

revista da suinocultura

PUBLICAÇÃO QUADRIMESTRAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS

35

ANO 9 | 2021



MERCADO DE GRÃOS

Caminhos para redução de custos de produção



**ABCS REALIZARÁ
SEMINÁRIO DE
MERCADO COM FOCO
NOS DESAFIOS DOS
CUSTOS DE PRODUÇÃO**



**ABCS LANÇA CAMPANHA INÉDITA COM FOCO EM PREÇO
PARA PROMOVER A CARNE SUÍNA E APROVEITAR A
ALTA DE OUTRAS PROTEÍNAS NO MERCADO NACIONAL**

**PLANO ESTRATÉGICO BRASIL LIVRE DE PESTE
SUÍNA CLÁSSICA SERÁ INICIADO EM ALAGOAS**





Você acha **35 DFA**
um bom número?
Experimente a DB90!



EXCEPCIONAL PROLIFICIDADE, O MELHOR DESEMPENHO E LONGEVIDADE EM GESTAÇÃO COLETIVA,
MAIOR VITALIDADE DOS LEITÕES COM O SISTEMA LV5 e MAIOR DOCILIDADE E FACILIDADE DE MANEJO.



**Não basta ser Duroc,
tem que ter os melhores
resultados zootécnicos do mercado.**



A MELHOR CONVERSÃO ALIMENTAR DO MERCADO, A ALTA RESISTÊNCIA A DOENÇAS E O
ALTO GANHO DE PESO DIÁRIO FAZEM A DIFERENÇA NA ESCOLHA DO SEU TERMINADOR.

[SÓ A DB FAZ]



34 3818-2500 | db.agr.br

capa



**PARA ABORDAR OS DESAFIOS
REFERENTES AOS CUSTOS DE
PRODUÇÃO, ABCS REALIZARÁ
SEMINÁRIO DE MERCADO**

fnds

DISTRITO FEDERAL

ABCS apresenta Plano de trabalho anual para promover a suinocultura do Distrito Federal

GOIÁS

ABCS apresenta plano de trabalho anual para impulsionar a suinocultura em Goiás

MINAS GERAIS

ASEMG inicia programa de treinamento para negociadores

MATO GROSSO

ABCS apresenta plano de trabalho anual do FNDS para Acrismat

ESPÍRITO SANTO

AVES e ASES promovem webinar sobre a produção e as perspectivas do mercado de grãos

entre amigos

46 Elanco: Portfólio e soluções integradas geram resultados de excelência

47 MSD lança manual completo sobre leite

48 Agrocere PIC: priorizando investimentos em bem-estar animal

destaques

6

Bem-estar animal na suinocultura e os novos rumos com a implementação da Instrução Normativa nº 113

13

Consumo e vendas de carne suína crescem no Brasil

16

Impactos do atual cenário no varejo alimentício e as oportunidades para as proteínas

18

“Carne de porco: Bom de preço e bom de prato”: ABCS cria campanha inédita focada em preço para impulsionar o consumo da carne suína no varejo brasileiro

23

Fique de olho nas principais tendências e consumo

26

ABCS aposta na capacitação dos Gestores e de todo o Sistema com foco em varejo, comunicação e política

31

Plano Estratégico Brasil Livre de Peste Suína Clássica será iniciado em Alagoas

34

ABCS lança série de materiais técnicos sobre Fábrica de Ração

35

Novo presidente da FPA fala das prioridades do Agro no Parlamento

TRABALHO PRESENTE E CONSTANTE

Sejam bem-vindos a mais uma edição da Revista da Suinocultura, um dos canais de comunicação da ABCS com a cadeia suinícola. Nesta edição, você vai encontrar um compilado do trabalho da associação, em todas as suas áreas de atuação desde o início do ano de 2021.

Trouxemos como destaque a nova campanha de marketing, focada em preço para aproveitar o cenário de alta dos preços da carne bovina, promovendo a carne suína e inserindo ainda mais a nossa proteína na mesa dos brasileiros.

Além disso, preparamos um artigo completo e didático para falar sobre Bem-Estar Animal e a nova Instrução Normativa 113, que já está em vigor desde fevereiro deste ano, e falamos sobre o lançamento do primeiro material técnico na nova série sobre Fábrica de Ração, que descomplica as legislações e debate o uso racional de antimicrobianos.

Temos também conteúdos sobre as próximas ações da ABCS, como o Seminário de Mercado que vai abordar alternativas aos altos custos na produção de suínos, sobre a Escola de Gestores pensada para a capacitação de todo o Sistema, e sobre o plano de vacinação contra Peste Suína Clássica no estado de Alagoas que já está a todo vapor. Além de tudo isso, nesta edição falamos também sobre o aumento do consumo per capita, dados recentes do varejo, tendências para o restante do ano e mostramos o que os contribuintes do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS) vem construindo ao longo do ano.

A ABCS tem trabalhado incansavelmente para atuar de forma ativa e estratégica em todos os elos da cadeia, cobrindo cada uma das necessidades do nosso sistema e produtores, e todas as páginas desta revista estão recheadas com esse trabalho. Esperamos contribuir junto de toda a cadeia para fortalecer cada vez mais a suinocultura brasileira.

Boa leitura!



MARCELO LOPES

Presidente da Associação Brasileira dos Criadores de Suínos



www.abcs.com.br
comunicacao@abcsagro.com.br

Sede Brasília / Setor de Indústrias Gráficas
Quadra 01 | Lote 495 | Ed. Barão do Rio Branco - Sala 118
CEP: 70610-410

Diretora Técnica
CHARLI LUDTKE

Diretora de Projeto e Marketing
LÍVIA MACHADO

Conselheiro Presidente
MARCELO LOPES/DF

Conselheiro Financeiro
PAULO LUCION/ MT

Conselheiro Técnico
OLINTO ARRUDA/ SP

Conselheiro de Relações
de Mercado
VALDECIR FOLADOR/RS

Conselheiro Administrativo
JOÃO LEITE/MG

Jornalista Responsável
DANIELLE SOUSA

Assistente de Comunicação
VICTÓRIA TAVARES

Equipe de criação ABCS
SARAH NUNES
PEDRO EGUTI

Colaboradores desta edição
LUCIANA LACERDA

Projeto Gráfico e Editoração
DUO DESIGN
GABRIEL PEDROSO (DIAGRAMAÇÃO)



EM 2020,

MAIS DE **10 MILHÕES**
DE SUÍNOS

FORAM VACINADOS EM TODO O BRASIL.

EM 2021,

1 EM CADA **3**

SUÍNOS PRODUZIDOS NO BRASIL
JÁ SÃO VACINADOS COM PORCILIS[®] ILEITIS.



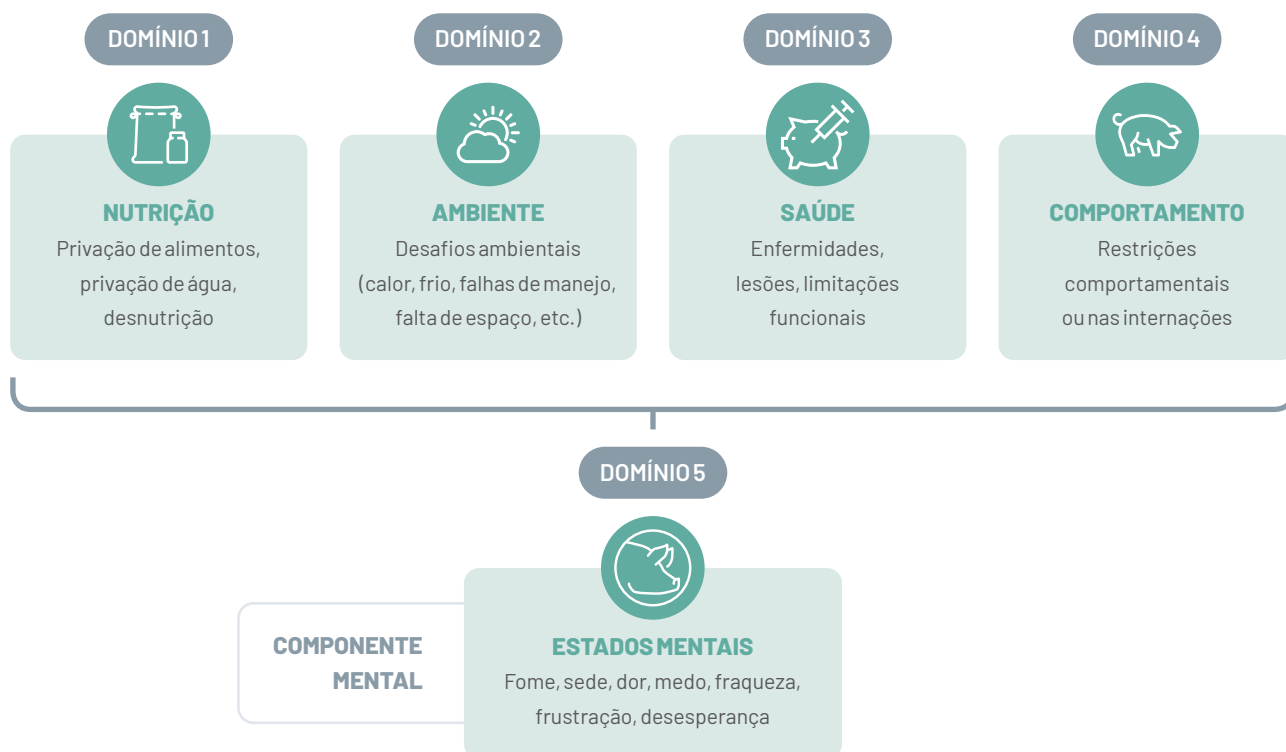
BEM-ESTAR ANIMAL NA SUINOCULTURA E OS NOVOS RUMOS COM A IMPLEMENTAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 113

AUTORES: CHARLI LUDTKE, NINA MACHADO,
JÚLIO DIAS E DEPARTAMENTO TÉCNICO DA ABCS

Um bom grau de bem-estar animal requer prevenção e tratamento de doenças, alojamento, nutrição e manejo apropriado, de forma a identificar para cada situação avaliada, quais os fatores têm potencial de prejudicar o bem-estar animal, e quais seriam os indicadores mais adequados para realizar uma avaliação eficiente. Assim, para a avaliação do grau de bem-estar no sistema produtivo, é utilizada a análise dos “5 Domínios” do bem-estar animal, de forma a identificar um animal sadio, confortável, bem nutrido, seguro, livre para expressar comportamentos naturais e sem sofrer com estados mentais negativos como a dor, o medo e o diestresse (estresse excessivo, levando ao sofrimento). A aplicação dos domínios permite a análise das condições de criação, e de manejo dos suínos nas diversas etapas do processo produtivo.



ESQUEMA ILUSTRATIVO DO MODELO DOS 5 DOMÍNIOS PARA UMA AVALIAÇÃO DE BEM-ESTAR ANIMAL NA SUINOCULTURA



Fonte: Mellor & Reid (1994). Citado por Ribas & Paranhos (2020)

PUBLICAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 113/2020/MAPA

Em 02 de fevereiro desse ano, entrou em vigor a Instrução Normativa nº 113 (publicada em 16 de dezembro de 2020), que estabelece as boas práticas de manejo e bem-estar animal nas granjas de suínos de criação comercial. Como marco importante para a suinocultura brasileira, essa normativa está direcionada para promover as melhorias no manejo, na saúde, nas instalações e interações dos colaboradores com os animais, com o objetivo de reduzir ou, quando possível, eliminar práticas de manejo que causam estresse e sofrimento aos suínos, e que resultam em perdas econômicas para toda a cadeia produtiva.

Outro ponto essencial é a segurança jurídica que a norma proporciona aos suinocultores ao estabelecer parâmetros legais e a necessidade do aprimoramento, e inovação da suinocultura nacional. Além disso, é um importante balizador frente aos mercados internacionais.

Com isso, a IN 113 regulamenta as práticas de manejo e bem-estar animal, e traz referências legais para as ampliações e as reformas de granjas, bem como o direcionamento correto para os novos projetos de granjas, de forma que todos os sistemas de produção de suínos possam se adequar, mantendo prazos exequíveis para as mudanças que requerem maior investimento financeiro.

PONTOS DE DESTAQUE NA IN 113

Em seu escopo, a norma estabelece os requisitos quanto ao monitoramento dos indicadores de bem-estar na granja, as mudanças nas instalações, manejo, adequação das densidades, eliminação ou substituição de procedimentos que causem dor (castração cirúrgica sem anestesia, moessa, corte de cauda e outros).

Ao tratar do monitoramento, os indicadores a serem avaliados são o comportamento e a saúde dos animais, estabelecendo limites apropriados, frequência de monitoramento e registros de cada indicador, bem como das ações adotadas, e disponibilizar ao Serviço Veterinário Oficial, sempre que for necessário.



ESTAÇÃO DE ALIMENTAÇÃO AUTOMATIZADA



GAIOLAS DE LIVRE ACESSO



ÁREA DE DESCANSO PARA AS FÊMEAS GESTANTES EM GRUPO SOB O PISO COMPACTO E O RIPADO PARA A ÁREA DE ATIVIDADES.

Outro ponto de destaque está nas densidades no sistema de criação em grupos para o alojamento de fêmeas na fase de gestação e para a manutenção dos reprodutores/ cachos em baias em granjas comerciais.

No caso das fêmeas em gestação coletiva, a IN determina as áreas úteis por animais, bem como a obrigatoriedade da área de descanso com piso compacto. Por exemplo, para marrãs em pré-cobertura, o espaço mínimo deve ser de 1,30 m²/animal.

Vale lembrar que para projetos novos já devem ser atendidas as especificações conforme a norma passou a vigorar em 01 de fevereiro de 2021.

ADEQUAÇÃO DAS INSTALAÇÕES PARA CRIAÇÕES COMERCIAIS DE SUÍNOS

DENSIDADES POR CATEGORIAS	PRAZO	DATA LIMITE
Marrãs em pré-cobertura no alojamento coletivo (igual ou superior a 1,30 m ² /animal)	1 ano	18.12.2021 (1 ano após a publicação da IN)
- Marrãs gestantes no alojamento coletivo (igual ou superior a 1,50 m²/animal) - Matrizes gestantes ou vazias no alojamento coletivo (igual ou superior a 2 m²/animal)	10 anos	01.02.2031 (10 anos da entrada em vigor da IN)

Fonte: MAPA, IN nº 113/2020, Cleandro Pazinato



Já para as granjas que utilizam gaiolas individuais para alojamento dos cachaços, terão prazo até 1º de janeiro de 2045, para adaptar suas instalações em baias para os reprodutores. Com isso, a área útil da baia deverá ser igual ou superior de 6 m²/animal.

