

■ **INVESTIMENTOS**

Veja as grandes campanhas realizadas pelo Instituto Ovos Brasil nas comemorações do Dia Mundial do Ovo. (pág. 2)

■ **INDICADORES**

Acordo da entidade com Cepea, da Esalq/USP, divulga indicadores de preços diários de ovos em diversas regiões do país. (pág. 3)

■ **PARCERIA**

Parceria com a Unicamp realiza análise da composição nutricional de ovos produzidos no país seguindo padrões internacionais. (pág. 3)

■ **VITÓRIA**

Publicada IN36/2012 com medidas alternativas à exigência do telamento de galpões de produção de ovos. (pág. 3)

■ **EVENTOS**

Veja a presença do Instituto Ovos Brasil em eventos na área de Saúde Humana. (pág. 3)

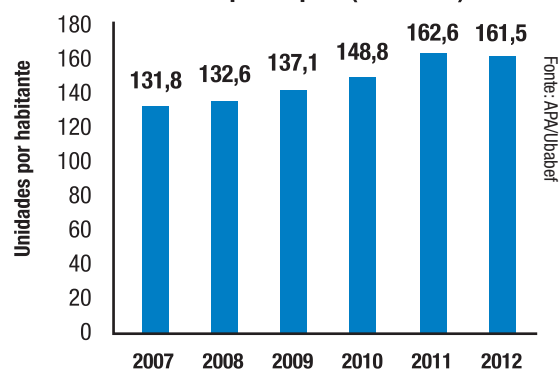
■ **CONSUMO**

CONSUMO ANUAL PER CAPITA DE OVO NO PAÍS AUMENTA DE 130 PARA 161

MÉDIA NACIONAL AINDA É CONSIDERADA BAIXA

Esclarecer a população, desfazer mitos e revelar propriedades nutricionais importantes do ovo. Foram ações que marcaram a atuação do Instituto Ovos Brasil nestes últimos cinco anos e que contribuíram para o crescente aumento de consumo do alimento no País. O consumo anual per capita saltou de 131,8 unidades, em 2007, para cerca de 161,5 unidades em 2012, segundo números da Ubabef. Os índices estão relacionados ao consumo doméstico e industrial. O objetivo é atingir a marca de 208 ovos per capita nos próximos quatro anos, o que significa o consumo de quatro ovos por semana por pessoa – o que beneficiará não só a cadeia produtiva, mas sobretudo a qualidade da nutrição do brasileiro.

Consumo per capita (unid/hab)



No entanto, o consumo nacional ainda é considerado baixo. Segundo dados da IEC – International Egg Commission (2008), países como França, Itália, Alemanha, Suécia e Estados Unidos tem um consumo per capita anual superior a 200 unidades. Há ainda países em que o consumo ultrapassa 300 ovos por habitante a cada ano, como Japão, México e China.

PREÇOS: MÉDIAS ANUAIS DE 2007 A 2012, OVO EXTRA BRANCO NO ATACADO EM SP, CAIXA DE 30 DÚZIAS, EM R\$

2007	2008	2009	2010	2011	2012
39,49	43,71	38,69	37,89	44,61	51,21

Fonte: Avisite – Mundo Agro Editora

ATENÇÃO

✓ **O INSTITUTO OVOS BRASIL PRECISA SER MANTIDO!**

A iniciativa inédita no setor de criar, em 2007, o Instituto Ovos Brasil precisa ser mantida, pois apesar do trabalho desenvolvido pela entidade, o mercado de ovos ainda hoje sofre as consequências de ideias errôneas “plantadas” há décadas.

✓ **REPRESENTATIVIDADE EXIGE PARTICIPAÇÃO!**

Desenvolver o mercado consumidor de ovos e criar novas necessidades para a geração de maiores demandas é responsabilidade do segmento de avicultura de postura nacional na busca pelo aumento da representatividade no agronegócio.

✓ **SOBREVIVÊNCIA DO INSTITUTO OVOS BRASIL DEPENDE DA SUA ADEÇÃO, CONTRIBUIÇÃO E DIVULGAÇÃO!**

A continuidade de todas as ações promovidas pelo Instituto Ovos Brasil só será possível com a adesão total da classe produtiva neste projeto. Portanto, a sua colaboração financeira é de fundamental importância.

