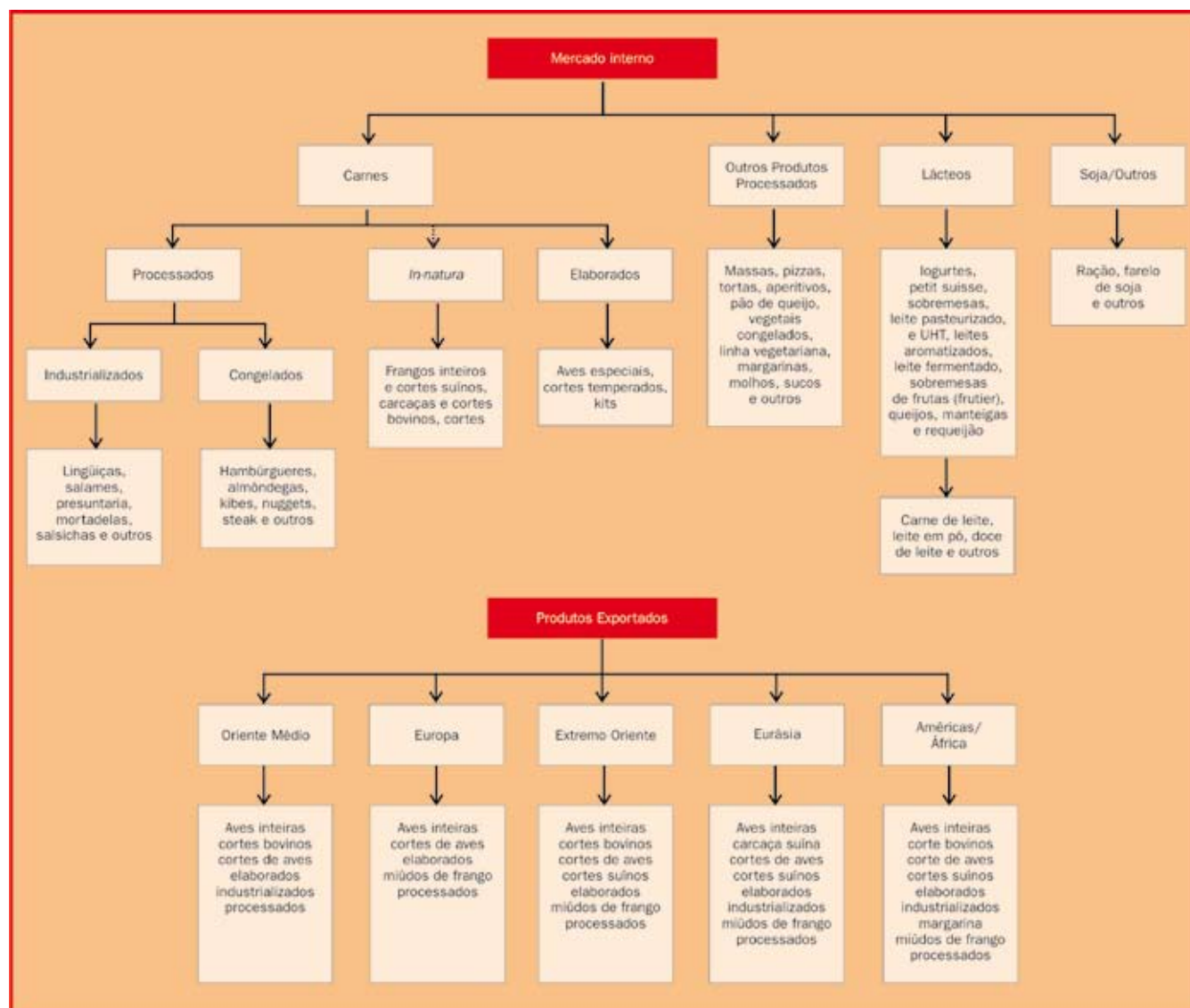
Atualmente, a Perdigão opera unidades industriais em oito Estados brasileiros, além da Argentina, Inglaterra, Holanda e Romênia. Possui escritórios comerciais instalados na Inglaterra, Holanda, Hungria, Espanha, Áustria, Itália, França, Rússia, Emirados Árabes Unidos (Dubai), Cingapura, Japão e Ilha da Madeira (Portugal), além de centro de distribuição na Holanda.