Vale lembrar que para projetos novos já devem ser atendidas as especificações conforme a norma passou a vigorar em 01 de fevereiro de 2021.

INSTALAÇÕES PARA CRIAÇÕES COMERCIAIS DE SUÍNOS

PRAZO

DATA LIMITE

ALOJAMENTO DE CACHAÇOS EM BAIAS (6m²)

Granjas que utilizam gaiolas individuais para alojamento de cachaços

25 anos

01.01.2045

Projetos novos de reforma, que se encontram protocolados em órgão ambiental e com licença prévia em andamento, para ampliação ou construção

10 anos

18.12.2030

Fonte: MAPA, IN nº 113/2020, Cleandro Pazinato.

A regulamentação também contempla os procedimentos no manejo de leitegada, em especial a procedimentos dolorosos como a castração cirúrgica, corte da cauda, métodos de identificação dos suínos (mossas, tatuagens de orelhas, brincos, bottons e microchips).

Outro ponto importante implementado pela IN 113, é a definição de materiais que possam enriquecer o ambiente da granja, dentre eles palha, feno, cordas, correntes, madeiras, maravalhas, borracha, plásticos que não comprometam a saúde dos animais, além de estimulá-los sonoros, visuais e olfativos.



ALOJAMENTO EM BAIAS PARA SUÍNO REPRODUTOR EM CRIAÇÃO COMERCIAL.



LEITEGADA SEM CORTE DE CAUDA/RABO. A GRANJA MIUNÇA VEM REALIZANDO TESTES PARA RETIRADA DE PROCEDIMENTOS DOLOROSOS, INOVAÇÃO NO MODELO DE CRIAÇÃO.



USO DE CORRENTES METÁLICAS PARA ENRIQUECER O AMBIENTE EM CRIAÇÕES COMERCIAIS DE SUÍNOS

SISTEMA DE ALOJAMENTO EM GRUPOS PARA FÊMEAS EM GESTAÇÃO, UMA ALTERNATIVA VIÁVEL NA SUINOCULTURA BRASILEIRA

A implementação de novos projetos que priorizam o bem-estar dos suínos, vem demonstrando grandes diferenças em granjas de criações comerciais por todo o Brasil. Dentre elas destacamos a Granja Miunça, localizada no PAD-DF, que migrou do sistema de alojamento em gaiolas individuais para o alojamento coletivo com estações de alimentação nas baias, em sua grande maioria. Granja pioneira em inovações tecnológicas, manutenção dos índices de produtividade e viabilidade econômica.

O quadro a seguir demonstra a evolução dos índices de produtividade avaliados nos dois últimos anos (2019 e 2020), onde podemos verificar um bom desempenho da produção, com a implementação do sistema de criação das fêmeas gestantes em grupo, com valores muito próximos, até mesmo superiores às granjas comerciais que utilizam o sistema de gestação em gaiolas individuais.

Mas lembrando que além dos índices de produtividade, a granja ganha com a agregação de valor de seus produtos, e com a melhoria na qualidade de vida dos suínos.

Descrição dos dados de produtividade Granja Miunça (PAD-DF)

	2019	2020
Aborto	1,34	1,19
Desmamados	13,52	13,76
Desmame/fêmea/ano	31,59	32,00
Mortes/desmame	9,08	8,92
Mumificados	1,76	1,68
Nascidos totais	16,41	16,94
Natimortos	4,82	5,88
Partos/fêmeas/ano	2,34	2,33
Peso/desmamados	5,90	6,69
Peso médio de nascimento	1,30	1,31
Repetição de cio	3,50	4,64
Taxa de parição	92,64	91,79

Fonte: Cedido pela Granja Miunça, 2021.

A adoção de estratégias que levam em conta o bem-estar dos animais, tem impactos positivos para a cadeia produtiva da suinocultura, pois ao melhorar o grau de bem-estar dos animais no sistema de produção, também melhoramos a saúde dos animais, as respostas produtivas e a imagem da cadeia perante os consumidores.

Dessa forma, o bem-estar dos animais, não é um ônus, mas sim uma oportunidade de se manter no mercado, agregar valor a produção e tornar o ambiente de trabalho um sistema melhor de produção, tanto para as pessoas quanto para os suínos. É um exercício desafiador e, por isso, deve ser priorizado.

Granja Miunça, inovando com maior espaçamento para as matrizes durante a maternidade. Passando a realizar testes com relação a diferentes modelos de gaiolas móveis de maternidade, e assim implementar melhorias, não somente na gestação como também durante a fase da maternidade.



IMPLEMENTAÇÃO DOS NOVOS MODELOS DE GAIOLAS COM LATERAL MÓVEL NO SETOR DE MATERNIDADE PARA PROPORCIONAR UM MELHOR GRAU DE BEM-ESTAR PARA AS MATRIZES E SUAS LEITEGADAS.

REFERÊNCIAS

MELLOR, D. J.; REID, C. S. W. Concepts of animal well-being and predicting the impact of procedures on experimental animals. In: BAKER, R.M.; JENKIN, G.; MELLOR, D.J. (Eds.). Improving the Well-being of Animals in the Research Environment. Proceedings.... Glen Osmond, SA (Australia): Australian and New Zealand Council for the Care of Animals in Research and Teaching, 1994, p. 3-18. Disponível em <https://org.uib.no/dyreavd/harm-benefit/Concepts%20of%20animal%20well-being%20and%20predicting.pdf>.

PARANHOS DA COSTA, M. J. R.; RIBAS, J. C. R. Bem-estar animal e implicações na produção de suínos. In: Suinocultura: uma Saúde e um Bem-Estar. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Brasília/DF, p. 31-39, 2020. Disponível em https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/producao-animal/arquivos/copy_of_bemestarsuinos_WEB.pdf@@download/file/copy_of_bemestarsuinos_WEB.pdf.

PAZINATO, Cleandro Dias. Prazos de adequações estipulados pela Instrução Normativa N° 113 do MAPA. In: Cleandrodias, 2021. Disponível em: <https://cleandrodias.com.br/prazosin113mapa/>



Melhores da Suinocultura Agriness
13ª edição/2020

3 troféus para
a mesma granja:
Leitão Black,
Ouro e Pérola



Juntos somos → melhores



Recorde de
produtividade
39,39 DFA



Agradecemos às 2080 granjas de 10 países da América Latina participantes da 13ª edição do Melhores, que compartilham informação e fazem o seu melhor todos os dias! **É juntos** que fazemos o agro crescer!

Apoio Brasil



Apoio LATAM



Idealização e Realização

AGR/NESS



melhores.agriness.com
revista da suinocultura



CONSUMO E VENDAS DE CARNE SUÍNA CRESCEM NO BRASIL

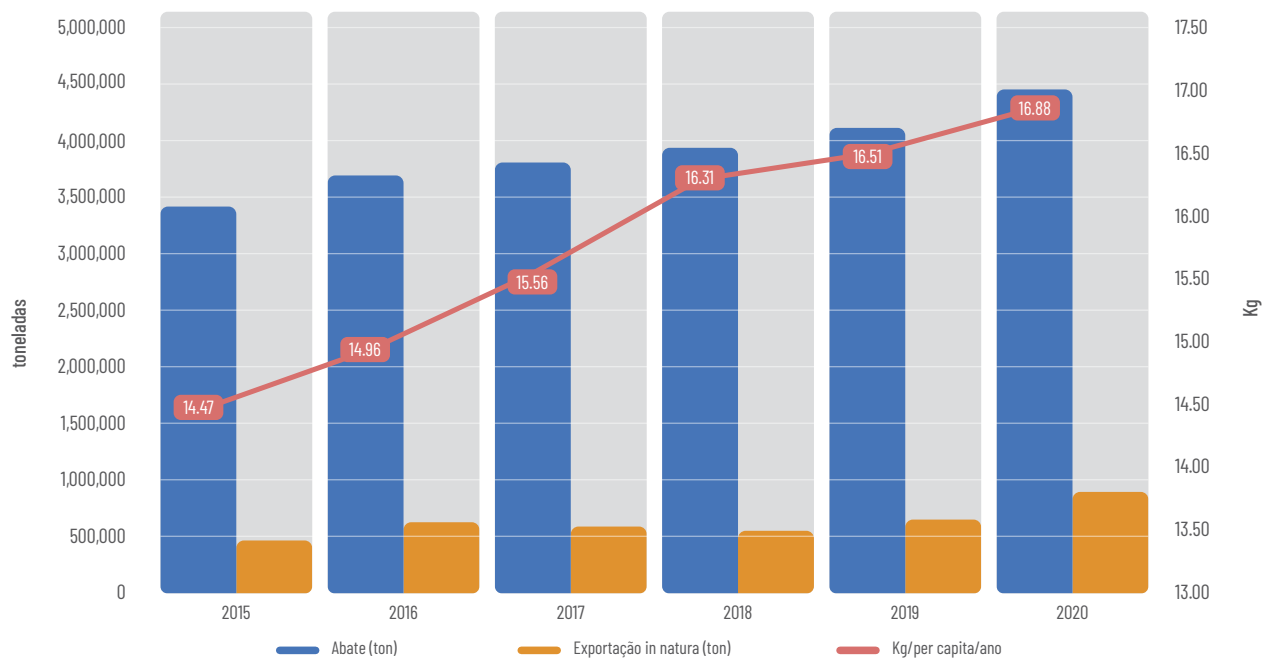
*DADOS ATESTAM O AUMENTO
DO ESPAÇO QUE A CARNE SUÍNA
TEM GANHADO NOS CARRINHOS
DE COMPRA E NA MESA DOS
BRASILEIROS*

A carne suína tem ganhado cada vez mais espaço e prioridade na alimentação dos brasileiros. Há 5 anos, o consumo de carne suína per capita no Brasil era de 14,47 kg por pessoa. Hoje, o consumo percorreu um longo caminho e atingiu a marca de 16,86 kg, segundo dados referentes ao ano passado e publicados em 18 de março pelo IBGE. Esta tendência já era esperada em decorrência do aumento no preço da cesta básica e da carne bovina, e também da diminuição do poder de compra dos consumidores, fazendo com que a economia passasse a ser prioridade absoluta. Essa tendência de aumento no consumo de carne suína também já era esperada em decorrência do movimento observado durante o ano passado.

Números da consultoria Kantar mostraram que os gastos com alimentação entre os beneficiários do auxílio emergencial cresceram, chegando a 16%. Entre as classes D e E, o avanço foi de 8%. Presunto e apresuntados passaram a ser consumidos por 8,5 milhões de famílias e outras 4,5 milhões foram às compras de linguiça.

CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO BRASIL 2015-2020

SEGUNDO A ABCS COM INFORMAÇÕES DO IBGE E SECEX



Fonte: ABCS com informações do IBGE e SECEX

Além disso, o trabalho realizado pela ABCS, e possibilitado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS), teve grande impacto para que esses consumidores escolhessem migrar para a carne suína, em detrimento de outras proteínas mais baratas, como o frango por exemplo. Durante anos a ABCS tem se preocupado em fazer uma ponte entre os suinocultores, varejistas e consumidores, buscando em comunicar a carne suína e seus benefícios de forma efetiva, assim como transmitir ao varejo a realidade da suinocultura, e transmitir a cadeia, quais são os anseios dos consumidores. Todo esse trabalho é realizado anualmente através da Semana Nacional da Carne Suína, e agora com a nova campanha Carne de Porco: Bom de preço, bom de prato, que promove pela primeira vez a carne suína junto aos pequenos e médios varejistas têm se refletido nos excelentes resultados que a carne suína tem alcançado em vendas.

“CELEBRAMOS OS RESULTADOS POIS TRABALHAMOS TODOS OS DIAS PARA ALCANÇÁ-LOS. A CARNE SUÍNA SE MOSTRA MAIS UMA VEZ COMO A PROTEÍNA ANIMAL QUE MAIS CRESCE NO BRASIL, E SABEMOS QUE AINDA TEM MUITO ESPAÇO PARA CRESCER.”

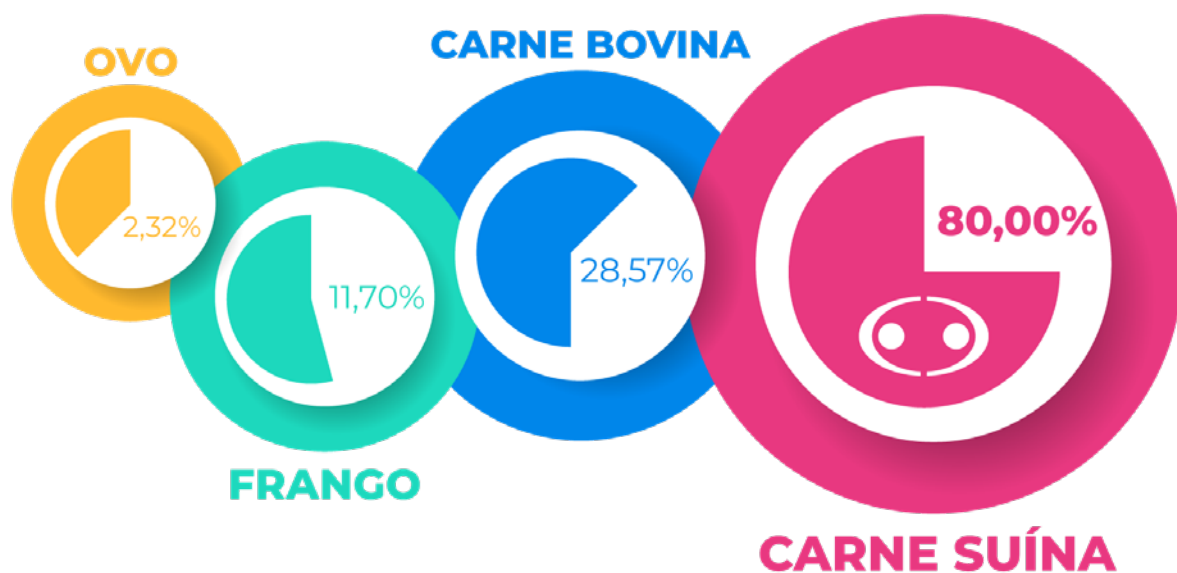
MARCELO LOPES
PRESIDENTE DA ABCS

VAREJO

A empresa de inteligência em mercado, Horus apontou um crescimento de 80% nas vendas de carne suína no varejo brasileiro. O número foi apontado através de uma análise de notas fiscais, que mostravam que as compras de carne suína dobraram entre o último semestre

de 2020 e 2021. Em julho de 2020 a cada 100 compras no supermercado, uma continha carne suína, já em 2021, o índice subiu para duas compras de carne suína a cada 100. Dados da Horus apontam que a carne suína ganhou mais espaço até em relação a outros alimentos, como verduras e legumes.