✓ **NÃO DEIXE O INSTITUTO OVOS BRASIL ACABAR!**

Para fazer parte do INSTITUTO OVOS BRASIL basta informar na compra do próximo lote de pintainhas o seu interesse em contribuir para a entidade. Seja um colaborador do Instituto Ovos Brasil! Informações pelo site www.ovosbrasil.com.br. O raciocínio é simples: se a procura não cresce não há como obter avanços e lucratividade para todos os envolvidos na cadeia produtiva.

■ LINHA DO TEMPO

GRANDES CAMPANHAS NACIONAIS DO INSTITUTO OVOS BRASIL MARCAM DIA MUNDIAL DO OVO

O Dia Mundial do Ovo, comemorado todo ano na segunda sexta-feira do mês de outubro, foi instituído em 1996 pela International Egg Commission para celebrar e divulgar os benefícios deste alimento único. Com a adesão das associações de inúmeros países, o evento atinge hoje nações que vão das Américas à Mongólia, da Austrália à China e por toda a Europa. O INSTITUTO OVOS BRASIL preparou muitas novidades para celebrar a data no Brasil.

2013

• A organização da campanha de comemoração da Semana do Ovo já começou. O Instituto Ovos Brasil aguarda a adesão de novas empresas para promover grandes eventos e atingir um público ainda maior este ano.

2012

• Campanha de comemoração da Semana do Ovo organizada pelo Instituto Ovos Brasil e pela Novus atinge mais 2 milhões de pessoas no Brasil, o dobro em relação a 2011. Foi a maior ação já realizada no segmento de postura comercial do país e teve o apoio de representantes de todos os elos da cadeia produtiva, desde produtores, passando por empresas de nutrição, saúde, equipamentos, até redes de supermercados e restaurantes. Degustação de omeletes em supermercados, receita com ovos em cardápios de restaurantes, palestras sobre o valor nutricional do ovo para estudantes, distribuição de gibis, bottons e bonecos comemorativos. Com patrocínio ouro de empresas como Novus do Brasil, Bayer Saúde Animal e Sanovo. Entre os patrocinadores prata estão DSM e Merial. Os patrocinadores bronze são Agroceres Multimix, Yes e Porto Alimentos. O projeto ainda teve o apoio voluntário de empresas de vários segmentos do setor e das principais mídias especializadas, como Revista do Ovo, do Avisite, Revista AveWorld, Revista Avicultura Industrial, A Hora do Ovo, jornal O Presente Rural e Revista Agromais.



2007

2008

• Lançamento oficial do INSTITUTO OVOS BRASIL, entidade sem fins lucrativos fundada em 2007 (Porto Alegre, RS) com a representação das principais regiões brasileiras produtoras de ovos. A entidade tem missão de expandir os conhecimentos sobre ovo e promover o produto “ovo” como um alimento saudável, de alto valor nutritivo e seguro para consumidores de todas as idades e classes sociais.

• Lançamento do site do INSTITUTO OVOS BRASIL (www.ovosbrasil.com.br) – veículo oficial da entidade que reúne informações de qualidade e de credibilidade para o público e profissionais de diversas áreas.



2009

• Lançamento da campanha nacional “Ovo só faz bem”, promovida nos supermercados de grandes cidades do país – São Paulo, Recife, Rio de Janeiro, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre e Belo Horizonte. Displays com monitores LCD transmitiram vídeos educativos e disponibilizaram panfletos informativos. Com o término da campanha, os displays foram reaproveitados para campanhas em outras praças do País. Resultados: 73 pontos de vendas conquistados; 39.190 folhetos distribuídos; Impacto em mais de 30 mil pessoas; mais de 150 mil pessoas impactadas indiretamente.

• Divulgação nacional de um estudo realizado por pesquisadores britânicos da Universidade de Surrey, Reino Unido, que teve como conclusão a reabilitação do ovo.



2010

• O site Ovos Brasil Teen (www.ovosbrasilteen.com.br) foi criado para aproximar as ações da instituição ao público infantil e adolescente. Contempla abordagens diferenciadas tendo como tema o ovo nutrição, saúde, culinária, curiosidades, etc com seções de jogos online (jogo da memória, tiro ao alvo), além de quizz interativo (jogo de perguntas e respostas alternativas) e receitas.