## MARCAS & PRODUTOS

A Perdigão é composta pelas divisões de negócios Perdigão, Perdix, Batavo, Elegê, Bovinos, Cotochês e Avipal.

A divisão Perdigão inclui as marcas Apareciatta, composta por pizzas em diversos sabores; Becel, que inclui

margarinas ricas em poliinsaturados ômega 3 e 6; Boas Festas!, composta por carnes nobres, de pernil e lombo, e pela lasanha de bacalhau; Chester, tradicional ave chester diferenciada das demais por possuir uma carne tenra, macia e succulenta, dando um excelente rendimento, devido a 70% de suas carnes nobres estarem concentradas no peito e nas coxas; Claybom, marca de margarina lançada em 1950; Delicata, linha de margarinas; Dorian, a primeira margarina cremosa do País; Light & Elegant, composta por produtos *light*; Ouro, que reúne as mais tradicionais receitas do mundo em produtos preparados com cuidado artesanal; e Turma da Mônica, destinada ao público infantil e composta por produtos saudáveis e divertidos, produzidos com matérias-primas sele-



cionadas, corantes naturais, tempero suave e baixo teor de gordura.



A divisão Batavo inclui as marcas Batavinho, Batavito, Bio Fibras, Chocho Milk, Pense Light, Kissy, Naturis, Creamy e Fruitier, sendo composta pela linha de frios e lácteos. Na linha de frios podem ser encontrados aperitivos, apressentados, aves natalinas, bacon e costela, cortes congelados de peru, derivados de peru, empanados, hambúrgueres, lingüiças, mortadelas, patês, pizzas, pratos prontos, presuntos, salames, salsichas, salsichão e vegetais.

Já a linha de lácteos inclui iogurtes, leite fermentado, leites, leites aromatizados, manteiga, creme de leite, molhos, soja em grãos, creme de soja, achocolatados de soja, sucos e sobremesas, *petit suisse*, e sobremesas.

# Elegê

A divisão Elegê integra as marcas Elegê, Kid's, Veg, Balance, Yogê, Foodservice, Yobon, Dobon, El Vaquero, e Santa Rosa. A linha Elegê é composta por bebidas lácteas, doce de leite, iogurtes, leites, leites especiais, molhos, requeijões, creme de leite, produtos para *foodservice*, leite condensado, leite em pó, manteiga e queijo.

A linha Kid's é destinada ao público infantil e inclui achocolatados, leite integral em pó e bebidas lácteas.

A Veg é uma linha de produtos à base de soja, 100% naturais, com 0% de gordura e 0% de colesterol.

Balance é uma linha de produtos com benefícios funcionais. Entre os produtos estão leite UHT desnatado com vitaminas A e D, leite em pó, e iogurtes para beber ricos em fibras.

Yogê é a linha de iogurtes que alia sabor e benefícios nutricionais.

A linha Foodservice inclui produtos como soro de leite em pó industrial, creme de leite pasteurizado, manteiga, leite condensado, leite em pó desnatado instantâneo, queijo parmesão e doce de leite tradicional.

As marcas Yobon, Dobon, El Vaquero e Santa Rosa disponibilizam, respectivamente, bebidas lácteas, complemento lácteo e doce de leite, queijos, e manteiga.

A divisão Bovinos nasceu com a aquisição, em 2007, da unidade de Mirassol d'Oeste, no Mato Grosso. Com ela, a Perdigão ampliou sua atuação na atividade de bovinos, uma das metas estabelecidas em seu plano estratégico até 2011. Já estão em fase final obras de ampliação, que elevarão gradativamente a capacidade de abate para duas mil cabeças/dia. O foco principal serão as exportações. Hoje o frigorífico já exporta para a Rússia, Emirados Árabes e países como Angola e Caribe, entre outros. A expertise alcançada pela Perdigão em sua trajetória na distribuição e comercialização de carnes, além de produtos frigorificados, credenciou a empresa a intensificar seus negócios no mercado de bovinos, otimizando os canais já consolidados especialmente no mercado internacional. A empresa demanda ainda volume expressivo de carne bovina na elaboração de alguns produtos representativos de seu *mix* (hambúrgueres, almôndegas, quibes e outros) e poderá utilizar a unidade de Mirassol d'Oeste como uma de suas fontes abastecedoras.