AUMENTO DE VENDA DE PROTEÍNAS



Fonte: Hórus, 2021

ATACAREJO

Neste segmento os resultados também foram promissores. Segundo dados da Nielsen, a procura pela carne suína cresceu em 35,7% no atacarejo brasileiro. Impulsionado principalmente pela busca por economia, o atacarejo tem ganhado espaço entre os consumidores. A pesquisa aponta que 6 em cada 10 domicílios no país já usam o atacarejo na hora de ir às compras. No ano passado as redes de atacarejo representaram 40% das vendas no grande comércio varejista do país. Em fevereiro deste ano, as vendas no atacarejo já cresceram em 26% em relação ao ano anterior e deve ser observado como um novo nicho de oportunidade para a carne suína.

Para Marcelo Lopes, presidente da Associação, os números refletem o trabalho desenvolvido pela entidade em promover o consumo de carne suína e em aproveitar as oportunidades oferecidas pelo mercado. "Comemoramos os resultados pois trabalhamos todos os dias para alcançá-los. A carne suína se mostra mais uma vez como a proteína animal que mais cresce no Brasil, e sabemos que ainda tem muito espaço para crescer." A diretora de marketing e projetos, Livia Machado completa dizendo que "com uma análise feita em período total de pandemia, fica claro o comportamento do consumidor em manter e ampliar o consumo das proteínas, e que mesmo com a alta nas mesmas, ele segue e seguirá comprando."



IMPACTOS DO ATUAL CENÁRIO NO VAREJO ALIMENTÍCIO E AS OPORTUNIDADES PARA AS PROTEÍNAS

VEJA COMO ANDAM AS VENDAS, QUAIS TENDÊNCIAS O SETOR ESTÁ SEGUINDO E COMO ISSO AFETA OS PRODUTORES

E fundamental para qualquer segmento produtivo estar em consonância com o setor varejista, que é a ponte que leva o produto até o consumidor. A ABCS por meio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS), é uma associação que trabalha fortemente esse vínculo, mantendo um contato próximo com as maiores redes de varejo do Brasil, unindo assim a cadeia suinícola aos anseios dos consumidores através de ações estratégicas, como a Semana Nacional da Carne Suína (SNCS), que ocorre anualmente. Por isso conseguiu acompanhar de perto os grandes impactos que o setor sofreu e as mudanças que implementou para se adaptar ao atual momento. O movimento do comércio online foi uma delas, o e-commerce foi uma revolução iniciada no início da pandemia de Covid-19 ainda em 2020, que segue fortalecida.

Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o aumento de vendas no comércio eletrônico foi de 68% no ano passado. Por outro lado, o mercado sofreu grandes perdas e continua abalado, isso se reflete na queda do índice de confiança do consumidor e do comércio, que registrou em março de 2021 os piores índices desde maio de 2020. O mês de março deste ano tem sido marcado pela retomada de medidas restritivas e o crescimento nos números referentes ao novo coronavírus no Brasil, piorando a percepção dos consumidores em relação ao momento e reduzindo as expectativas para o futuro próximo. Neste cenário os consumidores acabam projetando uma situação difícil para as finanças familiares nos próximos meses, aumentando assim a cautela na hora de comprar.



Soma-se a isso, ao aumento da cesta básica que ficou 25% mais cara segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e tem-se uma análise completa do clima atual, permeado por incertezas econômicas que alimentam uma antiga tendência de consumo: a busca por menores preços, a migração para marcas mais baratas, embalagens mais acessíveis e produtos de marca própria. Esse movimento que se acentuou com o fim do auxílio emergencial acabou impulsionando as compras no varejo e atacarejo (hoje o atacarejo é responsável por 36% das vendas de alimentos no país). Segundo a Nielsen em fevereiro deste ano, as vendas no atacarejo cresceram em 26% em relação ao ano anterior, e a Abras aponta um aumento de 12% nas vendas no varejo alimentício em janeiro de 2021. Um levantamento da consultoria Bain & Company, feito com dois mil brasileiros em julho de 2021, mostrou que 25% deles estavam migrando para produtos mais baratos e aproximadamente 18% afirmaram ter comprado tamanhos mais econômicos.



Por outro lado, a volta do auxílio emergencial pago pelo governo federal deve beneficiar mais de 45 milhões de pessoas, além disso um terço dos estados e 8 das 26 capitais do país também anunciaram programas de transferência de renda que juntos devem ultrapassar a injeção de R\$ 44 bilhões de reais. A expectativa é que esse dinheiro extra seja investido em alimentação, assim como no ano passado, quando o auxílio aumentou em 8% na compra de alimentos pelas famílias da classe D e E, segundo a consultoria Kantar. Além disso, a maior permanência das pessoas em casa em função do isolamento social e as restrições do food service devem continuar impactando as vendas no varejo. No ano passado, esse cenário beneficiou significativamente o varejo alimentício. De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia), a indústria brasileira de alimentos e bebidas registrou crescimento de 12,8% em faturamento no ano de 2020, em relação a 2019, atingindo R\$ 789,2 bilhões, somando exportações e vendas para o mercado interno.

Toda essa situação impacta diretamente a cadeia da suinocultura. O presidente da ABCS, Marcelo Lopes, explica que o aumento do número de vendas no varejo, significa aumento de consumo e aumento de vendas para os frigoríficos e produtores. “Significa também que o nosso produto ganha não apenas em vendas, mas em competitividade e preferência. Já vimos de acordo com dados anteriores que o consumo de carne suína per capita cresceu e já chega a quase 17% e que as vendas da proteína no varejo subiram em 80%. Está claro que apesar das adversidades soubemos aproveitar o cenário do mercado interno e externo desde o ano passado quando também batemos recorde de exportação. O momento se mostra difícil por inúmeros fatores, mas temos também que continuar trabalhando para identificar e aproveitar oportunidades.”

“JÁ VIMOS DE ACORDO COM DADOS ANTERIORES QUE O CONSUMO DE CARNE SUÍNA PER CAPITA CRESCER E JÁ CHEGA A QUASE 17% E QUE AS VENDAS DA PROTEÍNA NO VAREJO SUBIRAM EM 80%. ESTÁ CLARO QUE APESAR DAS ADVERSIDADES SOUBEMOS APROVEITAR O CENÁRIO DO MERCADO INTERNO E EXTERNO DESDE O ANO PASSADO QUANDO TAMBÉM BATEMOS RECORDE DE EXPORTAÇÃO. O MOMENTO SE MOSTRA DIFÍCIL POR INÚMEROS FATORES, MAS TEMOS TAMBÉM QUE CONTINUAR TRABALHANDO PARA IDENTIFICAR E APROVEITAR OPORTUNIDADES.”

MARCELO LOPES
PRESIDENTE DA ABCS



"CARNE DE PORCO: BOM DE PREÇO E BOM DE PRATO":

**ABCS CRIA CAMPANHA
INÉDITA FOCADA EM PREÇO
PARA IMPULSIONAR O
CONSUMO DA CARNE SUÍNA
NO VAREJO BRASILEIRO**

A CAMPANHA NACIONAL VEM
PARA SE COMUNICAR COM OS
CONSUMIDORES DAS CLASSES
C E D, E APROVEITAR DE FORMA
ESTRATÉGICA O CENÁRIO DE
ALTA NOS PREÇOS DA CARNE



De forma inédita, a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) lançou no dia 9 de abril, a campanha “Carne de porco: Bom de preço e bom de prato”, uma nova ação nacional de promoção à carne suína, que já está disponível em açougues de todo o Brasil! A campanha teve como embasamento principal o momento de redução de renda e alta no valor da cesta básica que, segundo o IBGE, subiu quase três vezes a inflação e encareceu o acesso à proteína animal. Ao longo de 2020, a carne bovina aumentou o preço em quase 18%, o que poderia significar a redução da presença de proteína nos carrinhos de compras, chegou como uma oportunidade para trazer o custo-benefício e a versatilidade da carne suína como protagonistas na mesa dos brasileiros.

No último semestre, segundo dados levantados pela empresa de inteligência em mercado, Horus, a carne suína cresceu em 80% nas compras no varejo alimentício. Além disso, o consumo per capita durante o ano de 2020 também aumentou e já se aproxima dos 17 kg. A ABCS enxerga neste cenário a oportunidade de causar ainda mais impacto, e vê no varejo, especialmente nos açougues, aliados na hora de se comunicar com esses consumidores. A campanha “Carne de porco: Bom de preço, bom de prato” vem para apresentar a carne suína como uma opção certa e inteligente para quem quer economizar sem abrir mão do sabor, da qualidade e do tradicional churrasco.



“ESTA FOI A PRIMEIRA VEZ QUE LANÇAMOS UMA CAMPANHA DIRECIONADA PARA AÇOUQUES, PEQUENOS E MÉDIOS VAREJISTAS, QUE TEM FOCO EM Atingir AS CLASSES C E D. ADAPTAMOS A ESTRATÉGIA E LINGUAGEM PORQUE O MOMENTO É OPORTUNO PARA OCUPARMOS ESSE ESPAÇO NA MESA DO BRASILEIRO QUE AMA COMER CARNE E QUER TER ACESSO A UMA PROTEÍNA QUE CAIBA NO BOLSO.”

MARCELO LOPES
PRESIDENTE DA ABCS



A CAMPANHA

A campanha foi pensada para atuar em diversas frentes midiáticas com mais de 30 peças para PDV, redes sociais e diversas mídias digitais, com uma linguagem visual e popular em conjunto com textos leves e informativos, além de vídeos e um jingle para instigar a alternativa suína como a melhor opção para qualquer hora. Todas as peças foram estampadas por um selo de qualidade com o slogan da campanha que traz o termo carne de porco, pensado de forma estratégica para se comunicar com as camadas mais populares de consumidores. Além de gerar mais identificação, a ABCS aproveitou para associar a “carne de porco”, “com a carne suína” trazendo os dois termos sempre juntos e fazendo assim o trabalho de educação que é primordial para a Associação.

Além disso, toda a campanha teve pilares de conteúdo baseados em economia, custo-benefício, comparativos de cortes, pratos preparados, um foco especial em churrasco suíno e muito bom humor, engajando todas as associações regionais, estaduais e contribuintes do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS).

O Presidente da ABCS, Marcelo Lopes, destaca a relevância de ações desse tipo para a suinocultura nacional. “Esta foi a primeira vez que lançamos uma campanha direcionada para açougues, pequenos e médios varejistas, que tem foco em atingir as classes C e D. Adaptamos a estratégia e linguagem porque o momento é oportuno para ocuparmos esse espaço na mesa do brasileiro que ama comer carne e quer ter acesso a uma proteína que caiba no bolso. Há mais de uma década, junto às nossas associações e contribuintes FNDS, damos passos para construir significado e ampliar a oferta de cortes da carne suína para os consumidores e estamos avançando. Inauguramos hoje mais uma etapa dessa história de olhar para as necessidades do nosso consumidor de forma integrada junto à cadeia.”

Todo o material da campanha foi enviado no dia 12 de abril para todas as associações afiliadas e contribuintes do FNDS e já está disponível em todos os açougues do Brasil, e também nas redes sociais do Mais Carne Suína!

ASSOCIAÇÕES DO SISTEMA ABCS E FRIGORÍFICOS DO FNDS PROMOVEM A CAMPANHA ENTRE CONSUMIDORES E CLIENTES!





A CAMPANHA “CARNE DE PORCO: BOM DE PREÇO, BOM DE PRATO” GANHA DESTAQUE NA MÍDIA! A INICIATIVA FOI NOTICIADA POR 6 JORNAIS DO SETOR, EM 7 REPORTAGENS DIFERENTES. VEJA AS MANCHETES:



Clique nas imagens para acessar as matérias!



GLOBO RURAL



3TRES3



O PRESENTE RURAL



O PRESENTE RURAL



SUINOCULTURA INDUSTRIAL



FEEDFOOD



SUÍNO BRASIL

Elanco™

Surmax™

TM



MOLÉCULA DE USO EXCLUSIVO ANIMAL

COLIBACIOSE PÓS-DESMAME

PREVENÇÃO DA DIARREIA

A SOLUÇÃO EFICAZ E RESPONSÁVEL para controle da **COLIBACIOSE PÓS-DESMAME**

Molécula Permitida pelos **Mercados Importantes**

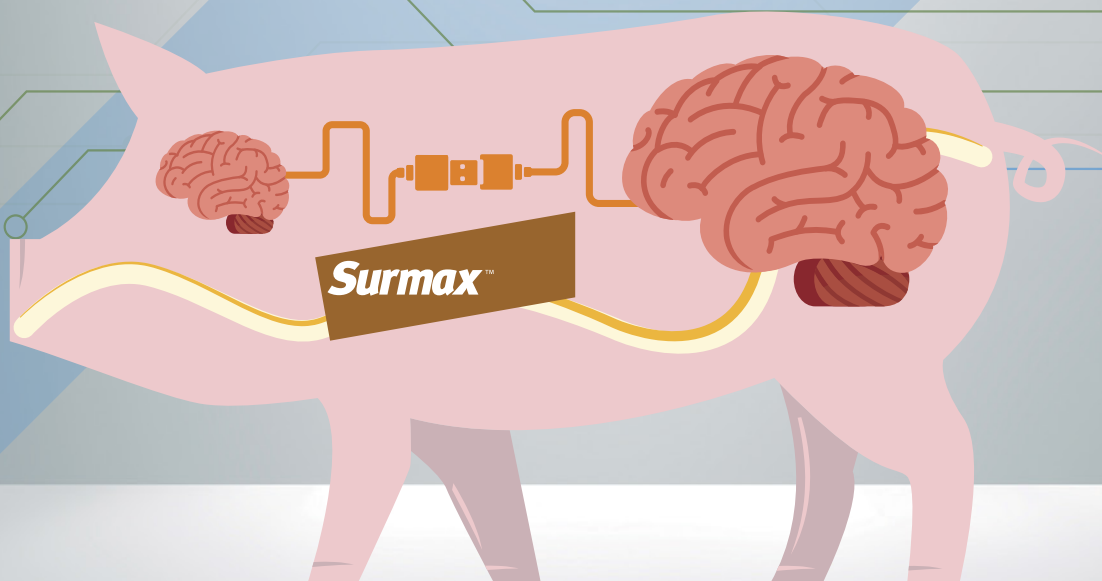


Molécula de Uso Exclusivo Animal

Baixo Risco de Resistência

Modo de Ação Exclusivo

Sem Período de Retirada



SUÍNOS DE MÁXIMO VALOR™



Elanco

TM

FIQUE DE OLHO NAS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS E CONSUMO

ENTENDA QUAIS SÃO
AS EXPECTATIVAS DOS
CONSUMIDORES, VALORES,
AS TENDÊNCIAS DE CONSUMO
E MERCADO SEGUNDO O
EUROMONITOR

Como serão os consumidores daqui para a frente? Como será o mercado? Quais são as surpresas, expectativas e desafios que o futuro guarda? Essas são algumas das perguntas que pesquisadores, consultores e especialistas de todo o mundo tentam responder ano após ano. Detectar mudanças econômicas, de comportamento, sociais e culturais são importantes mecanismos para traçar tendências e transformações que impactam o consumo e consequentemente os negócios. É fundamental que empresas e entidades de todas as áreas se mantenham atentas e alinhadas em relação a esses aspectos que tanto influenciam o mundo. Para facilitar esse processo, a ABCS compilou algumas das principais tendências para o ano de 2021, que podem também se estender além deste período.

