



MONITOR DE INICIATIVAS
CORPORATIVAS PELOS ANIMAIS



Relatório
2022-2023

○ Monitor de Iniciativas Corporativas pelos Animais (MICA) analisa o desempenho das empresas de alimentos e hotelaria mais influentes da América Latina em termos de bem-estar animal, visando **avaliar sua postura e seu progresso para que não haja confinamento de galinhas em gaiolas em suas cadeias de suprimentos.**

Muitas pessoas, por desconhecimento, consideram as galinhas animais pouco inteligentes. No entanto, essas aves podem ser muito semelhantes aos seres humanos: elas caminham com dois pés, percebem o ambiente ao redor em uma ampla gama de cores e são animais sociais. Assim como seres humanos, elas também antecipam eventos, preocupam-se com o futuro e demonstram autocontrole ao recusar pequenas recompensas na esperança de receber recompensas maiores. Além disso, essas aves conseguem desenvolver [habilidades](#) que uma criança levaria meses ou até anos para dominar, incluindo contar até cinco, saber que um objeto existe, mesmo quando está escondido, e compreender conceitos como engenharia estrutural básica.

O confinamento de galinhas em gaiolas é uma das práticas mais terríveis da indústria de ovos, pois esses animais **não podem realizar a maioria de seus comportamentos naturais** nem experimentar estados emocionais positivos. Passar quase toda a vida em gaiolas de arame afeta seriamente a **saúde mental e física das galinhas confinadas em fazendas industriais**, que ficam suscetíveis a claudicação, fragilidade óssea, fraqueza muscular e estresse severo.

Esta terceira edição do MICA avaliou **59 empresas influentes** nos quesitos transparência e progresso na eliminação do confinamento de galinhas em gaiolas em suas cadeias de suprimentos. Para isso, analisamos dados públicos e as informações que essas empresas enviaram à plataforma WelfareProgress.com. Este relatório inclui 58 empresas, visto que duas delas se uniram recentemente.

Acreditamos que empresas que conquistam o respeito do público são aquelas que demonstram transparência para com sua clientela. Consideramos que **confiança** é

um fator fundamental para que o público consumidor desenvolva uma relação de fidelidade com uma marca específica, e a classificação dessa terceira edição do MICA pode favorecer especialmente **as empresas que divulgaram** seus avanços sobre a eliminação do confinamento de galinhas em gaiolas em suas cadeias de suprimentos.

Na classificação deste ano, cerca de **um quarto das empresas avaliadas caiu um nível** devido à falta de mecanismos de transparência suficientes para verificar os avanços em relação ao bem-estar animal em suas cadeias de suprimentos, reforçando para o setor corporativo a importância de assumir compromissos públicos sobre o tema e informar publicamente o progresso nestes compromissos, uma vez que a satisfação de pessoas consumidoras pode depender em grande parte disso. Caso contrário, as pessoas consumidoras podem perder a confiança na marca. Assim, consideramos essencial que as empresas de alimentos e hotelaria cumpram suas promessas ou, quando apropriado, informem ao seu público consumidor por que não conseguiram alcançar o progresso gradual esperado rumo à eliminação do confinamento de galinhas em gaiolas em suas cadeias de suprimentos e como planejam resolver o problema.

Por outro lado, **um grupo de empresas influentes subiu um nível**, mostrando que a evolução em direção a cadeias de suprimentos em que não haja o confinamento de galinhas em gaiolas já está em andamento. Reconhecemos e aplaudimos o esforço de todas as empresas que trabalham ativamente para alcançar um mundo melhor e mais seguro para os animais e as pessoas.

É importante observar que, no MICA, para uma empresa permanecer ou subir de nível, a implementação de ações em prol do bem-estar animal em sua cadeia de suprimentos deve exceder o progresso relatado no ano anterior. Outro fator importante a ser considerado é que estamos nos aproximando de **2025**, ano estabelecido como prazo para a maioria das empresas banir inteiramente o confinamento de galinhas em gaiolas de suas cadeias de suprimento, e as pessoas consumidoras estão observando com atenção de que forma suas marcas favoritas realizam essa transição.

