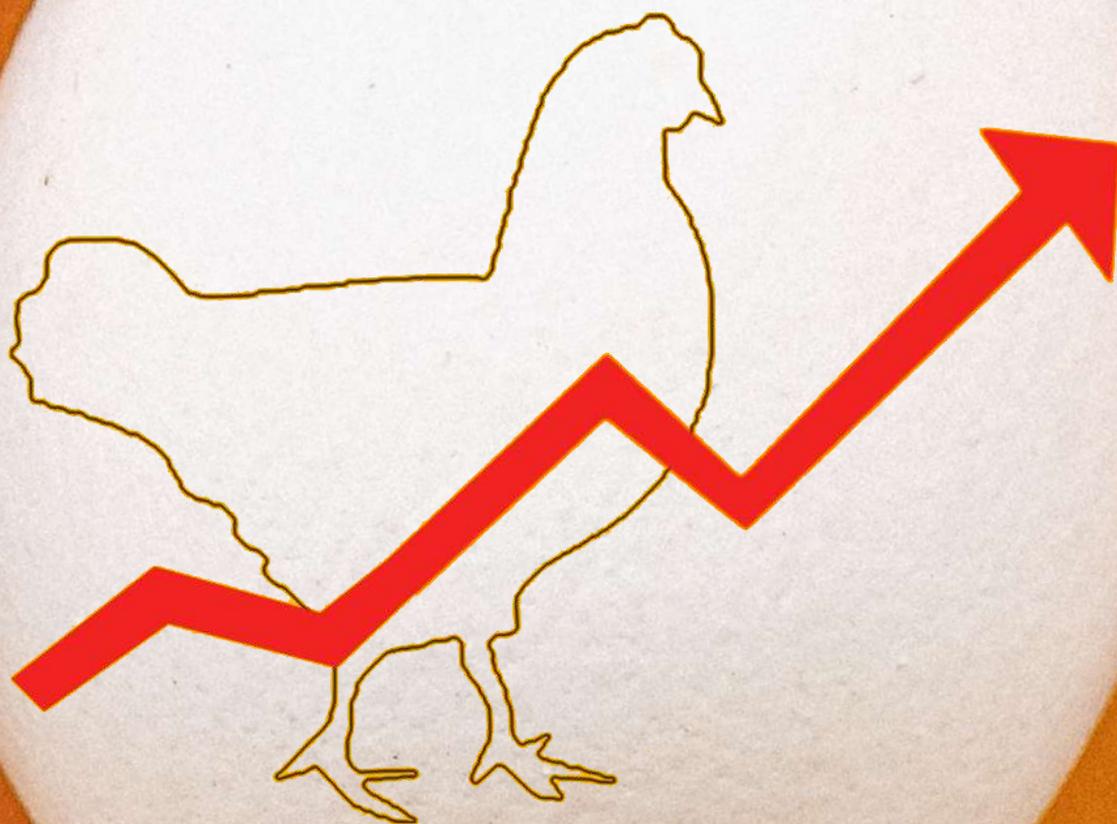


# EGGLAB

Edição 2020



REALIZAÇÃO

**OPLAB**



## OPLAB

O Observatório de Políticas para a Liberdade dos Animais no Brasil (OPLAB) é um observatório de políticas, campanhas, acordos e leis para reduzir o uso de gaiolas em sistema de produção com animais de fazenda (como aves e suínos) no Brasil.

## EGGLAB

O EggLab é um relatório anual desenvolvido pelo OPLAB que acompanha a evolução das empresas que já se comprometeram a uma política de utilização de ovos livres de gaiolas no Brasil e identifica pontos importantes para alcançar a política 100% cage-free assumida de maneira eficiente.

### Uma iniciativa:



**FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL**

#### **Rafael Sampaio**

Gerente de Campanhas de Farmed Animals

#### **Taylison Santos**

Especialista de Farmed Animals

#### **Elsa Helena Barreto**

Assistente de Campanhas de Farmed Animals



## CARTA DA DIRETORIA

Infelizmente, a maior parte do sistema de produção de ovos no Brasil ainda utiliza gaiolas em bateria, um sistema que o Fórum Animal considera passível de proibição devido extrema crueldade com os animais envolvidos. Para mudar este cenário, precisamos ofertar outras opções para o consumidor, que são os ovos provenientes de galinhas livres de gaiolas. Por isso, há alguns anos diversas ONGs passaram a pressionar empresas a parar de apoiar o sistema de gaiolas em bateria e iniciar o processo de transição de sua cadeia produtiva para apenas ovos livres de gaiolas. Até este ano, 163 empresas já se comprometeram a adotar uma política 100% livre de gaiolas.

Considerando que no Brasil existem cerca de 2 milhões de galinhas todos os anos produzindo ovos, essas 163 empresas comprometidas a adotar a política cage-free estão gerando uma reação de cadeia para que uma boa porcentagem de galinhas sejam beneficiadas ao parar de alojá-las em gaiolas. Ainda há um longo caminho a percorrer, pois não são todas as empresas presentes no território brasileiro que se comprometeram a adotar esta política. Mesmo as que se comprometeram ainda precisam melhorar o engajamento nessa mudança (como será possível identificar nesta coletânea de dados), e sabemos que os produtores também precisam adaptar seus estabelecimentos para haver fornecedores de ovos livres de gaiolas. Por isso precisamos saber como estas 163 empresas estão lidando com a transição e se está acontecendo mudanças efetivas na prática.

Ter firmado um compromisso cage-free não significa que a empresa já utiliza ovos livres de gaiolas, só podemos afirmar o pressuposto após a adoção completa da nova política.





## CARTA DA DIRETORIA

Por isso, consideramos de suma importância realizar uma auditoria com relação ao cenário cage-free no Brasil, trabalho pioneiro que o Fórum Animal tem realizado. Como a cultura de auditoria ou "accountability" é nova no Brasil, é essencial sua divulgação e total entendimento de seu funcionamento para criar esse hábito de transparência das empresas para com seus consumidores.

Apesar do Fórum Animal já ter realizado uma auditoria de tema semelhante, esta é a primeira auditoria em profundidade feita por nós, pois é mais completa no sentido de buscar entender quais dificuldades que as empresas vêm enfrentando durante a transição da cadeia produtiva que envolvam ovos, e não apenas se a empresa está próxima de finalizar a adoção do novo sistema.

É importante ressaltar que apenas banir as gaiolas não é o bastante para libertarmos os animais, mas é o primeiro grande passo a se tomar para melhorar a qualidade de vida dos indivíduos envolvidos neste momento. Acreditamos que a abolição de gaiolas pode beneficiar e ajudar milhões de animais, dando início a um processo que ofereça uma vida mais digna de se viver.

Por isso, o Fórum Animal espera que a cultura de transparência das empresas com relação às suas políticas de bem-estar animal cresça cada vez mais em nosso país, e consigamos no futuro mensurar com melhor precisão a quantidade de animais beneficiados com a adoção de políticas voltadas à causa animal.

**Elizabeth MacGregor, Sonia Fonseca e Vania Nunes**

Diretoria do Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal



# Principais achados

26,6%

**das empresas que já assumiram o compromisso responderam.**

Foram contatadas 124 empresas e 33 delas responderam.

**48,5% dos respondentes possuem alto poder de decisão na empresa.**

Isso indica valorização do tema cage-free por estas empresas.

**57,6% das empresas avaliadas nesta edição são de pequeno porte.**

Também percebemos que, quanto maior a empresa, mais difícil foi obter respostas à pesquisa.

**Indústrias** parecem mais comprometidas em compartilhar suas informações com o público, enquanto **hotéis e cruzeiros** parecem ser as empresas menos interessadas em transparência.

O estágio de transição das empresas para a cadeia produtiva 100% cage-free se encontra em diferentes etapas, pois existem diversas variáveis que ditam o ritmo da transição de cada empresa.

**Sete empresas já confirmam que terminaram a transição para 100% cage-free.**

Não há correlação entre a área de atuação das empresas com o cumprimento do compromisso.

É necessário que um número maior de empresas respondam para ser possível observar se alguma categoria de empresas está mais avançada ou mais atrasada na transição para o sistema cage-free.

# Principais achados

**69,7%**

**das empresas não possuem nenhum tipo de certificação cage-free.**

**58,8% das empresas afirmaram encontrar dificuldades na adoção do sistema cage-free.**

**Apenas 6% das empresas possuem um relatório sobre a adoção do sistema cage-free.**

○ que reflete na falta de cultura de transparência sobre os animais envolvidos neste sistema.

**78,8% tiveram interesse em refletir sobre como avançar neste tema, enviando perguntas e comentários.**

**Falta profissionalização com relação a pauta cage-free.**

Mostrando a necessidade de avançar na regulamentação, melhor difusão do conhecimento sobre produção de ovos livres de gaiolas e observar também como o produtor está lidando com a transição de sistemas produtivos.

# POR QUE FALAR DA PRODUÇÃO DE OVOS?

No Brasil existem mais de 200 milhões de galinhas criadas para a produção de ovos<sup>1</sup> e estima-se que mais de 90% delas passam a vida confinadas em gaiolas<sup>2</sup>. O sistema de gaiolas é uma realidade cruel, que impõe às galinhas uma vida dura: elas ficam amontoadas em espaços muito pequenos, onde cada animal tem cerca de 375 centímetros quadrados para se mover<sup>3</sup>. Isso significa menos de 20 centímetros por ave! Essa restrição severa de espaço impede que elas expressem comportamentos naturais, como bater asas e empoleirar-se<sup>4</sup>, o que além de gerar intenso sofrimento, também contribui para um quadro crônico de estresse e doenças.<sup>5</sup>

Devido a grande maioria da produção de ovos criar as galinhas conforme descrito acima, o consumidor precisa se atentar às marcas que consome, pois o alimento que colocamos no prato reflete diretamente esse sofrimento aos animais.

## O QUE PODEMOS FAZER PARA MUDAR ESSA REALIDADE?

A mudança nas práticas abusivas de confinamento em gaiolas é um movimento global.<sup>6</sup> Em 36 países existem 31 Organizações Não-Governamentais (ONGs) que entram em contato com empresas que utilizam ovos e firmam compromissos para que estas passem a utilizar apenas ovos provenientes de galinhas criadas livres de gaiolas. Os compromissos consistem em um acordo de adoção da política de ovos livres de gaiolas ou cage-free (termo em inglês) e é combinado um prazo para a empresa finalizar sua transição e se tornar 100% livre de gaiolas. Esse prazo varia de acordo com a data que o compromisso foi firmado e com o decorrer da negociação da empresa com as ONGs envolvidas.



## O QUE PODEMOS FAZER PARA MUDAR ESSA REALIDADE?

No Brasil, existe uma rede de ONGs que trabalham com relacionamento empresarial, buscando firmar estes compromissos. Essa rede possui pelo menos cinco ONGs e o Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal (Fórum Animal) faz parte dela. O primeiro compromisso de adoção da política cage-free que envolve o Brasil foi em 2015 com a empresa Hilton, o prazo acordado para término da transição para 2017. O prazo mais longo verificado pelo Fórum Animal de todos os compromissos já firmados que envolvam o Brasil é de 2029 com o Grupo Barbosa.