A Cotochês foi adquirida pela Perdigão em abril de 2008. Sua linha de produtos inclui leites UAT integral e desnatado, leite em pó integral e desnatado, requeijão tradicional e *light*, queijo Minas padrão e frescal, queijo prato, queijo mussarela, manteiga, creme de leite, iogurte com polpa de frutas, *petit suisse*, bebidas lácteas e bebidas lácteas vitaminadas.

A Avipal (atual Eleva) foi adquirida pela Perdigão em fevereiro de 2008. Sua linha inclui produtos de

frango e suínos, inteiro, cortes e industrializados, bem como as marcas L'Ami, Al Badiya e Brazili, que comercializam produtos de frangos com exclusividade no mercado externo.

## NOVIDADES 2008

**Combinação perfeita.** A Elegê, uma das principais marcas da Perdigão, acaba de lançar o iogurte Polpa Elegê. Primeiro produto da marca para ser consumido com colher; o lançamento reúne a melhor combinação de frutas selecionadas ao já reconhecido leite Elegê. O iogurte Polpa Elegê chega ao mercado brasileiro em duas versões. A primeira combina o sabor morango ao *mix* mamão com laranja. Há ainda uma versão com os sabores ameixa e morango dividindo a mesma bandeja. Ambas vêm em embalagem de 540g, com seis unidades.

**Novos sabores de lasanhas.** Garfield, o gato mais carismático das histórias em quadrinhos, também é apaixonado por lasanhas e, a partir de agora, estará estampado nas embalagens da lasanha à bolonhesa e da lasanha de frango desfiado Batavo, uma das marcas da Perdigão. Com o mesmo sabor caseiro e praticidade de preparo dos demais pratos prontos da marca, os lançamentos chegam às gôndolas em duas versões; Garfield à bolonhesa está disponível em tamanho familiar (1,5 kg) e porção individual (350g), enquanto o sabor frango desfiado vem em embalagem com 650g, ideal para duas pessoas. Os pratos têm preparo rápido e fácil, e podem ser levados diretamente do congelador para o forno ou microondas.

**Naturis vegetal.** Para levar o mesmo sabor e qualidade dos produtos do campo à mesa dos consumidores, a Batavo, uma das marcas da Perdigão, lança a linha de congelados Batavo Naturis Vegetal. Após o sucesso da Naturis para produtos à base de soja, a linha foi ampliada para o segmento de vegetais congelados com o lançamento das opções



Brócolis, Ervilha, Mix de Legumes e Aipim Palito. Os vegetais são pré-cozidos e congelados, o que garante praticidade e rapidez em seu preparo – já que vão ao fogo sem descongelar. Naturis Vegetal Brócolis e Naturis Vegetal Ervilha chegam em embalagens com 400g. Já o Mix de Legumes e o Aipim Palito estão disponíveis em embalagens com 300g.

**Yakisoba e bife à parmegiana.** A Perdigão foi buscar em pratos étnicos muito apreciados pelos brasileiros a receita de sucesso para dois importantes lançamentos da marca. O yakisoba, tradicional prato da culinária oriental, e os bifês à parmegiana de carne, exclusivo da marca, e de frango, preparados com carnes tenras que remetem à culinária italiana. De origem chinesa, o Yakisoba Perdigão é fiel à receita tradicional. Com este lançamento, a empresa homenageia os 100 anos da imigração japonesa no Brasil. O prato é preparado com macarrão, legumes, cebola, carnes de frango e bovina, finamente fatiadas, e temperado com o molho de soja na medida certa. Apresentado congelado em embalagens de 500 gramas, não precisa mais do que 6 minutos para ser aquecido no microondas, quando resfriado, ou 25 minutos em forno convencional, e serve duas pessoas. Já o bife à Parmegiana que chega ao mercado nos sabores de Carne Bovina e de Frango. Ambos são preparados com carnes macias e suculentas, cobertas com queijo mussarela e regadas com molho ao sugo, feito à base de tomates com manjerição e orégano. Acondicionados em bandejas para forno ou microondas, que também podem ir à mesa, os pratos são apresentados congelados, em embalagens

de 500 gramas, e servem duas pessoas. Quando



resfriados, ficam prontos em 7 minutos no microondas e em 25 minutos no forno convencional.