Segundo uma pesquisa levantada e divulgada pelo Euromonitor International em janeiro deste ano, as tendências globais de consumo predominantes durante o ano de 2021 estão pautadas principalmente no cenário de pandemia, com hábitos que foram adquiridos, consolidados e impulsionados pela crise sanitária. O levantamento descreve o novo consumidor como uma pessoa que quer melhorar o mundo, para si e para os outros. Ele busca novas formas para tornar a vida mais confortável e segura, dentro e fora de casa, além de formas criativas de investir seu tempo. Em situações de ansiedade e tensão, esses

tendências consumo 2021

consumidores irão procurar soluções holísticas, e priorizar um consumo mais consciente. Resiliência e adaptabilidade são os fatores mais determinantes nas principais tendências globais de consumo, mudando para sempre o comportamento dos consumidores.

EXPECTATIVAS

Uma ótima forma de prever hábitos de consumo é entender quais são as expectativas e os anseios do público. A pesquisa aponta que para os consumidores, as empresas devem focar em mais do que apenas fins lucrativos. Para eles, é mais importante proteger a saúde e os interesses da sociedade e do planeta, colaborando para a criação de um mundo mais sustentável e promovendo a mudança de uma economia baseada em volume para uma baseada em valor, contribuindo para a solução da desigualdade social e dos danos ambientais. Percepção corroborada pelo Trust Barometer, que apontou que 86% dos entrevistados mundialmente esperam que empresas se engajem e solucionem problemas sociais. No Brasil este percentual sobe para 97%.

Antes da Covid-19 as atenções estavam mais voltadas às questões ambientais, mas hoje os olhos se voltam aos problemas sociais destacados pela pandemia. Muitas empresas aproveitaram o momento para desenvolver laços emocionais com os consumidores através dessas

pautas e obtiveram sucesso. Dentre as respostas à pesquisa, 88% das pessoas destacam iniciativas de suporte aos funcionários. Para os consumidores, as marcas devem continuar atuando com responsabilidade e propósito depois da pandemia, adotando medidas de proteção, como maior flexibilidade no local de trabalho, em modelo home office ou híbrido que já é apontado como o formato de trabalho do futuro.

OPORTUNIDADES

Outra descoberta interessante é que após o período de isolamento as pessoas têm buscado estar mais em ambientes ao ar livre, pensado em sair de cidades populosas para morar em zonas rurais, voltando às raízes, estreitando os laços com o campo e com estilos de vida baseados em saúde e bem-estar. Pode ser um bom momento para as marcas explorarem essa conexão, adaptando estratégias de desenvolvimento de produtos que abranjem a tranquilidade da vida rural em ambientes urbanos.

Do ponto de vista econômico, os consumidores estão mais contidos. O cenário de incertezas fez com que os gastos com supérfluos diminuíssem e a procura por descontos crescesse. O ramo alimentício não registrou perdas, mas a palavra da vez é economizar. O Canal Rural apontou em uma reportagem publicada na última segunda-feira (01/03), uma tendência que já era observada

OÁSIS AO AR LIVRE



“A PESQUISA RELATA CADA VEZ MAIS A COMPRA DE SIGNIFICADOS PELOS CONSUMIDORES E AÍ ESTÁ O DESAFIO PORQUE QUALIDADE, CONVENIÊNCIA E OUTROS ATRIBUTOS RELACIONADOS AO PRODUTO NÃO SE TORNAM SUFICIENTES SEM UM ‘STORYTELLING’, UMA NARRATIVA. PRECISAMOS CONSTRUIR E CONTAR HISTÓRIA AOS NOSSOS CONSUMIDORES DA GRANJA À MESA. FELIZMENTE, E DEVIDO A MUITO TRABALHO E TECNOLOGIA, TEMOS MUITO A CONTAR SOBRE A SUINOCULTURA BRASILEIRA PARA NOSSOS CONSUMIDORES.”

LÍVIA MACHADO
DIRETORA DE PROJETOS E MARKETING DA ABCS

desde o início do ano pela BBC News. A queda no consumo de carne bovina em decorrência da alta de preços. Por isso os consumidores têm se voltado para a carne suína como uma opção mais rentável de carne vermelha, preenchendo assim essa lacuna no mercado.

INTEGRAÇÃO

Nem tudo mudou completamente. Apesar da facilidade dos serviços online, a maioria dos consumidores mais velhos sente falta de visitar lojas físicas, do contato com atendentes e da interação pessoal. Já entre os jovens essa necessidade diminui. Numa tentativa de abranger os dois públicos, a pesquisa aposta numa realidade chamada de “figital” que une espaços físicos e digitais, em que os consumidores podem viver, trabalhar, fazer compras e se divertir, fisicamente e online.

NOVAS DEMANDAS

O desejo por conveniência e facilidade é outra forte tendência desencadeada pela pandemia. Após descobrir que é possível obter uma infinidade de serviços dentro de casa, os consumidores não estão mais tão dispostos a percorrer grandes distâncias, enfrentar filas e burocracias para realizar serviços. Além disso, com o

surgimento de novas demandas, a priorização da facilidade e otimização do tempo nunca foi tão real quanto agora. Por isso, as empresas devem propor soluções que atendam ao desejo do consumidor de otimizar seu tempo, oferecendo uma maior flexibilidade, especialmente com relação a produtos e serviços acessíveis a partir da casa do cliente ou nas proximidades.

Outro anseio é a crescente demanda por informações confiáveis e de qualidade. Após se sentirem enganados por marcas e entidades, os consumidores desconfiam cada vez mais e procuram maneiras de combater a desinformação. Nasce uma janela de oportunidade para dar voz ao consumidor. E para finalizar o ano de 2021 traz também uma valorização da segurança e da higiene, do bem-estar psicológico e da busca pelo equilíbrio, abrindo um leque de pautas, formatos e conteúdos.



LEIA A PESQUISA COMPLETA:
<https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends-PG.html>





ABCS APOSTA NA CAPACITAÇÃO DOS GESTORES E DE TODO O SISTEMA COM FOCO EM VAREJO, COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

A INICIATIVA OFERECERÁ 6 AULAS ONLINE DE TEMAS ESTRATÉGICOS COM CERTIFICAÇÃO AO FINAL

C Não é segredo que a ABCS acredita nas pessoas, e investe em capacitação para aprimorar a cadeia da suinocultura. Por meio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS), este ano a ABCS traz como inovação nesse quesito, a Escola de Gestores ABCS, que nasce com o objetivo de oportunizar novos aprendizados para gestores das associações afiliadas. Com o tema “liderando em tempos de crise e inovando frente aos desafios atuais”, a iniciativa espera ressignificar as estratégias, auxiliando o Sistema ABCS em mais um ano desafiador. Por isso vai abordar temas como mindfulness, gestão de mídias digitais, relacionamento com o varejo, elaboração de treinamentos e aprimoramento da atuação técnica e política regional. Ao todo serão 4 módulos divididos em 6 aulas online, com duração total de 18 horas e certificação no final. Veja!

MÓDULO I: GESTÃO DA EMOÇÃO

MINDFULNESS: UMA CHAVE PARA O AUTOGERENCIAMENTO

Complexidade, incerteza, alta competitividade, velocidade e um volume crescente de informações são características do mercado de trabalho. Atuar nesse cenário cobra um alto preço dos profissionais em todos os níveis da organização: exige muito de seus recursos mentais, gera tensão e preocupações, que por sua vez provocam ansiedade e estresse. Nesta aula, o aluno vai explorar com Regina Giannetti, coach e criadora do Programa Você Mais Centrado e do Podcast Autoconsciente, os efeitos do programa de autogerenciamento com base em mindfulness para a preservação da saúde mental e dos recursos cognitivos.

GESTÃO DA EMOÇÃO EM TEMPOS DA PANDEMIA

A chegada do novo coronavírus ao Brasil teve um grande impacto não só na economia, como também na saúde mental e no dia-a-dia dos brasileiros. Numa situação de crise como a que o país atravessa, é essencial admitir que é normal haver alterações no nosso estado de espírito. Para transitar por esse momento desafiador de forma equilibrada e saudável e buscar a qualidade de vida, a ABCS convidou o master coach, Jairo Martiniano para ministrar a aula Gestão da emoção em tempos de pandemia.

MÓDULO II: NOÇÕES DE POLÍTICA E APLICABILIDADE NO SEU ESTADO

POLÍTICA ACESSÍVEL E ATUAÇÃO ESTADUAL

A atuação técnica e política é um tripé importante para associações que buscam impactar e atender as necessidades de seus associados. Nesse módulo, os gestores vão transitar pelos diferentes modos de se relacionar com os órgãos políticos e técnicos de sua região, seja na marcação de reuniões, elaboração de ofício e aproximação com agentes decisivos deste cenário com as consultoras políticas da ABCS, Ana Paula Cenci e Luciana Lacerda.

Todos esses treinamentos fazem parte do plano de trabalho anual do FNDS, desenhado de forma estratégica para aprimorar a cadeia suinícola e atender aos anseios do Sistema ABCS que busca fortalecer e expandir a suinocultura em todo Brasil, a partir do trabalho realizado em cada estado. Durante o mês de abril a ABCS tem apresentado esse plano às associações e frigoríficos contribuintes, e recebido elogios principalmente a respeito desta iniciativa. Na ocasião, a gestora da Associação dos Suinocultores do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba (Astop), Fabe Rodrigues, ressaltou que: “A Escola de Gestores chamou muito a minha atenção, pois o trabalho dos gestores precisa estar sempre sendo desenvolvido em sinergia com o produtor.”

“NÃO APENAS A ESCOLA DE GESTORES, MAS TODAS AS AÇÕES PREVISTAS NO PLANO DE TRABALHO DO FNDS FORAM PENSADAS PARA AUXILIAR AS ASSOCIAÇÕES FILIADAS E PRODUTORES EM TODAS AS SUAS NECESSIDADES, COMPREENDENDO TODAS AS ÁREAS DE ATUAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO, AGREGANDO VALOR, CONHECIMENTO E CADA MAIS MAIS CAPACITAÇÃO A CADEIA.”

MARCELO LOPES
PRESIDENTE DA ABCS

MÓDULO III: GESTÃO DO VAREJO

Estratégias de relacionamento para realizar ações com o varejo brasileiro, e para a elaboração de treinamentos para realizar ações com o varejo brasileiro

O varejo é o principal link dos produtores junto aos consumidores e essa relação se torna cada vez mais necessária pelo momento atual e demandas cada vez mais exigentes de diferentes nichos. A promoção da carne suína é impulsionada por um relacionamento estratégico de associações sem fins lucrativos com o varejo, tanto a nível nacional quanto estadual. Neste módulo os gestores vão aprender sobre relacionamento com varejo, qual o passo a passo para desenvolver uma campanha de impacto para a venda de carne suína nas lojas, e como construir propostas a partir de uma metodologia exclusiva e inovadora apresentada pela diretora de marketing e projetos da ABCS, Livia Machado, junto da gerente de projetos da ABCS, Rayza Machado.

MÓDULO IV: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS EM TEMPOS ATUAIS

O PODER DAS REDES SOCIAIS E SEU USO SEM SEGREDOS

No comando da jornalista e gerente de comunicação da ABCS, Danielle Sousa, junto com a publicitária e analista de marketing digital e design da ABCS, Sarah Nunes, este módulo tem como objetivo levar maior conhecimento para atuar na área de marketing de conteúdo para os parceiros das associações filiadas, gerando envolvimento entre produtores, frigoríficos e consumidores ao contar histórias, definir territórios e despertar sentimentos. O módulo abordará a perspectiva estratégica das redes sociais para as associações e dará dicas de ferramentas fáceis e práticas para a execução de uma comunicação eficiente em prol da cadeia e da divulgação da carne suína.



PARA ABORDAR OS DESAFIOS REFERENTES AOS CUSTOS DE PRODUÇÃO, ABCS REALIZARÁ SEMINÁRIO DE MERCADO

MERCADO DE GRÃOS

Caminhos para redução de custos de produção

A INICIATIVA TRARÁ FERRAMENTAS E SOLUÇÕES
PARA O MOMENTO DE ALTAS HISTÓRICAS NO VALOR
DO MILHO E DA SOJA QUE VEM PREOCUPANDO
SUINOCULTORES DESDE O ANO PASSADO

Na suinocultura os valores investidos na alimentação dos suínos, que é constituída majoritariamente por milho e farelo de soja, representam cerca de 75% de todos os custos de produção. O mercado tem acompanhado o crescente cenário de alta nos valores desses insumos desde o ano de 2020. Impactados por diversos fatores, entre eles a alta do dólar frente ao real e o crescimento das exportações de grãos, o milho e a soja têm batido recordes de preços, o que tem encarecido a produção de suínos e preocupado suinocultores. Pensando nesses desafios, a ABCS trouxe como proposta para o ano de 2021, a elaboração de um Seminário de Mercado.