Foram identificadas 163 empresas que já se comprometeram a abolir o sistema de gaiolas em bateria de seus produtos no território brasileiro (Apêndice 1), mas esta quantidade muda a cada ano, conforme novos compromissos são firmados. Por isso, o Observatório de Políticas para a Liberdade dos Animais no Brasil (OPLAB) foi criado, com o objetivo de conscientizar a sociedade sobre a adoção de práticas comprometidas com o bem-estar animal.

O OPLAB busca abordar em suas pesquisas todas as espécies envolvidas na produção de alimentos, além de orientar o consumidor sobre como manter uma alimentação mais ética. Uma destas pesquisas é o EggLab, que busca falar da produção de ovos. A pesquisa passará a ser realizada anualmente e irá desenvolver um relatório anual para acompanhar a evolução das empresas que já se comprometeram a uma política cage-free no Brasil, além de identificar pontos importantes para alcançar o objetivo do acordo de maneira eficiente.

O relatório é um instrumento que visa ser uma contribuição direta para que a realidade da produção de ovos mude no médio prazo, e possamos fazer uma estimativa no futuro de que não seja de 90% dos ovos proveniente de gaiolas, mas 80%, 70% e assim caminhar até 0% no futuro.



# O EGGRADAR



Em 2019, o Fórum Animal realizou uma pesquisa com o objetivo de acompanhar a transição das empresas para a política de utilização de apenas ovos livres de gaiolas. Esta pesquisa foi chamada de EggRadar e possuiu diversos aspectos diferentes do EggLab, não sendo possível considerar o EggLab como semelhante ao EggRadar, mas sim uma adaptação visando sua melhoria.

O número amostral do EggRadar foi menor, pois além de haver menos empresas com compromisso publicado, esta pesquisa obteve apenas onze respostas.

Na metodologia, o EggRadar utilizou ferramentas de questionário distintas. Além das perguntas realizadas no EggRadar serem de teor diferente, eram mais curtas e rápidas de responder quando comparadas às perguntas realizadas no EggLab.

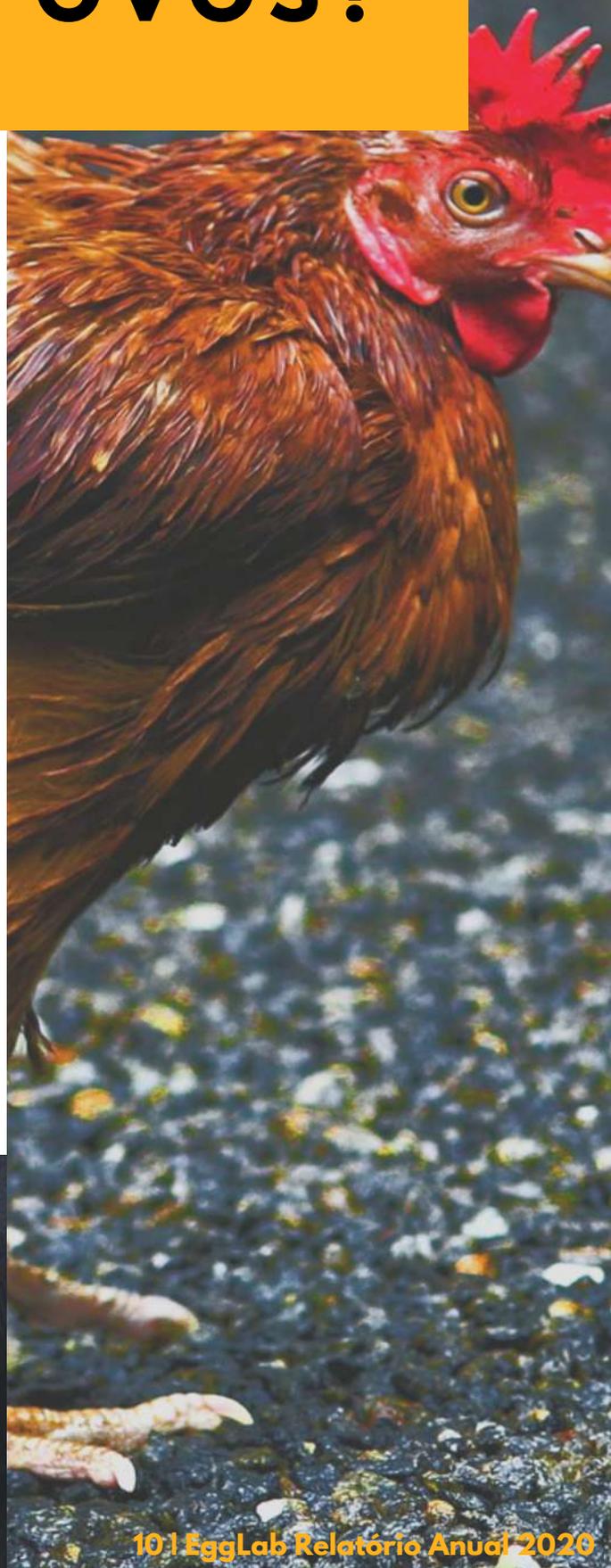
A análise e apresentação de dados do EggRadar foi feita apenas no site Brasil Sem Gaiolas, plataforma semelhante ao OPLAB. Havia também documentos em PDF disponíveis para download com a porcentagem de ovos livres de gaiola da cadeia produtiva de cada uma das empresas respondentes.

O EggRadar coletou dados muito importantes, porém insuficientes para compreender quais as dificuldades das empresas na transição para ovos cage-free, o que nos mostrou a necessidade de alterar a maneira como realizamos as pesquisas de auditoria. Por isso, decidimos descontinuar o EggRadar e criar o EggLab.

Considerando tantos aspectos diferentes das pesquisas, não será possível comparar os resultados do EggRadar com os resultados obtidos no EggLab, porém acreditamos que a pesquisa de 2019 foi essencial para iniciar o costume de auditar a transição das empresas para uma política cage-free.

# QUAL O FUTURO DA PRODUÇÃO DE OVOS?

Banir as gaiolas é o primeiro passo para o fim do sofrimento das galinhas e melhorar suas vidas. Por isso, nosso objetivo é orientar o consumidor sobre quais marcas estão comprometidas com a causa animal e conscientizar o produtor, a indústria e a sociedade como um todo para uma produção de alimentos mais ética.





## EMPRESAS QUE JÁ REALIZARAM COMPROMISSO CAGE-FREE

Todos os compromissos já realizados com empresas para adoção da política cage-free possuem seu valor e foram considerados como iguais. Diante deste cenário, este relatório visa auditar a transição da empresa que assumiu este compromisso, independente da ONG que o firmou.

Foram feitas buscas minuciosas na internet com checagem de documentos e websites das próprias organizações nacionais e internacionais, para confirmar todas as empresas presentes no território brasileiro que já realizaram o compromisso público de produzir, adquirir e usar ovos apenas provenientes de galinhas livres de gaiolas.

Inicialmente, foram encontradas 124 empresas presentes no Brasil com compromisso publicado anunciando a transição da sua cadeia produtiva para 100% cage-free. Porém, após uma nova pesquisa durante a coleta de dados, foram encontradas outras 39 empresas. Estas últimas não participaram ativamente da pesquisa, pois não tiveram o mesmo tempo para responder o questionário como as outras 124. O EggLab 2021 irá entrar em contato também com as empresas identificadas posteriormente no EggLab 2020.

# FORMAS DE CONTATO

Definido as empresas, foi realizada uma busca profunda por contatos de todas as empresas. Considerando o número total de empresas e a quantidade de e-mails encontrados, identificamos em média 3 e-mails de contato com cada empresa. Os métodos de contato utilizados pela equipe do Fórum Animal incluem: e-mails, mensagens diretas via redes sociais (como Instagram e Facebook), postagens em redes sociais marcando os perfis das empresas, mensagens via seções "Fale Conosco" no site de cada uma das empresas, contatos via WhatsApp e contatos telefônicos.

O e-mail foi o método de contato selecionado como um dos mais apropriados para envio do formulário, que foi enviado inicialmente para 124 empresas. Após o envio de e-mails, foi entrado em contato via telefone para reiterar a importância da pesquisa e solicitar contato com o funcionário mais indicado para respondê-la.

Contamos com a ajuda de voluntários para envio de mensagens em SAC e redes sociais (Instagram e Facebook) das empresas, buscando outros endereços de e-mail e telefones para contatar o funcionário mais indicado para responder a pesquisa. Cada uma das 124 empresas foi contatada ao menos três vezes pelo Fórum Animal.



## RECEBIMENTO DAS RESPOSTAS

O aceite de respostas para a pesquisa se iniciou em 1 de junho de 2020 e terminou em 31 de julho de 2020, totalizando um prazo de 61 dias para que as empresas pudessem se manifestar.

Muitas empresas responderam nossas tentativas de contato, porém incluímos na pesquisa apenas as respostas enviadas através do formulário. Nossa metodologia atual não previu respostas que sejam dadas fora da ferramenta utilizada para a pesquisa, mas para a próxima edição da pesquisa, em 2021, levaremos em consideração a hipótese das empresas responderem por outros meios que não apenas via formulário.

# PERGUNTAS

A pesquisa consistiu em 22 perguntas do tipo "survey", sendo que apenas 18 eram obrigatórias para que o formulário fosse enviado. Um teste de cronometragem para medir o tempo para completar 100% do formulário mostra que, em média, foram necessários 30 minutos para responder a pesquisa. O questionário foi dividido em três seções:

## SEÇÃO 1: DADOS DO RESPONDENTE E DA EMPRESA A QUAL TRABALHA

A Seção 1 coletou dados do respondente e da empresa, com o objetivo de identificar o respondente e classificar a empresa por número de funcionários e filiais no Brasil. Realizamos também uma classificação das empresas de acordo com sua categoria:

- Padaria e similares: aqui estão padarias, cafeterias e sorveterias;
- Restaurantes: aqui estão restaurantes, corporações, fast-foods e restaurantes corporativos;
- Indústrias: aqui estão as fábricas de massas, pães, maionese e outras que utilizem ovos em sua produção;
- Varejo: aqui estão os supermercados, hipermercados e grupos varejistas;
- Turismo: aqui estão os hotéis e cruzeiros;

Cada empresa, independente de sua categoria, pode vender diferentes produtos. O objetivo desta classificação foi apenas para fins didáticos da análise realizada neste relatório.

## SEÇÃO 2: ADOÇÃO DO SISTEMA CAGE-FREE

A Seção 2 coletou dados sobre a adoção do sistema cage-free pela empresa. Cada empresa pode utilizar uma ou mais matéria-prima do ovo, que foram divididas da seguinte maneira:

- Ovos inteiros: são os ovos in natura, ou seja, com casca. Eles não são utilizados com outros ingredientes;
- Ovos líquidos: são as combinações de ovos sem a casca, usados em receitas e certos pratos, como omelete;
- Ingredientes ou derivados de ovos: são os ovos processados em receitas, que são vendidas congeladas, resfriadas ou em outras condições, como ingredientes de massas e maionese;

As empresas informaram qual a porcentagem da matéria-prima utilizada que provém de sistemas cage-free, se vêm apresentando dificuldades na adoção do novo sistema, se possuem alguma certificação cage-free e qual a previsão da empresa para chegar em 100% cage-free. Também foi perguntado se a empresa valoriza a adoção do sistema cage-free e se a falta de legislação no Brasil para regulamentação e definição deste sistema é visto como algo negativo pela empresa.

# PERGUNTAS

## SEÇÃO 3: DADOS PARA CONTATO COM A EMPRESA

A Seção 3 coletou dados com o objetivo de confirmar o que foi respondido no questionário.

