



DIAGNÓSTICO SITUACIONAL SOBRE A DISPONIBILIDADE DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL E PRODUTOS VEGANOS COM CERTIFICAÇÃO NO BRASIL

Isabela Santos Gimenes^{1*}, Amanda Lara Fonseca², Isadora Nascimento Oliveira¹, Maria Eduarda Costa do Nascimento¹,
Fernanda Elisário Fioravante¹ e Janine França³

¹Discente no Curso de Zootecnia – Universidade Federal de Uberlândia - UFU – Uberlândia/MG – Brasil – *Contato: isabelaagimenes@gmail.com

²Zootecnista pela Universidade Federal de Uberlândia - UFU – Uberlândia/MG – Brasil

³Docente no Curso de Zootecnia – Universidade Federal de Uberlândia - UFU – Uberlândia/MG – Brasil

INTRODUÇÃO

O ativismo alimentar tem sido apontado como um dos movimentos contemporâneos mais dinâmicos e heterogêneos, que discute questões ambientais, sociais, econômicas e culturais¹. O veganismo no seu conceito mais antigo, é um princípio em que o ser humano não tem o direito de explorar animais para seus próprios fins, seja para se alimentar, uso de cosméticos, ou qualquer outro produto ou serviço que tenha uso de animais². O veganismo tem um conceito único sem variações, já o vegetarianismo pode ser classificado de acordo com uso de dietas que restringem ou permitem um ou mais produtos de origem animal tais como ovos, leite, derivados de leite e até mesmo o consumo de carne branca de maneira reduzida em alguns casos³. A adesão a uma dieta considerada “vegetariana” ou “vegana” pode ter motivações diferentes entre as pessoas, em razão de seus valores e atitudes, ou, por etnia ou orientação religiosa⁴. Outro movimento que apesar de também ter ética e saúde como motivação, mas com público alvo diferente, é a cadeia produtiva animal que viu a necessidade de implementar o bem-estar animal, com novos padrões em relação à forma de criação dos animais de produção. Assim, o público pode influenciar no mercado de produtos animais assegurados para bem-estar animal, agindo como cidadãos (influenciando a política do governo expressando preocupações públicas) e como consumidores (escolhendo comprar certos produtos em vez de outros)⁵.

A forma de garantir a qualidade e veracidade dos produtos veganos e de produtos de origem animal certificados para bem-estar animal é por meio de certificação. De modo geral, certificação é o processo pelo qual se estabelecem padrões voluntários que, após serem adotados, inspecionados, verificados e auditados, dão direito a um certificado ou selo como sinal de adequação aos padrões ou regras estabelecidas⁶.

É fato que o mercado consumidor atrelado a esses estilos alimentares está crescendo cada dia mais, sendo necessário compreender a disponibilidade de produtos que atendam os critérios e demanda deste público a fim de sanar dificuldades para encontrar os produtos sejam eles, veganos ou oriundos de boas práticas de bem-estar animal⁷. Diante desse contexto, o objetivo dessa pesquisa foi realizar um levantamento e detalhamento de produtos veganos e de origem animal com certificações disponíveis no Brasil com intenção de realizar um diagnóstico situacional.

METODOLOGIA

O presente trabalho foi desenvolvido na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), localizado no município de Uberlândia, Minas Gerais, no período de janeiro de 2021 a agosto de 2022. Neste período realizou-se um levantamento de produtos de origem animal e vegetal, ambos certificados por suas respectivas instituições. Os produtos veganos foram pesquisados no site: <https://svb.org.br/selovegano/produtos/> da Sociedade Vegetariana Brasileira (SBV), organização sem fins lucrativos, que promove a alimentação vegetariana como uma escolha ética, saudável, sustentável e socialmente justa. Essa certificação ocorre através de um selo reconhecido nacionalmente, e sua concessão é direcionado ao produto e para produtos de origem animal com certificação para bem-estar animal, utilizou-se o site: <https://certifiedhumanebrasil.org/produtos-certificados/> do Instituto Certified Humane Brasil que é o representante na América do Sul da Humane Farm Animal Care (HFAC), organização sem fins lucrativos, que visa melhorar a vida dos animais de produção desde o nascimento até o abate. Os produtos foram divididos em categorias, sendo os produtos veganos separados em: (1) hambúrgueres/carnes/produtos derivados - *plant-based*; (2) leites vegetais e derivados; (3) massas; pães/bolos/biscoitos/bolachas; (4) doces e snacks e (5) mercearia. Os produtos de origem animal foram separados em espécies animais e subcategorias de produto final. No total foram 643 produtos, sendo 595 veganos e 48 produtos de origem animal certificados para bem-estar animal. Os dados foram tabulados utilizando o software Excel® (2010), bem como, os