O site dialoga com ações de divulgação realizadas em escolas de educação infantil e ensino fundamental, disponibilizando para download gibis e cadernos para colorir. Este material pode servir de apoio por profissionais ou instituições educacionais interessados em promover o esclarecimento de mitos e dúvidas sobre esse alimento tão importante na mesa do brasileiro.



2011

• Com o tema “Ovo: nutrição e saúde com apenas 70 calorias” a campanha de celebração do Dia Mundial do Ovo, promovida pelo Instituto Ovos Brasil e pela Novus em parceria com empresas da cadeia produtiva teve a participação de profissionais voluntários e aconteceu em 10 estados brasileiros: São Paulo, Espírito Santo, Ceará, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, Minas Gerais, Goiás, Rio Grande do Norte e Rio de Janeiro.

■ PARCERIAS ESTRATÉGICAS

ALTERNATIVAS PARA TELAMENTO TRAZ ECONOMIA PARA O SETOR

Foi uma vitória para o setor a recente publicação da IN36, que prevê medidas alternativas de controle sanitário para mitigar riscos representados pelas aves de vida livre sem que seja obrigatório o telamento dos galpões. Com esta medida, estima-se que o setor pode economizar cerca de R\$ 1 bilhão de reais.

No ano passado, a Embrapa, o INSTITUTO OVOS BRASIL e a Ubabef apresentaram ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) uma proposta de Termo de Ajuste de Conduta (TAC) com a finalidade de propor medidas alternativas à exigência do telamento de galpões de



José Roberto Bottura e Dr. Dirceu Talamini



José Roberto Bottura e Dr. Jonas Irineu dos Santos Filho

produção de ovos constante nas Instruções Normativas 56 (2007) e 59 (2009). As entidades se empenharam em prol da aprovação da proposta de adoção de medidas de mitigação de riscos como alternativa ao telamento dos aviários de postura previsto nas IN56 e IN59, que entrariam em vigor em dezembro de 2012 afetando toda a cadeia produtiva de ovos no País.

Para comemorar este avanço, o Instituto Ovos Brasil, ao representar os interesses da cadeia produtiva, prestou uma homenagem à equipe da Embrapa Suínos e Aves envolvida nesta ação.

UNICAMP ANALISA OVOS BRANCOS E VERMELHOS

O estudo é fruto do acordo firmado em março entre o Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação – NEPA da UNICAMP e o Instituto Ovos Brasil, e estabelece diretrizes para a realização dessa primeira pesquisa completa em território nacional acerca da composição nutricional de ovos.

Seguindo padrões internacionais, o objetivo da análise é identificar as quantidades de proteínas, carboidratos, gorduras e colesterol, além de especificar os valores e tipos de aminoácidos, ácidos graxos, vitaminas e minerais presentes no alimento. Também se verificará se existem de fato diferenças nutricionais entre ovos brancos e vermelhos, uma vez que são provenientes de raças de galinhas poedeiras diferentes.

Com estudos em outros países revelando uma redução na quantidade de colesterol presente no ovo, assim como a observação de um significativo aumento de vitamina D, é de extrema importância realizar uma análise do produto brasileiro de forma completa, a fim de se obter parâmetros de comparação com as informações provenientes de fontes internacionais, como o USDA – United States Department of Agriculture. Há também mitos que precisam ser desfeitos em prol de uma melhoria na qualidade da alimentação do brasileiro. Para tanto, as pesquisas científicas são essenciais.

Desde a elaboração da TACO – Tabela Brasileira de Composição de Alimentos – em 2004 com a impressão da primeira versão da Tabela, é desejo do NEPA aprofundar a análise de certos alimentos. No caso do ovo, serão realizados testes adicionais para determinação das quantidades de aminoácidos presentes no ovo e de vitaminas como a colina, B12, folatos, ácido pantotênico, vitamina K, E, D, entre outras, segundo o Prof. Dr. Walter Belik. O especialista informa ainda que os dados obtidos a partir deste estudo serão incorporados à nova versão da TACO.



