



One planet
inform with care

Aires De Campo – Huevo Orgánico

Sector: Alimentación y Agricultura

Región: Oficina central en Ciudad de México, distribución principal en el centro de México.

Best Practice:



Aires De Campo (ADC) empresa fundada en 2001 por Guadalupe Latapí, a partir de 2011 forma parte de Grupo Herdez fortaleciendo la distribución y comercialización nacional de alimentos orgánicos certificados por organismos independientes acreditados internacionalmente y aprobados por el gobierno mexicano, anualmente toda la cadena de suministro es auditada para verificar el cumplimiento de los Lineamientos para la Operación Orgánica de las Actividades Agropecuarias (LOOAA) de la Ley de Producción Orgánica de México. Desde 2020 se ha implementado una estrategia de comunicación sobre la sostenibilidad en la cadena de producción y suministro del huevo orgánico marca Aires De Campo, producido por su empresa hermana Incubadora Orgánica, en la comunidad de Yautepec, Morelos. Todas las etapas de la producción y cadena de valor del huevo orgánico están certificadas (Figura 1), esto implica alianzas con productores de maíz y soya orgánicos, que son la base de la alimentación de las aves, libres de Organismos Genéticamente Modificados y agroquímicos, utilizando: manejo integral de plagas, extractos botánicos repelentes, control biológico con insectos depredadores y parasitoides, rotación de cultivos para romper el ciclo reproductivo de las plagas y nutrición vegetal adecuada que propicia la autodefensa de las plantas. El bienestar animal es la base del manejo sanitario, donde se reduce el uso de medicamentos, la densidad máxima es de 6 aves/m², sin uso de jaulas y acceso a áreas abiertas donde toman sol, baños de tierra y expresan libremente su comportamiento natural.



FIGURA 1

ADC realiza diversas acciones que contribuyen a la sostenibilidad en la cadena productiva del huevo orgánico:

1. Cultivo de maíz de temporal, su desarrollo depende del agua de lluvia de la zona.
2. Asesoría técnica a los agricultores para implementar prácticas agroecológicas que mejoran la estructura del suelo e incrementan su fertilidad.
3. Apoyo financiero para: preparar el terreno, pago de trabajadores agrícolas, compra de semilla, renta de maquinaria, compra y aplicación de bioinsumos para el control de plagas y enfermedades, compra de materias primas para elaborar biofertilizantes y el pago de la certificación orgánica.
4. Elaboración de composta con la cama de las aves (cascarillas de arroz, plumas, excretas y alimento).
5. Implementando acciones de bienestar animal.
6. Promoviendo el empoderamiento de la mujer y la equidad de género.
7. Evaluación del proceso productivo mediante un Análisis de Ciclo de Vida (ACV) para validar los beneficios de la producción orgánica



Del Campo al plato
ESTE HUEVO ORGÁNICO TIENE
UNA HUELLA ECOTÓXICA 56% MENOR
QUE LA DE UN HUEVO CONVENCIONAL.



NUESTRAS GALLINAS

Se les permite expresar su actuar natural mediante: recreo en espacios abiertos, baños de tierra y sol. Nidos confortables, perchas para dormir y con una densidad máxima de 6 aves/m².

Alimentadas con granos orgánicos certificados, sin promotores de crecimiento ni antibióticos.



EL MAYOR RETO

Creamos una alianza con el granjero para desarrollar pequeños productores de granos orgánicos generando 340 empleos aprox. en el Estado de Morelos.

¿TE GUSTARÍA VISITAR
NUESTRA GRANJA MUESTRA?

escribenos a: contacto@airesdecampo.com

Aires de Campo, directo del campo mexicano a tu hogar®

Mentalidad

Pensamiento de ciclo de vida. La producción de huevo fue evaluada mediante un ACV, para hacer visibles las ventajas contra la producción convencional y comunicarlas mediante afirmaciones en el empaque.

Análisis de puntos de críticos. Las afirmaciones en el empaque se centran en el aspecto ambiental, social y el bienestar animal de la producción del huevo orgánico, también el ACV permitió detectar áreas de oportunidad en el eje ambiental, las cuales ya se están revisando.

Incorporación de la sostenibilidad. Con estas afirmaciones ADC comunica las acciones realizadas que van más allá de las prácticas orgánicas y reitera el compromiso de medir y mejorar las etapas del cultivo de granos y producción en granja.