Foi perguntado se a empresa possui um relatório que fale sobre a adoção do sistema cage-free e, caso haja, enviar o link deste relatório; e foi solicitado confirmação de que as informações enviadas no questionário são referentes ao território brasileiro.

Também foi aberto um espaço para o respondente inserir ideias que a empresa pode fazer a mais para cumprir o compromisso em adotar o sistema cage-free e demais comentários.

## RESPONDENTES

Como a própria empresa definiu qual funcionário seria o mais indicado para a responder à pesquisa, uma gama variada de cargos foi apresentada entre os respondentes. A auditoria dividiu os respondentes em cinco categorias, segundo os cargos que eles declararam exercer:

- Dono ou sócio da empresa;
- CEO, presidente ou vice-presidente;
- Diretor (geral ou de área);
- Assessor, superintendente, head ou coordenador (geral ou de área);

Tal categorização não significa necessariamente que o representante da empresa ocupe apenas o cargo mencionado. É possível, ainda, que entre a coleta de dados para o relatório e a divulgação desta auditoria, os respondentes tenham mudado de cargo dentro da empresa. Portanto, tais informações devem ser lidas como um indicativo sobre tomada de decisão dentro da empresa.

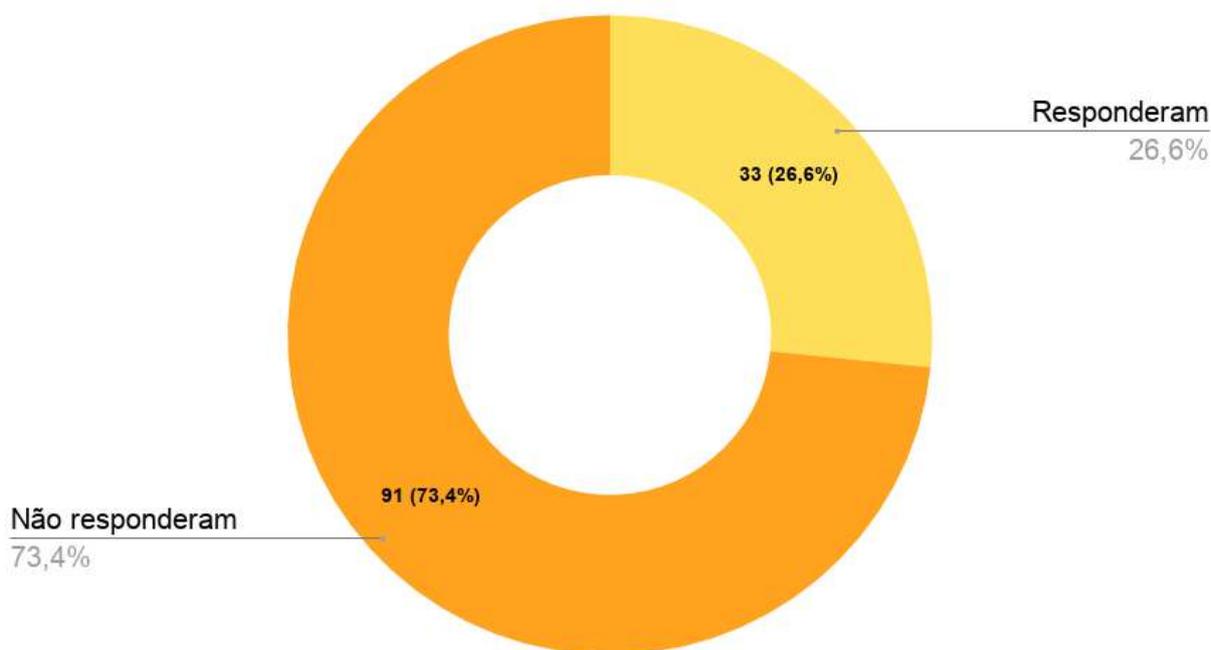


# ACHADOS

A auditoria realizada pelo Fórum Animal recebeu 33 respostas em 2020, o que equivale a 26,6% do total de empresas pesquisadas.

A relação de empresas que responderam esta pesquisa se encontra no Apêndice 2. Isso significa que pouco mais de um quarto das empresas questionadas pela ONG demonstraram algum nível de transparência com a forma como lidam com o tema cage-free, enquanto outras 91 empresas de diferentes tamanhos, naturezas e áreas de atuação não responderam à nossa pesquisa (73,4%).

**Empresas ouvidas na auditoria EggLab**



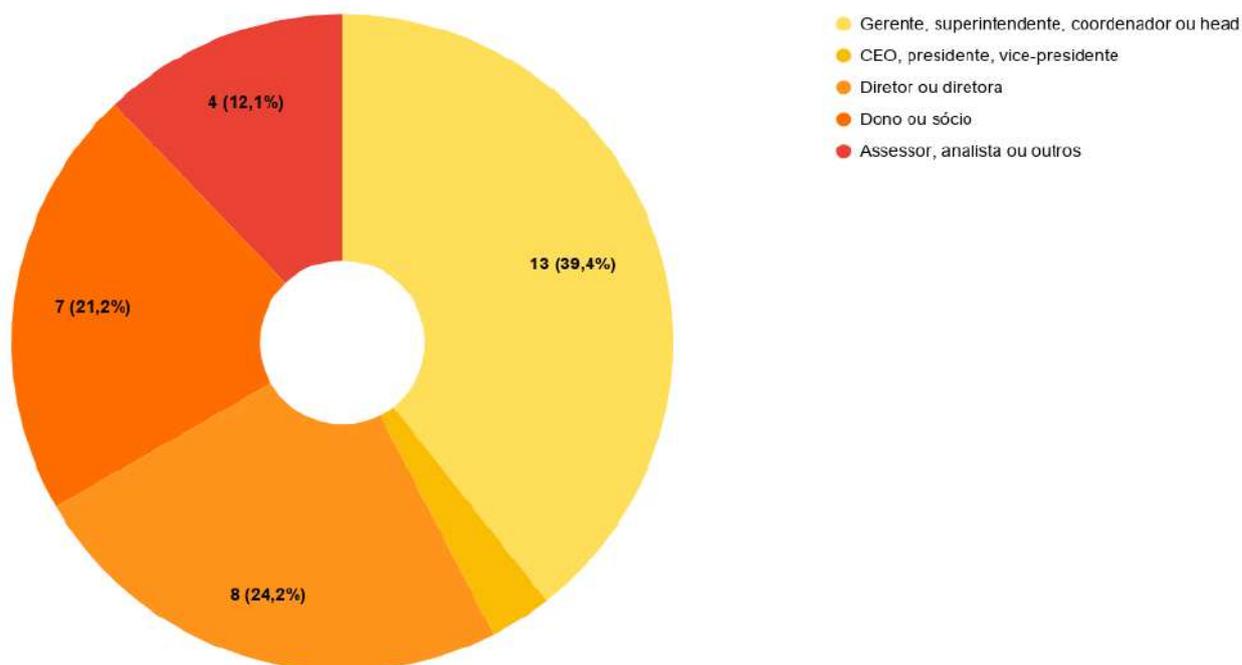


# ACHADOS

## RESPONDENTES

Os representantes das empresas que responderam ao survey pertencem aos mais variados setores e cargos existentes no setor privado. Diante de tal diversificação, o Fórum Animal buscou identificar padrões entre as respostas, para entender quais níveis hierárquicos de fato têm poder na transmissão e tomada de decisão quanto aos compromissos firmados. Desta maneira, os representantes foram divididos conforme mostra o gráfico a seguir:

**Cargos ocupados pelos representantes das empresas**





# ACHADOS

## RESPONDENTES

Quase metade das respostas (48,5%) foram dadas por ocupantes de cargos de alto poder de decisão, que se enquadram nas categorias: dono ou sócio; CEO, presidente ou vice-presidente; e diretor. Para o Fórum Animal, isso é um indicativo de que as empresas ouvidas valorizam o tema cage-free, uma vez que as respostas foram dadas por funcionários de alto escalão.

Os representantes das empresas que ocupam cargos de médio escalão, com algum poder de decisão e equipe subordinada, mas que precisam ter decisões aprovadas por superiores, são 39,4% dos respondentes. Já os de baixo escalão, ou seja, cujas decisões precisam ser sempre chanceladas pelos superiores, são 12,1%.

Estes dados indicam que as decisões com relação aos compromissos assumidos pelas empresas, bem como a transparência e a disseminação de dados relativos à temática cage-free, necessariamente precisam passar por cargos de relevância e de tomada de decisão dentro das empresas.

A preocupação com a imagem da companhia deve pesar na decisão das empresas em dar transparência às informações sobre cage-free, uma vez que seus mais altos representantes foram escalados para responder a pesquisa do Fórum Animal.

## DISCLAIMER DAS RESPOSTAS

Cabe reiterar que a metodologia aplicada pelo Fórum Animal prevê que respostas oficiais às perguntas possam ser dadas apenas através do formulário. As outras formas de interação com as empresas - e-mail, WhatsApp etc - visavam estabelecer contato e viabilizar as respostas das empresas ao formulário. Nossa equipe foi instada por algumas empresas a aceitar respostas por outras vias, como telefone e e-mail, mas decidimos não abrir exceções, para não prejudicar a metodologia adotada..



# ACHADOS

## DISCLAIMER DAS RESPOSTAS

A veracidade e a legitimidade das respostas a estas perguntas, bem como todas as outras respostas dadas por representantes das empresas, são de responsabilidade total de cada uma das empresas auditadas pelo Fórum Animal. É importante ressaltar que, uma vez concluído este relatório, ele será remetido total ou parcialmente a cada uma das 124 empresas pesquisadas, para que elas analisem os dados em que são mencionadas. O Fórum Animal deu 15 dias, a partir da data de envio da parcial para a empresa, para que cada empresa pudesse analisar informações a respeito de sua operação que pudessem estar incorretas e solicitar retificações.

## TAMANHO DAS EMPRESAS

As 33 empresas que responderam ao Fórum Animal declararam possuir, na soma total, 73.554 funcionários. Isso dá uma média de 2.229 funcionários por empresa, considerando apenas os números frios.

É necessário, no entanto, observar este dado de forma relativa e detalhada, já que duas empresas (Aurora Alimentos e Sapore) afirmaram ter muito mais empregados que as demais respondentes.

Categorizamos as empresas em 7 faixas, de acordo com o número de funcionários, para entender se a maioria das empresas pesquisadas são de porte muito pequeno, pequeno, médio ou grande. A categorização foi:

- Faixa 1: Empresas que dizem ter de 3 a 100 funcionários;
- Faixa 2: Empresas que dizem ter de 101 a 500 funcionários;
- Faixa 3: Empresas que dizem ter de 501 a 1000 funcionários;
- Faixa 4: Empresas que dizem ter de 1001 a 2000 funcionários;
- Faixa 5: Empresas que dizem ter de 2001 a 5000 funcionários;
- Faixa 6: Empresas que dizem ter de 5001 a 10000 funcionários;
- Faixa 7: Empresas que dizem ter 10001 funcionários ou mais.

