

ESTUDO DE CASO

ABRINDO AS GAIOLAS

2ª EDIÇÃO

ALI •
ANI
MA •

Índice

Sobre a Alianima 03

Sobre o Observatório Animal 04

Introdução 05

Metodologia 06

Planalto Ovos 07

Sunny Eggs 16

Ovos Mombuca 23

Conclusões 31

Contatos 32





Sobre a Alianima

A **Alianima** é uma organização sem fins lucrativos que busca entender os principais gargalos que a cadeia de produção animal enfrenta, por meio de um relacionamento cooperativo e contínuo com líderes da indústria alimentícia.

Desenvolvemos parcerias, consultorias e suporte técnico gratuitos para as empresas comprometidas em melhorar as condições de vida dos animais, de modo a auxiliar no processo de implementação de boas práticas de sustentabilidade e bem-estar animal.

Nosso time conta com um corpo técnico e especializado nessa área, que embasa todas as ações e materiais em dados técnico-científicos, a fim de promover uma indústria mais atenta e preocupada com o sofrimento animal, e um consumidor mais consciente com a origem de seus alimentos de modo a fazer melhores escolhas.

saiba mais em:

 www.alianima.org



OBSERVATÓRIO ANIMAL

Sobre o Observatório Animal

Ao longo dos últimos anos, os avanços tecnológicos de acesso à informação aliados à crescente preocupação com saúde, mudanças climáticas e maus-tratos a animais têm permitido e instigado a busca por mais conhecimento sobre a origem dos alimentos, assim como os valores da indústria aplicados em prática no que concerne à ética e à sustentabilidade.

O anúncio público de compromissos em bem-estar animal de mais de 140 empresas dos setores alimentício e hoteleiro no Brasil galvanizou mudanças significativas em toda a cadeia de fornecedores, sobretudo pelo fato de tais anúncios trabalharem com uma data limite para concluir a sua implementação.

É nesse contexto que surge o **Observatório Animal**, uma plataforma criada pela Alianima para dar visibilidade aos compromissos públicos anunciados pelas empresas no Brasil quanto ao bem-estar animal (atualmente de galinhas poedeiras e suínos), e facilitar o acompanhamento do seu processo de transição pela sociedade civil, para que os compromissos sejam, de fato, cumpridos.

Além disso, o site oferece conteúdos sobre a temática de animais de produção com o objetivo de informar a sociedade a respeito da realidade da cadeia de produção de alimentos, mostrando como a indústria é capaz de fomentar mudanças significativas no tratamento aos animais, e encorajar um consumo mais crítico e consciente.

saiba mais em:

 www.observatorioanimal.com.br

Introdução

A implementação de políticas efetivas de bem-estar animal é um grande desafio. É um processo que não apenas demanda uma gestão eficiente, mas que envolve toda uma complexidade no que tange a cadeia de produção, composta por importantes atores, como produtores, empresas de equipamentos e insumos, logística, marketing, atacado e varejo. Nesse processo, também encontramos outro importante ator, o consumidor, que começa a encontrar, na gôndola, ovos de diferentes sistemas de produção sem ter, no entanto, clareza na distinção entre eles.

Desde 2016, a proposta de abolir as gaiolas na produção de ovos vem ganhando relevância nas principais discussões sobre bem-estar animal vigentes no Brasil. Essa mudança de comportamento da sociedade é fruto, principalmente, do trabalho de diversas organizações que promovem a pauta de bem-estar animal junto a produtores, empresas e consumidores. **Nesse contexto, mais de 140 empresas líderes em diversos setores no Brasil assumiram o compromisso de não utilizar ou comercializar ovos e/ou seus derivados provenientes de galinhas criadas em gaiolas.** São empresas dos segmentos de varejo, fabricantes de alimentos e redes de restaurantes.

A tendência de assumir compromissos de melhor grau de bem-estar animal vem se solidificando no cenário nacional, tornando cada vez mais necessária a interação entre os diversos atores da cadeia de produção de ovos, para viabilizar as ações em curso. Dentro dessa perspectiva, a Alianima iniciou uma série de Estudos de Caso para conhecer estratégias adotadas por diferentes setores durante a transição para ovos livres de gaiolas. **Em 2021, foi lançada a primeira edição do Estudo de Caso: Abrindo as Gaiolas**, no qual foram entrevistados representantes de três empresas líderes de mercado que possuem políticas de bem-estar de galinhas poedeiras. Neste ano, a segunda edição busca dar visibilidade aos produtores de ovos. Buscamos valorizar o empenho daqueles que têm trabalhado para melhorar a vida das aves poedeiras, incentivando outros produtores a se unirem ao movimento livre de gaiolas.

Metodologia

No cenário atual, muitas empresas já comprometidas com uma política livre de gaiolas têm enfrentado dificuldades em encontrar fornecedores de ovos para suprir suas demandas. Adicionalmente, há uma carência de orientação aos produtores para uma implementação efetiva da transição em seus sistemas produtivos. Em função disso, a Alianima entrevistou três produtores bem sucedidos na produção de ovos de galinhas livres de gaiolas nos modelos *cage-free* e caipira, sendo eles:



a. Planalto Ovos - Sempre produziu 100% dos ovos em sistemas livres de gaiolas, hoje totalizando 440 mil aves. Sua produção é totalmente certificada em bem-estar animal;



b. Sunny Eggs - Possui produção em sistema de gaiolas, mas a maior parcela das aves é livre de gaiolas, atualmente com 275 mil animais. Toda produção *cage-free* é certificada em bem-estar animal;



c. Ovos Mombuca - Há 5 anos vem realizando a transição do sistema de gaiolas para o sistema caipira, que hoje já conta com 110 mil aves. Possui certificação AVAL e segue as normas da ABNT.

Todos foram questionados com relação a sua história na produção de ovos, produção atual, desafios, demanda e marketing dos ovos livres de gaiolas. Buscamos entender as estratégias adotadas pelos produtores para superar as dificuldades no início da produção livre de gaiolas, bem como o planejamento e a forma de inserção de seus produtos no mercado.

ESTUDO DE CASO PLANALTO OVOS



Daniel Mohallem

MÉDICO VETERINÁRIO E SÓCIO-FUNDADOR

“Priorizamos o bem-estar animal em detrimento de custos de produção, e acreditamos que esse modelo de negócios é sustentável, além de ser cada vez mais coerente conforme as exigências dos consumidores ficam mais rigorosas.”



440.000 AVES



SISTEMA LIVRE DE GAIOLAS (CAGE-FREE)