Principio 1: Fiabilidad



La etiqueta afirma que el huevo ADC es orgánico ya que cumple con los LOOAA, lo que implica que todas las operaciones orgánicas son certificadas por organismos de certificación independientes que están acreditados internacionalmente por la ISO/IEC 17065, asimismo son aprobados nacionalmente por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER).

ADC colabora desde 2012 con [Grupo Axius](#) para generar el [reporte de sustentabilidad](#) anual y en la versión 2019 se mencionan los esfuerzos consumados al certificar las granjas productoras de huevo en [Buenas Prácticas Pecuarias \(BPP\)](#), un estándar nacional emitido por SENASICA.

La afirmación: “Del campo al plato, este huevo orgánico tiene una huella ecotóxica 56% menor que la de un huevo convencional”, es el resultado de los esfuerzos de ADC por sustentar con data dura mediante un ACV (realizado por: Centro de Análisis de Ciclo de Vida y Diseño (CADIS)) no solo los aspectos de salud, seguridad para el productor y consumidor sino también del ambiente.



Principio 2: Relevancia



Las afirmaciones destacan que además de cumplir con los requisitos mínimos obligatorios que son las Normas Oficiales Mexicanas, ADC se rige bajo los LOOAA que presentan beneficios a la salud humana, que están respaldados por el ACV.

Además, las afirmaciones acentúan que la empresa no solo es orgánica ya que las granjas están certificadas en BPP y se implementa bienestar animal en las aves.

Principio 3: Claridad



La declaración: “trabajando día a día por la sostenibilidad”, comunica que ADC trabaja continuamente para lograr la sostenibilidad, más no expresa que se ha logrado completamente, para así evitar que el consumidor lo interprete de forma errónea.

La conexión entre las afirmaciones y el producto es clara y directa ya que se encuentran en la parte superior de la etiqueta y dentro del empaque, asimismo, destacan las acciones implementadas en el eje social, ambiental y el bienestar animal, además se cuenta con un código QR disponible en el empaque donde los consumidores pueden acceder a información más detallada como el documental, certificaciones, reporte de sustentabilidad anual y el ACV.

Principio 4: Transparencia



El número de certificado orgánico se encuentra en la etiqueta, el consumidor puede consultar con la certificadora (AgriCert) la validez y vigencia del certificado, además SENASICA pública en la página de gobierno mensualmente. El padrón de productores certificados por los Lineamientos para la Operación Orgánica, donde también puede verificarse la información.

Como se mencionó previamente, el consumidor tiene la posibilidad de visitar una granja didáctica donde se puede interactuar con las aves y validar el bienestar animal y las prácticas orgánicas en la producción del huevo.

Mediante el código QR el consumidor puede consultar evidencia que respalda las afirmaciones realizadas.

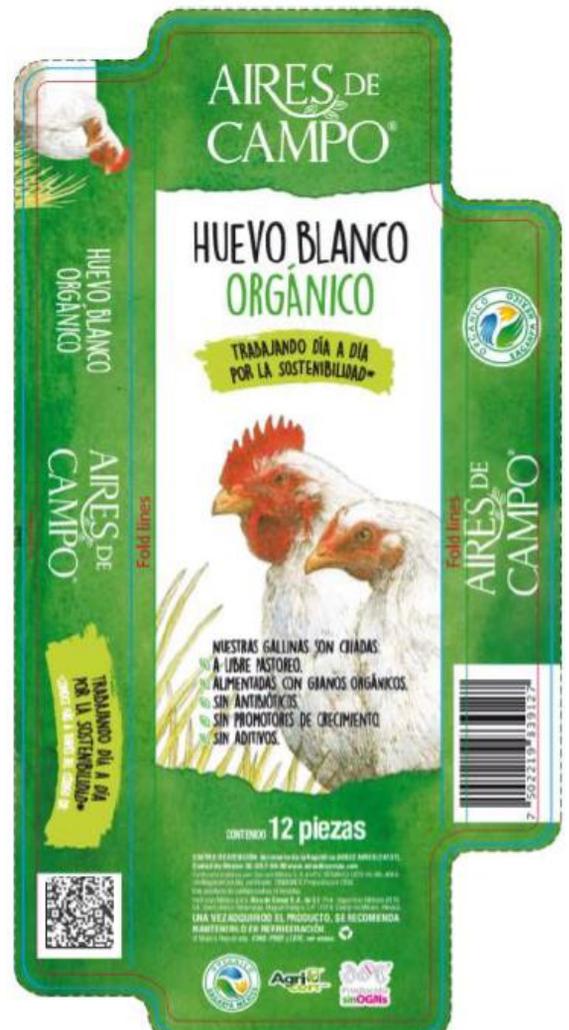
Principio 5: Accesibilidad



Las afirmaciones en todo el empaque son accesibles ya que tienen un tamaño de letra adecuado y se ubican en un área fácilmente visible y con una gama de colores adecuada.