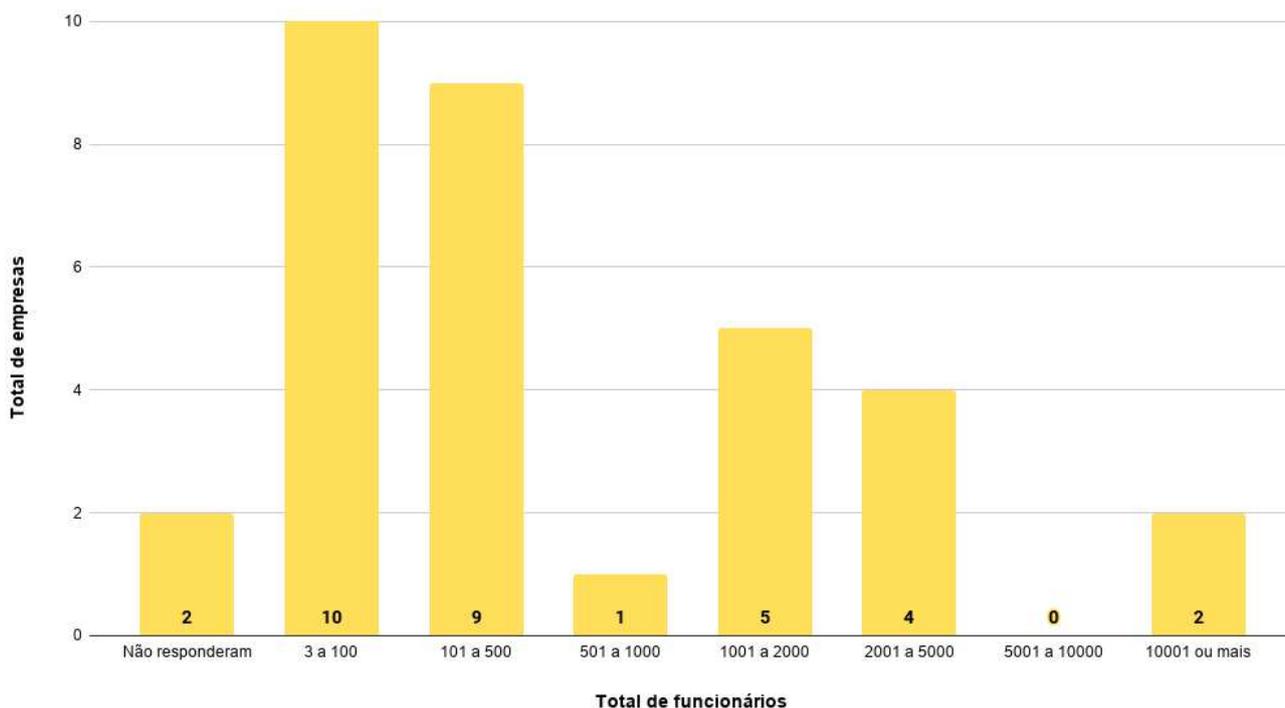


# ACHADOS

## TAMANHO DAS EMPRESAS

Duas empresas não responderam a esta questão: a Starbucks Brasil disse que o número de funcionários é uma informação confidencial, e a Agroavícola Filippsen afirmou ter zero empregados.

**Empresas avaliadas versus quantidade de funcionários**





# ACHADOS

## TAMANHO DAS EMPRESAS

Pelo gráfico, é possível aferir algumas conclusões importantes: 57,6% das empresas avaliadas são de pequeno porte, em comparação com as demais empresas que responderam ao survey, e têm de 3 a 500 funcionários.

Apenas 6,0% das empresas avaliadas podem ser consideradas de grande porte, em comparação com as demais, por terem mais de 10.000 funcionários. Também é possível identificar que, quanto maior a empresa, mais difícil foi obter respostas à pesquisa. Hipóteses levantadas pelo Fórum são: dificuldade em sensibilizar a diretoria e acionistas sobre a importância do tema cage-free, o receio das grandes empresas em ter marketing negativo com as respostas, e a falta de cultura de transparência no mercado brasileiro.

O Fórum Animal considerou que 27,3% das empresas avaliadas são de médio porte, em comparação com as demais, e têm de 1000 a 5000 funcionários.

Uma das possíveis discrepâncias identificadas na pesquisa é que algumas franquias e multinacionais disseram ter número extremamente baixo de funcionários. Isso aponta para um entendimento diferente entre as empresas com relação à qual deve ser a resposta correta.

Identificamos que pode ter faltado clareza nesta questão, e que os respondentes podem ter ficado confusos - por exemplo, se deveriam informar apenas o total de funcionários contratados via carteira de trabalho, ou se também deveriam incluir prestadores de serviço.

Tais respostas foram revisadas pelas empresas no prazo que o Fórum Animal deu para que as discrepâncias fossem clarificadas e dados equivocados corrigidos. A próxima auditoria do Fórum Animal, em 2021, irá detalhar claramente os critérios desta pergunta para facilitar o entendimento das empresas.

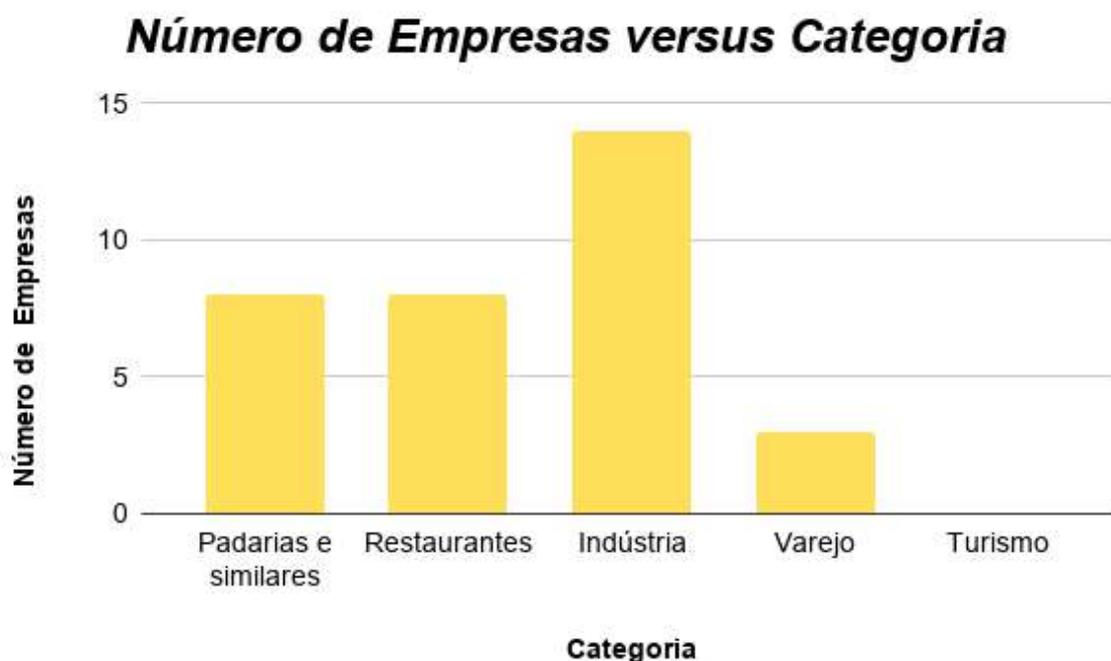
Nesta auditoria, optamos por não complexificar a questão, já que ela não é central para o relatório.



# ACHADOS

## CATEGORIA DAS EMPRESAS

As empresas foram divididas em categorias, conforme mostra o gráfico a seguir:



Dentre as empresas que responderam, oito empresas foram classificadas na categoria "Padaria e similares" (24,2%), oito empresas foram classificadas na categoria "Restaurantes" (24,2%), quatorze empresas foram classificadas na categoria "Indústria" (42,4%) e três empresas foram classificadas na categoria "Varejo" (9,0%). Nenhuma empresa pertencente à categoria "Hotel e turismo" respondeu a esta pesquisa (para detalhes sobre categorias, ler Seção 1 do subitem Perguntas, na Metodologia).

As empresas categorizadas como Indústria parecem mais comprometidas em compartilhar suas informações com o público, enquanto empresas categorizadas como Turismo parecem ser as menos interessadas em transparência.



# ACHADOS

## TIPOS DE OVOS

Considerando que cada empresa pode utilizar uma ou mais matéria-prima do ovo (para detalhes sobre o tipo de ovo, ler Seção 2 do subitem Perguntas, na Metodologia), o número total de empresas aqui é maior que a quantidade de respostas ao formulário.

A utilização de cada matéria-prima varia conforme a categoria da empresa, pois a produção de cada produto demanda uma matéria-prima diferente. Portanto, a empresa poderia marcar em sua resposta quantas opções de matéria-prima fossem necessárias, podendo uma empresa marcar todas as três opções (ovo inteiro, ovo líquido e ingrediente ou derivado de ovo).

Diante deste cenário, foram identificadas quinze empresas que utilizam ovos inteiros, onze empresas que utilizam ovos líquidos e dezenove empresas utilizam ingredientes ou derivados de ovos. Podemos identificar que a matéria-prima mais utilizada é ingredientes de ovos e a menos utilizada é ovos líquidos. Tal resultado pode se dar devido a maior quantidade de empresas classificadas como indústrias que responderam a nossa pesquisa (42,2% das empresas que responderam), pois a literatura indica ovos frescos como mais apropriado para produção de massas e outros produtos confeccionados em escala industrial<sup>7</sup>.

Algumas empresas se contradisseram no decorrer do questionário com relação a este tópico. Estas discrepâncias foram enviadas para as devidas empresas para retificação de suas respostas.

- As empresas The Fifties e Grão Espresso, apesar de informar que utiliza apenas ingrediente de ovos em sua cadeia produtiva, informaram que há transição para ovos livres de gaiola da matéria-prima ovo inteiro. A Grão Espresso informou que houve troca de fornecedores e, portanto, não tem certeza quais tipos de ovos o novo fornecedor utiliza para produção dos alimentos comercializados em suas lojas.
- A empresa Aurora Alimentos, apesar de informar que utiliza apenas ovos líquidos em sua cadeia produtiva, informou que há transição para ovos livres de gaiola das matérias-primas ovo inteiro e ingrediente de ovo. A empresa não esclareceu sobre quais tipos de ovos utiliza.



# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

O estágio de transição das empresas para a cadeia produtiva 100% cage-free se encontra em diferentes etapas, pois existem diversas variáveis que ditam o ritmo da transição de cada empresa, como data que o compromisso foi firmado e prazo para finalização da transição.

O Fórum Animal não enxerga como negativo que uma empresa ainda não tenha avançado significativamente sua transição, se esta possui um prazo grande para se tornar 100% cage-free. Por isso, cada empresa foi analisada individualmente e levado em consideração as variáveis mencionadas para então concluirmos a análise.

Neste item foram discutidas apenas as empresas que já finalizaram sua transição. Para avaliar com detalhes os demais status de transição, é necessário observar o prazo acordado individualmente com cada empresa (para mais detalhes, ler Previsão de término da transição).