**Pizzas em novos sabores.** A mais recente atração da linha Apresiasiata é a clássica pizza lombo com catupiry, que traz finas fatias de lombo, macio e suavemente temperado, com generosas camadas do inconfundível requeijão. Crocante por fora e macia por dentro, a massa é um dos grandes diferenciais deste produto. Baseada em uma das mais tradicionais receitas de pizza, o novo sabor é resultado da seleção dos melhores ingredientes, aliado ao capricho artesanal e aos mais avançados recursos tecnológicos, que juntos conferem qualidade e sabor inconfundível. A pizza lombo com catupiry complementa um portfólio que conta com dez sabores tradicionais, entre os quais, Mussarela, quatro queijos, calabresa, frango com catupiry, mortadela tipo bologna, marguerita, presunto e champignons, além do calzoni, a pizza fechada. Com peso médio de 460g, as pizzas Apresiasiata ficam prontas entre 13 e 18 minutos, em média.

A linha de pizzas da marca Batavo também traz uma nova opção para o consumidor: O mais recente lançamento dessa família é a versão meia calabresa e meia mussarela, que reúne, em um só produto, dois dos sabores mais apreciados pelos consumidores. Reconhecida pela maciez e recheio farto, as pizzas Batavo são encontradas nos sabores meia frango com catupiry meia calabresa, mussarela com bacon, portuguesa, presunto de peru, frango com catupiry, calabresa granada e calabresa moída. Em embalagens



de 460 gramas, podem ser preparadas em forno convencional por 15 minutos, em média.

**Presunto Linha Ouro.** Para complementar a linha *premium* Ouro, a Perdigão resgata a tradição das melhores experiências gastronômicas do mundo e lança o presunto cozido e defumado Ouro. Elaborada com pernil inteiro sem osso, levemente defumado, a novidade preserva as características originais da carne, pois é produzida artesanalmente, seguindo rigorosas tradições europeias. Apresentado em peças

de aproximadamente 6 kg, para ser fatiado em pontos-de-venda, o lançamento conta com sabor sofisticado e aroma único, que atende aos mais exigentes paladares, além de consistência firme, que mantém a umidade e proporciona excelente rendimento. Um dos destaques da Linha Ouro é a mortadela, que está entre as líderes de sua categoria. Elaborada dentro dos mais rigorosos padrões de qualidade, é produzida a partir das melhores carnes suína e bovina, com condimentação ideal que mantém a tradição das mortadelas produzidas na Itália. A salsicha Frankfurt, recente lançamento da linha, é outro item destinado a paladares exigentes. O produto tem 100% de carne nobre suína, defumada, cor mais clara, típica da receita alemã original, com um leve toque de páprica.

É recomendada para ser consumida como aperitivo. Completam a linha Ouro, os presuntos italiano tipo parma e espanhol tipo serrano. Copa, salames e lingüiças especiais também são produzidos com os mesmos padrões e cuidados.

## A PERDIGÃO EM NÚMEROS

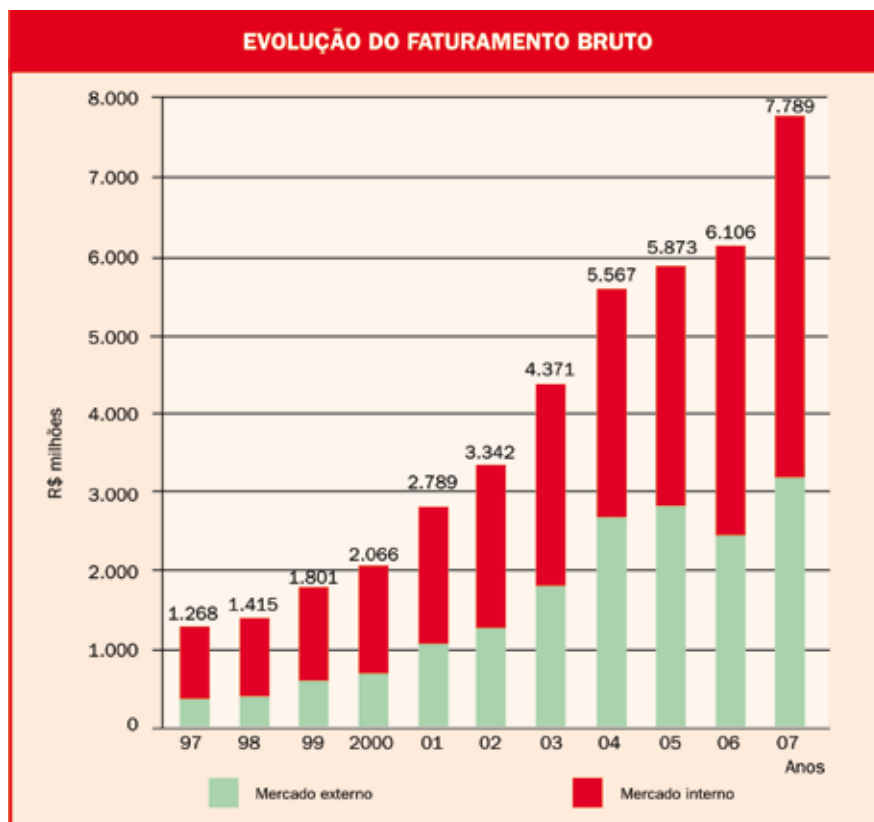
Em 2007, o mercado interno atingiu R\$ 4,6 bilhões, equivalentes a um desempenho 25,9% superior ao registrado em