Com o nome "Caminhos para redução de custos de produção, estratégias e ferramentas para atuar no mercado de grãos", o seminário tem como objetivo sensibilizar e

orientar os produtores e lideranças da suinocultura sobre a importância de atuar de forma estratégica e proativa na compra de insumos para ração, como questão fundamental da sustentabilidade do negócio. Para isso a ABCS preparou palestras e treinamentos com especialistas no mercado que vão ensinar a aumentar a rentabilidade dos produtores em um cenário cada vez mais competitivo. O presidente da ABCS, Marcelo Lopes, explica que a entidade busca auxiliar os produtores, para que eles possam se fortalecer no futuro. "Nosso público alvo são produtores de suínos independentes, integrados e cooperados que compram insumos para ração. Além de lideranças da suinocultura que poderão melhorar os mecanismos de gestão dos custos de insumos, visando aumentar a rentabilidade. O problema da suinocultura em relação a compra de insumos é cíclico e precisamos estar preparados."



O consultor de mercado da ABCS, Iuri Pinheiro Machado, avalia que dada a importância dos custos de produção no orçamento geral da atividade, comprar bem os insumos é tão importante quanto obter produtividade na granja. “A compreensão da dinâmica do mercado de grãos e saber operar neste mercado de forma proativa e antecipada são pontos chave para se manter na atividade com margens financeiras que determinem a sustentabilidade econômica da granja.” Ele explica também que até um passado recente bastava se planejar para comprar os insumos na baixa, o que normalmente ocorria na época de colheita. “Porém, em função das mudanças do mercado nos últimos anos, está cada vez mais difícil adquirir o grão na ‘boca da colheitadeira’. É preciso conhecer a dinâmica do mercado de grãos e acompanhar sistematicamente os movimentos deste mercado com estratégias racionais de antecipação da compra. Este seminário, sem dúvida, trará ferramentas para o produtor independente gerir a compra dos insumos, com menos risco e mais eficácia.”

TREINAMENTOS

Os treinamentos serão divididos em palestra magna de abertura e quatro módulos e abordarão o papel da Política Agrícola no crescimento e na sustentabilidade da agropecuária brasileira, o papel das instituições financeiras nas operações de crédito e no mercado futuro, leilões da Conab e ferramentas e estratégias para o suinocultor atuar no mercado futuro de grãos, com palestrantes convidados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Banco do Brasil, Santander, Câmara Setorial de Crédito, MB Agro e da empresa de desenvolvimento estratégico, Germinare Agro.

A palestra de abertura, a se realizar no dia 11 de maio, contará com o especialista em mercado da MBAgro, Alexandre Mendonça de Barros, que falará sobre desafios para as cadeias consumidoras de milho e soja e a importância dos indicadores na tomada de decisão. O objetivo é mostrar para os participantes, de forma clara, que o mercado de grãos mudou e quais são os fatores nacionais e mundiais que influenciam hoje na formação de preço do milho e farelo de soja, ajudando assim o produtor de suínos a poder reduzir esse impacto no seu custo de produção.

PROGRAMAÇÃO DE EVENTOS



11/05

Palestra Magna com Alexandre Mendonça de Barros

Desafios para as cadeias consumidoras de milho e soja e a importância dos indicadores na tomada de decisão

18/05

1º Seminário com a equipe técnica da MAPA

O papel da Política Agrícola no crescimento e na sustentabilidade da agropecuária brasileira

25/05

2º Seminário com as instituições financeiras

O papel das instituições financeiras nas operações de crédito e no mercado futuro

01/06

3º Seminário com representantes da CONAB

Leilões pra você: um novo formato para a Conab atender o suinocultor

08/06

4º Seminário com representantes de empresas que operam no mercado financeiro

Ferramentas e Estratégias para o suinocultor atuar no mercado futuro de grãos



O SEMINÁRIO TERÁ INÍCIO NO MÊS DE MAIO E SERÁ TRANSMITIDO AO VIVO PELO YOUTUBE COM EXCLUSIVIDADE PARA OS CONTRIBUINTES DO FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA (FNDS).

ACOMPANHE!



ESCOLHA A VACINA QUE FAZ PARTE DE UMA LINHA DE PRODUTOS VITORIOSOS.

O produto **mais moderno do mercado**
contra circovírus e mycoplasma entra
jogando entre os grandes.



Vivax

FarrowSure[®] B **GOLD**

Fostera Gold
PCV MH

Draxxin

RespiSure

Fostera Gold
PCV MH

Aponte a câmera do seu
celular para o QR Code e
conheça mais benefícios.



SAC: 0800 011 19 19 | adm-sac@zoetis.com | zoetis.com.br | [f /zoetisbrasil](#) | [@zoetisbr](#) | [/zoetisbrasil](#)

[www.zoetis.com.br](#) | política de privacidade | termos de uso | contatos

COPYRIGHT © ZOETIS 2013-2020. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

ESTAS INFORMAÇÕES SÃO DIRECIONADAS APENAS AO PÚBLICO BRASILEIRO.

OS PRODUTOS DIVULGADOS NESTE SITE PODEM TER DIFERENTES RÓTULOS E NOMES EM DIFERENTES PAÍSES. MM-11164.

zoetis





PLANO ESTRATÉGICO BRASIL LIVRE DE PESTE SUÍNA CLÁSSICA SERÁ INICIADO EM ALAGOAS

ABCS FOI UMA DAS PROTAGONISTAS NA ELABORAÇÃO DO PROJETO DE VACINAÇÃO EM ALAGOAS, JUNTO A COORDENAÇÃO DO MAPA

A partir de maio, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) dará início ao projeto piloto de implantação do Plano Estratégico Brasil Livre de Peste Suína Clássica (PSC) em Alagoas e a Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS) foi uma das protagonistas nos debates e na elaboração do piloto junto à Pasta. Lançado pelo MAPA e pela Agência de Defesa e Inspeção Agropecuária de Alagoas (ADEAL), em meados do mês de abril, o projeto em Alagoas tem como objetivo vacinar todo o rebanho de suínos do estado, com a campanha ocorrendo de forma semestral em duas etapas e com duração de 30 (trinta) dias.

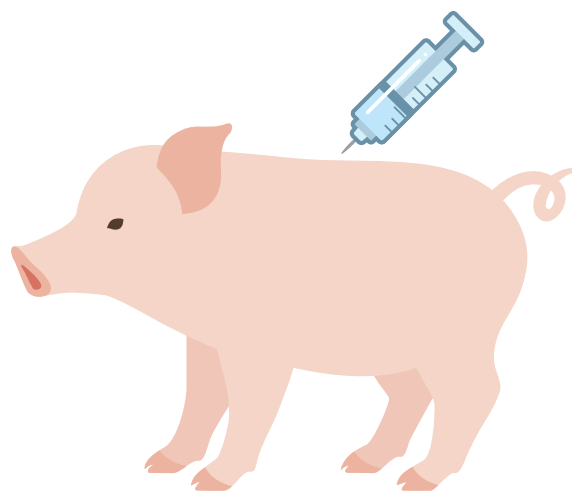
O Projeto Piloto em AL é um braço do Plano Brasil Livre de Peste Suína Clássica (PSC) que foi lançado em 2019 e visa a implantação de um programa estruturado de médio a longo prazo para a erradicação de PSC em toda a Zona não Livre. Segundo o presidente da ABCS, Marcelo Lopes a elaboração do Piloto contou com a equipe da ABCS, realizada sob a coordenação da Diretora Técnica da ABCS, Charli Ludtke. Lopes reforça que o trabalho foi extremamente orquestrado e começará em Alagoas devido a ampla área geográfica da Zona não Livre. "Devido as diferentes realidades socioeconômicas e ambientais mostrou-se necessário uma mobilização regionalizada para, assim, atuar em estratégias e ações mais assertivas nos demais estados", ponderou.

O diretor do Departamento de Saúde Animal da Secretaria de Defesa Agropecuária, Geraldo Moraes explica que o primeiro passo será uma ação conjunta entre os setores público e privado para a execução da vacinação contra a PSC de forma regionalizada na Zona não Livre da doença. “O projeto piloto visa identificar as limitações e realizar os ajustes necessários para viabilizar a implementação da vacinação contra a PSC nos demais estados da Zona não Livre e, desta forma, reduzir os riscos na execução do Plano. A atuação das Equipes Gestoras Nacional e Estadual e a interação público-privada nas ações de vacinação também serão avaliadas”, disse o diretor do Departamento de Saúde Animal da Secretaria de Defesa Agropecuária, Geraldo Moraes.

Como forma de apoiar e auxiliar esse piloto, a ABCS juntamente com as suas filiadas estaduais doaram R\$ 300 mil. O recurso será destinado a contratação das equipes de vacinação e também para aquisição de insumos. O presidente da ABCS, Marcelo Lopes reforça que a união entre o poder público e a iniciativa privada busca envolver todos os elos da cadeia suinícola para viabilizar um programa de longo prazo e erradicar a PSC na ZnL. “Quando tratamos de uma parceria público-privada, estamos diante de um projeto que conta com uma participação conjunta dos setores, envolvendo recursos em prol de interesses coletivos, visando a estruturação de uma importante política pública para o aprimoramento da suinocultura nacional”. Lopes ressalta ainda que, além do recurso da ABCS, o plano de vacinação em AL contou também com aporte financeiro da ABPA, no montante de R\$ 1 milhão, além da contratação de um profissional como Gestor do projeto para gerenciar a vacinação.

“O PROJETO PILOTO VISA IDENTIFICAR AS LIMITAÇÕES E REALIZAR OS AJUSTES NECESSÁRIOS PARA VIABILIZAR A IMPLEMENTAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A PSC NOS DEMAIS ESTADOS DA ZONA NÃO LIVRE (ZNL) E, DESTA FORMA, REDUZIR OS RISCOS NA EXECUÇÃO DO PLANO. A ATUAÇÃO DAS EQUIPES GESTORAS NACIONAL E ESTADUAL E A INTERAÇÃO PÚBLICO-PRIVADA NAS AÇÕES DE VACINAÇÃO TAMBÉM SERÃO AVALIADAS.”

GERALDO MORAES
DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE SAÚDE ANIMAL
DA SECRETARIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA



ALAGOAS: PRIMEIRO ESTADO A SER VACINADO DA ZONA NÃO LIVRE

Alagoas tem 102 municípios, destes, 98 possuem cadastro de propriedades com suínos. Conforme os dados disponibilizados pela ADEAL, o estado possui aproximadamente 88,6 mil suínos, distribuídos em 6,1 mil propriedades. A população de suínos está localizada principalmente na mesorregião Agreste, seguida do Sertão e, por fim, do Leste. A vacina, instituída como obrigatória pela Portaria nº 307/ADEAL, de 16 de abril de 2021, será realizada de forma simultânea nas três mesorregiões, com o objetivo de vacinar todo o rebanho do estado no prazo de 30 dias, com a data limite de 21/06 quando vence o lote de vacinas.

As vacinas, de nome comercial PestVac, fabricadas pela empresa Zoetis, foram doadas para a campanha. A empresa disponibilizou ao projeto um total de 400 mil doses, o que é suficiente para atender às duas fases pretendidas para esse primeiro momento da campanha de vacinação. “Essa doação será suficiente para atender as 2 campanhas do Projeto Piloto de Alagoas no ano de 2021 e com isso o produtor de suíno do estado não terá que comprar o insumo”, explica o médico veterinário e auditor fiscal agropecuário do Departamento de Saúde Animal do MAPA, Guilherme Takeda.

De acordo com Diretora Técnica da ABCS, Charli Ludtke a vacinação se dará tanto por meio das equipes de vacinadores quanto de forma individual. As equipes de vacinadores, cuja contratação será custeada por meio da iniciativa privada (ABCS e ABPA) e apoiada pelo IICA, irão vacinar os rebanhos de suínos dos produtores de

subsistência. Já para produtores de granjas tecnificadas, estes poderão adquirir a vacina nas 28 revendas do estado, apresentando, posteriormente devida documentação de confirmação da vacinação.

Além do trabalho de vacinação, o trabalho do Serviço Veterinário Oficial (SVO) será essencial para efetivar o piloto em AL. “A atuação do SVO auxiliará no monitoramento e controle dos animais vacinados. Para isso, será fundamental que os produtores apresentem a declaração de vacinação nos escritórios das ULSAVs/ADEAL, nos Escritórios de apoio municipal – EACs ou em outros pontos de apoio indicados pela ADEAL”. Ludtke explica que as declarações irão contar com os dados do produtor (CPF, RG), a comprovação da aquisição da vacina e da vacinação dos rebanhos. “Esses dados alimentarão o SIDAGRO, sistema virtual utilizado como banco de dados para o controle e monitoramento do rebanho suíno do estado pelo SVO e que será acompanhado diretamente pela ADEAL através de ações de vigilância e fiscalização”.

Ludtke explica ainda que além da vacinação o plano traz também ações de educação sanitária que estão sendo elaboradas pelo sistema CNA/SENAR.

ENVOLVIDOS NA EXECUÇÃO DO PROJETO PILOTO

Todo o trabalho desenvolvido é uma responsabilidade público-privada compartilhada entre o MAPA, pela Agência de Defesa e Inspeção Agropecuária de Alagoas (Adeal) e pela parceria com a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), a Associação Brasileira das Empresas de Genética de Suínos (ABEGS), a Associação

“QUANDO TRATAMOS DE UMA PARCERIA PÚBLICO-PRIVADA, ESTAMOS DIANTE DE UM PROJETO QUE CONTA COM UMA PARTICIPAÇÃO CONJUNTA DOS SETORES, ENVOLVENDO RECURSOS EM PROL DE INTERESSES COLETIVOS, VISANDO A ESTRUTURAÇÃO DE UMA IMPORTANTE POLÍTICA PÚBLICA PARA O APRIMORAMENTO DA SUINOCULTURA NACIONAL.”

MARCELO LOPES
PRESIDENTE DA ABCS

“ERRADICAR A PSC É RESGUARDAR A SAÚDE E A PROTEÇÃO DE TODO O REBANHO NACIONAL, ASSIM COMO O CRESCIMENTO, E A ESTRUTURAÇÃO DA SUINOCULTURA NA REGIÃO ENVOLVIDA, QUE REPRESENTA UM IMPORTANTE MERCADO CONSUMIDOR.”

CHARLI LUDTKE
DIRETORA TÉCNICA DA ABCS

Brasileira de Proteína Animal (ABPA), a Confederação Nacional de Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar), contando com apoio do Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal (Sindan), do Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV), do Fórum Nacional dos Executores de Sanidade Animal (Fonesa) e da Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), além do apoio da Zoetis Indústria de Produtos Veterinários e o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

ZONA NÃO LIVRE DE PSC

A região caracterizada por ZnL de PSC, inclui 11 UF (Alagoas, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Amapá, Amazonas, Roraima e Pará), que juntas representam cerca de 50% do território brasileiro, detentora de aproximadamente 18% do rebanho suíno nacional, distribuído em mais de 300 mil estabelecimentos rurais, predominantemente de pequenos produtores familiares.