Os resultados da classificação estão listados abaixo.¹

Nova



Subiu



Manteve-se



Desceu



Nível Ouro: 100% livre de gaiolas

- Empresas nesse nível **informam publicamente** que 100% dos ovos em suas cadeias de suprimentos na América Latina são provenientes de sistemas livres de gaiolas .

- Barilla 
- BRF 
- Costco ² 
- Danone 



Nível Prata: Perto da realização

- Empresas de Nível Prata **informam publicamente** que **mais de 90%** (entre 91% e 99,9%) dos ovos de suas cadeias de suprimentos na América Latina são provenientes de sistemas livres de gaiolas.

- Não há empresas nesse nível



Nível Bronze: Progresso significativo, relatórios públicos

- Empresas no Nível Bronze **informam publicamente** que **mais de 40%** (entre 41% e 90%) dos ovos de suas cadeias de suprimentos na América Latina são provenientes de sistemas livres de gaiolas.

- GPA 
- JBS 



Nível verde: Algum progresso, transparência demonstrada

- Empresas no Nível Verde **informam publicamente** que **mais de 20%** (entre 21% e 40%) dos ovos de suas cadeias de suprimentos na América Latina são provenientes de sistemas livres de gaiolas.

- Não há empresas nesse nível

Nível Amarelo: Pouco ou nenhum progresso, alguma transparência

- As empresas no Nível Amarelo **se comprometeram publicamente** a ter 100% dos ovos de suas cadeias de suprimentos na América Latina provenientes de sistemas livres de gaiolas, e **relataram publicamente** um progresso limitado (entre 0% e 20%) na América Latina.

• Accor ³	⊞
• Aramark	⊞
• Arcos Dorados ⁴	⬇
• Bimbo ⁵	⊞
• Carrefour ⁶	⬇
• Colombina ⁷	⬆
• Compass	⊞
• Hilton	⬆
• Kellogg's ⁸	⬆
• Kraft Heinz	⊞
• Marriott	⊞
• Newrest	✳
• RBI	⬆
• Subway	⬇
• Unilever	⊞

Nível Laranja: Sem transparência ou sem compromisso

As empresas no Nível Laranja se enquadram em uma das seguintes categorias:

- Comprometeram-se publicamente** a ter 100% dos ovos de suas cadeias de suprimentos em toda a América Latina provenientes de sistemas livres de gaiolas, mas **não demonstraram transparência** ao não relatar publicamente qualquer progresso nestes compromissos.
- Essas empresas não têm um compromisso público** de ter 100% dos ovos de suas cadeias de suprimentos na América Latina provenientes de sistemas livres de gaiolas. No entanto, **demonstraram transparência** ao relatar seu pouco ou nenhum progresso por meio do questionário do MICA. Além disso, **elas não foram classificadas no Nível Laranja ou no Nível Vermelho do MICA em anos anteriores.**

• Alsea	⊞
• Assaí	✳
• Barceló	⬇
• Best Western	⊞
• BFFC	⬇
• Cargill	⊞
• Crepes & Waffles ⁹	⬇
• DIA ¹⁰	⊞
• Ferrero	⬇
• gategroup	✳
• InterContinental Hotels	⊞
• Mondelēz	⊞
• Nestlé	⊞
• PepsiCo	⊞
• Pif Paf	⬇
• Puratos	⬇
• RIU Hotels ¹¹	✳
• Royal Caribbean	⊞
• Sodexo	⬇

Nível Vermelho: Sem compromisso e sem transparência

As empresas de nível vermelho se enquadram em uma das seguintes categorias:

- **Essas empresas não têm um compromisso público** de ter 100% dos ovos de suas cadeias de suprimentos provenientes de sistemas livres de gaiolas na América Latina, **não informam seu progresso publicamente** e ignoram ou se recusam a preencher o questionário do MICA.
- Elas foram classificadas **como Nível Laranja em edições anteriores do MICA** (por não terem um compromisso público de bem-estar animal, mas responderem ao questionário do MICA) e **não progrediram neste novo ano.**

Essas empresas representam o pior desempenho em termos de compromissos de bem-estar animal na América Latina.