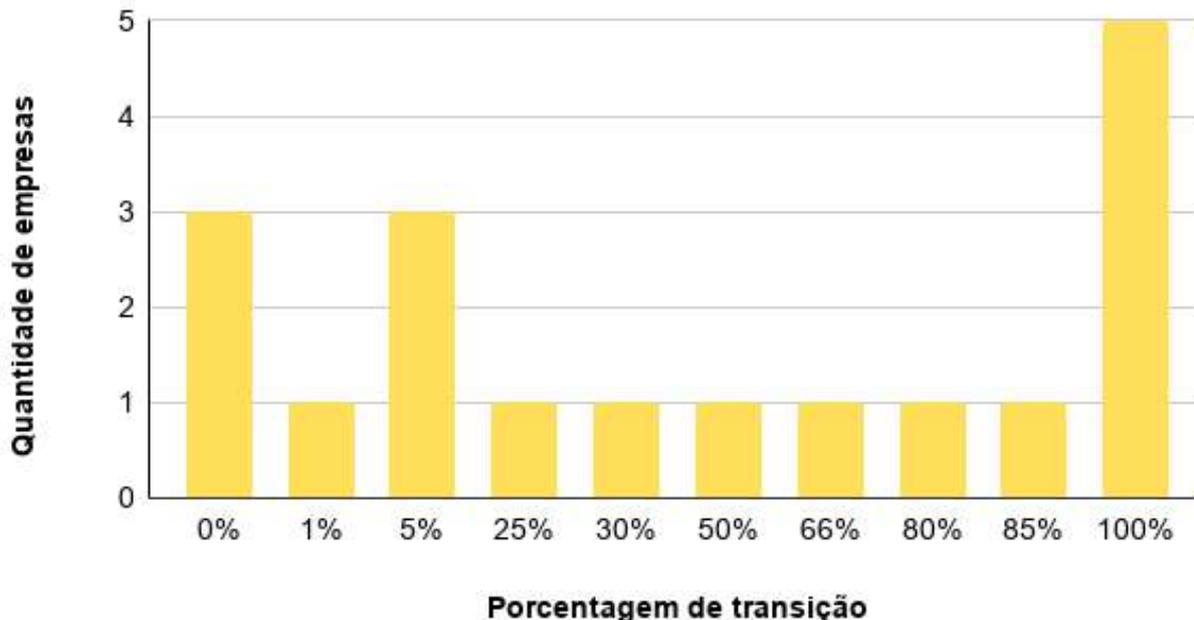
# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

### EMPRESAS QUE UTILIZAM OVOS INTEIROS

A distribuição das dezoito empresas que apresentam a porcentagem de sua cadeia produtiva para ovos cage-free está demonstrada no gráfico a seguir:

#### *Status da transição para ovos inteiros cage-free*



É possível identificar que 27,7% das empresas que utilizam ovos inteiros já terminaram sua transição para apenas ovos livres de gaiolas, o que consideramos muito positivo, porém uma parcela ainda pequena.



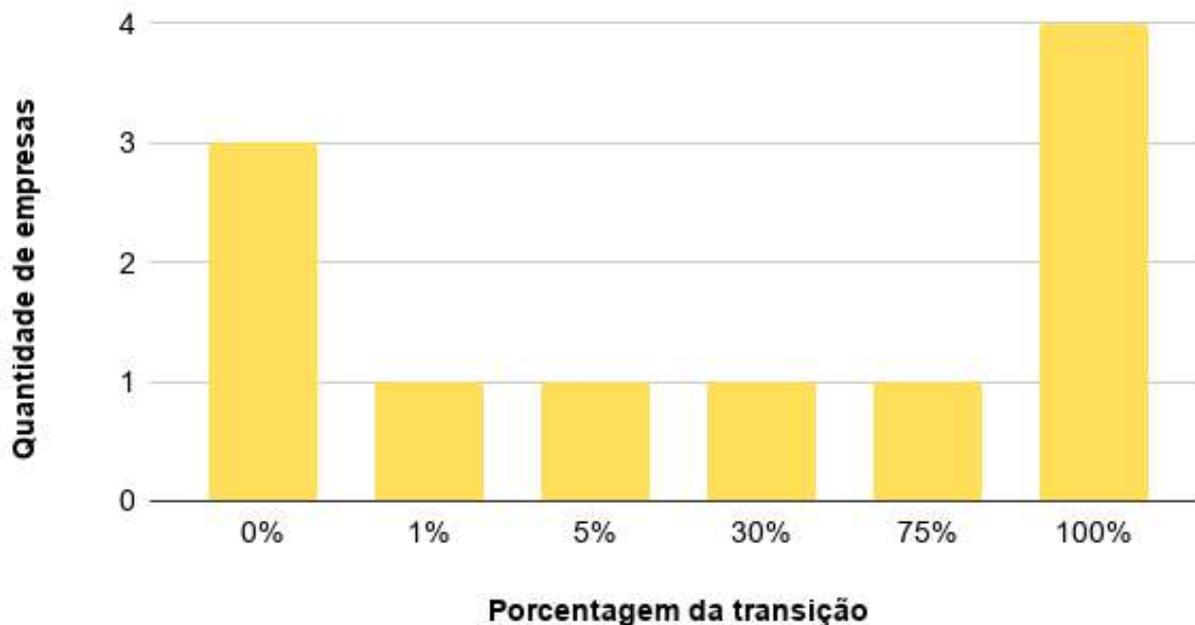
# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

### EMPRESAS QUE UTILIZAM OVOS LÍQUIDOS

A distribuição das onze empresas que apresentaram a porcentagem de sua cadeia produtiva para ovos cage-free está demonstrada no gráfico a seguir:

#### *Status da transição para ovos líquidos cage-free*



A empresa Bifum respondeu que, apesar de utilizar ovos líquidos em sua cadeia produtiva, não trabalha diretamente com nenhuma das matéria-primas, pois a produção do produto que utiliza ovos é terceirizada.

É possível identificar que 36,4% das empresas que utilizam ovos líquidos já terminaram sua transição para apenas ovos livres de gaiolas, o que consideramos muito positivo, porém uma parcela ainda pequena.



# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

### EMPRESAS QUE UTILIZAM INGREDIENTES OU DERIVADOS DE OVOS

A distribuição das vinte empresas que apresentaram a porcentagem de sua cadeia produtiva para ovos cage-free está demonstrada no gráfico a seguir:



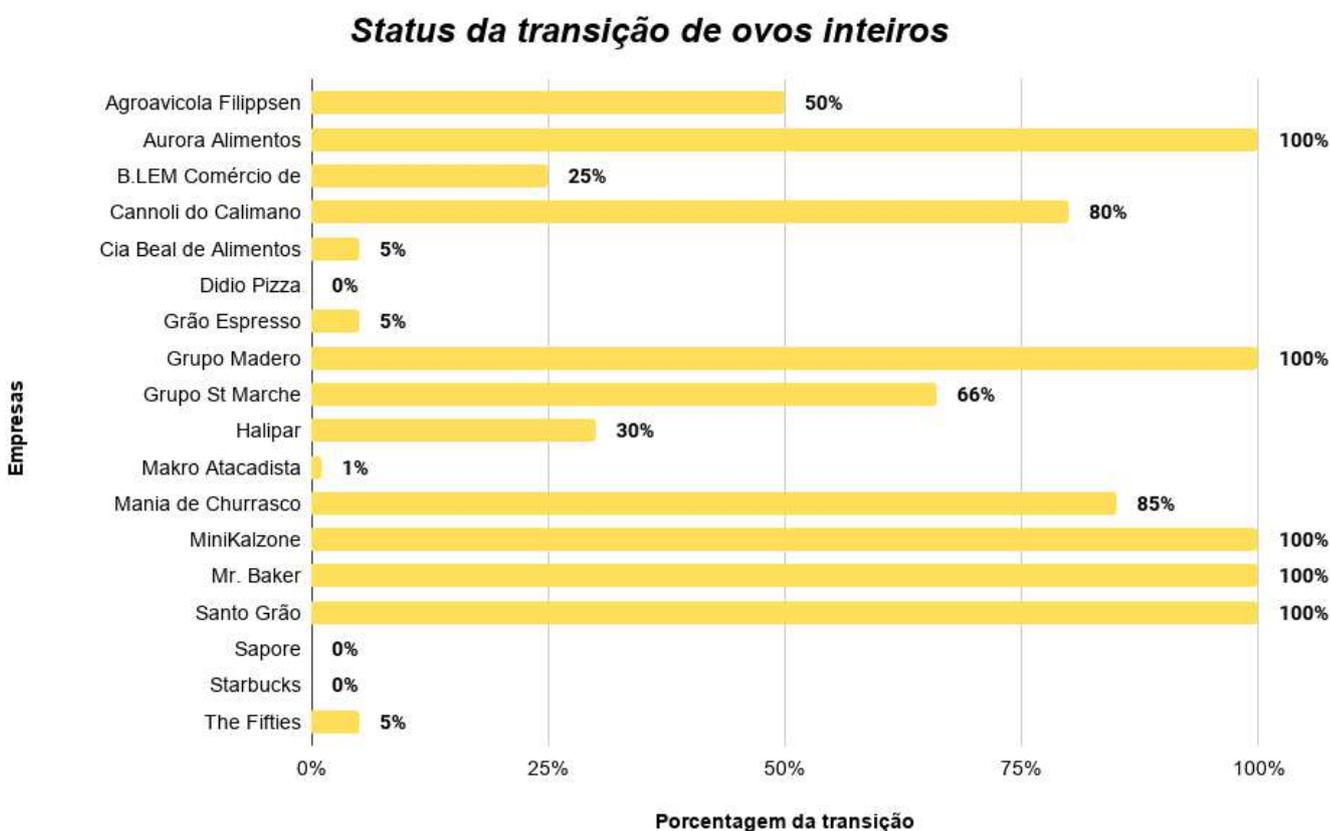
É possível identificar que 35,0% das empresas que utilizam ingredientes de ovos já terminaram sua transição para apenas ovos livres de gaiolas, o que consideramos muito positivo, porém uma parcela ainda pequena.



# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

Visando total transparência, na tabela a seguir está indicado o status da transição de todas as empresas que responderam esta pesquisa:

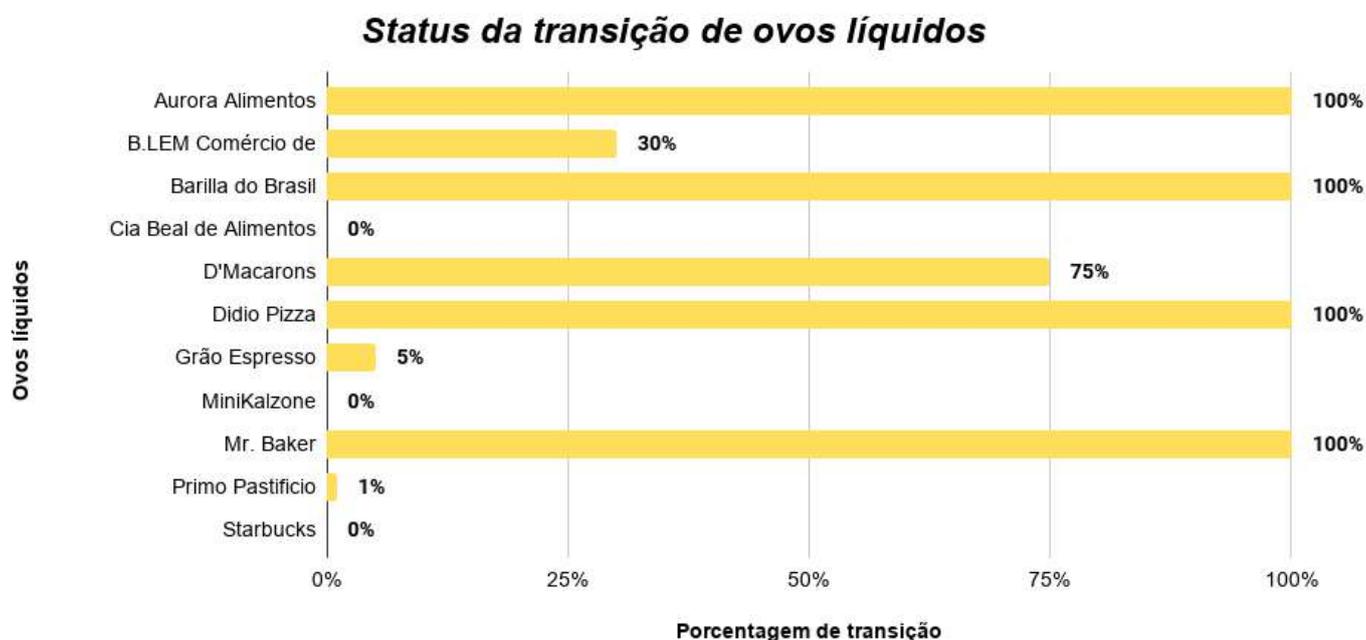




# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

Visando total transparência, na tabela a seguir está indicado o status da transição de todas as empresas que responderam esta pesquisa:

