



**REPORTE**  
**CAGE-FREE**  
**TRACKER 2022**

# TABLA DE CONTENIDOS

- 2 2021-2022 El contexto: Pandemia y reactivación

---

- 3 Latin American context

---

- 4 Tracking program results

---

- 6 Participation level per country

---

- 8 Fresh Cage-free egg use percentage according to the reporting companies

---

- 9 Other key data: The report in numbers

---

- 11 Next steps

**Report published in June 2021 by Sinergia Animal**

**Executive Coordination**  
Diamela Covarrubias

**Data compilation**  
Diamela Covarrubias, Eduarda Nedeff, Karen Reyes, Romina Viscarret

**Revision**  
Aline Baroni, Carolina Galvani, Eduarda Nedeff, Lúcia Gomes, Sofia Davis-Fogel

**Created by**  
Sinergia Animal

[sinergiaanimalinternational.org](http://sinergiaanimalinternational.org)  
[info@sinergiaanimal.org](mailto:info@sinergiaanimal.org)



## 2021-2022

### EL CONTEXTO: PANDEMIA Y REACTIVACIÓN

En el 2021 vivimos el segundo año de la pandemia por Covid-19, el panorama económico latinoamericano enfrentó el cierre de muchos comercios pequeños y medianos, mientras que hacia el final del año comenzó la reactivación paulatina incluso de los sectores más afectados, como el de la hotelería.

En 2022, la guerra entre Rusia y Ucrania afectó severamente los costos de los insumos para la industria avícola, causando una escasez y aumento de costos considerables. Aún frente a condiciones que pueden parecer adversas, nuestra labor por los animales en la industria de alimentos continuó imparable.

En algunos de los países donde trabajamos, vimos el surgimiento de pequeños, pero numerosos productores de huevos adoptando sistemas libres de jaulas, quienes responden a un grupo de consumidores con mayor conciencia e interés en alimentos más saludables, sostenibles y éticos en cuanto al trato hacia los animales.

Son billones de animales en el mundo los que continúan siendo utilizados para la producción de alimentos, siendo este sector una de las industrias que más contribuye a la crisis climática. Sólo en América Latina más de 500 millones de gallinas son parte de la industria del huevo y más del 90% de ellas se encuentran en jaulas en batería.

Las jaulas en batería son uno de los sistemas de confinamiento más restrictivos dentro de la industria de producción animal e impiden a las gallinas realizar sus comportamientos más básicos de especie como picotear el suelo, posarse en perchas, establecer jerarquías sociales, y darse baños de arena, entre otros, en un deterioro severo de su bienestar.

Durante los últimos años, Sinergia Animal ha trabajado con diversas compañías alimentarias y de hotelería para que se comprometan a dejar de utilizar y/o comercializar huevos provenientes del sistema de jaulas, con el fin de construir una industria más respetuosa con los animales y de reducir el sufrimiento de miles de animales.

El siguiente reporte reúne los resultados del seguimiento a los esfuerzos y avances de las compañías alimentarias y hoteleras presentes en América Latina, en relación a sus compromisos para dejar de utilizar huevos provenientes del sistema de jaulas.

Nos complace destacar que este año tuvimos la participación de 32 empresas, un incremento de 23% comparado a las 26 empresas que compartieron sus progresos el año pasado. Esto nos dice que el compromiso con el bienestar animal ya es algo establecido en nuestras sociedades, y una tendencia de mercado que viene para quedarse.



## NUEVOS COMPROMISOS CORPORATIVOS

Durante 2021 y hasta agosto de 2022 Sinergia Animal, junto con otras ONGs de protección animal de la región, lograron pactar 24 [compromisos libres de jaulas](#) en América Latina: 9 en Colombia (Productos La Locura, Cencosud, Hotel Vilar América, Wok, La Lonchera, Crepes & Waffles, Harinera del Valle, Le Pain Quotidien, OFC ), 6 en Chile (Buffalo Waffles, Cencosud, Fork, Tquila, Le Vice Chocolat, Papa Johns ), 6 en Argentina (La Mantequería, Brioche Dorée, Pampa Gourmet, CARNE, Almacén de Pizzas y Cachafaz), 1 en Perú del Grupo de Restaurantes Acurio, 1 en Uruguay (El Trigal).

Además de 9 (revisar) compromisos globales alcanzados en campañas conjuntas con la Open Wing Alliance, de Groupe Le Duff, Minor Hotels, Focus Brands, Krispy Kreme, Dunkin Brands, Bloomin' Brands, Restaurant Brands International, Yum! Brands, Food Delivery Brands.