SISTEMA DE CRIAÇÃO CAIPIRA



PLANEJA AUMENTAR A PRODUÇÃO



100% CERTIFICADO EM BEM-ESTAR ANIMAL PELA CERTIFIED HUMANE

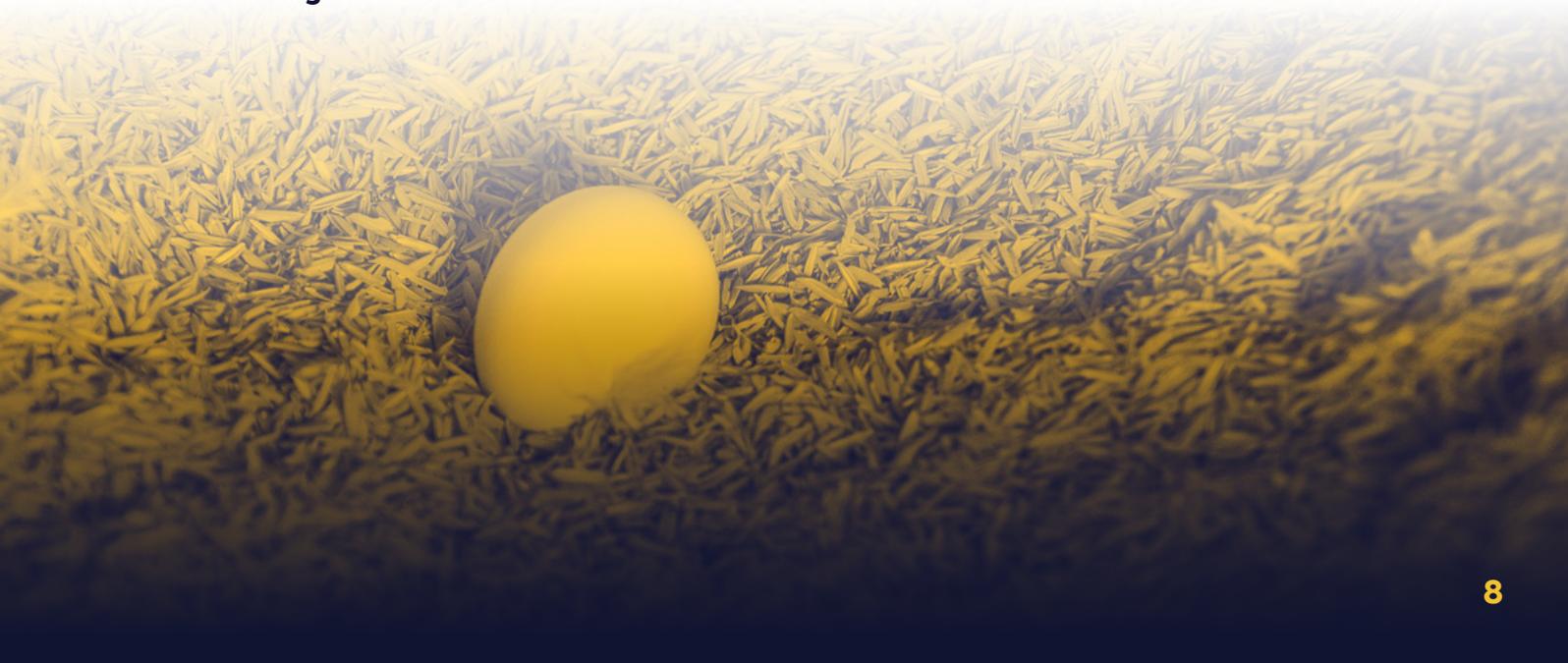
1. História

A Planalto Ovos foi fundada em 2018, em Uberlândia/MG, como uma alternativa aos meios de produção convencionais da avicultura de postura. Sediada em uma região privilegiada pela ampla oferta de insumos para a nutrição de aves e, ao mesmo tempo, logisticamente bem localizada para acessar grandes mercados consumidores, como Goiânia, Distrito Federal, São Paulo e Belo Horizonte, a recém-fundada empresa acabou incorporando o conhecimento de anos de experiência em avicultura da Granja Planalto (1964-2017). Por atuar no ramo de genética avícola (avós e matrizes), tanto de corte quanto de postura, a Granja Planalto possuía uma estrutura de produção com enfoque em biossegurança, cuja parte estrutural foi aproveitada no novo projeto.

Daniel relembra: “A parte de matrizes pesadas foi desativada e acabamos ficando com um patrimônio inativo nas mãos, as granjas, a fábrica de ração; e aí fez todo o sentido a gente abrir um negócio voltado para postura, utilizando aqueles galpões que já existiam e que nunca tiveram gaiolas. Não fazia sentido a gente investir em gaiola para fazer um negócio de postura, então **optamos por iniciar uma produção 100% cage-free** aproveitando todo o nosso conhecimento e os melhores funcionários que a gente tinha na época”.

Além disso, Daniel traz o histórico de trabalho com bem-estar animal. Por ser médico veterinário, trabalhou em multinacionais como oficial de bem-estar animal, especificamente com suínos e aves. Essas experiências demonstraram **resultados zootécnicos e qualidade superiores em decorrência de melhores condições de bem-estar animal**. Assim, por convicção, os fundadores (Daniel e seu pai, Flávio Mohallem), decidiram começar uma produção exclusiva livre de gaiolas, trazendo a biossegurança e a qualidade do produto como valores essenciais para a empresa.

Em resumo, **a Planalto Ovos prioriza o bem-estar animal em detrimento dos custos de produção, e acredita que esse modelo de negócios é sustentável, além de ser coerente com as exigências dos consumidores cada vez mais conscientes.**



2. Produção

Atualmente, a Planalto Ovos possui dois tipos de produção de ovos: livre de gaiolas e caipira, no qual as aves têm acesso externo a piquetes com vegetação. Ambos os sistemas são em piso único, e cerca de 15% da produção é coletada com sistema automático. Os outros 85% seguem com ninhos manuais. O plantel é de cerca de 440 mil aves, considerando cria, recria e produção, com produção de ovos aproximada de 850 caixas por dia. Destas, quase 20 mil aves estão alojadas no sistema caipira.



Daniel compartilha que existem planos para chegar a **cerca de 500 mil aves no início de 2023**, com a capacidade total de **até 620 mil galinhas**: “Estamos atentos às movimentações do mercado e temos capacidade de aumentar a produção caso haja um aquecimento geral do mercado ou uma maior procura por ovos de galinhas livres de gaiolas ou de galinhas caipiras”.

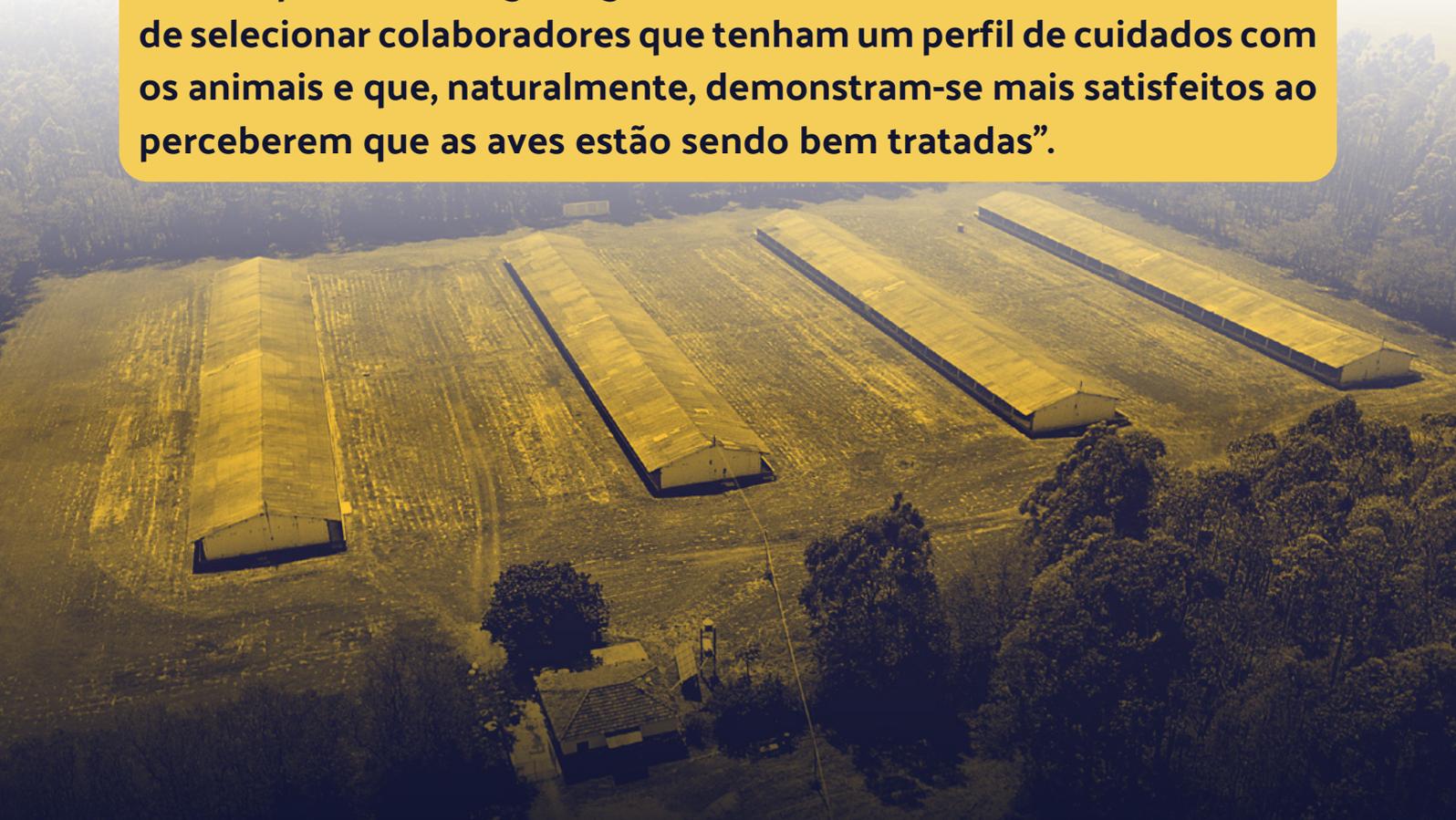
Uma das preocupações da Planalto Ovos sempre foi **evitar o uso de antibióticos**, os quais, infelizmente, ainda fazem parte do dia a dia da maioria das granjas brasileiras como promotores de crescimento e melhoradores de desempenho. Para dar seguimento a esse plano, são usadas três estratégias atualmente: probióticos, óleos essenciais e ácidos orgânicos. Além disso, a nutrição é balanceada e inclui todas as vitaminas necessárias para fortalecer o sistema imunológico das aves, mesmo que a concentração necessária represente um aumento de custo relativamente alto. No caso do caipira, é usada uma concentração ainda maior para se ter um fortalecimento frente a possíveis desafios que apareçam pelo fato das aves terem acesso externo.