INSTITUTO OVOS BRASIL PARTICIPA DE MAIS DE 60 EVENTOS NA ÁREA DE SAÚDE HUMANA

FORAM PARTICIPAÇÕES EM CONGRESSOS, PALESTRAS, SIMPÓSIOS E EVENTOS NA ÁREA DE SAÚDE E NUTRIÇÃO (DE 2009 A 2012)

Exemplo disso foi a recente participação no XXII Congresso Brasileiro de Nutrição em que nutricionistas de todo o País se reuniram para atualização sobre as últimas descobertas relacionadas à prática. O Instituto marca presença com estande para distribuição de informativos técnicos a respeito dos benefícios do ovo.



CEPEA E OVOS BRASIL DIVULGAM INDICADORES DE PREÇOS

O Instituto Ovos Brasil lançou os primeiros indicadores diários de preços de ovos brancos e vermelhos tipo extra elaborados a partir de parceria firmada com o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), da Esalq/USP. Os valores podem ser obtidos todos os dias úteis, a partir das 14h30, no site do Instituto Ovos Brasil (www.ovosbrasil.com.br), a partir de prévio cadastro e consequente obtenção de login e senha

exclusivos, cedidos gratuitamente. No site do Cepea (www.cepea.esalq.usp.br), estão disponíveis também cotações médias semanais. A cadeia produtiva de ovos é a 26ª a integrar o portfólio de pesquisas contínuas do Cepea. Inicialmente, foram formulados indicadores para os estados de São Paulo, Minas Gerais (maiores produtores) e Rio de Janeiro (grande consumidor). Em curto prazo, outras regiões produtoras serão contempladas.

PARCERIA COM UBABEF TRAZ FORÇA PARA A CADEIA PRODUTIVA

A associação tem o objetivo de buscar sinergias entre os trabalhos das duas entidades reunindo o know-how constituído pela UBABEF nas relações institucionais e nas negociações internacionais com o conhecimento acumulado pelo Instituto Ovos Brasil no desenvolvimento do setor de ovos. A associação do Instituto Ovos Brasil à UBABEF fortalecerá os trabalhos setoriais em duas frentes: no aumento do consumo per capita nacional e na abertura de novos mercados para expansão das exportações e dos negócios da cadeia produtiva da avicultura de postura.

■ IMPRENSA

PRÊMIO RECONHECE INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Desde que foi criado, em 2007, o Instituto Ovos Brasil mantém relacionamento permanente com a imprensa. Criou o “Prêmio Instituto Ovos Brasil de Imprensa”, que está em sua terceira edição e reconheceu mais de 20 jornalistas pelos melhores trabalhos publicados sobre o tema.



ENTIDADE É PREMIADA POR DUAS VEZES CONSECUTIVAS COM “EL HUEVO DE ORO”

O Concurso El Huevo de Oro promovido pelo ILH - Instituto Latinoamericano del Huevo, com o intuito de reconhecer e difundir as campanhas promocionais realizadas pelas instituições filiadas à Associação Latinoamericana de Avicultura (ALA) premiou, por duas vezes consecutivas (2009 e 2011) o INSTITUTO OVOS BRASIL pelos cases apresentados nas categorias “Gestão em Relações Públicas” e “Publicidade em Meios Não Tradicionais e atividades BTL”. Os cases foram considerados os melhores da América Latina.

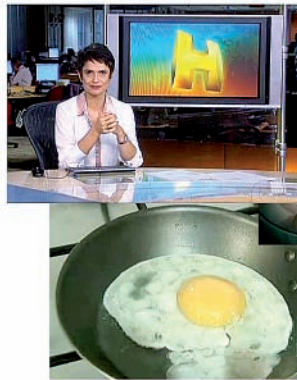
OVO NA IMPRENSA



Jornal O Estado de S. Paulo, 23/08/2012



Revista Boa Forma, 1/02/2013



Jornal Hoje, TV Globo, 20/04/2012



Revista Saúde é Vital, 01/05/2012

Revista Veja, 5/01/2011

Revista Viva Saúde, 01/02/2013



TABELA DE ANÁLISE DE MÍDIA ESPONTÂNEA – IMPRENSA		
Ano	Matérias*	Total R\$**
2008 (set-dez)	198	730.077,33
2009	202	3.657.389,96
2010	522	10.283.214,45
2011	812	35.732.567,55
2012	943	Em análise

* Total de matérias publicadas com menção OVOS
 ** Valores estimados dos espaços ocupados na mídia (caso fossem comprados como publicidade)



Jornal Folha de S. Paulo, 16/05/2012