Apesar do princípio de zonificação que divide o território nacional (Zona Livre e a Zona não Livre), nos últimos 2 anos ocorreram mais de 70 focos da PSC, atingindo cerca de 7 mil suínos na ZnL, e com isso, o SVO teve que sacrificar os suínos envolvidos para conter a disseminação viral. Charli Ludtke explica que a vacinação contra a PSC é eficaz e interrompe o ciclo de transmissão viral, ou seja, torna os suínos resistentes ao vírus.

“Erradicar a PSC é resguardar a saúde e a proteção de todo o rebanho nacional, assim como o crescimento, e a estruturação da suinocultura na região envolvida, que representa um importante mercado consumidor”, disse a diretora técnica da ABCS.

ABCS LANÇA SÉRIE DE MATERIAIS TÉCNICOS SOBRE FÁBRICA DE RAÇÃO

O PRIMEIRO INFORMATIVO DA SÉRIE FOI DISPONIBILIZADO AO SISTEMA ABCS NO FINAL DO MÊS DE ABRIL

Com intuito de descomplicar as normativas que tratam das legislações em Fábricas de Ração, facilitar a compreensão quanto às normativas vigentes e também trazer informações para o aprimoramento de todos os elos da cadeia suinícola quando o assunto é a resistência antimicrobiana, a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), publicou no final do mês de abril, o primeiro de uma série de informativos técnicos sobre Fábricas de Ração. O material é didático e será composto por 9 informativos e uma palestra, encabeçados pela equipe técnica e política da ABCS, coordenada pela diretora técnica da ABCS, Charli Lutke, e pelo consultor, médico veterinário e especialista no tema Stefan Rohr. Para contextualizar o assunto e explicar sua relevância para a suinocultura, Stefan ministrou no dia 23 de abril, uma palestra para todo o Sistema, sobre as instruções normativas vigentes, resistência antimicrobiana, bem-estar animal e impactos nas granjas.

Na ocasião, o consultor explicou que a resistência das bactérias frente aos antimicrobianos tem aumentado, principalmente no que se refere às diferentes classes de antibióticos mais utilizados em nível mundial, representando um risco à saúde humana e animal, pois novos princípios ativos levam décadas para serem desenvolvidos. Stefan exemplificou que em muitos países, outras ferramentas alternativas têm sido utilizadas como substitutos, principalmente aos antibióticos administrados

como melhoradores de desempenho, e esse deve ser um importante ponto de atenção aos produtores brasileiros e nutricionistas nas Fábricas de Ração, já que a Instrução Normativa Nº 113 que estabelece as boas práticas de manejo e bem-estar animal nas granjas de suínos de criação comercial, prevê diretrizes quanto ao manejo nutricional e a boa saúde dos animais, e já está em vigor desde fevereiro deste ano.

Rohr afirma ainda que este tema é de extrema importância, uma vez que a fábrica de ração é o segmento que representa até 80% do custo do negócio suinocultura. “A intenção é manter os envolvidos informados, atualizados e cientes dos movimentos de mercado neste setor e também mantê-los munidos de como proceder em relação à legislação vigente, mas as decisões cabem a cada um dos suinocultores.” O presidente da ABCS, Marcelo Lopes, ressalta que o trabalho da Instituição, como uma entidade de classe, é de orientar a cadeia de acordo com as exigências do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). “Nosso papel é descomplicar as normas que tratam de alimentação animal para a cadeia suinícola. Ou seja, levar conhecimento de qualidade, orientação e informação de fonte oficial, como o MAPA, aos produtores de suínos”. A série é mais uma entrega do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS). Os informativos serão disponibilizados durante todo o ano, até dezembro de 2021 a toda a suinocultura, pelo site da instituição.



O PRIMEIRO DESTA SÉRIE
JÁ ESTÁ DISPONÍVEL
ACESSE AQUI!





DEPUTADO SÉRGIO SOUZA (MDB-PR) ASSUME PRESIDÊNCIA DA FRENTE PARLAMENTAR DA AGROPECUÁRIA (FPA) PARA O BIÊNIO 2021/2022

NOVO PRESIDENTE DA FPA FALA DAS PRIORIDADES DO AGRO NO PARLAMENTO

EM ENTREVISTA EXCLUSIVA PARA A ABCS, O DEPUTADO SÉRGIO SOUZA CONTA SOBRE OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO AGRO E A IMPORTÂNCIA DA FPA NO COMBATE À ERRADICAÇÃO DA PESTE SUÍNA CLÁSSICA NA ZONA NÃO LIVRE

Em fevereiro desse ano, o deputado federal Sérgio Souza (MDB-PR) tomou posse da presidência da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA) para o biênio 2021/22. Nascido em Ivaiporã (PR), é filho de produtores rurais da região do Vale do Ivaí, mas graduou-se em Direito pela Universidade Tuiuti e se especializou na área eleitoral.

O deputado que já era vice da FPA na gestão passada, junto ao deputado Alceu Moreira tem uma vasta experiência com a vida pública, pois começou como senador, em 2011, onde seguiu até 2014. No mesmo ano, foi eleito deputado federal, e atualmente exerce o segundo mandato consecutivo. Já presidiu as comissões de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e de Desenvolvimento Rural, e de Finanças e Tributação da Câmara, e é presidente da Frente Parlamentar da Agropecuária (biênio 2021/22).

O novo presidente da FPA conta suas prioridades como dirigente da Bancada mais organizada do Congresso Nacional, em entrevista exclusiva para a Revista da Suinocultura. Na oportunidade, o parlamentar fala sobre os desafios e as oportunidades que vê para o Agro e para a cadeia suinícola na política nacional, confira.

ABCS: Quais são suas prioridades como presidente da FPA?

Deputado Sérgio Souza: *O agro brasileiro tem dois principais desafios para os próximos anos: estabelecer, cada vez mais, segurança jurídica para produzirmos, e mostrar*

a real imagem do setor perante o Brasil e os demais países do mundo. Temos também pautas importantes a serem votadas e dentre as prioridades para este ano estão regularização fundiária, licenciamento ambiental e defensivos agrícolas.

ABCS: O atual cenário de pandemia e o Agro, como que a Covid-19 pode impactar o agronegócio Brasileiro, dentro do legislativo?

Deputado Sérgio Souza: *Diante dos impactos da Covid-19, o setor agropecuário se mostrou mais uma vez forte e apresentou bons resultados. Em 2020 o setor alcançou o PIB de 24,31% no ano, e teve a participação de 26,6% no PIB brasileiro, o que mostra que o agro contribuiu com a economia brasileira em um momento complicado.*

ABCS: A FPA apoiou os novos presidentes (da Câmara e do Senado), esse apoio será fundamental para aprovar as nossas pautas? Como o senhor vê esse apoio, essa aproximação com os novos presidentes - para o agro brasileiro?

Deputado Sérgio Souza: *É fundamental essa aproximação. Definimos a pauta de trabalho com uma série de projetos em apreciação no legislativo e estivemos com os presidentes da Câmara dos Deputados, Arthur Lira (PP-AL), e também com o do Senado Federal, Rodrigo Pacheco (DEM-MG) para tratar sobre as prioridades do setor agropecuário brasileiro. As pautas do Agro são as pautas do Brasil. Nós não trabalhamos para beneficiar um setor, nossa atuação é para a construção de um projeto de nação.*

“É DE CONHECIMENTO DA BANCADA A DIFÍCIL SITUAÇÃO ENFRENTADA PELO SETOR DE PROTEÍNA ANIMAL, EM DECORRÊNCIA DA ELEVAÇÃO DOS CUSTOS DE GRÃOS E RAÇÃO. NESSE SENTIDO, A BANCADA JÁ BUSCA JUNTO AO MAPA, O ESTABELECIMENTO DE MEDIDAS QUE POSSAM DIRIMIR O IMPACTO DOS PREÇOS NO CUSTO PRODUTIVO, NÃO SÓ DE SUÍNOS, MAS TAMBÉM PARA OUTROS SETORES QUE DEPENDEM DESSES TIPOS DE INSUMOS.”

ABCS: O Agro é um dos carros chefes do Brasil, mais do que nunca os números do setor mostraram seu potencial, mesmo em um ano de pandemia, como em 2020. Dentre essas características positivas do setor, como o senhor, viu o recuo no orçamento destinado ao MAPA este ano? E, como está sendo a atuação da FPA, com relação a este tema?

Deputado Sérgio Souza: Foram perdas significativas no orçamento do Ministério da Agricultura (MAPA), em um período em que a agropecuária tem sido o principal esteio econômico brasileiro: o setor abriu 61.637 mil empregos de janeiro a dezembro de 2020, melhor desempenho desde 2011. A FPA não medirá esforços para fazer a recomposição orçamentária da Pasta. O governo federal já foi acionado para que consigamos construir uma solução neste sentido.

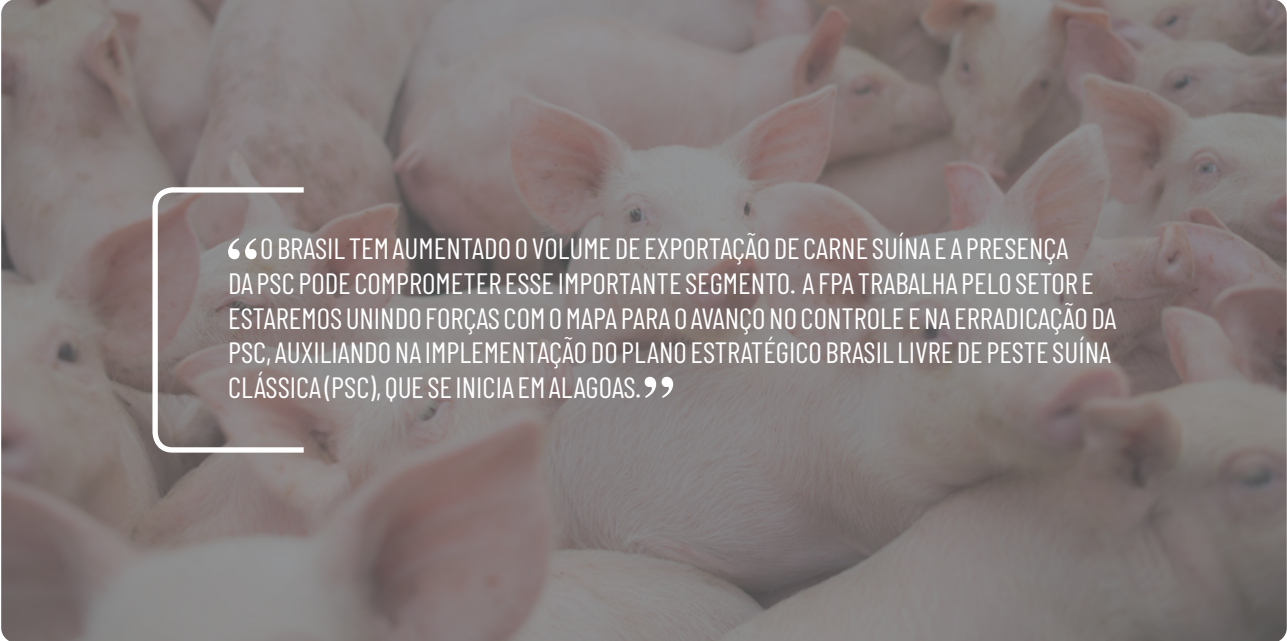
ABCS: Continuando o tema Plano Safra, com a alta do grão, uma das demandas que a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) vem trabalhando junto ao MAPA é pela possibilidade de suinocultor brasileiro ter acesso ao crédito de custeio, direcionada para Retenção de Matrizes Suínas. O que os suinocultores brasileiros podem esperar do Plano Safra 2021/2022? Na sua opinião, a baixa no orçamento pode trazer um Plano safra mais enxuto e com taxas de juros maiores?

Deputado Sérgio Souza: A FPA trabalha todos os anos para garantir as melhores condições no plano safra para

todos os segmentos do agro brasileiro, e não será diferente esse ano. Mesmo ciente das dificuldades orçamentárias, reflexo desse difícil momento, a bancada não abrirá mão desse importante recurso. É de conhecimento da bancada a difícil situação enfrentada pelo setor de proteína animal, em decorrência da elevação dos custos de grãos e ração. Nesse sentido, a bancada já busca junto ao MAPA, o estabelecimento de medidas que possam dirimir o impacto dos preços no custo produtivo, não só de suínos, mas também para outros setores que dependem desses tipos de insumos.

ABCS: Para fechar, vamos falar um pouco sobre sanidade. Esse ano, a ABCS junto ao MAPA e outras entidades estão atuando assertivamente no combate e erradicação da Peste Suína Clássica (PSC) na zona não livre. Qual a opinião do senhor sobre esse tema? E, como podemos contar a Bancada Ruralista para auxiliar na erradicação da PSC no Brasil?

Deputado Sérgio Souza: Este é um tema de fundamental importância para a suinocultura do país. O Brasil tem aumentado o volume de exportação de carne suína e a presença da PSC pode comprometer esse importante segmento. A FPA trabalha pelo setor e estaremos unindo forças com o MAPA para o avanço no controle e na erradicação da PSC, auxiliando na implementação do Plano Estratégico Brasil Livre de Peste Suína Clássica (PSC), que se inicia em Alagoas.



“O BRASIL TEM AUMENTADO O VOLUME DE EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA E A PRESENÇA DA PSC PODE COMPROMETER ESSE IMPORTANTE SEGMENTO. A FPA TRABALHA PELO SETOR E ESTAREMOS UNINDO FORÇAS COM O MAPA PARA O AVANÇO NO CONTROLE E NA ERRADICAÇÃO DA PSC, AUXILIANDO NA IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO BRASIL LIVRE DE PESTE SUÍNA CLÁSSICA (PSC), QUE SE INICIA EM ALAGOAS.”

FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA

O FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA (FNDS) É UMA INICIATIVA DA ABC EM PARCERIA COM AS ENTIDADES ESTADUAIS E REGIONAIS E CONTA COM O APOIO DO SEBRAE PARA PERENIZAR SUA ATUAÇÃO NO AGRONEGÓCIO EM PROL DOS SUINOCULTORES BRASILEIROS.

**FNDS**

Fundo Nacional de
Desenvolvimento da
Suinocultura

APOIO:

SEBRAE



ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO ANUAL PARA PROMOVER A SUINOCULTURA DO DISTRITO FEDERAL

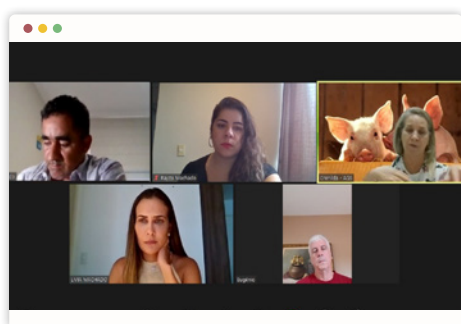
A ABCS esteve reunida com a Associação dos Suinocultores do Distrito Federal (DFSuin) em abril, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e no Distrito Federal. O Presidente da DFSuin, Josemar Medeiros, elogiou e parabenizou a qualidade do plano, destacando a dificuldade de montar ações do tipo em época de pandemia. O plano também foi elogiado pelo gestor da associação, Douglas Rodrigues.

DFSUIN SE REÚNE COM ASEMNG PARA TRATAR DO USO DE SOFTWARE DA PLATAFORMA DE DADOS DA BOLSA

A Associação de Criadores de Suínos do Distrito Federal (DFSuin) esteve reunida com representantes da Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais (Asemng) no dia 9 de abril para falar sobre o licenciamento de uso de Software Plataforma de Dados Bsemng, a bolsa de suínos do estado de Minas Gerais. Participaram do encontro o presidente da DFSuin, Josemar Medeiros, o presidente da Asemng, João Leite, o gestor da DFSuin, Douglas Rocha, a Gestora da Asemng, Bianca Costa, o Consultor de mercado da Asemng Alvimar Jalles, o consultor da Agriness, Douglas Barrionuevo e os demais produtores e frigoríficos associados a DFSuin.

Na ocasião, a plataforma foi apresentada pelo consultor Alvimar Jalles, que mostrou a importância das informações concretas que a plataforma oferece para uma análise quantitativa e analítica. Segundo ele, quanto maior a quantidade de dados de granjas alimentando a plataforma, mais completas são as análises. Já o representante da Agriness, empresa que fornece o software, mostrou como é feito o fornecimento de informações das granjas e quais informações serão repassadas para a plataforma. O gestor da DFSuin informa que a associação irá disponibilizar no site, um login e senha para os associados do Distrito Federal. "Lá eles poderão consultar dados da plataforma. Esse é um benefício visto com muito otimismo, estamos na fase de implementação da plataforma na DFSUIN, e dos treinamentos de como operar. Essa parceria será de grande valia, assim poderemos analisar o mercado de uma forma diferente" conclui.

ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO ANUAL PARA IMPULSIONAR A SUINOCULTURA EM GOIÁS



A ABCS esteve reunida com a Associação Goiana de Suinocultores (AGS) em abril, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e em Goiás. O Presidente da AGS, Eugênio Arantes comentou que gostou principalmente do Semiárido de Mercado, que será de extrema importância neste período tão desafiador para os produtores. O diretor financeiro da Associação, Fernando Barros, chamou atenção para os treinamentos voltados para as estratégias no varejo que irão auxiliar nas ações locais. E a gestora da associação, Crenilda Neves, complementou dizendo que a ABCS sempre consegue trazer inovações nos planos de trabalho.



AGS BUSCA INVESTIMENTOS PARA A SUINOCULTURA GOIANA

Buscando mais investimentos para aumentar a produção da carne suína em Goiás, a Associação Goiana de Suinocultores (AGS), acompanhados de representantes da Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás (FAEG), da Associação dos Granjeiros Integrados do Estado de Goiás (Agigo) e da Cooperativa De Suinocultores e Avicultores De Goiás (Coopersag) se reuniram no dia 14 de abril, com o titular da Secretaria de Indústria e Comércio (SIC), José Vitti, e com o presidente da Assembleia Legislativa do Estado de Goiás, Lissauer Vieira. Atualmente no estado de Goiás um dos grandes gargalos da suinocultura é a falta de frigoríficos com Sistema de Inspeção Federal (SIF), que permitem acessar mercados fora do estado ou mesmo no exterior.

Neste sentido a AGS solicitou ao governo estadual investimentos para atrair mais abatedouros, inclusive auxílio numa planta recentemente desativada em Cachoeira Alta, que possui o Serviço de Inspeção Federal (SIF), do governo federal. Segundo o Presidente da AGS Eugênio Arantes, existe uma urgência para resolver a questão para que a estrutura física seja mantida dentro das normas do SIF para aproveitar a mão de obra capacitada utilizada na unidade com a volta da atividade no frigorífico desativado. “A cadeia suínica emprega aproximadamente 50 mil pessoas na área de forma direta e indireta, o que a coloca entre as grandes geradoras de emprego e renda. A categoria tem potencial para aumentar as 105 mil matrizes existentes, mas esbarra na falta de estrutura para o abate.”

Ailton José Vilela, Vice-Presidente Institucional da Faeg, faz questão de apoiar o trabalho. “A Federação juntamente com Ifag se colocam à disposição para contribuir fornecendo o projeto de viabilidade da proposta de absorção do frigorífico de Cachoeira Alta. Recentemente foi entregue a AGS, pelo Ifag, um diagnóstico da cadeia da suinocultura no estado, que pode contribuir para a conclusão mais rápida do projeto”. Ao final da reunião, Vitti concluiu que vai aguardar estudos da pasta sobre a produção e o abate de suínos em Goiás e o potencial de crescimento desse mercado. O presidente da Assembleia Legislativa do Estado de Goiás, Lissauer Vieira, considerou que o Governo deve ter atenção especial com os produtores de suínos goianos que hoje produzem apenas para o mercado interno, mas tem potencial para exportar, aumentar os ganhos e gerar mais empregos e renda.



ASEMG INICIA PROGRAMA DE TREINAMENTO PARA NEGOCIADORES

A Associação dos Suinocultores do Estado de Minas Gerais (ASEMG), deu início ao projeto Capacita ASEM no mês de abril, que tem como objetivo o treinamento para suinocultores mineiros, associados à entidade, através de cursos robustos com temas elencados de acordo com as reais necessidades dos produtores.

A primeira edição do Capacita ASEM terá como tema: Treinamento para Negociadores: venda de suínos e compra de insumos. "Através da demanda dos nossos associados entendemos que havia um gargalo no quesito negociação e por isso escolhemos iniciar o Programa com este tema. Tenho certeza que o resultado do curso será percebido rapidamente no dia a dia das granjas" explicou o presidente da ASEM, João Carlos Bretas Leite.

Durante o curso vem sendo apresentados os principais pilares para um processo de negociação como: tomada de decisão, conexão, confiança e facilitadores para o processo de decisão. O associado Donizetti Ferreira do Couto conta que, "o curso está sendo bastante válido e trazendo novas informações sobre um tema muito utilizado no dia a dia, muito bom o conteúdo que vem sendo exposto."

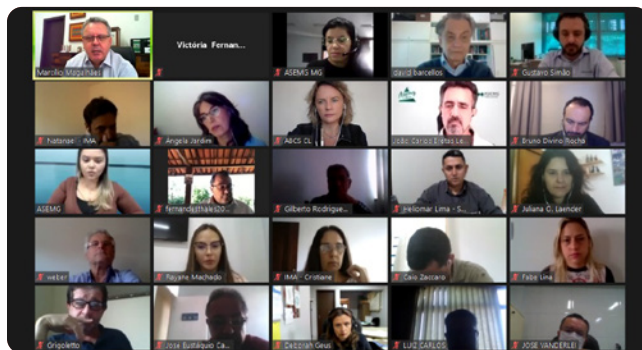
O curso, que teve início no dia 06 de abril, contará com 20 horas de discussões importantes a respeito do tema e ocorre de forma on-line. O foco é aprimorar as habilidades de persuasão e negociação do associado, aumentando os resultados via maior poder de convencimento nas mais diversas situações de negociação.

ASEMG FOMENTA DEBATE SOBRE SENECAVIRUS EM MINAS GERAIS

O senecavirus é uma doença vesicular, extremamente transmissível, caracterizada pela presença de vesículas ou lesões vesiculares nas regiões da boca, focinho, patas ou mamas dos animais, associadas a condições clínicas e epidemiológicas que apresentem indícios de contato com agentes infecciosos. Apesar de produzir sintomas visíveis, o senecavirus não pode ser diagnosticado apenas através de exames clínicos, pois os indícios são similares a outras doenças vesiculares clássicas. É necessário comunicar o Serviço Veterinário Oficial (SVO) para a realização de exames laboratoriais e emissão de um laudo específico.

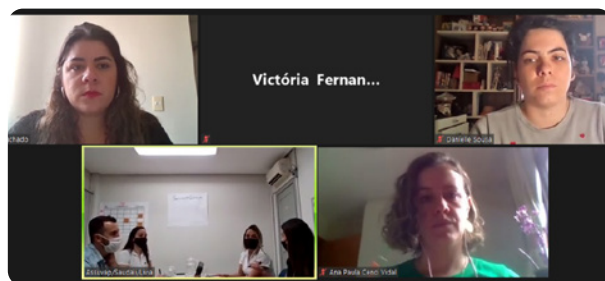
Muito relevante na suinocultura, a presença desta doença compromete a performance nas terminações, aumenta o descarte de matrizes e a mortalidade de leitões, causa prejuízos no fluxo do abate e acarreta em prejuízos financeiros que afetam as granjas como um todo. Foi para debater esse assunto que a Associação dos Suinocultores de Minas Gerais (Asemg) promoveu um workshop na quarta-feira (28). A iniciativa contou com a participação do médico veterinário, professor e consultor de sanidade, David Barcellos, do médico veterinário e gerente de serviços da Agroceres Pic, Gustavo Simão, do mestre em ciência animal e Coordenador Estadual do Programa de Vigilância da Febre Aftosa, Natanael Lamas Dias e da Auditora Fiscal Agropecuária federal Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Angela Vieira.

Realizado de forma online com apoio da ABCS, Associação dos Suinocultores do Triângulo Mineiro e Alto do Paranaíba (ASTAP), Suinco e outras entidades locais, o workshop abordou as medidas de segurança para evitar a entrada do vírus nas granjas, sua trajetória no Brasil, medidas de controle e erradicação, além da visão dos serviços veterinários oficiais.



ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO PARA A SUINOCULTURA NA REGIÃO DO VALE DO PIRANGA EM MINAS GERAIS

A ABCS esteve reunida com a Associação dos Suinocultores do Vale do Piranga (Assuvap Coosuiponte) e o frigorífico Saudali Alimentos, em abril, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDS). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e em Minas Gerais. Na ocasião, a diretora de marketing e projetos, Livia Machado, aproveitou para



apresentar também a nova campanha nacional de marketing, “Carne de porco: Bom de preço, bom de prato” possibilitada pelo Fundo, para o supervisor de marketing da Saudali, Cesar Godoi, que elogiou o uso da palavra porco na campanha, e a disposição da ABCS em fazer essa adaptação pensando nos consumidores que são o destino final. Já o plano de trabalho foi bem recebido pela Gerente Geral da Assuvap/Coosuiponte, Paula Gomides, que comentou principalmente sobre a Escola de Gestores, pensada para ajudar na capacitação de todo o Sistema.

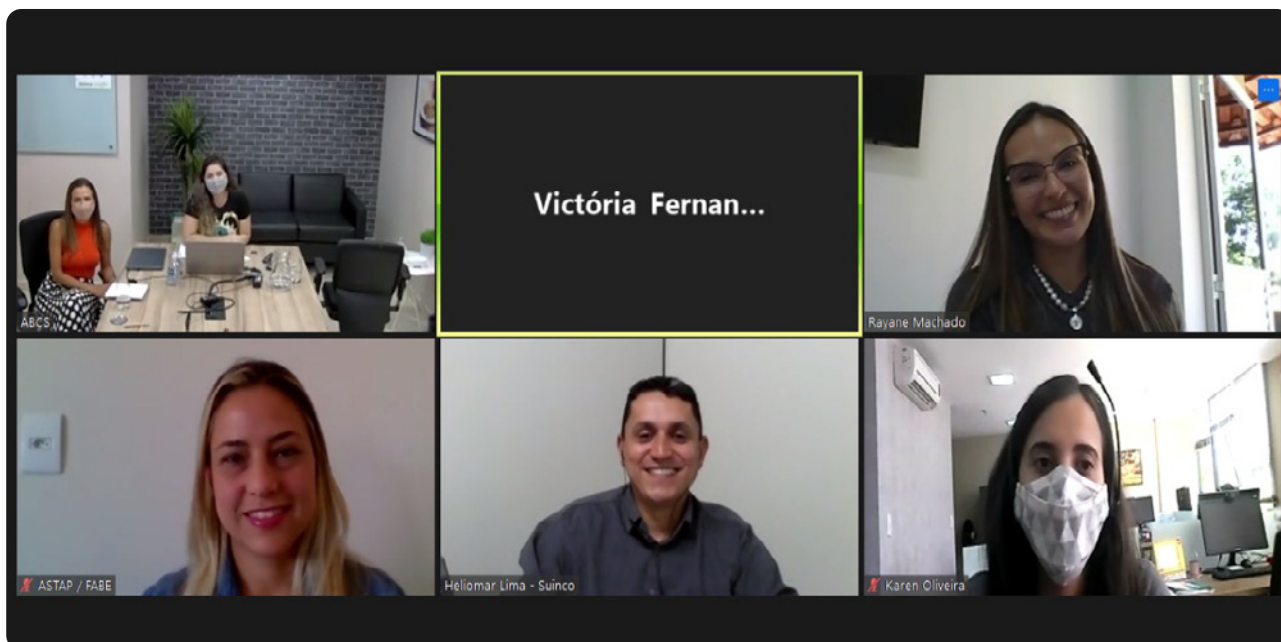
MULHERES DA SUINOCULTURA SÃO REVERENCIADAS EM HOMENAGEM AO DIA INTERNACIONAL DAS MULHERES

A presença forte das mulheres na suinocultura, já é uma realidade há alguns anos. Aos poucos, elas foram ocupando espaços e posições que, antes, eram dominados por homens. Uma mudança gradual e muito marcante. Para celebrar essas conquistas, a Assuvap/Coosuiponte contou de uma forma toda especial a história de grandes mulheres. Com caminhos muito particulares e individuais, elas dividem o mesmo objetivo: crescer na suinocultura e mostrar, com trabalho, estudo e dedicação, a capacidade empreendedora da mulher que se adapta a novas realidades e mostra força diante às adversidades. Representando as milhares de mulheres trabalhadoras da suinocultura, destacamos Paula Murta Campos/Médica-Veterinária e Proprietária da Granja Ponte Alta; Magdá Maurícia de Oliveira Teixeira/Proprietária da Granja Malhado e Livia Machado/Diretora de Marketing e Projetos da ABCS.