Apesar disso, Daniel ressalta que as aves caipiras são super saudáveis: “Eu diria que a saúde intestinal - que baliza praticamente a saúde inteira da galinha - dos lotes caipiras chega a ser melhor do que os lotes *cage-free*. É uma grata surpresa, porque a gente esperava mais dificuldades no caipira. (...) Outro fator que nos auxilia é o fato de a nossa granja ser isolada e não ter nenhuma criação de outras aves dos lados, apenas os animais silvestres da região”.

Com relação aos custos de produção, nos últimos tempos ocorreram aumentos bastante significativos, principalmente nos insumos da ração e material de embalagem. No entanto, como esses custos se aplicam a todos os sistemas de produção - incluindo os sistemas de gaiolas -, isso faz com que haja uma pequena redução na diferença de preço entre os diferentes tipos de ovos, **tornando as opções livres de gaiolas mais acessíveis ao consumidor.**

Além disso, um ponto importante na produção livre de gaiolas é **a satisfação no trabalho por parte dos funcionários** que lidam diariamente com as galinhas. Apesar de a Planalto Ovos não ter gaiolas para servirem como base de comparação, diversos funcionários já verbalizaram a satisfação em contribuir para o bem-estar das galinhas, que vivem soltas e podem executar comportamentos naturais importantes, como ciscar livremente, botar os ovos em ninhos, tomar banho de areia, entre outros.

Daniel ressalta: “Há de se considerar que a interação dos operadores com as aves é muito mais intensa nos sistemas alternativos (*cage-free*, caipira, *free-range*, orgânico, etc). Diante disso, há necessidade de selecionar colaboradores que tenham um perfil de cuidados com os animais e que, naturalmente, demonstram-se mais satisfeitos ao perceberem que as aves estão sendo bem tratadas”.



3. Desafios

3.1 Iniciais

O principal desafio sempre foi conseguir valorizar o bem-estar animal como um atributo diferencial do produto e conferir preço compatível aos custos de produção. A estratégia inicial da Planalto Ovos baseou-se em cinco frentes principais:



Certificação: é uma forma de comunicar aos clientes e consumidores que o sistema de criação atende a rigorosos padrões de bem-estar animal, atestados com toda a credibilidade de uma certificadora com reconhecimento internacional;



Escala de produção: devido ao modelo de produção com elevada biosseguridade adotado pela Planalto, os custos de produção são ainda mais pressionados do que em outros cenários de criações livres de gaiolas. A alternativa para amenizar essa situação sem comprometer a qualidade do produto foi buscar ganhos de escala;



Parcerias com outras empresas: o fornecimento de ovos certificados para que outras granjas vendam com sua própria marca, ou para indústrias de processamento de ovos, sempre formalizado em contrato com um bônus para o produto certificado;



Alta performance zootécnica: em vez de focar na redução dos custos (nutrição, vacinas, mão de obra, etc), os esforços estão mais voltados em buscar ganhos em resultados zootécnicos que recuperem parte das despesas inerentes;



Combate ao desperdício: ainda que o foco não seja achatar os custos, há cuidado para reduzir os desperdícios, principalmente com ração, mão de obra e logística.

Paralelamente, outras formas de tentar superar esses desafios foram sendo desenvolvidas, tais como ações de marketing no âmbito regional (TV, promotoras em pontos de vendas, participação em eventos, patrocínios e redes sociais), desenvolvimento de rótulo com comunicação clara e assertiva, acesso a novos mercados que já estão mais habituados a valorizar o bem-estar animal e reforço da equipe comercial.

De forma geral, os desafios técnicos foram contornados de forma mais descomplicada. Devido à experiência da equipe técnica e ao planejamento inicial do negócio, muitos dos desafios foram previstos e prevenidos antes mesmo do início da produção. Porém, um desafio se mantém constante: a mão de obra, principalmente com relação à capacitação, retenção e motivação dos funcionários.

3.2 Atuais



Conscientização dos consumidores: apesar da heterogeneidade no grau de informação dos consumidores acerca dos sistemas de criação de galinhas, de forma geral, ele ainda é relativamente baixo, sendo que nos grandes centros isso já está mais avançado;



Poder aquisitivo: historicamente o ovo possui um papel importante no Brasil, sendo uma fonte de proteína animal com preço acessível. Entretanto, com os agravamentos econômicos desencadeados pela pandemia do Covid-19, os ovos produzidos em sistemas de criação alternativos não vêm se popularizando tão rapidamente quanto esperado;



Nomenclaturas e dificuldade de comunicação: as terminologias utilizadas foram adaptadas para o português com base em termos de outros países. Algumas delas não comunicam o consumidor de forma clara, como por exemplo “*cage-free*”, originária de países de língua inglesa, que se refere a uma categoria que engloba vários sistemas de produção, não somente piso e aviário. Outro problema é que, por falta de uma padronização oficial da nomenclatura, vários produtores utilizam termos diferentes para tentar destacar os atributos do produto, o que pode gerar confusão nos pontos de venda;



Deslealdade e desconfiança: alguns produtores levam o consumidor ao engano ao estampar imagens de galinhas pastejando em belas paisagens nos rótulos de ovos que na verdade são produzidos em sistemas de criação em gaiolas. Isso caracteriza competição desleal e gera desconfiança por parte dos consumidores. Outra situação que também configura competição desleal é quando produtores informais, que não têm registro ou serviço de inspeção, que não pagam impostos e não se adequam a uma infinidade de alvarás e licenças, comercializam ovos nos mesmos canais de venda de produtores que seguem a economia formal.



Excesso de burocracia: são diversos os requisitos governamentais que mudam constantemente e muitas vezes fogem ao escopo técnico, não sendo tarefa simples para o produtor se manter atualizado e atender a todos os requisitos;



Vácuo regulatório e pouca fiscalização: recentemente o tema vem recebendo mais atenção das autoridades competentes, mas, ainda assim, faltam normas claras para regulamentar os aspectos técnicos dos diferentes sistemas de produção. Além disso, os recursos e mão de obra disponíveis são insuficientes para fiscalizar de forma efetiva todo o território nacional.