Además de la información presente en la superficie, el consumidor puede acceder a información adicional dentro del empaque.

Además, el código QR permite al consumidor estar a un clic de información detallada acerca del producto que también está disponible en todas las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube y Twitter)



Principio 6: Tres dimensiones de la Sostenibilidad



AMBIENTAL – SOCIAL - ECONÓMICO

Ambiental

La producción orgánica tiene por objetivo reducir el impacto ambiental de las actividades agropecuarias. En campo, los agricultores incorporan esquilmos agrícolas del año anterior, aplican composta y abonos verdes para incrementar la materia orgánica del suelo, aumentando la capacidad de retención del agua de lluvia, lo cual enriquece el microbiota del suelo. Se elimina el uso de plaguicidas de alta toxicidad y fertilizantes sintéticos. Mediante el uso de extractos botánicos para el Manejo Integral de Plagas y Enfermedades e implementación de técnicas agroecológicas como rotación de cultivos. Además, se promueve la economía circular por la composta generada. Lo anterior se comprueba con el certificado orgánico y el ACV.

Asimismo por medio del ACV se muestra que el impacto en la ecotoxicidad terrestre, marina y en agua dulce, es 56% menor en el huevo orgánico ADC comparado con uno convencional.

Social

Al implementar prácticas orgánicas se protege la salud tanto de los agricultores como del consumidor ya que no se utilizan agroquímicos en el cultivo de los granos evitando los efectos negativos que propician estas sustancias.

Además se apoya a agricultores de la comunidad con financiamiento y asesoría para la certificación orgánica. Hasta ahora (2020) en las tres granjas el 16% del personal son mujeres y todas se encuentran en puestos de responsabilidad dentro de la empresa. Yautepec, Morelos es una comunidad de alta marginación y migración, por ello la empresa motiva a todo el personal a seguir mejorando en su desarrollo personal y laboral al brindarles incentivos económicos.

Económico

Si bien la generación de empleos agrícolas ayuda al desarrollo comunitario y económico de la zona, ADC es consciente que este eje de la sostenibilidad no ha sido explotado en su totalidad y pretende abordarlo en un futuro.

Principio 7: Cambio de Comportamiento y repercusiones a Largo Plazo



Mediante el seguimiento en la participación de mercado del huevo orgánico antes y después de ser etiquetado con las afirmaciones y al cumplir con el presupuesto de ventas de 2021, se podría evaluar si se ha construido una relación a largo plazo con el consumidor.

ADC cree que el ofrecer productos que van más allá de lo orgánico, generan interés no solo en consumidores que se preocupan por el ambiente y tienen conciencia del impacto de su consumo, sino también en aquellos que buscan mejorar su salud, igualdad de género, bienestar animal, y el apoyo a pequeños y medianos agricultores.

Principio 8: Enfoque Innovador y Utilización de Múltiples Canales



La estrategia de comunicación de las afirmaciones y de toda la información que las respalda se transmite a través de diversos canales

El empaque es el canal principal de comunicación con el consumidor, además se emplea el uso de redes sociales y página web para poder llegar a los diferentes grupos de usuarios.

Asimismo, está en desarrollo un documental sobre la producción del huevo orgánico y el consumidor tiene la oportunidad de visitar una granja didáctica.

Principio 9: Colaboración



Las afirmaciones y toda la estrategia para lograr una mejor comunicación de la sostenibilidad del proceso de producción de huevo orgánico así como el ACV, se realizó en colaboración con CADIS, ONU Medio Ambiente y todo el Equipo de Aires De Campo.

Es importante mencionar que algunas de las acciones que hoy se comunican son el resultado de alianzas con los guardianes del campo, es decir, con los agricultores, asimismo con los amigos del campo como Grupo Axis.

Principio 10: Comparabilidad



ADC cree que las afirmaciones y toda la evidencia antes mencionada permite al consumidor no solo comparar el producto con uno convencional, esto mediante el ACV al detectar las ventajas que obtiene al consumir huevo orgánico ADC, como también observar las áreas de oportunidad.

Sino también, puede realizar la comparación con otras marcas de huevo orgánico, al poder visualizar todas las acciones que implementa ADC que van más allá de los requisitos obligatorios de las prácticas orgánicas.