Ações internas, também foram pensadas como forma de valorizar a presença ativa das mulheres

dentro da Associação e da Cooperativa. Ocupando praticamente todos os cargos e níveis dentro da Assuvap/Coosuiponte, a equipe feminina tem o total de 17 mulheres – o que corresponde a 50% da equipe de funcionários. Cada uma delas, recebeu um brinde para reforçar a importância da data e relembrar como a luta de tantas mulheres foi um importante processo histórico que contribuiu para a realidade que se tem nos dias de hoje.





ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO ANUAL DO FND S PARA A ASTAP E SUINCO

A ABCS esteve reunida com a Associação dos Suinocultores do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba (ASTAP) e a Cooperativa Suinco em abril, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FND S). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e em Minas Gerais. O Gerente de Unidades de Negócios Sênior da Suinco, Heliomar Lima, elogiou bastante o plano. “Achei fantástico, só tenho a elogiar. É impressionante como a

cada ano só melhora. Me sinto lisonjeado, pois lutamos tanto para fazer com que a carne suína evolua no consumo.” Rayane Machado, Coordenadora de Marketing da Suinco, também recebeu a campanha “Carne Suína: Bom de preço, bom de prato” com muito entusiasmo. “Defendemos o fundo com a garantia de que teremos muito sucesso.” E para finalizar a gestora da Astap, Fabe Rodrigues, disse que o plano supre as necessidades e sempre estimula a associação. “A Escola de Gestores chamou muito a minha atenção, pois o trabalho dos gestores precisa estar sempre sendo desenvolvido em sinergia com o produtor.”

ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO ANUAL DO FNDs PARA ACRISMAT

A ABCS esteve reunida com a Associação dos Criadores de Suínos de Mato Grosso (Acrismat) em abril, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDs). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e em Mato Grosso. O plano foi apresentado pela diretora de marketing e projetos, Livia Machado, e pelas gerentes de comunicação



e projetos, Danielle Sousa e Rayza Machado, e foi muito bem recebido pelo Diretor Executivo da Acrismat, Custódio Rodrigues e pela gestora da associação, Karina Queiroz, que demonstraram interesse principalmente pelas pautas das áreas técnica e política.

ACRISMAT FECHA PARCERIAS PARA DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA EM MATO GROSSO

A Acrismat fechou nas últimas semanas de abril, duas importantes parcerias para o segmento. Com a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, a Apex-Brasil. A UFMT será parceira na realização do estudo de solos, a pesquisa, tem como objetivo estabelecer os valores de referência para metais pesados como o cobre, zinco, manganês, chumbo e arsênio, que são os que causam maiores danos à saúde humana.

Já com a Apex-Brasil, a Acrismat foi convidada a participar do programa de qualificação para exportação. O objetivo deste programa é auxiliar os produtores e empresas que desejam expandir suas fronteiras, e começar a exportar



seus produtos de forma segura e planejada. Segundo a Apex-Brasil, já existe uma equipe técnica disponível para atender as empresas interessadas em se qualificar e assim alcançar o mercado internacional.

AVES E ASES PROMOVEM WEBINAR SOBRE A PRODUÇÃO E AS PERSPECTIVAS DO MERCADO DE GRÃOS

A Associação de Suinocultores do Espírito Santo (ASES) e a Associação dos Avicultores do Estado do Espírito Santo (AVES) iniciaram seu calendário de capacitações e qualificações para seus parceiros e associados no último dia 19 de abril, com a realização do webinar “Grãos: informações sobre a produção e as perspectivas do mercado”, que contou com o apoio da Corretora Nacional de Mercadorias (CNM).

O encontro virtual, que teve o comando do diretor executivo da entidade, Nélcio Hand, contou com as apresentações do sócio-proprietário do Grupo Safras Armazéns Gerais e Safras Biocombustíveis, Pedro de Moraes Filho, e do sócio-proprietário do Grupo Campofert Comércio, Indústria, Exportação e Importação, Manoel da Cruz Neto.

Durante o webinar, os participantes puderam enviar perguntas e tiveram a oportunidade de conhecer mais sobre os mercados de grãos nas regiões do Meio-Norte e no Vale do Araguaia, ambos no Mato Grosso, além do Triângulo Mineiro e Norte do estado de São Paulo.

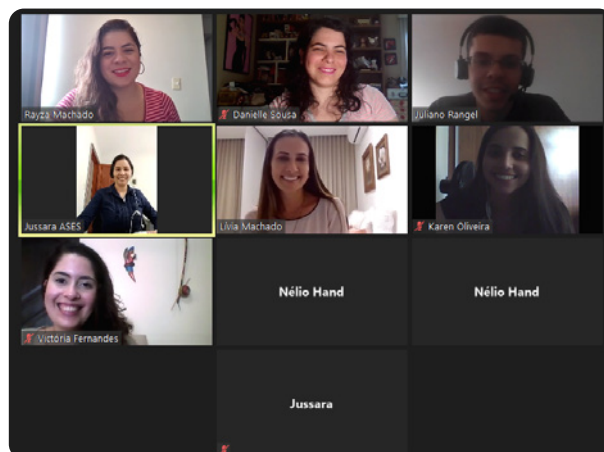


ABCS APRESENTA PLANO DE TRABALHO ANUAL DO FNDSPARA O ESPÍRITO SANTO

A ABCS esteve reunida com a Associação de Suinocultores do Espírito Santo (ASES), no dia 7 de maio, para apresentar o plano de trabalho anual do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Suinocultura (FNDSP). O plano inclui um conjunto de ações e eventos com atuação de todas as áreas da ABCS, que irão auxiliar os suinocultores em suas necessidades e também impulsionar a promoção da proteína suína no Brasil e no Espírito Santo.

O Diretor Executivo da ASES, Nélcio Hand, chamou atenção principalmente para a iniciativa da ABCS desenvolvida pela área política focada no mercado de grãos, já que os preços do milho e da soja tem representado um grande gargalo para as cadeias produtivas de proteína animal. Segundo ele, “O seminário será muito bom para educar os produtores que ainda não pensam no mercado futuro, além de enfatizar e reforçar que o produtor precisa dar um passo para a frente, andando de acordo com a realidade do mercado.”

Já a gestora da Associação, Jussara Moreschi, falou sobre a Escola de Gestores elogiando a primeira palestra sobre mindfulness e também o módulo que vai falar sobre comunicação e redes sociais, auxiliando em uma necessidade de adequação que muitos frigoríficos associados a eles ainda sentem.



PORTFÓLIO E SOLUÇÕES INTEGRADAS GERAM RESULTADOS DE EXCELÊNCIA



A Elanco, segunda maior empresa do setor da saúde animal em todo o mundo, ampliou seu portfólio após a aquisição da Bayer Saúde Animal e hoje apresenta ao mercado brasileiro soluções integradas e ainda mais eficientes à suinocultura.

Entre os principais diferenciais do portfólio integrado, pode-se destacar a linha de produtos destinada à integridade intestinal dos suínos, um dos principais desafios do setor. A união de Baycox® 5%, antes Bayer, às soluções Protexin™, Surmax™ e Hemicell™, possibilitam aos produtores ofertarem um tratamento ainda mais eficaz aos animais sob seus cuidados, sempre com foco no bem-estar. Outro ponto de destaque e constante preocupação por parte da Elanco faz referência ao uso responsável de antimicrobianos e à Saúde Única, fator que

requer conhecimento de toda a cadeia de produção para a escolha correta do medicamento e o uso consciente de acordo com as recomendações do médico veterinário e de bula. Nesse sentido, a solução Kinetomax® passa a integrar o portfólio de antibióticos de sucesso da Elanco para os suínos, ao lado de Denagard™, Pulmotil™, Tylan™ e Agrovit™.

Vale também destacar a questão da biossegurança, fator que envolve, principalmente, o controle de pragas e um programa de limpeza e desinfecção dentro das granjas. A Elanco é uma sólida referência no assunto e, após a integração dos portfólios, passa a contar também com produtos para controle de roedores, como Racumin, Rodilon Blocos, Rodilon Pellets e Rodilon Soft Bait, além do desinfetante Delegol KS Pó.

SOBRE A ELANCO

A Elanco Animal Health (NYSE: ELAN) é líder global no setor de saúde animal e se dedica a inovar e fornecer produtos e serviços para prevenir e tratar doenças em animais de produção e animais de companhia, agregando valor ao trabalho de produtores, tutores, veterinários e da sociedade como um todo. Com quase 70 anos de tradição no setor, estamos comprometidos em

ajudar nossos clientes a melhorar a saúde dos animais sob seus cuidados, além de causar um impacto significativo em nossas comunidades locais e globais. Na Elanco, somos movidos por nossa visão – Alimento e Companheirismo enriquecendo a vida – e nossa estrutura de responsabilidade social – Elanco Health Purpose TM – tudo para melhorar a saúde dos animais, das pessoas e do planeta.



INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA

Jéssica Varanda: jessica@elaboreestrategia.com.br – (11) 98418-9698

Luciana Tardioli: luciana@elaboreestrategia.com.br – (11) 97350-6928

Vanessa Costa: vanessa@elaboreestrategia.com.br – (11) 98584-1072

MSD LANÇA MANUAL COMPLETO SOBRE ILEÍTE



O ano de 2021, com todos os seus desafios e surpresas, tem se mostrado promissor para a suinocultura brasileira e são os produtores de suínos os grandes responsáveis por manter esse mercado sólido e pujante. Nós, da **MSD Saúde Animal**, temos orgulho em poder contribuir com essa jornada e queremos, juntos, construir um novo horizonte para a saúde animal na suinocultura brasileira.

Acreditamos que é fundamental promover a democratização do conhecimento. Por isso, neste ano que alcançamos o importante marco de vacinar 1 em cada 3 suínos produzidos no Brasil com **Porcilis Ileitis**, lançaremos para o mercado o **Manual de Ileíte**: um guia

completo sobre a doença que causa tantos prejuízos para o produtor, mas com a qual devemos aprender a conviver e, principalmente, prevenir.

Essa é mais uma ferramenta que se soma ao aplicativo **e-diagnóstico**, um atlas que auxilia os profissionais da suinocultura a realizar o diagnóstico precoce de doenças nas granjas suínas.

É a impressão digital dos suinocultores que promove conexões – online e off-line – cuida da saúde das pessoas, dos animais e do meio-ambiente e ajuda a suinocultura brasileira a crescer com cada vez mais confiança e prestígio. A MSD Saúde Animal quer estar cada vez mais presente nessa caminhada.



AGROCERES PIC: PRIORIZANDO INVESTIMENTOS EM BEM-ESTAR ANIMAL



CIENTE DE SEU PAPEL TRANSFORMADOR E EM LINHA COM A INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 113, EMPRESA INTENSIFICA INVESTIMENTOS PARA ELEVAR O PADRÃO DE BEM-ESTAR ANIMAL EM SUA ESTRUTURA DE MELHORAMENTO GENÉTICO.

A Agrocere PIC vem intensificando seus esforços para ampliar ainda mais o bem-estar animal em sua estrutura de produção. Referência na área, a empresa está realizando novos investimentos e integrando diferentes áreas e profissionais de sua equipe em busca de novas oportunidades de melhoria em todas as etapas de produção, inclusive no transporte e entrega dos animais de reprodução. “A Agrocere PIC sempre teve uma postura proativa em relação ao bem-estar animal”, explica Juliana Ribas, Gestora de Boas Práticas e Bem-estar Animal da Agrocere PIC. “Os novos investimentos não apenas reafirmam nosso compromisso, como nos permitem seguir na dianteira no desenvolvimento de soluções para o bem-estar animal”, completa.

Um plano robusto de ações já está sendo executado. Além do investimento em sistemas de gestão da rotina, materiais técnicos foram elaborados para promover a capacitação e orientação tanto de sua equipe como de seus parceiros multiplicadores.

Nas unidades de produção, por exemplo, alguns manejos estão sendo revistos, melhores práticas introduzidas e novos indicadores para avaliação do bem-estar animal estabelecidos. Também foi desenvolvido um plano de contingência – com as ações que devem ser tomadas em situações de emergência –, e estipuladas as diretrizes para a realização da eutanásia de acordo com a legislação vigente.

Na área do transporte, além das iniciativas que já vinham sendo realizadas – como o treinamento dos motoristas e o uso de caminhões equipados com modernas carrocerias com controle de temperatura e sistema de



hidratação dos animais –, também foi estruturado um plano de contingência específico para suínos, o primeiro programa desse tipo no país, que prevê todas as medidas a serem adotadas em caso de acidente rodoviário.

“O bem-estar animal faz parte de um conceito muito mais amplo hoje, que envolve tanto a qualidade tecnológica quanto a qualidade ética do alimento. Trata-se de um tema absolutamente estratégico para nosso setor”, afirma Juliana Ribas. “Nosso trabalho está fundamentado na educação, conscientização e na quebra de paradigmas. Além de encontrar novas oportunidades para melhorias e acelerar avanços, queremos formar a cultura do bem-estar animal entre nossos colaboradores e parceiros”, conclui.



Pronto para consumo, Pigger Cream impulsiona ao máximo o peso e a uniformidade da sua leitegada ao desmame.

Único complemento ao aleitamento materno que já vem pronto,

Pigger Cream é economia de tempo e mão de obra na granja.

Seu alto teor de matéria seca (37,5%) leva ao máximo peso na maternidade, reduzindo a mortalidade da leitegada e ainda gerando maior potencial de crescimento nas fases seguintes.

Quer mais? Você conta com o acompanhamento técnico Polinutri.

Embalagens de 10 ou 20 litros. Veja a diferença nas próximas leitegadas!

Ligue 11 2101 0201



MIG DOSE *evolution*

Produto inovador que auxilia no suporte nutricional de leitões neonatos, reduzindo a mortalidade na primeira semana de vida.

O MIG DOSE Evolution contém ingredientes ricos em ácidos graxos de cadeia média, lactose e proteínas do soro de leite, que são fontes nutricionais de altíssima disponibilidade e rápida assimilação, conferindo um aporte imediato de energia e aminoácidos no momento mais crítico da vida dos leitões.

-  **Suporte energético nas primeiras horas de vida do leitão**
-  **Auxilia no desenvolvimento intestinal**
-  **Componentes que dão suporte à imunidade**
-  **Possui probiótico na sua composição**
-  **Facilita o manejo de colostragem**

**MIG
PLUS**
AGROINDUSTRIAL

30 anos

migplus.com.br

  /migplusagroindustrial