## EXPANSIÓN DE SINERGIA ANIMAL

Después de establecernos desde 2017 y consolidar nuestro trabajo en Argentina, Brasil, Chile y Colombia, Sinergia Animal decidió ampliar sus esfuerzos de relaciones corporativas a otros países como Perú, Ecuador y Uruguay donde, en 2022, obtuvimos los primeros resultados positivos. En Perú celebramos con el compromiso de todas las marcas del renombrado grupo Acurio Restaurantes y, a inicios de 2022, conmemoramos el compromiso en Uruguay de la tradicional productora de alimentos, El Trigal. En este país estamos también enfocando los esfuerzos de campañas de concientización hacia las cadenas de supermercados más importantes del país.

Consideramos necesario expandir este movimiento a otros países del continente, y promover entre empresas locales e internacionales prácticas más compasivas dentro de la industria.



# RESULTADOS DEL PROGRAMA DEL TRACKING

## NIVEL DE PARTICIPACIÓN

Este reporte contempla el período entre enero de 2021 hasta agosto de 2022. Es decir, que considera a las empresas que asumieron un compromiso libre de jaulas para su cadena de abastecimiento de huevos hasta agosto de 2022, y que anunciaron de forma pública desde inicios de 2021 hasta mediados de 2022.

Muchas empresas con compromisos recientes han reportado sus avances dando un gran ejemplo a aquellas que tienen políticas libres de jaulas hace largo tiempo y aún no tienen un mecanismo definido para informar los avances en su transición.

De más de cuatrocientas empresas con políticas de bienestar para gallinas ponedoras en países latinos, se identificaron 90 compañías alimentarias u hoteleras operando en Argentina, Chile, Colombia, Perú, Ecuador y/o Uruguay con un compromiso libre de jaulas para su cadena de abastecimiento. De ellas, 90 fueron contactadas por nuestro equipo a través de correo electrónico y/o llamadas telefónicas.



# NIVEL DE PARTICIPACIÓN POR PAÍS

## COMPROMISOS EN ARGENTINA: 15

- **8 Reportaron (53.3%):** Grupo Jaka (Green Eat, Tea Connection), Café Martínez, Harper Juice Bar, Le Pain Quotidien Argentina, CARNE, Pampagourmet, Brioche Dorée, Cachafaz.
- **1 No reporto (6.66%):** Carrefour Argentina
- **6 No respondieron (40%):** Havana, Freddo, Tostado Café Club, Almacén de Pizzas, La Mantequería.



## COMPROMISOS EN CHILE: 13

- **3 Reportaron (23%):** Hotel Explora, Clementina, Fork.



- **1 No reportó (7,6%):** Hotel Altiplánico
- **10 No respondieron (69%):** Lo Saldes, Unifood, G&N Brands, Carl's Jr. Chile, Buffalo Waffles, Tquila, Dominó, Le Vice Chocolat, Cencosud Chile.

## COMPROMISOS EN COLOMBIA: 25

- **10 Reportaron (0):** Alimentos Colomer, Crepes and Waffles, Sandwich Qbano, Juan Valdéz, Vapiano Colombia, Takami, Le Pain Quotidien Colombia, La Lonchera, Jenó's Pizza, Bimbo Colombia.
- **1 No reportó (%):** Levapan
- **14 No respondieron (0):** Carnival Corporation, Pan pa ya, Servihoteles, Oma- Presto, Hoteles Estelar, Colombina, Mikaela, International Meal Company, Grupo IGA, OFC, Productos La Locura, Hotel Vilar América, Harinera del Valle, Wok.



## COMPROMISOS EN PERÚ: 1

- **1 Reportó (100%)** Acurio Restaurantes.



## COMPROMISOS EN URUGUAY: 1

- **1 Reportó (100%)** El Trigal



## COMPROMISOS EN ECUADOR: 1

- **1 No reportó (100%)** Crepes and Waffles Ecuador



## COMPAÑÍAS MULTINACIONALES: 34

- **7 Reportaron (22.8%):** Marriott, Barilla y Restaurant Brands International. Accor, Aramark, Danone, Kraft Heinz\*



\*\* Le Pain Quotidien y Bimbo fueron contactadas por sus compromisos globales pero reportaron solo para algunos países.

- **1 No reportaron (2.8%):** Royal Caribbean.
- **26 No respondieron (74.2%) :** Starbucks, Unilever, Hyatt, Hilton, Nestlé, Sodexo, Kelloggs, Mondelez International, Pepsico, Arcos Dorados, Alsea, Norwegian Cruise Line, Compass Group, Best Western, Wyndham Hotels, Intercontinental, General Mills, Subway, Bloomin' Brands, Yum Brands, Dunkin Brands, Minor Hotels, Papa Johns, Focus Brands, Krispy Kreme, Food Delivery Brands.
- **\*En sus páginas:**  
\*Estas últimas 5 empresas reportaron a través de informes públicos en sus sitios web.

**Los reportes en páginas son sólo considerados válidos si especifican datos para Latinoamérica.**

## OBSERVACIONES IMPORTANTES

El nivel de participación de las empresas multinacionales sigue siendo extremadamente bajo a la hora de reportar en comparación con las empresas nacionales.

Además, aquellas que reportan avances de manera pública en sus sitios web omiten, en su mayoría, la información regional correspondiente a los avances para Latinoamérica.

Destacamos a la compañía Barilla como un ejemplo positivo de empresa con compromiso internacional, que tiene un [reporte público](#) en su página web muy completo, y además respondió nuestro cuestionario. Esperamos que más empresas sigan su ejemplo en un futuro cercano.

# PORCENTAJE DE HUEVOS FRESCOS LIBRES DE JAULAS UTILIZADOS, SEGÚN LAS COMPAÑÍAS QUE REPORTARON



# PUNTOS CLAVES: EL REPORTE EN NÚMEROS

## HUEVOS FRESCOS

**10**

(66.6%) compañías reportan estar al 100% en su uso de huevos frescos.

**1**

(6.66%) compañía reporta una transición libre de jaulas igual o superior al 75% para sus huevos frescos.

**2**

(13.3%) compañías reportan progreso a nivel regional cercanas al 50% de huevos frescos.

## HUEVOS PROCESADOS

**13**

compañías reportan progreso a nivel regional en huevos procesados.

- 6 de ellas (46.15%) al 100%
- 1 cercana al 80% (7.69%)
- y otra cercana al 50% (7.69%).

## HUEVOS COMO INGREDIENTES

**19**

compañías declaran progreso a nivel regional en los productos tercerizados que contienen huevo.

- 6 de ellas ya están al 100% (31.57%)
- 3 por encima del 75% (15.78%)
- y dos igual o por encima del 50% (10.52%)..



\*\* Los datos de Vapiano, Takami, Creppes & Waffles y Sandwich Qbano fueron obtenidos de sus reportes al sitio Welfare Progress.



## DESAFÍOS IDENTIFICADOS Y COMENTARIOS

Obstáculos	N°	Porcentaje
Precio	<b>10</b>	<b>37%</b>
Disponibilidad (pocos proveedores, poco abastecimiento o sin certificación)	<b>9</b>	<b>33,3%</b>
Compra mínima muy alta	<b>2</b>	<b>7,4%</b>
Trazabilidad deficiente	<b>1</b>	<b>3,7%</b>

## OTROS PUNTOS CLAVES

- Compañías con el compromiso publicado de forma permanente:

**27 sí 84.3%**

**5 no 16.6%**

- Compañías que han identificado proveedores libres de jaulas:

**32 sí 100%**



## PRÓXIMOS PASOS

Sinergia Animal continuará trabajando en la adopción e implementación de políticas corporativas libres de jaulas, tanto en América Latina como en el Sudeste Asiático. Además, comenzaremos un trabajo más estrecho y continuo con empresas comprometidas para fomentar el hábito de reportar avances, y colaborar con las dificultades que enfrentan las empresas en su transición.

Trabajaremos de la mano con organizaciones internacionales para resolver la brecha de información de los reportes de empresas multinacionales con respecto a su desempeño en esta área entre países del Norte Global y países del Sur Global, en este caso Latinoamérica. Urge comenzar la transición para cumplir con las fechas límites de los compromisos en todos los países.

El trabajo de Sinergia Animal no se limita al sector corporativo y es por eso que, mientras continuamos el diálogo con compañías de la región, seguiremos impulsando cambios a niveles legislativos, de conciencia pública, con autoridades y ampliando nuestra presencia en los medios de comunicación para hacer de la consideración a los animales un tema frecuente y relevante en la agenda pública.



## ACERCA DE SINERGIA ANIMAL

Calificada como una de las organizaciones de protección animal más eficaces del mundo por Animal Charity Evaluators, Sinergia Animal es una organización internacional que trabaja en países del Sur Global (América Latina y el Sudeste Asiático) para reducir el sufrimiento de los animales y promover opciones alimentarias más compasivas.