resultados gerados e apresentados em gráficos e estatística descritiva de acordo com cada item de análise proposto nesse levantamento realizado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir dos resultados gerados, observou-se que a variedade e quantidade de produtos veganos foi muito superior aos produtos oriundos de certificação de bem-estar animal. Os produtos com certificação para bem-estar animal compreenderam apenas 7% (n=48) do total de produtos analisados, enquanto que, os produtos veganos detêm 93% (n=595) dos produtos com certificação. Isso mostra que, quando se busca produtos pensando no bem-estar animal tem-se uma maior dificuldade de disponibilização quando comparado a produtos veganos.

A disponibilidade dos produtos com maior grau de bem-estar animal e seus preços superiores aos demais produtos podem ser consideradas barreiras para o consumo destes itens⁸. Diante dos maiores custos de produção, com conseqüente aumento dos preços dos produtos, os consumidores precisam estar dispostos a pagar mais por esses produtos. Embora vários estudos relataram que os consumidores estão dispostos a pagar por bem-estar animal⁹, é uma lacuna observada entre um indivíduo respondendo como cidadão, que afirma se preocupar com a saúde e o bem-estar animal, e o mesmo indivíduo como consumidor, ao decidir comprar esses produtos. Quanto aos produtos de origem animal certificados para bem-estar animal, verificou-se que apesar da certificação em questão agregar valor ao produto e melhorar a condição de vida dos animais dentro dos sistemas produtivos, bem como, da qualidade do produto final, a disponibilidade destes produtos é bem escassa. No gráfico 1, estão os produtos de origem animal certificados separados por espécie animal.

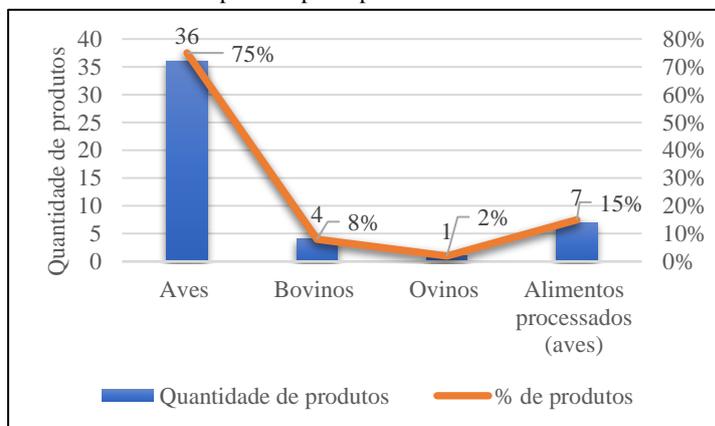


Gráfico 1: Variedade de produtos de origem animal certificados pelo Instituto Certified Humane Brasil de janeiro de 2021 à agosto de 2022 (Fonte: Autoral)

Analisando o gráfico 1, 90% (n=43) dos produtos com certificação para BEA são oriundos de aves, esse resultado se dá considerando os produtos de aves e os produtos processados oriundos de aves, já que, dentre a classificação de alimentos processados todos advêm de produtos ou subprodutos da produção avícola. Em uma pesquisa sobre consumidores que adquiriram produtos com maior grau de bem-estar, 56% afirmaram ter adquirido ovos e 24,1% carne de frango, provavelmente devido à maior disponibilidade de tais produtos em mercados⁸. Os estímulos governamentais ao setor contribuíram para que a avicultura brasileira se consolidasse como um segmento moderno¹⁰, além de que, o ciclo de produção para aves de corte é bem menor que outras espécies comumente utilizadas na produção animal. Esses fatores justificam o maior número de produtos oriundos de aves certificados para bem-estar animal da pesquisa. Foram detalhadas as categorias para cada espécie animal e observou-se que, entre as espécies aves e bovinos existem subdivisões em aves de corte e de postura e bovinos e ovinos de leite e de corte, respectivamente.

