

revista da suinocultura

PUBLICAÇÃO QUADRIMESTRAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS

51

ANO 14 | 2026



ABCS LANÇA PLATAFORMA INÉDITA DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO PARA A SUINOCULTURA BRASILEIRA



ABCS LANÇA AGENDA POLÍTICA COM
DEMANDAS DA SUINOCULTURA PARA
ORIENTAR DIÁLOGO NAS ELEIÇÕES DE 2026

PAINEL DA ABCS NO SIAVS REÚNE ESPECIALISTAS PARA DEBATER MERCADO, GEOPOLÍTICA,
USO RACIONAL DE ANTIMICROBIANOS, POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO ÀS BOAS
PRÁTICAS AGROPECUÁRIAS, BEM-ESTAR ANIMAL E GESTÃO DE PESSOAS NAS GRANJAS





Nutrição de primeira, proteína também.



Ninguém melhor que você para saber: **boas escolhas** aumentam as chances de resultados superiores.

Por isso, desenvolvemos soluções nutricionais inovadoras para a suinocultura, com foco em produtividade e bem-estar animal. Produtos para o dia a dia, com customização para demandas específicas. **Toda escolha conta.** E o produtor brasileiro pode contar com a excelência **FairFeed**.

Linha FairSui. Concentrados, Núcleos e Premixes para suínos, com assistência técnica e serviços laboratoriais FairFeed.



Sejam bem-vindos à segunda edição da Revista da Suinocultura de 2026, um dos muitos canais de comunicação da ABCS com a cadeia suinícola. Nesta edição separamos para vocês um compilado do trabalho da ABCS em prol da cadeia suinícola nos meses de maio, junho, julho e agosto, um quadrimestre marcado por muitas ações em todas as nossas áreas de atuação. Lançamos o ABCS DATA Insights a primeira plataforma de inteligência e dados da suinocultura que vai auxiliar na tomada de decisão e no monitoramento de indicadores da atividade. Entregamos mais uma Semana Nacional da Carne Suína com excelentes resultados e aumento de vendas da nossa proteína, realizamos uma ação junto de influenciadores digitais para conectar a carne suína a mais consumidores, encerramos com chave de ouro o programa Entre Gerações. Realizamos um painel recheado de informações no SIAVS 2026, discutimos Peste Suína Clássica junto da CNA e capacitamos com excelência mais Inspetores Zootécnicos responsáveis pelo Serviço de Registro Genealógico de Suínos (SRGS). Também lançamos o material Demandas da Suinocultura que reúne informações sobre as prioridades políticas da suinocultura brasileira neste ano eleitoral, e finalizamos o quadrimestre discutindo os 10 anos da Lei de Integração junto aos representantes dos estados produtores que trabalham neste modelo de produção, e nosso Departamento de Integração. E para finalizar, destacamos as ações dos nossos parceiros contribuintes do FNDS.

Boa leitura!



MARCELO LOPES

Presidente da Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS)



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

Conselheiro Presidente
MARCELO LOPES/DF

Conselheiro Financeiro
PAULO CESAR LUCION/MT

Conselheiro de Relações
com o Mercado
OLINTO RODRIGUES DE ARRUDA/SP

Conselheiro político
VALDECIR FOLADOR/RS

Conselheiro Administrativo
JOÃO CARLOS LEITE/MG

Conselheiro de integração
e cooperativas
ALESSANDRO BOIGUES/MS

Conselheiro técnico
ALBER REZENDE/BA

Diretora Técnica
CHARLI LUDTKE

Estrategista de mercado, marketing e
posicionamento no Agronegócio
LÍVIA MACHADO

Analista de comunicação
VICTÓRIA FERNANDES

Jornalista Responsável
DANIELLE SOUSA

Equipe de criação ABCS
**GEAN CASTRO E
GUSTAVO CRONER**

Projeto Gráfico e Editoração
DUO DESIGN

capa

6



ABCS Data Insights

ABCS LANÇA PLATAFORMA INÉDITA DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO PARA A SUINOCULTURA BRASILEIRA

fnds

GOIÁS

24

Pork Meet 2026 reúne especialistas da suinocultura em Rio Verde (GO) para um dia de conhecimento e troca de experiências

GOIÁS

26

Deputados de Goiás aprovam lei que insere a carne suína na merenda escolar semanalmente

MINAS GERAIS

27

Saudali realiza ação inédita com a Azul em celebração o Dia da Gastronomia Mineira

MINAS GERAIS

28

Assuap amplia ações voltadas ao fortalecimento do produtor e à valorização da carne suína

MATO GROSSO DO SUL

29

50º Dia Estadual do Porco

MATO GROSSO DO SUL

30

ASUMAS confirma VIII Fórum de Desenvolvimento da Suinocultura de MS

entre amigos

34 Agroceres PIC: CIÊNCIA PARA A RENTABILIDADE

35 MSD: Vacinas combinadas transformam a suinocultura e trazem mais segurança

36 Deheus Podiporco: Conhecimento que vai além da conversa

37 DNA: Na suinocultura, eficiência é transformar potencial genético em animais viáveis

destaques

8

SNCS 2026 impulsiona vendas no varejo e 94% das redes participantes registram crescimento

11

Ação nas alturas conecta carne suína a mais de 7 milhões de seguidores nas redes sociais

12

Entre Gerações encerra temporada consolidando diálogo entre agro, mercado e consumidores

13

Vai de Carne Suína: ABCS lidera movimento nacional para ampliar consumo e apoiar equilíbrio da cadeia

16

Painel da ABCS no SIAVS reúne especialistas para debater mercado, geopolítica, uso racional de antimicrobianos, políticas públicas de incentivo às boas práticas agropecuárias, bem-estar animal e gestão de pessoas nas granjas

18

ABCS capacita 33 inspetores zootécnicos para atuação em granjas de genética suína

19

ABCS participa de reunião da CNA sobre plano de erradicação da PSC e biossegurança

21

ABCS lança agenda política com demandas da suinocultura para orientar diálogo nas eleições de 2026

22

Departamento de Integrados da ABCS alinha atuação estratégica e debate os 10 anos da Lei da Integração

MÁXIMA
POTÊNCIA
GENÉTICA



A FORÇA DA LONGEVIDADE COROADA PELA MÁXIMA PRODUTIVIDADE



Genética Camborough para alta longevidade:

-  Maior peso ao nascimento e uniformidade da leitegada
-  Desmama leitões mais vigorosos
-  Maior sobrevivência dos leitões em todas as fases de crescimento
-  Menor intervalo desmame-cio
-  Estruturas muscular, óssea e de pelve selecionadas para parto e manutenção de grandes leitegadas
-  Capacidade de desmame de leitegadas numerosas e uniformes
-  Ótima produção de leite e habilidade materna

Siga as nossas redes sociais.



agrocerespic.com.br



agroceres 



ABCS LANÇA PLATAFORMA INÉDITA DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO PARA A SUINOCULTURA BRASILEIRA

A FERRAMENTA REÚNE DADOS NACIONAIS SOBRE O SETOR, AMPLIANDO A TRANSPARÊNCIA E APOIANDO DECISÕES ESTRATÉGICAS EM TODA A CADEIA

A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) lançou, no dia 25 de junho, durante a 333 Experience Congress Brasil, em Florianópolis (SC), o **ABCSData Insights**, plataforma inédita de inteligência de mercado que reúne, em um único ambiente, dados estratégicos da suinocultura brasileira. A ferramenta consolida informações sobre rebanho, custos de produção, emprego, comércio exterior, crédito rural, mercado, abates, sanidade, entre outros indicadores, oferecendo uma visão integrada do setor e de seu impacto econômico e social.

Desenvolvida para democratizar o acesso a informações confiáveis, a plataforma reúne dados provenientes de fontes oficiais, como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa), Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Receita Federal e outras instituições de referência. As informações são organizadas de forma dinâmica, permitindo consultas, análises e exportação de dados para estudos, apresentações e planejamento estratégico.

Entre os principais indicadores disponíveis estão cotações de suínos, custos de produção, exportações, abates, condenações sanitárias, modelos de produção, emprego formal, crédito rural, estabelecimentos sob inspeção federal e o cenário empresarial da cadeia produtiva. O objetivo é transformar dados dispersos em inteligência acessível, contribuindo para decisões mais assertivas e maior transparência em todos os elos da suinocultura.

O lançamento ocorreu em um momento em que o mercado demanda cada vez mais informações qualificadas para apoiar investimentos, gestão de riscos e competitividade. Com atualização contínua, o ABCSData Insights foi desenvolvido para se tornar uma das principais referências nacionais em dados da suinocultura brasileira. Além de reunir informações em um único ambiente, a plataforma permite análises detalhadas da formação e composição dos custos de produção. Essas informações permitem que produtores, empresas, instituições financeiras e investidores identifiquem oportunidades de ganho de eficiência e acompanhem a evolução da atividade com maior precisão.

