

Perdigão e Sadia criam Brasil Foods

Juliana Welling

Já está quase finalizada a parceria entre a Perdigão e a sua concorrente Sadia. Segundo fonte do propmark, o anúncio de fusão das duas empresas deverá ser feito nesta segunda-feira (18), por volta das 14h. Ainda conforme fonte, por conta de ajustes na Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a divulgação da joint venture que já deveria ter sido concretizada no último dia 15 teve de ser protelada.

A união das duas companhias dá origem a Brasil Foods, empresa que se caracterizará como a maior exportadora de produtos de carnes processadas do mundo. Segundo informações divulgadas na mídia, a empresa será, ainda, a terceira maior exportadora brasileira, atrás somente de Petrobras e Vale. E com a nova empresa, os percentuais concedidos para as duas partes deverão ficar na base de 30% para a Sadia e de aproximadamente 70% para a Perdigão. Ainda assim, depois de firmado o negócio, as companhias terão que aguardar aprovação do Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica).

Procuradas pelo propmark, tanto Sadia quanto Perdigão não confirmaram até o fechamento desta edição tais informações.

Especula-se, ainda, que a BRF terá dois co-residentes em seu conselho de administração: Nildemar Secches, da Perdigão, e Luiz Fernando Furlan, da Sadia.

Na semana passada, tanto a Sadia quanto Perdigão divulgaram seus balanços financeiros referentes ao primeiro trimestre de 2009. Ambas as companhias apresentaram perdas. A Sadia, por exemplo, apresentou prejuízo líquido de R\$ 239,2 milhões. No mesmo período de 2008, a empresa havia obtido lucro líquido de R\$ 248,2 milhões. Vale lembrar que, em 2008, a Sadia anunciou prejuízo de R\$ 760 milhões devido a operações ligadas ao dólar que, diante da crise econômica internacional, obteve alta volatilidade de cotação.

Ainda conforme as informações divulgadas pela Sadia, as vendas no Brasil cresceram 10,3%. A receita obtida no País somou R\$ 1,7 bilhão, crescimento de 22,7% em relação ao primeiro trimestre de 2008. Já a receita bruta de Sadia neste primeiro trimestre foi de R\$ 2,9 bilhões, valor 8,1% superior ao ano passado.

Nos primeiros três meses de 2009, a Perdigão também registrou perda líquida de R\$ 226 milhões. No ano passado, a empresa registrou lucro de R\$ 51 milhões. A receita bruta, porém, foi de R\$ 3 bilhões, valor que representa crescimento de 7%.

IMPACTOS

Segundo estudo da consultoria Econômica, a fusão de Sadia e Perdigão dará origem a maior processadora de carne de frango do mundo em faturamento. Conforme o levantamento, a receita líquida das companhias seria de aproximadamente US\$ 9,5 bilhões. O estudo também aponta que a parceria tornará as empresas um dos maiores grupos do setor de alimentos das Américas.

Do ponto de vista da concorrência, já que a fusão de Sadia e Perdigão transformaria as companhias em verdadeiras gigantes do setor, **Frederico Turolla**, professor do departamento de economia da **ESPM**, afirma que, nem sempre, grande concentração de mercado significa baixa concorrência. "Obviamente que uma fusão como esta gera preocupações. Mas nem sempre há baixa concorrência em um mercado concentrado. Como tanto a Sadia e Perdigão são atuantes em diversos segmentos de mercado, tenho a impressão de que terão competidores ameaçadores. E isso poderá garantir, por exemplo, que não haja abuso de preços", explica Turolla.

Neste sentido, ele não acredita que, à primeira vista, a fusão cause prejuízo ao consumidor. "O Cade existe com a finalidade de evitar aumento de preços. Neste primeiro momento, não vejo a parceria como algo preocupante. Mas caso haja aumento, o Cade poderá impor restrições

como a obrigatoriedade de venda de marcas das companhias ou de fábricas das empresas, por exemplo," afirmou Turolla.

Em relação à comunicação, Marcos Machado, professor de gestão de marcas do MBA da **ESPM**, acredita que deverá haver o reposicionamento de uma das marcas, Perdigão ou Sadia. E o atual reposicionamento de Perdigão (veja abaixo) não parece ser, segundo Machado, uma estratégia relacionada a tal fusão. "Não acho que uma marca irá se sobrepor à outra, pois as duas estão presentes em mercados gigantes. No caso da fusão da Brahma com Antarctica, que deu origem à AmBev, a marca Antarctica foi reposicionada. Talvez haja processo semelhante", observou Machado.

Fonte: Propmark, São Paulo, 18 maio 2009, p. 3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais