

Ovo

A revista do

Um produto AviSite

MundoAgro
CONORA

nº 20 - ano III

julho-agosto/2013

www.avisite.com.br/revistadoovo

O PODER DAS EMBALAGENS


ALÉM DE PROTEGER, TAMBÉM
TÊM A FUNÇÃO DE DIALOGAR
COM O CONSUMIDOR



TAMANHO NÃO É DOCUMENTO

*Variedade no tamanho dos ovos comerciais não afeta a sua
qualidade nutricional*





Pela embalagem,
sim!

Consumidor moderno compra
os ovos pela apresentação nos
pontos de venda

Produtos agropecuários atendem uma necessidade fisiológica com anseios bem definidos. A pessoa compra quando está com fome. Ponto. No entanto, o consumidor moderno atua de forma diferente. Além dessa primeira razão, existe outra motivação por detrás da compra: uma necessidade psico-cultural que não tem limites definidos. O consumidor moderno classifica a qualidade de um alimento por informações (intrínsecos e extrínsecos) que associa a um determinado produto. Os fatores intrínsecos são cor, aroma, gosto e cheiro e os extrínsecos são externos ao produto em si, como marca, preço, origem e imagem da empresa. Por isso que hoje, em se tratando de embalagem para ovos, a principal inovação está na impressão que a marca vai causar no comprador. “Observamos evolução no quesito exigência do consumidor: a aparência do produto no ponto de venda é de grande importância. Uma cor diferente na embalagem, um impressão que destaque a marca no ponto de venda é o objetivo atual de praticamente todos os produtores”, atesta Gustavo Afonso Hartmann, Gerente de Vendas da Huhtamaki.

A embalagem para ovos é uma forma de promover a marca de uma forma adequada. E o mercado está investindo em novas opções que atendam a este nicho de consumidores em evolução. As embalagens estão bem acabadas, limpas, com impressões nítidas, com informações do produto, data de validade, etc.. E com o objetivo de agregar diferencial no momento da escolha. Nos estoques, a marca do produtor é divulgada da maneira adequada para o consumidor final. “Além disso, existe a garantia de origem, classificação, validade,

Bandejas cortadas e filmadas são usadas no varejo. Essa opção não valoriza o produto, dentre outros motivos, por conta de má aparência

inspeção, dentre outras que são cada vez mais valorizadas pelos consumidores”, pontua Hartmann. “A embalagem carrega aquilo que é mais importante, o resultado de investimento, preocupação, tempo e cuidado. O que produtor se esforça em produzir deve ser embalado de maneira adequada”, atesta.

A designer húngara, Otília Andrea Erdelvi, re-desenhou a embalagem para ovos, tornando-a mais minimalista e visualmente atraente. Porém, o mercado ainda não trabalha com esse tipo de embalagens e, apesar de serem mais atrativas aos olhos do consumidor, não promovem a conservação dos ovos. Ou seja, a função principal ainda é proteger. Uma embalagem eficiente vai evitar o aparecimento de micro rachaduras nos ovos que diminuem a conservação e facilitam a contaminação. “É correto afirmar que a embalagem interfere diretamente na decisão de compra de um produto, mas nem sempre é a embalagem que traz o melhor



LOHMANN DO BRASIL

Negócios de sucesso... juntos

DESEMPENHO DAS LINHAGENS

LOHMANN DO BRASIL
Av. da Luz, 821 - sala 1 - Jd. Alto Rio Preto
São José do Rio Preto - SP - Brasil
CEP: 15020-360
Email: contato@ltz.com.br
Site: www.ltz.com.br
Fone: 17-3212.7347
Fax: 17-3234.2706

LOHMANN LSL		Idade a 50% de Produção	140-150 dias
		Pico de Produção	94-96%
		Ovos por Ave Alojada	
		72 semanas de idade	320-330
Produção de Ovos		80 semanas de idade	360-370
		90 semanas de idade	410-420
		Massa de Ovo por Ave Alojada	
Características dos Ovos		72 semanas de idade	19,5-20,5 kg
		80 semanas de idade	22,3-23,3 kg
		90 semanas de idade	25,6-26,5 kg
Consumo de Ração		Peso Médio de Ovo	
		30 semanas de idade	59,0-60,0g
		40 semanas de idade	62,0-63,0g
Peso Corporal		60 semanas de idade	64,0-65,0g
		80-90 semanas de idade	65,0-66,0g
		Coloração da Casca do Ovo	Branco brilhante
Viabilidade		Resistência da Casca	40 New ton
		1 - 20 Semanas	7,0-7,5 kg
		Produção (20-80 semanas)	100-110 g
Período de Postura		Conversão Alimentar	2,0-2,1 kg/kg massa de ovo
		Em 20 Semanas	1,3-1,4 kg
		80 semanas	1,7-1,8 kg
Período de Postura		Fase de Recria	97%
		Fase de Produção	94%
		Qualidade Interna do Ovo	Excelente
Período de Postura		Rusticidade (climas quentes)	Excelente
		Relação DZ Ovo/kg Ração	Excelente
		Semanas acima 90% (ave/dia)	33

LOHMANN BROWN		Idade a 50% de Produção	140-150
		Pico de Produção	94-96%
		Ovos por Ave Alojada	
		72 semanas de idade	315-320
Produção de Ovos		80 semanas de idade	350-360
		90 semanas de idade	400-410
		Massa de Ovo por Ave Alojada	
Características dos Ovos		72 semanas de idade	19,5-20,5 kg
		80 semanas de idade	22,5-23,5 kg
		90 semanas de idade	20,0-20,6 kg
Consumo de Ração		Peso Médio de Ovo	
		30 semanas de idade	61,0-62,0g
		40 semanas de idade	63,7-64,7g
Peso Corporal		60 semanas de idade	66,5-67,5g
		80-90 semanas de idade	68,0-69,0g
		Coloração da Casca do Ovo	Vermelho
Viabilidade		Resistência da Casca	>35 New ton
		1 - 20 Semanas	7,4-7,7 kg
		Produção (20-80 semanas)	110-118 g/ dia
Período de Postura		Conversão Alimentar	2,0-2,1 kg/kg massa de ovo
		Em 20 Semanas	1,6-1,7 kg
		80 semanas	1,95-2,15 kg
Período de Postura		Fase de Recria	97%
		Fase de Produção	94%
		Qualidade Interna do Ovo	Excelente
Período de Postura		Relação DZ Ovo/kg Ração	Excelente
		Semanas acima de 90% (ave/dia)	26

Inovação é a sustentabilidade



Os consumidores de uma classe mais informada estão mais atentos quanto às embalagens ecologicamente corretas. Por isso, as inovações para as embalagens para ovos estão concentradas na utilização de materiais sustentáveis, uma tendência que predomina em quase todos os mercados.

Praticamente, todas as embalagens do setor de postura, são fabricadas com materiais que podem ser reciclados como de polpa, plástico ou o poliestireno.

A polpa moldada ainda possui a vantagem de ser 100% biodegradável sendo produzida a partir de papel reciclável. Luiz Claudio Mendes, Gerente de Vendas da Sanovo Greenpack conta que as empresas produtoras de embalagens em polpa moldada têm muita preocupação com a questão ambiental, principais diferenciais no processo produtivo, como tratamento de água, matérias-primas recicladas, produtos químicos atóxicos, controles rigorosos de equipamentos evitando emissão de poluentes, responsabilidade social, etc.. "As embalagens ecologicamente corretas deveriam ter um incentivo governamental comparado com as embalagens que não têm nenhum comprometimento com o ambiente", finaliza.



Otília Erdelvi redesenhou embalagem tornando-a visualmente atraente. Apesar de atrativo, esse tipo não promove a conservação dos ovos

apelo visual é aquela que confere a melhor sanidade ao produto", atesta Fernanda Portella, Analista de Marketing da Spumapac. "Neste sentido, as empresas devem buscar o equilíbrio entre o apelo comercial e o que o invólucro pode proporcionar em termos de proteção, higiene e equilíbrio ao ovo".


Segundo a profissional, dois pontos são fundamentais quando pensamos em conservação dos ovos. O primeiro é proteger contra impactos durante o transporte e no manuseio. A embalagem contribui, por exemplo, para que o índice de quebra de ovos durante o transporte seja praticamente zero. Evitando reclamações futuras