4. Demanda

A demanda por ovos livres de gaiolas na região de Uberlândia/MG ainda é baixa. Porém, a Planalto Ovos pôde perceber, por meio de parceiros que atendem outras regiões, um aumento gradativo dessa demanda, aparentemente impulsionado por grandes redes varejistas e algumas empresas multinacionais (cadeias de restaurantes, indústrias de massas, indústrias de maionese, etc). Daniel acredita que haverá um aumento sensível da demanda quando o consumidor final tiver um nível de consciência mais elevado e mais uniformemente distribuído nas diferentes regiões do país.

Segundo Daniel, as projeções atuais indicam uma tendência na redução do consumo per capita de ovos no Brasil, mas a participação percentual dos ovos livres de gaiolas deve se manter, ou até aumentar, mesmo nesse cenário de incertezas econômicas. “As três maiores granjas do Brasil já possuem sistemas alternativos de criação, já tendo passado pelas fases de aprendizado do sistema e apresentado rápida capacidade de replicação. Além disso, várias granjas de pequeno e médio porte vêm apostando na criação livre de gaiolas, porém muitas delas ainda estão passando por uma fase de aprendizagem. Os produtores de ovos livres de gaiolas são plenamente capazes de suprir a demanda, mas essa produção precisa ser fomentada com uma rampa gradativa e crescente de demanda. É impraticável esperar que a demanda seja atendida de forma satisfatória se ela permanecer baixa ou subir em escala desproporcional, sem a devida valorização dos atributos dos ovos livres de gaiolas”, afirma.

As ONGs de bem-estar animal e as instituições setoriais, principalmente o Instituto Ovos Brasil e a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), têm feito um excelente trabalho na disseminação das informações mais relevantes. Há ainda um longo caminho a ser trilhado, mas aparentemente as ações estão sendo eficientes.

Daniel se diz otimista: “Acredito que o movimento tenha mantido o curso que foi traçado até 2025. Novos produtores têm aderido ao sistema, mas dentro de volumes de produção muito próximos daqueles que eram previstos. Há uma evolução intrínseca do mercado que vem confirmando as previsões otimistas que haviam sido feitas anteriormente. Seguimos confiantes que o ovo livre de gaiola, ao final de 2025, ocupará uma fatia de mercado entre 20 e 25%”.

5. Foco no Bem-estar Animal

A Planalto Ovos já é **100% livre de gaiolas e afirma que nunca irá investir em qualquer sistema que as utilize**. E mais, a empresa pretende ir além e garantir que outras questões de bem-estar animal sejam cumpridas durante todas as fases. São elas:

- **100% livres de gaiolas e afirma que nunca irá investir em qualquer sistema que as utilize;**
- **Elevados padrões de bem-estar animal:** 100% do plantel certificado em bem-estar animal por auditoria de terceira parte;
- **Livre de antibióticos:** a alta biossegurança aliada ao uso de produtos alternativos permite que a Planalto Ovos não utilize antibióticos, e pretendem certificar o plantel futuramente;
- **Biossegurança:** altos padrões de sanidade e plantel livre de *Salmonella* spp.;
- **Debicagem:** tratamento de bico brando e por infra-vermelho;
- **Fomentar tecnologias para evitar a eliminação de pintinhos machos:** como a sexagem in-ovo.



6. Mensagem Final

Daniel finaliza: “O ovo não pode ser tratado como *commodity*. É fundamental que os atributos dos sistemas livres de gaiolas sejam valorizados como forma de promover os produtores a distinguirem efetivamente seus sistemas de produção. A tarefa de estimular a conscientização dos consumidores é árdua e deve ser realizada por diferentes agentes de forma contínua para se obter êxito. A Planalto Ovos tem muita satisfação em sempre contribuir com a Alianima, e estamos honrados com o reconhecimento em sermos apontados como exemplo de sucesso dentre os produtores de ovos em sistemas livre de gaiolas”.

saiba mais em:

 <https://planaltoovos.com.br>



ESTUDO DE CASO **SUNNY EGGS**



Hélio Paiva

PRESIDENTE

“ (...) se eu tivesse que começar mil vezes a mexer com galinha, mil vezes eu começaria pelo cage-free (...) ”

GALINHAS LIVRES
★★★★★
**Sunny
eggs**



**275.000 AVES
LIVRES DE GAIOLAS**



**SISTEMA LIVRE DE
GAIOLAS (CAGE-FREE)**



**PLANEJA AUMENTAR A
PRODUÇÃO LIVRE DE
GAIOLAS**

1. História

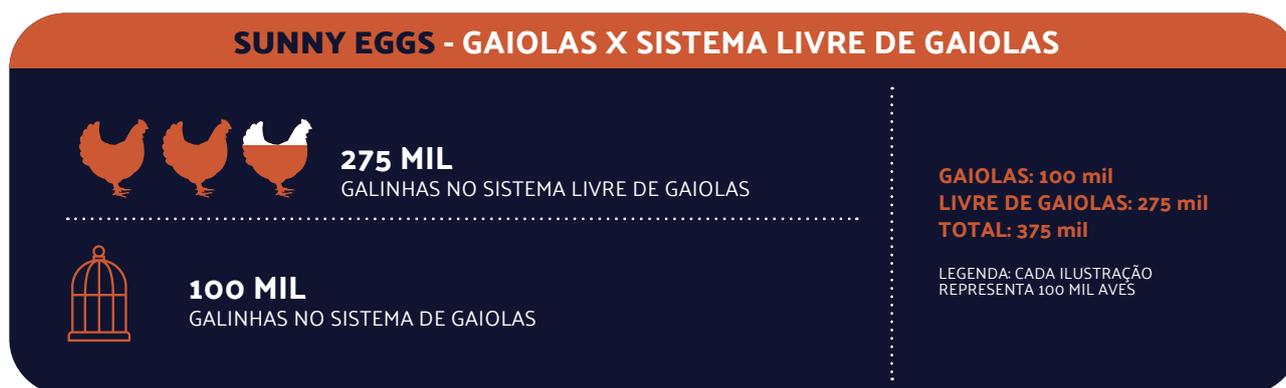
A história da Sunny Eggs começou em 2018, com a modificação das antigas granjas de frangos de corte que a empresa já possuía. Como as instalações já estavam prontas e não haviam gaiolas, decidiram começar a produzir ovos com as aves soltas. A única alteração realizada foi a colocação de ninhos automáticos. As granjas estão localizadas em Catalão/GO, estrategicamente próximas a grandes polos como Brasília, Goiânia, Uberlândia e Belo Horizonte, para onde podem escoar a produção.

Hélio lembra como a valorização dos ovos livres de gaiolas ajudou na decisão: “Uma coisa é certa para quem está começando: se você diz que tem uma criação livre de gaiolas, você tem certas vantagens, você vai lá para frente da fila. Mas se você diz que possui um sistema convencional, te consideram mais do mesmo. O que nos ajudou a começar na avicultura de postura foi o fato de ser *cage-free*. Esse tipo de sistema dá uma oportunidade de alavancar, de entrar no mercado com muito mais facilidade do que se você tiver uma produção convencional. O *cage-free* te permite ter tanto competitividade quanto produtividade”.



2. Produção

Hoje, a Sunny Eggs conta com um total de 375 mil galinhas. Dessas, 100 mil estão em gaiolas e as outras 275 mil estão no sistema livre de gaiolas (sem acesso externo), sendo elas brancas e vermelhas. Os aviários são de piso único, com ninhos automáticos e toda a produção *cage-free* possui certificação em bem-estar animal pela *Certified Humane*.