- Alicorp 
- Arcor 
- Camil 
- Carozzi 
- Cencosud 
- Chedraui 
- Falabella 
- FEMSA 
- Grupo Éxito 
- HEB 
- Grupo Herdez 
- Jeronimo Martins 
- Jüsto 
- Latam Airlines 
- Mars 
- Selina Hotels 
- Soriana 
- Walmart de México y Centroamérica 

1 Do Nível Amarelo para cima, permanecer no mesmo nível não implica necessariamente na falta de progresso das empresas em seus compromissos de bem-estar animal, apenas que o progresso gradual esperado rumo à eliminação do confinamento de galinhas em gaiolas em suas cadeias de suprimentos não foi alcançado. A cada edição do MICA, os níveis exigem maior aprimoramento.

2 A Costco sobe para o Nível Ouro, pois, apesar de seu compromisso de não comercializar ovos de galinhas confinadas em gaiolas não incluir as unidades atacadistas em alguns países em que opera, como o México (único país da América Latina com presença da Costco), ao avaliar o endereço do atacado em Guadalajara, Jalisco (México), não foram encontradas evidências de que continuasse comercializando ovos provenientes de sistemas convencionais (com gaiolas). A Costco não respondeu às nossas tentativas de contato para confirmar ou negar essa situação.

3 O relatório público da Accor baseia-se em uma porcentagem (%) de hotéis que não é necessariamente representativa do número de ovos usados em sua cadeia, pois não são consideradas as variações de tamanho e consumo por hotel. Além disso, a nota de rodapé do relatório mostra que ele não representa todos os hotéis da Accor (próprios e administrados), e sim daqueles que enviaram seu relatório de sustentabilidade.

4 No relatório anterior, a Arcos Dorados relatou uma redução considerável no uso de ovos em seus produtos devido a mudanças no cardápio em alguns países, o que aumentou o impacto em suas políticas de bem-estar animal. No entanto, este ano, a empresa relatou um aumento no uso de ovos em seus produtos novamente, o que desacelera seu progresso e os coloca no Nível Amarelo nesta edição.

5 O Grupo Bimbo permanece no Nível Amarelo, uma vez que o último relatório público da empresa, com avanços específicos para a América Latina, os coloca em uma porcentagem de implementação de sua política de bem-estar animal entre 0 e 20%. Como não houve um relatório específico para a região este ano, considera-se o último

relatório disponível com dados para a América Latina. O Grupo Bimbo publicou seu plano de ação com iniciativas de destaque como parte do caminho para cumprir sua meta, disponível em: <https://www.grupobimbo.com/es/nosotros/politica>.

6 O Carrefour incorpora 100% das operações do Grupo Big a partir desta edição. O Carrefour também está sendo avaliado para o que costumavam ser as operações do Grupo Big.

7 A Colombina está reportando um progresso de 30% em sua política de bem-estar animal em uma de suas marcas. O compromisso da rede (que atualmente não está disponível em sua [versão original](#) no site da empresa) inclui todas as suas marcas, portanto, essa porcentagem relatada não pode ser considerada um valor absoluto de seu progresso.

8 Pela primeira vez na América Latina, a Kellogg's informa publicamente seu progresso em sua política de bem-estar animal, embora ele seja de 0%.

9 A Crepes & Waffles investiu notavelmente em sua cadeia de suprimentos, e relata grandes avanços na implementação de sua política de bem-estar animal em vários países — alguns até com 100% de progresso. Este ano, a empresa anunciou seu compromisso de eliminar o confinamento de galinhas em gaiolas em sua cadeia de suprimentos no Chile. No entanto, a empresa não tem um compromisso público de eliminar o confinamento de galinhas em gaiolas em sua cadeia de suprimentos no Panamá, o que afeta a avaliação de seu desempenho na América Latina.

10 Este ano, o DIA finalmente se comprometeu a não comercializar ovos provenientes de galinhas confinadas em gaiolas em todos os países latino-americanos nos quais opera.

11 Após seu recente compromisso global de bem-estar animal, a RIU Hotels espera relatar publicamente seu progresso nos próximos meses.



MERCY FOR
ANIMALS