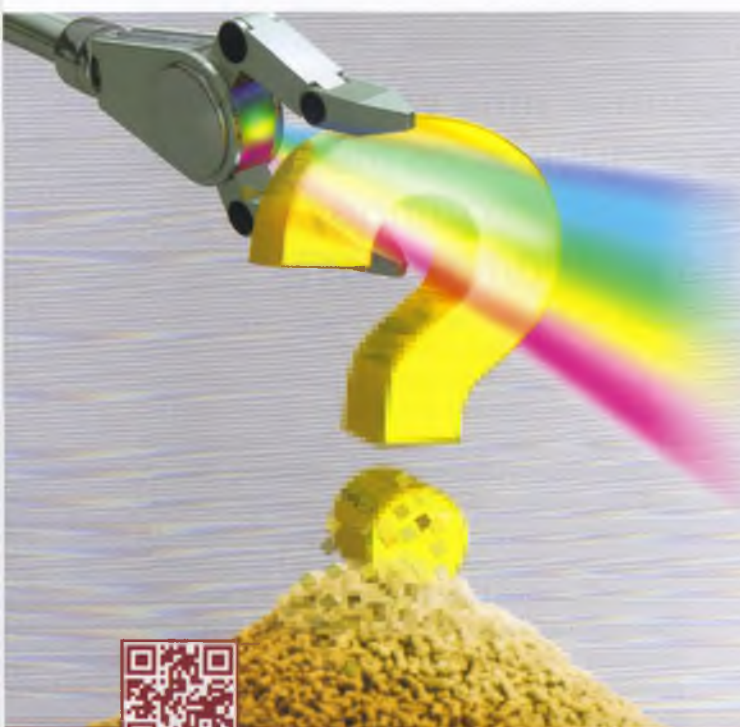
como mau cheiro dentre outros. Desde 1970, existem no mercado nacional as embalagens espumadas, conhecidas pelo consumidor, como embalagens de isopor. visto a semelhança entre os materiais, "Estas embalagens têm como característica ser mais leve e com altas propriedades de absorção de impactos", atesta Fernanda. Já o segundo ponto, é proteger contra oscilações de temperatura para garantir um tempo de prateleira maior. Dificilmente, existem condições para manter o ovo dentro de uma temperatura ideal no ponto de venda, devido à grande quantidade de luminárias e, até mesmo, a grande quantidade de

pessoas. “O ideal seria manter o ambiente a uma média de 12°C a 15 °C, mas essa temperatura mais baixa causaria desconforto aos clientes, que iriam reclamar. Então porque não utilizar uma embalagem que evite o contato direto com este gradiente de calor? Neste sentido, embalagens com características térmica são um forte aliado do consumidor”. Fernanda relembra que esses cuidados com as embalagens fazem com que o produto ovo tenha se período de conservação prolongado e sem perdas para o consumidor final.

Alguns produtores vendem os ovos para o varejo através de bandejas cortadas e filmadas. Para Luiz Claudio Mendes, Gerente de Vendas da Sano Greenpack, essa opção não valoriza seu produto por conta de má aparência. “Causa muita quebra de ovos durante o transporte. Além do que as bandejas requerem um excesso de manuseio, já que precisa cortar etiquetas com nome, validade e filmar. E mais a perda na logística por não acondicionar o mesmo volume nas caixas”, conta. Para o dirigente, uma vez que os produtores estão investindo em galpões automáticos e classificadoras de alto desempenho e precisam

também investir em uma boa performance durante o processo de embalagem. Ou seja, necessitam de embalagens de boa qualidade.

Outra desvantagem de deixar o ovo na bandeja de transporte é que após quebrar neste tipo de bandeja, é difícil limpar, acabando por ficar com odores desagradáveis ou tendo que ser descartada. Deixar produto exposto pode causar danos na casca, por exemplo, trincas, devido à facilidade que o consumidor tem para manusear ao escolher os produtos de sua preferência. Assim, alguns profissionais acreditam que é mais higiênico e causa menos desperdício quando os ovos são embalados em estojos fechados, com fácil visualização do produto no interior. Dessa forma, o consumidor consegue considerar as condições em que o produto se encontra, sem entrar em contato direto com o mesmo. “Outro ponto que o granjeiro deve considerar é a diferenciação do produto pela embalagem. Por mais que o consumidor faça isto inconscientemente, acredite, existem ovos com qualidades diferentes no mercado, e esta diferença é percebida na embalagem que ele utiliza”, afirma Fernanda. 



Saiba mais sobre o real valor nutricional dos ingredientes da sua ração e economize!



<https://pne.adisseo.com>



Serviço NIRs da Adisseo

O PNE, serviço NIRs da Adisseo, permite ao produtor conhecer de forma rápida e precisa o teor nutricional das suas matérias-primas para ração.

A Adisseo coloca a disposição de seus clientes um site totalmente dedicado à Avaliação para Nutrição de Precisão. Ele fornece a cada cliente, de forma segura e em tempo real, informações nutricionais precisas de seus ingredientes. O serviço também disponibiliza informações sobre a digestibilidade, estabelecidas com base em estudos “in vivo”. Com a nova plataforma, o usuário pode montar seu banco de dados de análises, realizar análises estatísticas dos seus dados, e muito mais.

Converse com seu representante Adisseo e saiba como economizar com a nutrição de precisão!

ADISSEO
A Bivestor Company