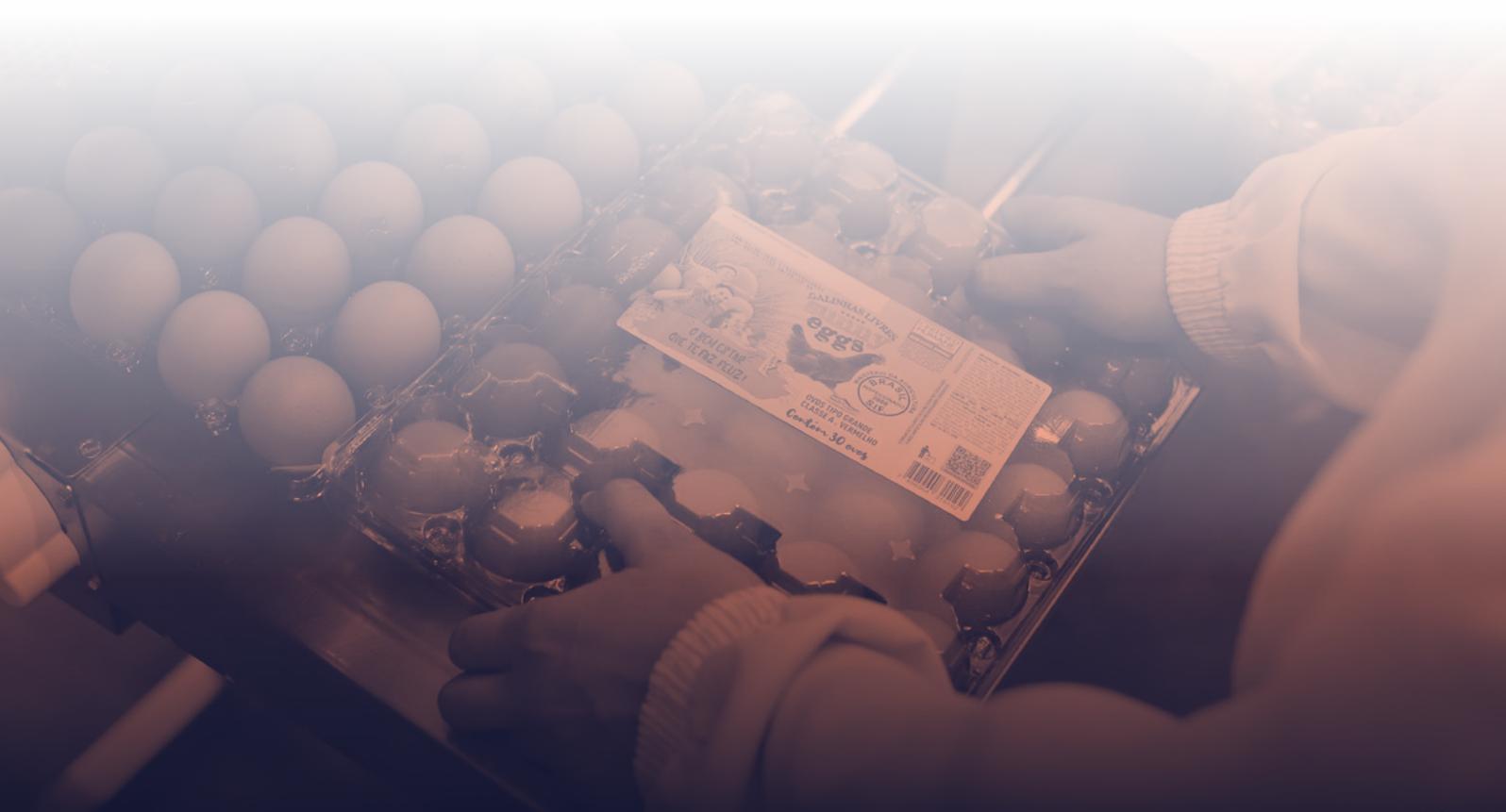
A produção em gaiolas começou há dois anos, pouco tempo depois de instalada a produção livre de gaiolas. Porém, Hélio se diz insatisfeito com o primeiro tipo de produção: **“Se tem uma coisa que eu me arrependo é de ter investido em um sistema de gaiolas. (...) O manuseio é complicado, não é um negócio que se pague. Quando você está começando um negócio, você ouve muita coisa, coisas boas e ruins, e acaba fazendo algumas escolhas por ainda não ter o senso crítico necessário. O nosso sistema de gaiolas acabou vindo junto com o *cage-free*, só que são marcas diferentes: todos os ovos provenientes de galinhas criadas em gaiolas são da marca Ovos da Família, e os que são da produção livre de gaiolas são da Sunny Eggs. Os Ovos da Família vão para a gôndola cinco reais mais baratos, mas as galinhas são as mesmas e recebem exatamente a mesma ração. Mesmo o custo da implantação sendo mais baixo nas gaiolas, [esse ovo convencional] não tem diferenciação no mercado [como tem o *cage-free*]. Realmente foi algo que não compensou, foi uma coisa negativa para a produção”.**

A Sunny Eggs posiciona seus ovos livres de gaiolas como um produto acima do ovo convencional, mas abaixo do caipira, já que as aves não possuem acesso externo e ficam sempre dentro do galpão. Apesar de confinados, os animais permanecem soltos dentro do galpão e possuem todos os recursos necessários para executarem seus comportamentos naturais, como substrato para tomarem banho de areia, poleiros em número suficiente para que todas empoleirem ao mesmo tempo, ninhos automáticos, além de outras exigências requeridas pela certificação em bem-estar animal.

O valor dos ovos livres de gaiolas ficam como um intermediário no mercado, tornando-se mais acessíveis: “O [preço do ovo] *cage-free* está um pouquinho acima do convencional, mas bem abaixo do caipira. (...) O que acontece é que o *cage-free* ainda não é muito entendido [pelo consumidor]. O caipira é reconhecido como aquela galinha do sítio, de antigamente e o outro, da gaiola, é o chamado ‘ovo de granja’. Os consumidores acabam esquecendo que existe esse intermediário que é tão bom quanto o caipira”.

Recentemente, a Sunny Eggs decidiu inovar e **iniciou a parte de processamento de ovos livres de gaiolas**. Ovos processados (pasteurizados, líquidos ou em pó) são geralmente usados pelas grandes empresas do setor alimentício na fabricação de maionese, pão de queijo, salgados, entre outros produtos industrializados. Muitas dessas empresas se comprometeram a utilizar apenas ovos livres de gaiolas em seus produtos até 2025 ou antes, por isso, Hélio vê um grande potencial nesse setor. Porém, reconhece que, por ser novo nesse mercado, tem encontrado dificuldades: “Eu ainda não consegui achar esse mercado. Não é fácil vender um subproduto. Acho que a indústria quer o ovo, mas ainda não está preparada [para pagar a mais por isso]. Ela ainda está usando aquele ovo ‘mais barato do barato’, que vem das gaiolas”.

Geralmente, os ovos usados para processamento são aqueles que não têm qualidade suficiente para ir para as gôndolas serem vendidos in natura, como ovos de cama, sujos ou com a casca trincada. Para essa avaliação, os ovos passam por uma análise chamada ovoscopia, que pode ser realizada de forma manual ou automática. No início, os ovos trincados são removidos. Em seguida, passam por um detector de fissuras, sendo então direcionados para a sala de quebra, onde se inicia o processamento propriamente dito.



3. Desafios

Como a granja já tinha história na produção de frangos, o primeiro desafio foi entender as diferenças entre as criações. Outro grande desafio foi obter a regularização e todas as autorizações do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA): “Esse é o princípio do desafio. Primeiro você tem que fazer a ‘sua casa’ direitinho. Aí tem todo o tempo de espera da regularização e depois tem a questão da rotulagem. É um processo burocrático, que tem razão de ser porque tem que haver controle. Mas para quem está iniciando, ainda mais com pouco capital, é difícil pois as demandas do MAPA são altas”, recorda Hélio.

Com relação ao manejo, logo no início algumas granjas experienciaram problemas com ovos de piso (ou ovos de cama). As galinhas botavam cerca de 50% dos ovos direto na cama, no chão, onde ficam os excrementos. Isso não é desejável, porque esse ovo tem de ser descartado ou vendido por um preço menor para a indústria de processamento de ovos. Além disso, eram necessários mais funcionários por aviário, sendo um para observar as aves e outro para os ovos de cama, o que encarecia o custo de produção. Porém, com aprendizado, persistência e experiência, conseguiram diminuir drasticamente os ovos de cama para aproximadamente 7%, além de não serem necessários mais tantos funcionários para cuidar dos aviários. Hoje em dia, cada funcionário cuida de até 15 mil aves.