XI Colóquio Técnico Científico de Saúde Única, Ciências Agrárias e Meio Ambiente



O maior número de produtos na categoria de aves, se dá devido à preocupação do público em melhorar o bem-estar das galinhas poedeiras, sendo a temática qualidade dos ovos amplamente discutida, em parte porque é uma área de potencial valor agregado para produtores, varejistas, processadores, fabricantes e cooperativas de produtores. Desse modo sugere-se um maior incentivo para uma maior oferta de produtos relacionados as aves no mercado, principalmente de aves de postura¹¹. Nesse cenário, ao se analisar as subdivisões na categoria aves, verificou-se que o produto ovo apresentou maior representatividade em comparação a carne, sendo, dos 36 produtos de aves 78% (n=28) eram de aves de postura. Dos cinco produtos para bovinos e ovinos, três tinham como produto final o leite. Apesar do número de produtos lacteos ser superior aos produtos de carne entre bovinos e ovinos, é um número expressivamente pequeno quando comparado a aves na certificação para bem-estar animal.

Pesquisa recente constatou que as fazendas leiteiras precisam de melhorias em relação à higiene ambiental, condições térmicas, criação de animais, saúde e processos de ordenha e que consumidores e produtores estão interessados em sistemas de bem-estar animal e sua certificação, e há uma necessidade das partes interessadas tornarem a certificação de bem-estar uma realidade na cadeia produtiva de lácteos brasileira, principalmente se puder agregar valor ao leite cru vendido para as indústrias¹².

Observou-se menor disponibilidade de produtos ovinos certificados para bem-estar animal. No Brasil o mercado de ovinos, incluindo o consumo de carne ovina, é regionalizado, e o consumo de carne de cordeiro é maior nas áreas de produção, mas que permanece abaixo de outros animais de corte¹³. Outro fato importante que os resultados dessa pesquisa evidenciaram, contrastaram com dados de mercado, em que pelo terceiro ano consecutivo, a suinocultura brasileira atingiu recorde de produção, durante o ano de 2022 foram produzidas 4,9 milhões de toneladas de carne suína¹⁴ e o consumo de carne suína no primeiro semestre de 2022 bateu um recorde histórico no Brasil¹⁵. Mesmo sendo uma das proteínas de origem animal mais consumida no país, no período de coleta de dados dessa pesquisa, não se teve nenhum produto com certificação pelo *Institute Certified Humane Brasil*, o mesmo aconteceu com a categoria de pescados. Quanto a variedade dos produtos veganos, verificou a maior porcentagem de produtos para categoria de doces e snacks, com 54% do total de produtos conforme gráfico 2 abaixo.

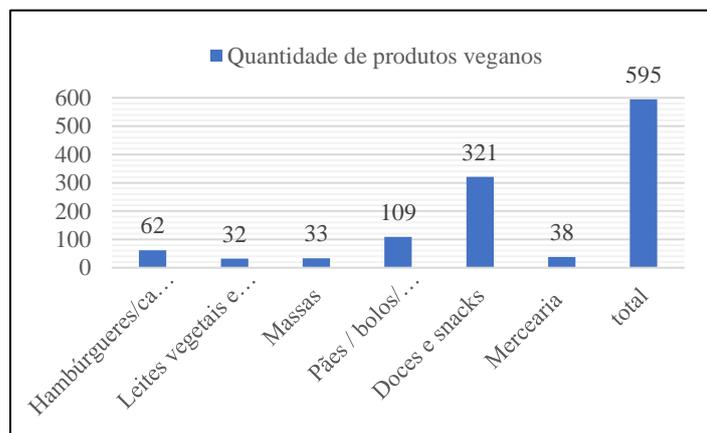


Gráfico 2: Variedade de produtos veganos certificados pela Sociedade Vegetariana Brasileira de janeiro de 2021 à agosto de 2022 (Fonte: Autoral)

A categoria de hambúrgueres/carnes/produtos derivados - *plant-based*, apresentou a terceira maior quantidade de produtos veganos certificados (n=62), são produtos derivados de proteínas vegetais, que simulam carne e seus derivados.