A cadeia movimenta bilhões de reais anualmente, fortalece a indústria de alimentos, impulsiona os setores de logística, comércio e serviços e contribui significativamente para a geração de emprego e renda. Os dados disponíveis mostram que o setor sustenta cerca de 280 mil empregos indiretos e mais de 42 mil empregos diretos, além de evidenciar o elevado grau de profissionalização da atividade, baseada majoritariamente nos modelos de integração com agroindústrias e cooperativas.

Para o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, a plataforma representa um avanço na governança e na transparência da cadeia produtiva. "A verdadeira sustentabilidade no agronegócio moderno exige transparência e responsabilidade. Ao disponibilizarmos dados auditáveis e unificados para produtores, empresas, consumidores e investidores, fortalecemos a governança da cadeia e ampliamos a confiança no setor. O ABCSData Insights é uma resposta à crescente demanda por informações confiáveis e posiciona a suinocultura brasileira entre os segmentos mais avançados em inteligência de mercado", conclui.



CLIQUE AQUI E ACESSE A PLATAFORMA:

<https://abcsdata.abcs.org.br/>



VEJA TAMBÉM O TUTORIAL DE COMO OPERAR A FERRAMENTA:

https://www.youtube.com/watch?v=Xr-T870k_pk



SNCS 2026 IMPULSIONA VENDAS NO VAREJO E 94% DAS REDES PARTICIPANTES REGISTRAM CRESCIMENTO



APÓS AMPLIAR PRESENÇA NACIONAL, CAPACITAR EQUIPES E MOBILIZAR O VAREJO DENTRO E FORA DAS LOJAS, 14ª EDIÇÃO REGISTRA AVANÇO EM VOLUME E FATURAMENTO E REFORÇA O POTENCIAL DA CARNE SUÍNA NO MERCADO BRASILEIRO

A 14ª Semana Nacional da Carne Suína (SNCS) encerrou a edição de 2026 com resultados expressivos no varejo: **94% das redes participantes registraram crescimento em volume ou faturamento. Do total, 88% ampliaram o volume vendido e 76% alcançaram crescimento de dois dígitos em volume**, enquanto algumas operações apresentaram avanço de até **25% no faturamento** durante a campanha.

Entre os destaques está a rede **Avenida**, que registrou **crescimento de 39,8% em volume**. O **Carrefour Brasil**, participante da iniciativa pelo oitavo ano consecutivo, avançou **29% em volume**, impulsionado especialmente pela carne suína resfriada. Já o **Grupo Mateus**, estreante na SNCS, alcançou **crescimento de 11% no volume de vendas**, reforçando o potencial de expansão da categoria no Nordeste.

Os números encerram uma edição marcada pela ampliação da presença da campanha no varejo brasileiro e por uma estratégia que começou antes mesmo das ativações nas lojas. Promovida pela Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS), a SNCS reuniu capacitação de equipes, comunicação, ações comerciais, presença digital e

expansão para novos mercados de 1º a 19 de junho, em 20 estados brasileiro, e avançou especialmente no interior, Norte e Nordeste. As redes envolvidas representam mais de **R\$ 240 bilhões em faturamento no setor supermercadista brasileiro**, segundo o Ranking Abras 2026.

LANÇAMENTO APRESENTOU ESTRATÉGIA NACIONAL DA CAMPANHA



Varejistas e lideranças da suinocultura brasileira no lançamento da SNCS

O lançamento oficial da SNCS 2026 aconteceu em 21 de maio, no Quintal De Betti, em São Paulo (SP), reunindo lideranças da suinocultura, representantes das principais redes supermercadistas, parceiros estratégicos, influenciadores e imprensa. A programação contou com uma apresentação de mercado conduzida pelo consultor da ABCS Iuri Pinheiro Machado, participação dos humoristas Gustavo e Ellen Pardal e uma experiência gastronômica comandada pelo assador Rogério Betti, que apresentou cortes especiais suínos.

A estratégia de comunicação também envolveu os nutricionistas Lucas Rabelo, Clariana Colaço e Jefferson Jorge, os chefs Jimmy Ogro e Julia Carvalho e os médicos Bruno Monteze e Marina Murad. Juntos, os embaixadores somam quase **6 milhões de seguidores** e contribuíram para levar conteúdos sobre a proteína a diferentes públicos. O evento ganhou repercussão em veículos nacionais e especializados, como Mais Você, Globo Rural, Canal Rural, Valor Econômico, Band, CNN Brasil, SuinoBrasil, Feed&Food, Agrimídia e Grupo Gessulli. O programa Mais Você, da TV Globo, realizou uma entrada ao vivo diretamente do lançamento, enquanto a CNN Brasil também abordou a iniciativa ao vivo na véspera do evento.