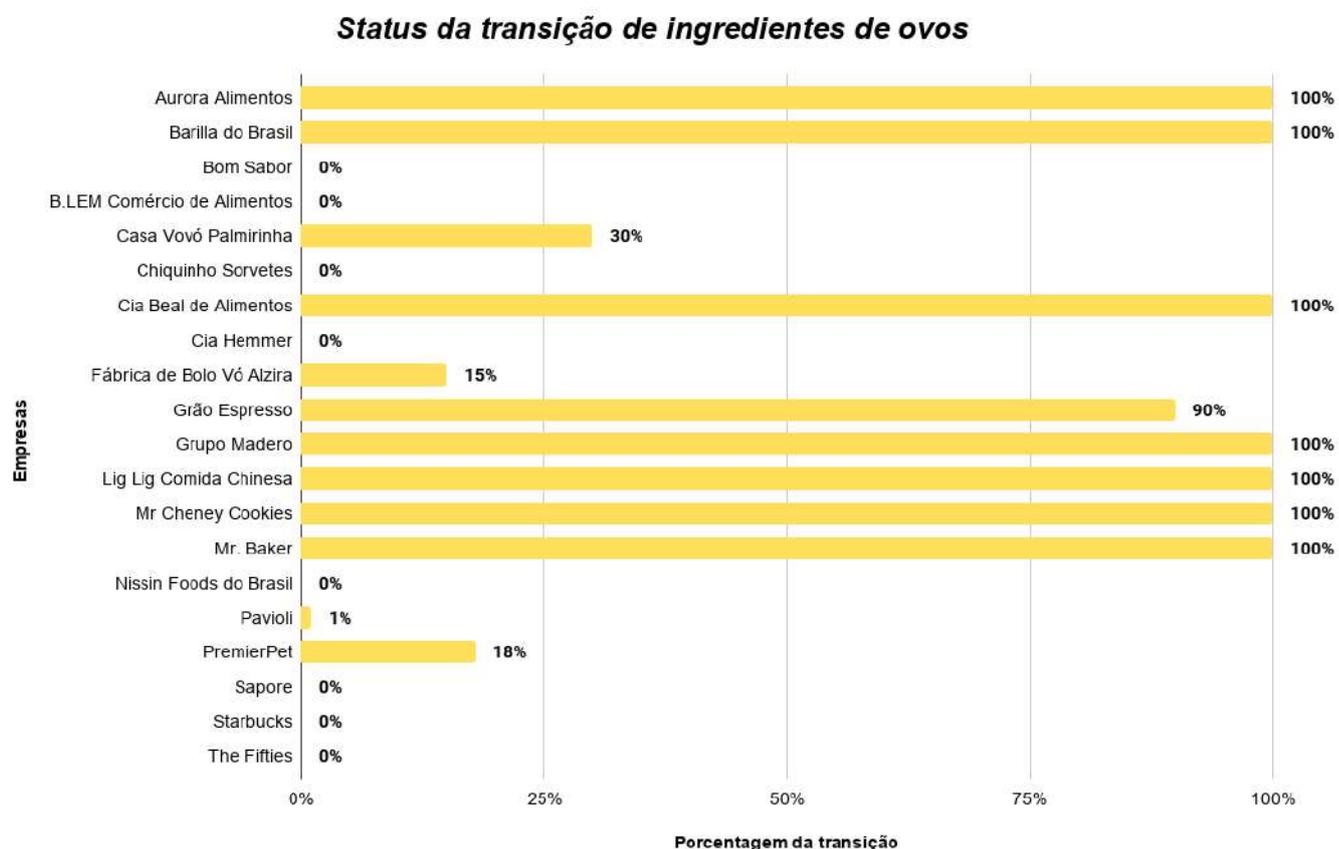




# ACHADOS

## STATUS DA TRANSIÇÃO PARA POLÍTICA CAGE-FREE

Visando total transparência, na tabela a seguir está indicado o status da transição de todas as empresas que responderam esta pesquisa:





# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

Independente do prazo acordado com as empresas para término da transição de sua cadeia produtiva, foi perguntado se a empresa possui alguma previsão de término, buscando identificar empresas que podem estar adiantando seu término de transição e oferecer espaço para as empresas que atrasaram sua transição apresentarem os motivos que tenham causado o atraso.

Por isso, este item foi dividido em subitem conforme o prazo informado pelas empresas, estes comparam o prazo informado pelas empresas e o prazo acordado no compromisso firmado.

Não foi incluído nas perguntas o volume de ovos de cada uma das categorias, por isso será realizada análise do status da transição dos tipos de ovos individualmente (para ler com mais detalhes sobre tipos de ovos, ler Seção 2 do subitem Perguntas, na Metodologia).

## EMPRESAS QUE JÁ TERMINARAM A TRANSIÇÃO

Até o momento desta pesquisa, sete empresas já confirmam que terminaram a transição para 100% de ovos provenientes de galinhas livres de gaiolas. São elas: Aurora Alimentos, Barilla do Brasil, Grupo Madero, Lig Lig Comida Chinesa, Mr Cheney Cookies, Mr. Baker e Santo Grão.

Estas empresas são de categorias variadas, não sendo possível correlacionar sua área de atuação com o avanço na política cage-free.

É importante ressaltar que houve discrepância de informações com relação ao tipo de ovo utilizado pela Aurora Alimentos, não ficando claro se a empresa utiliza uma ou mais matérias-primas; por isto, também não fica claro qual matéria-prima o término da transição informado pela empresa diz respeito. A empresa garantiu que todos seus ovos são provenientes de galinhas criadas livres de gaiolas.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2020

Três empresas informaram intenção de terminar a transição em 2020. São elas: Cia Beal de Alimentos, Dídio Pizza e Mania de Churrasco. Estas empresas são de categorias variadas, não sendo possível correlacionar sua área de atuação com o avanço na política cage-free.

A empresa Cia Beal de Alimentos usa as três matérias-primas e informou já ter adequado sua cadeia produtiva para ingredientes de ovos até o momento da pesquisa, enquanto nas outras duas matérias-primas a porcentagem de transição está em 0% e 5% para ovos líquidos e ovos inteiros, respectivamente. Consideramos muito positivo que a empresa esteja buscando adiantar o término de sua transição, que foi acordado para 2022.

A empresa Dídio Pizza usa duas matérias-primas e informou já ter se adequado em ovos líquidos, enquanto a transição de ovos inteiros está em 0%. É preocupante que a empresa não tenha iniciado ainda sua transição para um tipo de ovo, pois o prazo acordado para término foi 2020. Após envio do relatório parcial para a empresa, esta pediu para deixar claro que o volume de ovos líquidos utilizado pela empresa corresponde a 95% do volume total de ovos e, portanto apenas 5% de seus ovos não são livres de gaiolas; o que demonstra uma possibilidade maior da empresa conseguir terminar sua transição em 2020.

A Mania de Churrasco já está em 85% do processo de transição no único tipo de ovo usado. Com o prazo final de transição acordado para 2020, acreditamos que conseguirá cumprir com o compromisso.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2021

Duas empresas informaram intenção de terminar a transição em 2021. São elas: Cannoli do Calimano e Starbucks.

A empresa Cannoli do Calimano informou estar em 80% do processo de transição no único tipo de ovo usado. O prazo máximo acordado para fim da transição com a Cannoli do Calimano foi 2025, considerando que estão avançados na transição, é possível que a empresa consiga terminar dentro deste prazo informado na pesquisa.

O adiantamento do fim da transição para uma política 100% cage-free é visto com muitos bons olhos pelo Fórum Animal, parabenizamos a empresa pela dedicação à causa animal.

Starbucks usa todas as matérias-primas disponíveis no mercado e permanece em 0% no processo de transição até o momento desta pesquisa. O prazo máximo acordado inicialmente para terminar a transição foi de 2020, entretanto a empresa passou por troca de administração no Brasil e, após esta troca, a empresa mudou seu prazo máximo de transição para 2021. A empresa possui um término de transição que acreditamos ser um prazo muito curto para finalizar a transição de uma empresa que permanece em 0%. O Fórum Animal enxerga essa situação com preocupação, mas o fato da empresa se disponibilizar para ser transparente com relação ao tema já é um bom começo para mostrar interesse na causa animal. Esperamos que o Starbucks volte seus esforços para o término da adoção do sistema cage-free e consiga atingir suas metas.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2022

Três empresas informaram intenção de terminar a transição em 2022. São elas: Brico Bread Alimentos, Grupo St Marche e Primo Pastifício.

Brico Bread Alimentos permanece em 0% no processo de transição até o momento no único tipo de ovo usado. O prazo máximo acordado em compromisso foi de 2025, tempo maior do que a previsão informada pela empresa, o que gera dúvidas. Existem ações que a empresa está tomando para avançar em seu compromisso com a política cage-free para que creiam que conseguiram terminar sua transição em 2022, mesmo permanecendo em 0% até o momento? Consideramos positivo que a empresa busque ser transparente com relação ao tema e desejamos à Brico Bread Alimentos sucesso em seus investimentos, esperamos que obtenham avanço rápido na adoção do sistema cage-free. O Grupo St Marche já está em 66% do processo de transição no único tipo de ovo usado, além de seu prazo acordado em compromisso ser de 2028. Parabenizamos o Grupo pelo avanço na política cage-free e pela possibilidade de finalizar sua transição seis anos antes do prazo máximo acordado, esperamos que a empresa consiga se manter na previsão informada.

Primo Pastifício está em 1% no processo de transição até o momento no único tipo de ovo usado. O prazo máximo acordado com esta empresa é também de 2022. Observamos esta situação com preocupação, pois acreditamos que a empresa terá dificuldades em cumprir o acordado.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2023

Duas empresas informaram intenção de terminar a transição em 2023. São elas: Fábrica de Bolo Vó Alzira e Mecano Pack Embalagens, mais conhecida como Bom Sabor.

Ambas empresas utilizam um tipo de ovo apenas, e estão em 15% e 0% (Fábrica de Bolo Vó Alzira e Bom Sabor, respectivamente) do processo de transição. O prazo acordado com ambas as empresas foi de 2025, o que lhes dá mais tempo para concluir a transição caso a previsão informada seja difícil de manter. O Fórum Animal acredita que com dedicação, este prazo será possível de cumprir.