Isso se dá, devido a produção e o consumo de proteínas vegetais ter crescido recentemente, exigindo novas fontes e processos que podem dar uma contribuição real para a sustentabilidade, sendo que, alternativas oferecidas como hambúrgueres podem ser encontrados em todo o mundo, prometendo menos riscos ambientais e de saúde em comparação com a proteína de origem animal. Por outro lado, existe uma discussão a respeito da sustentabilidade no que diz respeito a esses produtos veganos que estão sendo vendidos como “super-heróis” ambientais e solução para a sustentabilidade, enquanto continuam reproduzindo os mesmos sistemas e

cadeias alimentares, dando ênfase a produtos ultraprocessados¹⁶. Quanto mais os consumidores buscam por essas alternativas, mais o mercado de proteínas vegetais cresce rapidamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tratando-se de certificação, os produtos veganos tem dominância no mercado impulsionado por seus adeptos quando comparado aos produtos de origem animal. Dentre as espécies que possuem a certificação de bem-estar animal, as aves representam maior quantidade, seja com produto carne, ovo, ou através de alimentos processados, portanto há necessidade de aderência e incentivo de novas categorias animais, como por exemplo suínos e pescados, com certificação, dando poder de escolha ao consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AZEVEDO, E. Vegetarianismo. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, [S.l.], v. 8, p. 275-288. 2013.
2. CROSS, L. Veganism Defined. World Forum, v. 5, ed. 1, p. 6-7, 1951.
3. KEY, T. J.; APPLEBY, P. N.; ROSELL, M. S. Health effects of vegetarian and vegan diets. *Proceedings of the Nutrition Society*, v. 65, n. 1, p. 35-41, 2006.
4. RÉVILLION J. P., KAPP, C. BADEJO, M. S. & DIAS, V da V. O mercado de alimentos vegetarianos e veganos: características e perspectivas. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, 37(1), 1-10, 2020.
5. GRAAF, S. de, VAN LOO, E. J., BIJTTEBIER, J., VANHONACKER, F., LAUWERS, L., TUYTTENS, F. A. M., VERBEKE, W. Determinants of consumer intention to purchase animal-friendly milk. *Animal Sciences Unit, Institute for Agricultural and Fisheries. J. Dairy Sci.*, 99:1-10, 2016.
6. ALVES, F.V; GOMES, R.C; ALMEIDA, R.G; JUNIOR, N.K; OLIVEIRA, C.C. Bem-estar animal: desafios, oportunidades e perspectivas globais. EMBRAPA. Mato Grosso do Sul, 2020.
7. JANSSEN M., BUSCH C., RÖDIGER M., HAMM U. Motives of consumers following a vegan diet and their attitudes towards animal agriculture. *Appetite*, 105, 643-651. 2016.
8. FRANCO, B. M. R.; et al. Atitude de consumidores brasileiros sobre o bem-estar animal. *Revista Acadêmica: Ciência Animal*, v. 16, (Ed. Esp. 1), 2018.
9. LAGERKVIST, C. J., HESS, S. A meta-analysis of consumer willingness to pay for farm animal welfare. *European Review of Agricultural Economics*, 38(1), 55-78, 2010.
10. BELUSSO, D.; HESPANHOL, A. N. A evolução da avicultura industrial brasileira e seus efeitos territoriais. *Revista Percurso*, v. 2, n. 1, p. 25-51, 2010.
11. SOSSIDOU, E.N.; ELSON, H.A. Hens' welfare to egg quality: a European perspective. *World's Poultry Science Journal*, Vol. 65, p. 709-718, 2009.
12. COMIN, V. C.; KARSBURG, H.F.; DE SOUZA, S.M.B.; ALMEIDA, S.M.H.; NEIRA, M.L.; ROSSI, G.A.M. Perception of animal welfare and its certification system by Brazilian consumers and dairy farmers. *Journal of Dairy Research*, 89, pp. 53 - 56, 2022.
13. BATTAGIN, H.V.; PANEA, B.; TRINDADE, M. A. Study on the Lamb Meat Consumer Behavior in Brazil. *Foods*, 10, 1713, 2021.
14. ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. Relatório anual 2022. Disponível em: < <http://abpa-br.org/wp-content/uploads/2022/05/Relatorio-Anual-ABPA-2022-1.pdf> >. Acesso em: 06/02/2023.
15. IBGE. Estatística da Produção Pecuária. 2022. Disponível em:< https://ftp.ibge.gov.br/Producao_Pecuaria/Fasciculo_Indicadores_IBGE/abate-leite-couro-ovos_202201caderno.pdf>. Acessado em: 06/02/2023.
16. ZUIN, V.G.; ARARIPE, E.; ZANOTTI, K.; STAHL, A.M.; GOMES, C.J.C. Alternative Products Selling Sustainability? A Brazilian Case Study on Materials and Processes to Produce Plant-Based Hamburger Patties. *Sustain. Chem.*, 3, 415-4, 2022.