

PERDIGÃO LANÇA SALSICHA EXCLUSIVA NO RIO GRANDE DO SUL

Produto dispensa o uso do urucum, corante natural que dá a coloração característica ao alimento, para atender uma demanda específica do mercado gaúcho



05/11/2018 18h26



A salsicha é um dos alimentos mais democráticos do mercado por oferecer um custo benefício competitivo. No Brasil, a Perdigão é uma das líderes na venda do produto. Embora consolidado, o mercado de salsichas ainda oferece boas oportunidades e, diante dessa realidade, a Perdigão lançou com exclusividade no Rio Grande do Sul uma opção sem corante.

A nova salsicha Hot Dog Perdigão tem o mesmo sabor e a textura da versão convencional, porém, sem o corante natural urucum, responsável pelo tom avermelhado do produto. “É hábito do gaúcho consumir salsichas sem corantes, diferente dos demais Estados do país. Com base em pesquisas de mercado, enxergamos uma oportunidade de conquistar esse público”, explica Pedro Fernandes, gerente de marketing da BRF.

A versatilidade do produto, que será comercializado em embalagens de 500 gramas, é um dos principais atrativos da salsicha. “A Perdigão tem um portfólio que proporciona maior praticidade ao dia a dia de quem vê a comida como forma de reunir pessoas em diferentes ocasiões de consumo, seja no almoço, lanche ou jantar. A nova salsicha Hot Dog sem corante da marca segue exatamente essa proposta”, ressalta Fernandes.

A Perdigão ainda oferece outras opções de salsichas ao mercado, em diferentes sabores e tamanhos, tais como, Salsicha de Frango 5kg, Salsicha Hot Dog de 5 kg, 2,8 kg e 500 g, Salsicha Hot Dog de Frango 500 g, Salsicha Viena 500 g e Salsicha Hot Dog sem corante 2,8 kg.

Mercado de salsichas

A Perdigão pertence à BRF, que é uma das maiores companhias de alimentos no mundo e a maior fabricante de salsichas no Brasil. De acordo com levantamento realizado pela consultoria de mercado Nielsen, a

empresa responde por cerca de 50% das vendas no país. Além disso, suas marcas possuem 74% da preferência dos consumidores de salsichas, segundo o *Brand Tracking Consumer Engagement - 2016*, da consultoria Ipsos.