CAMPANHAS COLOCARAM A CATEGORIA EM EVIDÊNCIA

Com o tema **"Let's Carne Suína, Let's proteína"**, a edição apresentou uma estratégia multicanal com ações nos pontos de venda, redes sociais, encartes, mídia digital, influenciadores e ativações comerciais. O conceito **"Escolha Mais Carne Suína"** esteve presente em mais de 50 peças de comunicação desenvolvidas para as redes participantes.

Nas lojas, a SNCS ganhou forma por meio de ambientações temáticas, materiais de ponto de venda, ofertas, maior exposição e ampliação do sortimento. As redes trabalharam cortes tradicionais, opções premium, produtos temperados, congelados, porcionados e itens voltados ao churrasco. A comunicação foi além do preço ao apresentar atributos como sabor, rendimento, economia e versatilidade. Mapas de cortes, receitas, sugestões para air fryer e informações nutricionais complementaram as ações, oferecendo ao consumidor referências para diferentes ocasiões de consumo.



No ambiente digital, a campanha esteve presente em aplicativos e redes sociais dos varejistas, além de conteúdos com influenciadores, vídeos, receitas e dicas de preparo, conectando as ações realizadas nas lojas com outros pontos de contato com o público. Participaram da edição bandeiras como Pão de Açúcar, Extra Mercado, Carrefour, Bretas, Prezunic, GBarbosa, Swift, Amigão, Boa, Compre Mais, Paraná Supermercados, Avenida, Confiança, Já Serve, Proença, Shibata, Pague Menos, Mix Mateus, Mateus Supermercados, Camino, Super Pão e Dom Olívio.

A diversidade de formatos também ampliou o alcance da iniciativa. A SNCS esteve presente em redes premium, hipermercados, supermercados de proximidade, operações regionais e atacarejos, com destaque para a estreia do Grupo Mateus, terceira maior rede supermercadista do país em faturamento, a rede foi um dos principais movimentos dessa expansão e fortaleceu a presença da campanha no Norte e Nordeste.

CONHEÇA MAIS SOBRE AS CAMPANHAS AQUI:

<https://www.instagram.com/p/DZHZZ3mxkrH/?hl=pt>



CAPACITAÇÃO PREPAROU EQUIPES PARA A SNCS



Equipes reunidas no treinamento do Amigão em Maringá (PR)

Outro eixo da edição foi a preparação dos profissionais que atuam diretamente com o consumidor. Antes do início da campanha, a ABCS realizou uma agenda de treinamentos em formatos online, híbrido e presencial para colaboradores das redes participantes. A programação reuniu profissionais de diferentes áreas, entre eles a comunicadora Tayara Beraldi, a nutricionista Thaliane Dias, o ilusionista Eduardo Peres e o Master Coach Jairo Martiniano. Os treinamentos abordaram temas como transformação do atendimento em vendas, encantamento do cliente e aplicação de informações nutricionais na rotina do varejo. A proposta foi ampliar o conhecimento das equipes para que os profissionais pudessem orientar o consumidor, recomendar cortes, indicar preparos e apresentar novas possibilidades de consumo da carne suína, além de aprender técnicas de vendas, atendimento, tendências de consumo, informações nutricionais, quebra de mitos e valorização dos cortes suínos.

ESTRATÉGIA DEIXA RESULTADOS PARA ALÉM DO PERÍODO PROMOCIONAL

O desempenho da SNCS ganha relevância em um cenário de consumo mais racional e deflação dos alimentos. Segundo os relatos das redes participantes, além dos resultados comerciais, a edição contribuiu para ampliar o mix de produtos, aumentar a competitividade dos cortes in natura, engajar as equipes e aprimorar a comunicação da categoria nos pontos de venda. Para o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, os números refletem a evolução da iniciativa e sua capacidade de acompanhar as mudanças no comportamento do consumidor.

“A inovação não está apenas em criar novas campanhas, mas em compreender como o consumidor evolui. Mesmo diante de um ambiente de deflação, conseguimos ampliar a presença da carne suína na jornada de compra, criar novas ocasiões de consumo e fortalecer uma estratégia baseada em educação, informação e construção de valor. O maior resultado não é o crescimento registrado pelas redes participantes, mas a formação de novos consumidores e o fortalecimento de um mercado que beneficia toda a cadeia produtiva”, afirma. Ao longo de 14 edições, a SNCS avançou de uma ação promocional para uma plataforma de desenvolvimento da categoria, reunindo varejo, indústria e produtores em torno da ampliação do mercado interno.