Hélio ressalta a importância do tempo e da experiência no sucesso da produção: “Você vai aprendendo, vai colocando [as coisas no lugar], vai administrando e vai passando. São coisas que só o tempo te ensina”.

Com relação à venda dos ovos *in natura* para os supermercados, o início foi difícil, mas a Sunny Eggs conseguiu superar os desafios **graças às grandes redes varejistas já comprometidas a vender exclusivamente ovos livres de gaiolas até 2028 ou antes**: “As grandes redes de supermercados são quem estão dando um suporte para que esse cenário se desenvolva, principalmente aquelas que assumiram o compromisso, como GPA, Walmart (que se transformou em BIG), Carrefour e Cencosud. Graças a isso conseguimos entrar no mercado”.



4. Marketing

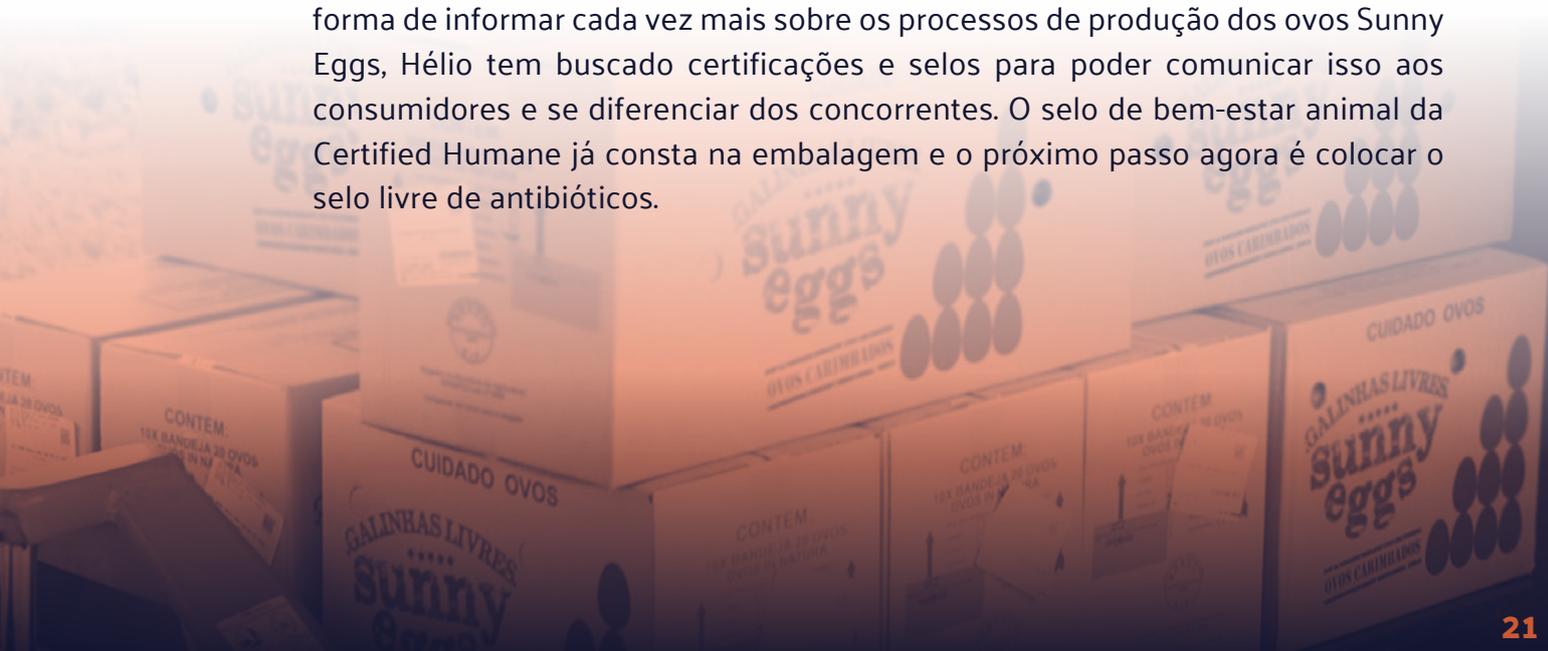
O setor de marketing e promoção do produto sempre foi priorizado pela Sunny Eggs, com foco especial em explicar o que são os ovos livres de gaiolas para o consumidor. Algumas estratégias utilizadas são:

1. Confiança no produto: a Sunny Eggs confia que seu produto é bom e garante que a escolha pelo seu ovo é a mais assertiva. Isso vem da confiança na qualidade dos processos de produção: “Nosso trabalho é mostrar isso para o consumidor. Ele sabe que, pelo mesmo preço [entre dois produtos semelhantes], vale a pena levar Sunny Eggs. Esse é o tipo de marketing que eu levo claramente para a pessoa, e que está embutido na qualidade daquele ovo, valorizando o meu produto”, explica.

2. Promoção direto nas gôndolas: algo fundamental desde quando começaram e até hoje é ter um promotor de vendas nas lojas. O promotor não apenas faz a reposição das bandejas na gôndola, mas também aborda o cliente e conta sobre os atributos e vantagens dos ovos Sunny Eggs, como serem livres de gaiolas, livres de antibióticos etc, e ainda realiza a degustação dos ovos em formas variadas, como omeletes, para os clientes nas lojas.

3. Materiais visuais cativantes: uma marca registrada da Sunny Eggs é a galinha correndo com seus tênis coloridos, que está em todos os pontos de vendas e nas redes sociais da marca. Ela faz alusão clara às galinhas que estão soltas e podem se movimentar à vontade. A Sunny Eggs também possui uma kombi estilizada que fica próxima dos ovos quando tem feirinha nos supermercados, fazendo uma alusão divertida à já conhecida “kombi do ovo”.

4. Certificações variadas e selos na embalagem: Como forma de informar cada vez mais sobre os processos de produção dos ovos Sunny Eggs, Hélio tem buscado certificações e selos para poder comunicar isso aos consumidores e se diferenciar dos concorrentes. O selo de bem-estar animal da Certified Humane já consta na embalagem e o próximo passo agora é colocar o selo livre de antibióticos.



5. Mensagem Final

Para finalizar, Hélio diz: “Estar na Sunny Eggs fazendo parte desse processo de transformação da produção [de ovos], qualificando os ovos livres de gaiola como viáveis financeiramente e colocando um novo parâmetro de bem-estar animal, reflete de longe a nossa satisfação, seja ela financeira ou pessoal. O setor de ovos está atravessando um momento muito difícil, mas, mesmo assim, me sinto muito mais feliz estando dentro do *cage-free*. A qualidade do meu produto faz a diferença, o meu ovo não pára na gôndola. Temos um giro médio de 15 dias no supermercado e uma rentabilidade razoável, dentro das possibilidades do momento, no qual estamos sendo fortemente impactados pelos custos das matérias-primas. Cada vez mais vemos empresas interessadas nos nossos produtos, seja no ovo *in natura*, vermelho ou branco, seja no nosso ovo pasteurizado que está começando a vida agora. Quem nos vende as pintainhas tem uma apostila para preencher todo dia com o desempenho dos animais. E a gente percebe claramente que a performance da galinha livre de gaiola está sempre acima da tabela. (...) Temos a qualidade que se reflete quando levamos isso ao consumidor a um preço acessível, muito pouco acima do convencional e abaixo do caipira. Acredito que temos um futuro promissor, mesmo vivendo neste momento de extrema dificuldade para o setor.