2006. Desse total, R\$ 3,8 bilhões foram resultantes dos produtos processados, 22,3% superior em volumes e 26,1% maior em receitas, permanecemos com nosso foco estratégico voltado para os produtos de maior valor agregado, o que, aliado a um cenário doméstico mais favorável, resultou na participação de 83,3% das vendas desses produtos no mercado interno. As vendas de carnes cresceram 4,1% em volumes e 13% em receitas, enquanto os produtos processados de carne tiveram um desempenho 10,5% maior em volumes e 15,1% em receitas, quando comparados a 2006.

Já os produtos *in natura*, que foram redirecionados ao mercado externo, registraram uma queda da ordem de 32,7% em volumes e 5,1% em receitas no mercado interno. Os produtos lácteos foram responsáveis por 18,1% das receitas contabilizadas em vendas do mercado doméstico, com crescimento de 71,4% em volumes e 88,4% em receitas. Os outros produtos processados, como massas, pizzas, pães de queijo, vegetais congelados, linha vegetariana à base de soja e margarinas, aumentaram 84,2% em volumes e 60,6% em receitas. Os preços médios contribuíram para a boa performance em receitas totais, registrando crescimento de 8,2% em carnes e 8,6% em lácteos.

Entre os produtos com a marca Perdigão, o segmento de pratos prontos (massas) atingiu o maior *market share* do ano, com 41,9% de participação, seguido de perto pelo segmento de pizzas, com 36,4%, e congelados de carne, com 35,8%. Na categoria de lácteos, o



Produto	Mercado Interno	Mercado Externo	Total
<b>Carnes</b>	<b>3.120</b>	<b>3.194</b>	<b>6.314</b>
<i>in natura</i>	279	2.395	2.674
elaboradas/processadas	2.841	799	3.640
<b>Lácteos</b>	<b>832</b>		<b>832</b>
leites	243		243
lácteos/sucos/outros	589		589
<b>Outros processados</b>	<b>392</b>	<b>6</b>	<b>398</b>
<b>Soja/outros</b>	<b>245</b>		<b>245</b>
	<b>4.589</b>	<b>3.199</b>	<b>7.789</b>

destaque do ano foi a liderança alcançada pela marca Batavo no segmento de leites fermentados, com 31% de participação de mercado. A marca se manteve em 2007 na liderança de refrigerados lácteos na Região Sul, com 15,3%, e vice-líder na Região Nordeste, com 11,4% de participação.

No mercado externo, as exportações atingiram R\$ 3,2 bilhões em 2007, um crescimento de 30% em receitas, apesar do impacto gerado pela apreciação de 17% do Real frente ao Dólar norte-americano. Em volumes, o desempenho do segmento de carnes representou

um total de 824,8 mil toneladas, 18,6% a mais do que em 2006. Já os processados de carnes alcançaram índices 33% superiores em volumes e 45,2% maiores em receitas. Os outros produtos processados tiveram desempenho 36% maior em receitas e 67,3% a mais em volumes. Foi dado início às atividades do frigorífico de bovinos da empresa, na cidade de Mirassol d'Oeste, no Mato Grosso, com produção voltada prioritariamente para o mercado externo, operando com capacidade inicial de 500 cabeças/dia, com aumento do abate para 2 mil cabeças em 2008. ■