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2025

Quatorze empresas informaram intenção de terminar a transição em 2025. São elas: B.LEM Comercio de Alimentos, Bifum Brasil Alimentos, CHQ - Companhia de Franchising (Chiquinho Sorvetes), Cia Hemmer, Grandfood Ind (PremierPet), Grão Espresso, Halipar, Makro Atacadista, Mecano Pack Embalagens (Bom Sabor), MiniKalzone, Nissin Foods do Brasil, Pavioli e Sapore.

B.LEM Comercio de Alimentos utiliza dois tipos de ovos e está em 25% e 30% no processo de transição até o momento. A PremierPet só utiliza um tipo de ovo, mas ainda está em 18% do processo de transição. Grão Espresso já está em 66% do processo de transição para ingredientes de ovos, porém não esclareceu se utiliza ou não outros tipos de ovos. O Grupo Halipar só utiliza um tipo de ovo e está em 30% do processo de transição. Makro Atacadista e Pavioli só utilizam um tipo de ovo, mas ainda estão em 1% do processo de transição. MiniKalzone utiliza dois tipos de ovos e já está em 100% em uma delas, porém a outra permanece em 0% no processo de transição até o momento.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2025

Bifum Brasil Alimentos só utiliza um tipo de ovo, mas informa que a produção do produto com ovos é terceirizada, por isso dependem da alteração por parte desse terceiro para adequar ao projeto. A empresa informa ainda que, como o produto com ovos representa menos de 3% do faturamento, está considerando retirar o produto de linha caso não tenham êxito na mudança desse ingrediente. Bom sabor, CHQ - Companhia de Franchising, Cia Hemmer, Nissin Foods do Brasil e Sapore só utilizam um tipo de ovo, mas permanecem em 0% do processo de transição.

Todas estas empresas acordaram como prazo máximo para finalizar sua transição em 2025, exceto o Makro Atacadista, que possui o prazo de 2028. Isto significa que as empresas têm conhecimento de seu compromisso, o que consideramos positivo. Também parabenizamos o Makro Atacadista pela iniciativa de adiantar seu término de adoção.

Pedimos atenção às empresas que ainda não avançaram na adoção da política cage-free ou que avançaram menos de 30%, para que consigam cumprir o compromisso dentro do prazo.

### EMPRESAS QUE PRETENDEM TERMINAR A TRANSIÇÃO EM 2028

Apenas uma empresa informou que conseguirá terminar a transição em 2028, que se trata da Agroavícola Filippesen e que possui prazo máximo até a mesma data já prevista. O produtor de ovos está em 50% do processo de transição, o que consideramos adequado, considerando as necessidades diferenciadas que os produtores possuem. Consideramos também animador e interessante podermos contar com a transparência de produtores engajados na causa nesta pesquisa.



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### OUTROS CASOS

A empresa D'Macarons informou que a previsão de término era 2018, porém ainda não finalizaram. O prazo acordado foi 2019 e inicialmente não explicaram o motivo pelo qual não terminaram sua transição. O Fórum Animal identificou uma dificuldade de entendimento pela empresa sobre quando é possível afirmar que toda a rede é 100% cage-free. Após conversar com o responsável, foi possível explicar que toda a cadeia de fornecedores e de produção precisam ser cage-free para finalizar sua transição, o que não ocorreu com a D'Macarons, pois apenas os ovos utilizados na produção dos macarons são cage-free, o que condiz com 75% da cadeia produtiva da empresa. A empresa não deixou claro se irá finalizar esta transição.

A empresa The Fifties afirmou que não poderá atender a demanda 100% cage-free, pois a empresa está em um processo de venda da companhia para um novo grupo que deve reavaliar todos os acordos assumidos anteriormente.

A empresa Casa da Vovó Palmirinha não enviou previsão de término de transição, alegando que os fornecedores estão sendo notificados sobre o posicionamento da empresa, mas que depende dos fornecedores com custo e produção acessíveis para realizar a transição. No compromisso público firmado pela empresa, o prazo final de transição determinado foi 2025, prazo que acreditamos ser suficiente para adequar o indicado.

### VISÃO GERAL

As empresas mais avançadas no seu processo de transição foram consideradas as que estão em pelo menos 75%, selecionando dez empresas. São elas: Aurora Alimentos, Barilla do Brasil, Cannoli do Calimano, D'Macarons, Grupo Madero, Lig Lig Comida Chinesa, Mania de Churrasco, Mr. Baker, Mr Cheney Cookies e Santo Grão. Destas, oito são indústrias (50,0%).



# ACHADOS

## PREVISÃO DE TÉRMINO DA TRANSIÇÃO

### VISÃO GERAL

As empresas mais atrasadas no seu processo de transição foram consideradas as que estão em até 18%, selecionando treze empresas. São elas: Bom Sabor, Brico Bread Alimentos, Chiquinho Sorvetes, Fábrica de Bolo Vó Alzira, Hemmer, Makro Atacadista, Nissin Foods, Primo Pastificio, Pavioli, PremierPet, Sapore, Starbucks e The Fifties. Destas, sete são indústrias (53%).

Para podermos afirmar se alguma categoria de empresas está mais avançada ou mais atrasada na transição para o sistema cage-free, é necessário um número maior de amostra, não sendo possível correlacionar estes dados na edição de 2020.

## DIFICULDADES NA ADOÇÃO DO SISTEMA CAGE-FREE

Dezenove empresas informaram encontrar dificuldades na adoção do sistema cage-free, ou seja, 55,8% das empresas.

Foi inserido uma pergunta opcional para empresas comentarem quais são essas dificuldades. Das vinte e duas empresas que adicionaram comentários sobre dificuldades, onze delas mencionaram falta de fornecedores e alto custo. Dentre outras dificuldades, foram citadas falta de informação sobre este sistema na cadeia de fornecimento, falta de incentivo para a transição, a pandemia pelo COVID-19 atrasando o planejamento e dificuldade dos fornecedores cage-free existentes em atender preços e quantidade de produtos necessários.

O Fórum Animal acredita que essas dificuldades ocorrem devido falta de conhecimento geral por parte das empresas sobre o tema cage-free e falta de organização deste sistema de produção no território brasileiro.

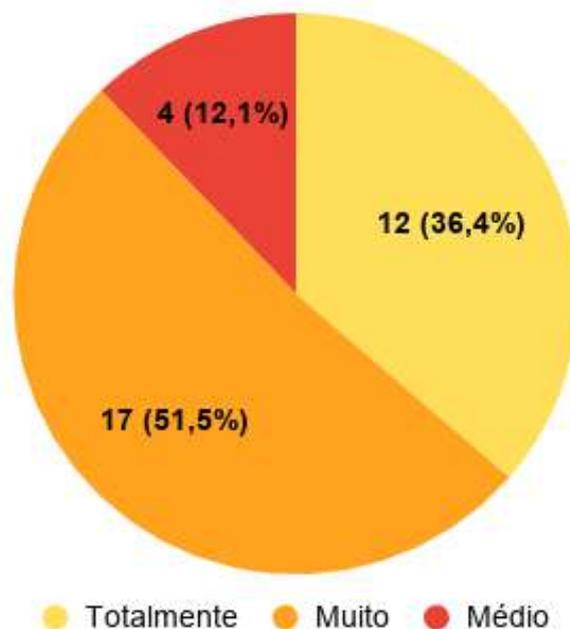


# ACHADOS

## IMPORTÂNCIA DA ADOÇÃO CAGE-FREE PARA A EMPRESA

Doze empresas informaram que a adoção do sistema cage-free pela empresa é totalmente importante, dezessete empresas informaram ser muito importante e quatro empresas informaram possuir uma importância média.

### *Importância da adoção cage-free para a empresa*



Tal afirmação gera dúvidas, pois das doze empresas que afirmaram total importância, cinco empresas ainda estão em 0% no seu processo de transição para ovos livres de gaiolas; e das dezessete empresas que afirmaram muita importância, três delas estão em 0%. Essas empresas estão com dificuldades na adoção? A política cage-free está sendo tratada apenas como uma estratégia de marketing, sem real intenção de cumprir o compromisso firmado? Deixamos aqui estes questionamentos para reflexão.



# ACHADOS

## IMPORTÂNCIA DA ADOÇÃO CAGE-FREE PARA A EMPRESA

Abrimos espaço também para fornecer apoio às empresas que têm encontrado dificuldades. A adoção do sistema cage-free possui diferentes passos a serem executados e o Fórum Animal observa uma necessidade de difundir as informações referentes ao cenário cage-free no Brasil para melhor direcionar a transição do sistema de produção de ovos.

Quanto às empresas que estão relutantes à adoção mesmo após a publicação de seu compromisso público, também abrimos espaço para dialogar sobre esta relutância, pois esta pesquisa tem o intuito também de fiscalizar as promessas não cumpridas sobre o bem-estar dos animais. Desejamos que todas as empresas avancem na adoção deste sistema com mais respeito às galinhas, e deem a devida importância às vidas desses animais, demonstrando que os compromissos assumidos não foram apenas palavras vazias, com intuito de promover sua marca.

Não podemos esquecer que estes questionamentos foram levantados relacionados a respostas de empresas que responderam a pesquisa, que são apenas 26,6% das empresas que firmaram compromisso para se tornar cage-free no Brasil. Ainda não sabemos como as outras 91 empresas que possuem compromisso firmado enxergam a adoção do sistema cage-free, apesar de que o silêncio e decisão de não responder a esta pesquisa já nos diz um pouco sobre isso.

Esperamos que a cultura da transparência e diálogo das empresas com a sociedade floresça e estes questionamentos possam ser discutidos de maneira respeitosa e sincera.



# ACHADOS

## CERTIFICAÇÃO CAGE-FREE

A certificação é um ponto importante porque ajuda os consumidores a identificar os produtos disponíveis no mercado que foram produzidos em sistemas com maior respeito aos animais.

Vinte e três empresas (69,7%) não possuem nenhum tipo de certificação cage-free. A falta de certificação pela maioria das empresas pode ser porque essas empresas ainda não finalizaram sua transição para poderem solicitar certificação, assim como pode ser por falta de interesse em ser certificado.

Das onze empresas que possuem certificação, cinco (45,45%) utilizam o Certified Humane Brasil. Três empresas informaram que seus fornecedores possuem certificação, porém não informaram qual.

O selo da Certified Humane parece ser o principal entre as empresas que responderam a pesquisa, o que o Fórum Animal considera como positivo, pois é uma certificação completa em termos de respeito e bem-estar aos animais.

## VISÃO DA EMPRESA SOBRE A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

Vinte e seis empresas informaram que acham negativo a falta de leis no Brasil para regulamentar e definir o sistema cage-free, ou seja, 76,4% das empresas. A falta de legislação sobre produção de ovos em sistemas alternativos reforça o ponto levantado anteriormente sobre dificuldades na adoção do sistema cage-free. Há uma necessidade cada vez mais clara de avançar em regulamentação e melhor difusão do conhecimento sobre este sistema, que ainda está em seus passos iniciais no território brasileiro.

Embora muitas empresas estejam envolvidas e engajadas em realizar a transição para o sistema cage-free, a falta de legislação no Brasil serve como um apoio aos que não pensam em bem-estar animal de fato.