Se tem uma coisa que não me arrependo é de ter começado pelo cage-free. Se eu tivesse que começar mil vezes a mexer com galinha, mil vezes eu começaria pelo *cage-free*, porque é diferenciado”.

saiba mais em:

 <http://sunnyeggs.com.br/>

SUNNYEGGS G2LTO

ESTUDO DE CASO **OVOS MOMBUCA**



Tiago Wakiyama
SÓCIO

“ Antes a Mombuca contava com 75% da produção de ovos em sistema convencional e 25% de produção alternativa, e hoje invertemos o cenário. Foi isso que nos fez sobreviver. ”



150.000 AVES



SISTEMA DE CRIAÇÃO CAIPIRA



PLANEJA AUMENTAR A PRODUÇÃO LIVRE DE GAIOLAS

1. História

A Mombuca é uma empresa familiar que está completando 46 anos de existência em 2022, e sua história começou com a imigração japonesa para o Brasil. Em 1963, cerca de 100 famílias japonesas vieram para o país e se estabeleceram na região de Ribeirão Preto/SP. Primeiramente, a ideia era fazer um projeto de produção de arroz em terras artificialmente alagadas na cidade de Guatapar. Infelizmente, o projeto não teve sucesso e acabou sendo encerrado após três anos. As famílias que permaneceram na região começaram a praticar outras atividades economicas, como a fruticultura e a produção de ovos. Tiago conta com orgulho: “Meu pai fundou a empresa sozinho há 46 anos. (...) E agora estamos na segunda geração: eu faço a parte de produção, e meu irmão faz a parte de comercialização”.

Desde o início, a criação dos animais era feita em gaiolas. Foi então que, em 2017, devido à necessidade de aumentar a produção, a família chegou a cidade de Descalvado, localizada na mesma região. A cidade já havia sido a capital do frango de corte do estado de São Paulo, mas estava atravessando um período difícil. A cooperativa da região, que empregava mais de 40% da população economicamente ativa, havia falido e muitas granjas de corte estavam desativadas. A Mombuca então arrendou uma granja de matrizes de corte, que já possuía toda a estrutura sem qualquer gaiola, e começou a criar as aves no sistema alternativo. No início, começaram com aves brancas, em função da valorização do ovo branco no mercado, e, ao longo do tempo, migraram para as aves vermelhas, dando acesso externo a elas e mudando inteiramente para o sistema caipira, nos moldes requeridos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Tiago conta: “Muitos produtores hoje em dia estão passando por um momento muito crítico. Devido à pandemia do Covid-19, atravessamos uma crise setorial muito grande nos últimos dois anos. Vários dos nossos colegas da colonia japonesa, com empresas familiares com 30, 40 anos de história [com produção em gaiolas], quebraram. E a gente, graças a esse sistema *free-range* de produção de ovo caipira, que agrega mais valor ao produto, conseguiu chegar até aqui”.

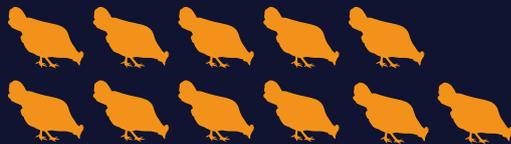
2. Produção

Desde 2017, a Mombuca vem realizando o processo de transição do sistema de produção convencional em gaiolas para o sistema livre de gaiolas. A mudança foi impulsionada por questões mercadológicas e de margem do produto. Hoje, **a Mombuca tem 25% do seu plantel composto por aves criadas em gaiolas (40 mil) e incríveis 75% (110 mil aves) criadas no sistema caipira.** Além disso, a empresa **não tem qualquer intenção de aumentar a produção em gaiolas.** Muito pelo contrário, todos os esforços e investimentos estão voltados inteiramente para a produção caipira. “Os ovos caipira e orgânico têm uma margem [de ganho] maior, o que é um perfil interessante para pequenos produtores. Não podemos esquecer que, como todo o processo de fenômeno das *commodities*, como foi o caso do suco de laranja e da cana de açúcar aqui na nossa região, há uma polarização dos grandes e pequenos produtores. Isso já aconteceu também com o frango, e hoje acontece com o ovo. Nesse processo, os maiores prejudicados acabam sendo os pequenos produtores, portanto temos que considerar também a parte social. E como podemos fazer algo que seja bom para ambos os lados, tanto para os animais quanto para as pessoas? **Quando soltamos as aves, produzimos um ovo com um conceito positivo, além de podermos contar com o apoio das ONGs, gerando algo bastante interessante.** De forma prática: somos o *case* de quem realmente fez a transição. Antes, a Mombuca contava com 75% da produção de ovos em sistema convencional e 25% de produção alternativa, e hoje invertemos o cenário. Foi isso que nos fez sobreviver. Vimos o lado positivo [da produção livre de gaiolas], e deu certo”, explica Tiago.

OVOS MOMBUCA - PRODUÇÃO



40 MIL GALINHAS NO SISTEMA DE GAIOLAS



110 MIL GALINHAS NO SISTEMA DE CRIAÇÃO CAIPIRA

TOTAL: 150 MIL AVES

LEGENDA: CADA ILUSTRAÇÃO REPRESENTA 10 MIL AVES

Sobre a questão humana na produção, a Mombuca reconhece que **o relacionamento dos funcionários com os animais melhorou no sistema livre de gaiolas**. Pelo fato das aves soltas apresentarem um comportamento mais dócil, elas ficam confortáveis e não estranham a proximidade diária com o colaborador, o que gera uma ligação maior entre eles. Isso acaba fazendo com que os funcionários trabalhem com mais satisfação por se sentirem parte do sucesso tanto da granja quanto da vida daqueles animais.

Com relação ao uso de antibióticos, uma adaptação foi feita para banir o uso desses medicamentos no sistema livre de gaiolas. Tiago reconhece a evolução nesse processo: “Converso muito com meu pai sobre a época em que esses tratamentos químicos não existiam. Os japoneses já têm muito dessa tecnologia ‘alternativa’, como o uso de probióticos, entre outras substâncias. Ele contou que, já que as aves não têm um paladar muito desenvolvido, ele fazia uso constante de alho e pimenta, por exemplo. Incluir a pimenta na ração auxilia no bom funcionamento dos sistemas circulatório e imunológico das aves.

Estamos começando a voltar para esse modelo, com a vantagem de que agora a ciência permite extrair os princípios ativos, os pontos realmente essenciais tanto da fitoterapia como dos probióticos, e cada vez mais os tratamentos vêm ficando mais eficientes. Os antibióticos subdosados com foco na parte digestória usados como promotores de crescimento vem sendo substituídos pelos probióticos, ácidos orgânicos e fitoterápicos, como os óleos essenciais. E todos esses compostos funcionam super bem para o controle de ectoparasitas, assim como o alho, que é muito funcional. Colocar uma cabeça de alho na caixa d’água para as aves beberem e depois misturar o que sobrou do alho na ração é algo que temos feito. Voltamos a utilizar essas ‘tecnologias’ que antes eram denominadas alternativas e que hoje vêm se tornando padrão. Funciona super bem!”, relata.

Não é recomendado utilizar medicamentos ou substâncias sem orientação profissional.

3. Desafios

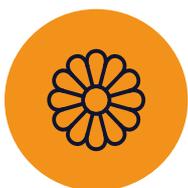
O desafio inicial foi contornar o preconceito da criação de aves livres de gaiolas no piso. Por terem a história toda voltada para a produção em gaiolas, acreditavam que a criação sem gaiolas seria como dar “três passos pra trás” em relação a avanços tecnológicos e às questões sanitárias, já que as aves ficam em contato com o solo. Porém, assim que iniciaram a produção no novo sistema, viram que os pontos eram apenas diferentes e não chegavam a ser desafios.

“Não tivemos tantas dificuldades, nem nas questões produtivas, nem nas questões sanitárias, até porque o nosso modelo de produção já validava muita coisa. Basicamente o que acontece de diferente entre aves em gaiolas e aves soltas é que há um aumento do processo operacional. (...) Os custos com a mão de obra e a sua capacitação são maiores. Considero que as diferenças não chegam a ser desafios, mas apenas uma questão de adaptação”, conclui Tiago.

Hoje em dia, Tiago ressalta dois grandes pontos de aumento de custo na produção caipira, quando comparada à produção em gaiolas:



1. Mão de obra: O custo operacional representa por volta de 10% da despesa total da produção. Enquanto num sistema convencional com gaiolas numa granja altamente automatizada, cada indivíduo consegue manejar por volta de 50 mil aves, no sistema californiano (também em gaiolas) seriam necessárias cerca de cinco pessoas para manejar a mesma quantidade de aves. Já no sistema livres de gaiolas, são necessárias em torno de 16 pessoas.



2. Nutrição: O segundo ponto é a parte de valores nutricionais, principalmente relacionado às pigmentações. A utilização de pigmentos na ração para melhorar a cor da gema é um grande apelo do mercado de ovos caipira. A Mombuca possui o selo da Associação de Avicultura Alternativa (AVAL), que exige os padrões da ABNT para o sistema caipira que, por sua vez, determina que o pigmento precisa ser de origem natural. Assim, a páprica é utilizada para realçar a coloração vermelha, e a flor de calêndula (marigold) é utilizada como pigmento amarelo. A segunda, inclusive, é importada do México, o que faz com que o valor da ração por tonelada tenha um aumento importante.

Tiago conclui: “Atualmente, são basicamente esses dois pontos que eu destaco como relevantes para a produção de aves livres. Com a produção caipira, é possível aumentar em até 1,7 vezes o preço do ovo quando comparado ao convencional, o que permite cobrir todos esses custos e ainda gerar uma margem [de lucro] interessante. Ou seja, é um mercado que vale a pena, haja vista a situação atual: muita gente quebrou e hoje a gente permanece vivo graças ao ovo caipira”.

4. Demanda

A demanda pelos ovos livres de gaiolas tem crescido ao longo do anos, principalmente em função dos compromissos assumidos pelas empresas do setor alimentício de utilizar e vender exclusivamente esses produtos, em substituição aos convencionais. A expectativa da Mombuca é que a demanda continue aumentando cada vez mais, conforme os prazos dos compromissos vão chegando ao fim. E a empresa vem se preparando para atender e fomentar esse mercado: “Nós vendemos o lado positivo de deixar as aves livres”.

Além disso, Tiago vê muito da cultura e do saudosismo do campo enraizados na procura e compra dos ovos caipira: “O êxodo rural no Brasil é recente, data da década de 70. Na época em que nossos avós ou os nossos pais moravam no campo, eles tinham o costume de buscar o ovo lá no fundo do quintal, onde as aves ficavam soltas. Portanto, o apelo desse mercado é muito forte e acompanha o crescimento de consumo de ovos que tivemos no Brasil, hoje com 230-240 ovos per capita. E agora, **as novas gerações, que vão se tornar mercado consumidor muito em breve, têm o privilégio de serem acompanhadas por esse movimento muito interessante por parte da Alianima e outras ONGs, que levam o conhecimento acerca dos sistemas de produção e do bem-estar animal.** Muitas crianças já estão buscando essa conscientização sobre o bem-estar animal, dos animais serem bem tratados durante a vida. Afinal, se a partir deles vamos obter um produto, o mínimo que temos que fazer é cuidar bem deles”.



5. Marketing

Com relação ao anúncio e marketing dos ovos livres de gaiolas, a Mombuca também vê diferenças significativas, já que os ovos convencionais são vendidos apenas como um ovo - não tendo diferenciação de mercado -, e os ovos livres de gaiolas são vistos com mais atributos. Tiago compartilha algumas das estratégias usadas pela Mombuca: “Trabalhamos muito na venda do conceito, o que acaba agregando valor ao ovo. O custo de produção aumenta, mas o próprio consumidor também cria essa valorização. Tentamos sempre mostrar como o ser humano lida com os animais, como estamos manejando as aves da melhor maneira possível para que não haja maus-tratos. Esse é um ponto bastante relevante nas nossas redes sociais e que gera bastante engajamento. E é algo esteticamente bonito ver as aves passeando pelas áreas abertas, num gramado, ciscando e esticando as asas”.

Imagens e vídeos da produção são constantemente compartilhados nas redes sociais e nas embalagens dos produtos, destacando a transparência da empresa e ressaltando a questão do bem-estar animal. **Hoje, 90% do marketing é voltado para aproximar o consumidor final do campo**, além de mostrar como é produzido o alimento que chega à mesa das famílias.

“Acredito que essa transparência e sinceridade em mostrar realmente como a gente maneja as aves é um grande trunfo e algo muito honesto. E isso também acaba se tornando um incentivo para continuarmos nesse caminho”, completa.



6. Mensagem Final

Como desfecho, Tiago ressalta: “Hoje, a avicultura de postura vive uma grande crise setorial. Como uma empresa familiar de pequeno porte, vejo que, nessa situação, surgem algumas oportunidades e horizontes que precisam ser valorizados. Nessa linha de raciocínio, eu vejo que a produção de aves livres de gaiolas, que incorpora conceitos de bem-estar animal, contempla muito os pequenos produtores, que já são muito massacrados. (...) Eu associo essa questão de soltar as aves com o aumento do conceito positivo do produto, com a valorização do ovo e até com as questões de aumento de margens financeiras para o produtor.

Na minha visão, a título de exemplo da nossa empresa, o que nos manteve vivos até hoje diante dessa crise, foi exatamente ter um produto com mais margem, o que nos deu a oportunidade de continuarmos levando para a mesa do consumidor um produto de qualidade.

Vejo que a produção de um ovo com maior valor agregado, seja o ovo caipira, orgânico ou livre de gaiola, permite criar um novo setor produtivo. (...) Aumentamos proporcionalmente a criação de aves caipira e, graças a isso, estamos aqui enxergando novos horizontes e podendo aumentar os investimentos na produção de ovos livres de gaiola”.

saiba mais em:

 <https://ovosmombuca.com.br/>

Conclusões

É notável que os produtores entrevistados possuem forte engajamento com a produção livre de gaiolas e com o bem-estar animal. Sejam 100% cage-free ou como parte da produção, eles entendem que o produto apresenta um grande diferencial competitivo, sendo uma ótima alternativa não apenas para os grandes produtores, mas também para pequenos e médios se inserirem e se manterem no mercado. A viabilidade da produção dos ovos livres de gaiola foi evidente entre os produtores entrevistados e, em alguns casos, esse mercado foi essencial para a saúde financeira da empresa.

Outro item de extrema relevância é a comunicação com o consumidor e os compradores, que deve ser clara e transparente. Nesse sentido, as mais diversas estratégias de marketing e promoção do produto se mostraram chave nesse momento. Esse fator deve ser tomado como exemplo por outros produtores que já possuem, estão em processo de transição, ou por aqueles que ainda estejam considerando iniciar uma produção de ovos livres de gaiolas.

Adicionalmente, o papel das ONGs se mostrou importante durante a transição, fazendo pontes entre os produtores e compradores, além de levar conhecimento e informações relevantes para auxiliar ao longo de todo o processo, reconhecendo os esforços por parte dos produtores.

Desafios existirão, mas com aprendizado e experiência, é possível superá-los e construirmos um mundo mais ético e sustentável tanto para os animais, quanto para os seres humanos.

Quer saber como a Alianima pode ajudar na adoção e implementação de políticas de bem-estar animal? **[Entre em contato conosco!](#)**



Acompanhe a Alianima nas Redes

 [@alianima.br](https://www.instagram.com/alianima.br)

 [/alianima](https://www.linkedin.com/company/alianima)

 [/alianima](https://www.youtube.com/channel/UC...)

 [/alianima.br](https://www.facebook.com/alianima.br)

 [@alianima_br](https://twitter.com/alianima_br)

Escaneie o QR Code
para saber mais.



ALI •
ANI
MA •

Conheça o Observatório Animal.
Acesse: www.observatorioanimal.com.br



OBSERVATÓRIO
ANIMAL