# ACHADOS

## RELATÓRIO DE ADOÇÃO CAGE-FREE

Apenas duas empresas informaram que possuem um relatório sobre a adoção do sistema cage-free, ou seja, 6% dos respondentes. Foram elas: Agroavícola Filippesen e Barilla do Brasil. Consideramos este número muito baixo e reflete na falta de cultura de transparência sobre tópicos que envolvam os animais, cultura esta que esperamos que cresça cada vez mais, assim como desejamos que a porcentagem de empresas que reportam seus dados para a sociedade também aumente.

## OPINIÕES

Vinte e seis empresas responderam como podem melhorar e fazer mais para cumprir o compromisso. Esta pergunta era opcional e, 78,8% dos respondentes tiveram interesse em refletir sobre como avançar neste tema. O simples fato de respondê-la já é visto de maneira positiva.

Doze empresas mencionaram que podem melhorar seu diálogo e colaboração com os fornecedores. Entendemos nesta pesquisa que o fator principal de dificuldade das empresas tem sido relacionado a fornecedores de ovos de todas as matérias-primas, o que pode demonstrar a falta de fornecedores ou a falta de conhecimento da empresa sobre quais são os fornecedores cage-free em sua região.

Além da pergunta mencionada anteriormente, doze empresas enviaram comentários adicionais. Dentre eles, foi solicitado maiores informações, suporte e auxílio sobre o planejamento dos fornecedores; e foram enviadas perguntas sobre como os fornecedores estão atendendo à demanda e abastecimento de ovos e derivados provenientes do sistema cage-free. Ficou claro que as empresas possuem muitas dúvidas sobre o tema cage-free e precisam de maior auxílio para alcançar os objetivos almejados no compromisso.

Também houveram comentários informando que a pandemia de COVID-19 levou a um impacto no planejamento da empresa para ovos cage-free. Entendemos que a pandemia é um momento único que o mundo está vivendo e entendemos que alterações podem ser necessárias, desde que o objetivo de se tornar 100% cage-free continue sempre em vista.



# CONCLUSÃO

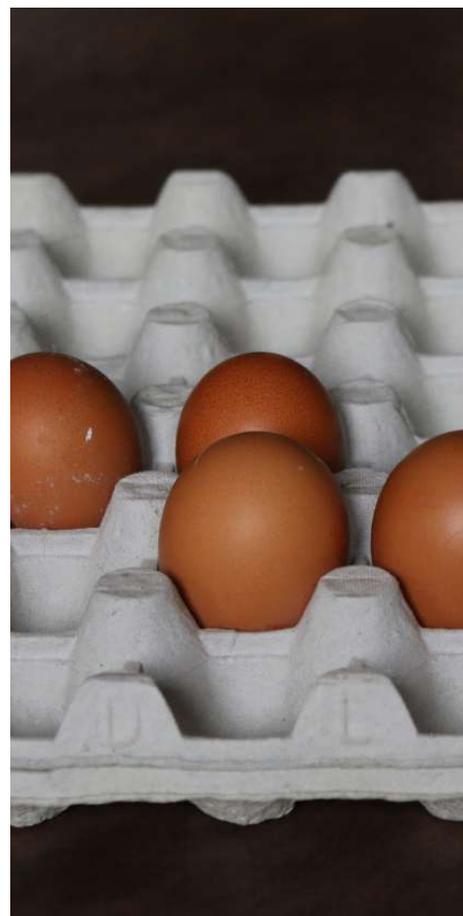
Ainda há um longo caminho a ser percorrido pelas empresas para serem 100% cage-free, pois falta profissionalização do lado das empresas para lidar com esta pauta. Há dificuldade em apresentar as informações sobre o tema corretamente, tanto que quase nenhuma empresa apresentou relatório de sustentabilidade, provavelmente por conta da falta de cultura de transparência e auditoria das empresas em lidar com o bem-estar dos animais.

Empresas pequenas parecem ser mais abertas a dialogar, assim como indústrias parecem ser mais transparentes que empresas de outras categorias.

Porém, não é possível relacionar o avanço da transição para a política 100% cage-free com a categoria das empresas devido pequena amostra contemplada neste estudo. Hotéis e empresas de turismo parecem ser os menos interessados em ser transparentes com relação à sua transição.

O território brasileiro possui empresas em diferentes níveis de transição para a política cage-free e as empresas têm encontrado dificuldades para a implantação deste novo sistema, que carece de regulamentação e fiscalização, tornando extremamente necessário regulamentar a avicultura alternativa para produção de ovos de maneira clara e objetiva.

Outro ponto importante a ser explorado é a questão do planejamento dos fornecedores cage-free. Além de outras coisas, as empresas têm demandado ovos de sistemas livres de gaiolas, mas não há clareza sobre quais produtores podem ser fornecedores cage-free. É necessário também olharmos para como o produtor está lidando com essa transição.





# APÊNDICES

## APÊNDICE 1

### Empresas que firmaram compromisso cage-free no Brasil

10 Pastéis	Campbell	Four Seasons	LC Restaurantes	Parmeggio
Accor Hotels	Cannoli do Calimano	Fran's Café	Le Pain Quotidien	Pastificio Primo
Aldi Nord	Cargill	Freddo (sorveteria)	Levapan	Patroni
Alesea	Carma	General Mills	Lig-Lig	Pavioli
AM PM Loja de Conveniência	Camival	Giovanni Rana	Lindt	PepsiCo
Amor aos Pedacos	Carrefour	Giraffas	Louvre Hotels	Premierpet
Apetece	Casa de Bolos	Grão Espresso	M. Dias Branco	Puratos
Apetit Serviços de Alimentação	Casa do Pão de Queijo	Grupo Alento	Madero	Radisson
Aramark	Casa Suíça Alimentos Ltda.	Grupo BIG	Makro	RBI (Burger King e Popeyes)
Aryzta	Casa Vovó Palmirinha	Grupo CRM (Kopenhagen e Brasil Cacau)	Mania de Churrasco	Rede Leve Pizza
Aurora Alimentos	Cencosud (Grupo Barbosa)	Grupo Halipar	Marriott	Rei do Mate
B. LEM Padaria	Chiquinho Sorvetes	Grupo Lemos Passos	Mc Donald's	Restaurante America
Bacio di Latte	Choice Hotel	Grupo Pão de Açúcar	McCain	Rians
Baked Potato	Cia Beal de Alimentos (Festival Supermercados)	Grupo Rásca!	Megamatte	Royal Caribbean
Barilla do Brasil Ltda	Cia Tradicional de Comércio	Grupo TrendFoods (China in Box e Gendai)	Metro AG	Santo Grão
Bauducco	Club Med	Grupo Trigo (Spoleto, Domino's e Koni)	MGM	Sapore
Benjamin a Padaria	Compass Group (GRSA)	H Hotel	Mini Kalzone	Seletti
Best Western	Compass Grup	Habib's	Minor Hotel	Sodexo
Bifum Brasil Alimentos Ltda.	Costa Café	Havanna	Mondelez	St. Marché
Big X Picanha	Cristallo	Hemmer	Mr. Baker	Starbucks
Billy The Grill	Danone	Hershey	Mr. Cheney Cookies	Suavipan
Bimbo do Brasil	De Nadai	Hilton	Mr. Fit	Subway
Bloomin' Brands	Dídio Pizza	Hyatt	Mundo Verde	TeaConnection
Bom Sabor	Divino Fogão	IMC (Frango Assado, Viena e Brunella)	Nestlé	The Fifties
Brazil Fast Food Corporation	D'Macarons	Intercontinental	Newrest	Two Sisters
BRF (Sadia)	Dr. Oetker	Intercontinental Hotel	Nissin	Unilever
Brico Bread Alimentos	Drivella	J Macêdo	Norwegian Cruise	Vapiano
Bridor	Elior Group	Jacquet Brossard	Norwegian Cruise Line Brasil	Vigor
Brownie do Luiz	Fábrica de Bolo Vó Alzira	JBS	Nutrixo	Wickbold
Bunge Alimentos S/A	Faleiro	Jeff de Bruges	Ofner	Wyndham Hotel
Cacau Show	Ferrero	Kellog's	Ovos Filippesen	YouBurger
Caesars Entertainment	Fogo de Chão	Kraft Heinz	Panco	
Café Suplicy	Forno de Minas	La Bella Gastronomia		



# APÊNDICES

## APÊNDICE 2

### Empresas que responderam à pesquisa

Agroavícola Filippesen	Grupo St. Marche
Aurora Alimentos	Halipar
B.LEM Comércio de Alimentos	Lig Lig Comida Chinesa
Barilla do Brasil	Makro Atacadista
Bifum Brasil Alimentos	Mania de Churrasco
Brico Bread Alimentos	Mecano Pack Embalagens (Bom Sabor)
Cannoli do Calimano	MiniKalzone
Casa Vovó Palmirinha	Mr Cheney Cookies
CHQ - Companhia de Franchising (Chiquinho Sorvetes)	Mr. Baker
Cia Beal de Alimentos	Nissin Foods do Brasil
Cia Hemmer	Pavioli
D'Macarons	Primo Pastificio
Dídio Pizza	Santo Grão
Fábrica de Bolo Vó Alzira	Sapore
Grandfood Indústria	Starbucks
Grão Espresso	The Fifties
Grupo Madero	



# REFERÊNCIAS

<sup>1</sup> INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Efetivo de rebanhos, por tipo (cabeças). Efetivo de rebanhos, por tipo (cabeças), p. 2018, 2018. Disponível em: <[https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e\\_pecuaria/9107-producao-da-pecuaria-municipal.html?=&t=destaques](https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e_pecuaria/9107-producao-da-pecuaria-municipal.html?=&t=destaques)>.

<sup>2</sup> AMARAL, G. F.; GUIMARÃES, D. D.; NASCIMENTO, J. C. DE O. F. DO; CUSTODIO, S. Avicultura de postura: estrutura da cadeia produtiva, panorama do setor no Brasil e no mundo e o apoio do BNDES. Produção BNDES - Artigos, v. 43, p. 41, 2016. Disponível em: <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/9579>>.

<sup>3</sup> MAZZUCO, H.; HENN, J. D.; JAENISCH, F. R. F.; et al. Boas Práticas na Produção de Ovos Comerciais para Poedeiras Alojadas em Gaiolas. Embrapa, 2016. Concórdia: Embrapa Suínos e Aves. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1065481/boas-praticas-na-producao-de-ovos-comerciais-para-poedeiras-alojadas-em-gaiolas>>.

<sup>4</sup> MENCH, J. A.; VAN TIENHOVEN, A.; MARSH, J. A.; et al. Effects of cage and floor pen management on behavior, production, and physiological stress responses of laying hens. Poultry science, v. 65, n. 6, p. 1058–1069, 1986. Poultry Science Association Inc. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3382/ps.0651058>>.

<sup>5</sup> MOE, R. O.; GUÉMÉNÉ, D.; BAKKEN, M.; et al. Effects of housing conditions during the rearing and laying period on adrenal reactivity, immune response and heterophil to lymphocyte (H/L) ratios in laying hens. Animal, v. 4, n. 10, p. 1709–1715, 2010.

<sup>6</sup> BLOKHUIS, H. J.; VAN FIKS NIEKERK, T.; BESSEI, W.; et al. The LayWel project: Welfare implications of changes in production systems for laying hens. World's Poultry Science Journal, v. 63, n. 1, p. 101–114, 2007.

<sup>7</sup> LEITÃO, R.F.F. Tecnologia de massas alimentícias. In: Tecnologia de macarrão – Manual Técnico n°5, Campinas, 1990, 71p.