AÇÃO NAS ALTURAS CONECTA CARNE SUÍNA A MAIS DE 7 MILHÕES DE SEGUIDORES NAS REDES SOCIAIS

EXPERIÊNCIA EXCLUSIVA NO DINNER IN THE SKY REUNIU INFLUENCIADORES, MÉDICOS, NUTRICIONISTAS E EMBAIXADORES DA CAMPANHA PARA AMPLIAR O DIÁLOGO SOBRE A PROTEÍNA E FORTALECER NOVAS PARCERIAS

A ABCS e o Escolha Mais Carne Suína, promoveram no mês de agosto, uma experiência gastronômica imersiva no Dinner in the Sky, em São Paulo, para ampliar o diálogo sobre a carne suína com formadores de opinião. Realizada em parceria com a Oraculum e com apoio da Gran Corte Alimentos, a ação reuniu influenciadores, médicos, nutricionistas, criadores de conteúdo e os embaixadores da campanha Bruno Monteze, Clariana Colaço, Jefferson Jorge e Marina Murad. Juntos, os convidados somam mais de **7 milhões de seguidores no Instagram e TikTok**, potencializando o alcance da iniciativa. Além da experiência gastronômica a 50 metros de altura, a ação buscou desmistificar a carne suína, apresentar informações e evidências científicas sobre seus aspectos nutricionais e aproximar a cadeia produtiva de profissionais e comunicadores capazes de ampliar esse diálogo.

A programação foi dividida em três etapas. A primeira subida foi conduzida pelo médico e embaixador da ABCS Bruno Monteze, que recebeu pacientes que passaram por processos de emagrecimento e incorporaram a carne suína a uma alimentação equilibrada. Na sequência, a experiência foi direcionada à Geração Z, com influenciadores de lifestyle, gastronomia e receitas com forte presença no TikTok. Somente esse grupo reúne mais de **2,4 milhões de seguidores**. Entre os convidados, a nutricionista e gastrônoma Kelyn Kuhn, ex-participante do MasterChef Brasil e filha de produtores de suínos, destacou sua relação com a atividade. “Meu pai foi criador de suínos durante muitos anos e eu cresci acompanhando essa atividade. Ainda existe muito preconceito em relação à carne suína, mas ela oferece cortes extremamente magros e nutritivos, como o filé mignon suíno e o lombo, que podem fazer parte da alimentação do dia a dia.”



A terceira subida reuniu médicos e nutricionistas reconhecidos pela produção de conteúdo baseado em ciência e educação em saúde. Com mais de **1 milhão de seguidores no Instagram**, o grupo aprofundou as discussões sobre os aspectos nutricionais da proteína e seu papel em uma alimentação equilibrada. Para a cardiologista, nutróloga e especialista em Medicina Culinária por Harvard, Dra. Carla Gouveia, a carne suína ainda é pouco lembrada pelos consumidores. “É um alimento rico em proteínas, acessível e que pode apresentar menos gordura saturada do que a carne bovina. Foi uma excelente oportunidade para levar informação baseada em evidências e contribuir para desmistificar essa proteína.”

Durante a experiência, os convidados degustaram um menu exclusivo com a carne suína como protagonista. Ao final, receberam um Card Nutricional da Carne Suína, com informações sobre cortes e composição nutricional, além de QR Code para acesso a receitas e monografias com evidências científicas.

ENTRE GERAÇÕES ENCERRA TEMPORADA CONSOLIDANDO DIÁLOGO ENTRE AGRO, MERCADO E CONSUMIDORES

O ÚLTIMO EPISÓDIO DEBATEU SUCESSÃO, COMUNICAÇÃO E PROTAGONISMO FEMININO NO AGRO. A SÉRIE COMPLETA ESTÁ DISPONÍVEL NO YOUTUBE DA ABCS

A primeira temporada do programa **Entre Gerações – Conversas que Movem o Agro** chegou ao fim em julho, com um episódio dedicado aos desafios da sucessão familiar, da comunicação e da construção de valor no agro-negócio. Produzida pela Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) em parceria com o Canal Rural, a série encerrou seu ciclo reafirmando o propósito de aproximar o setor produtivo da sociedade por meio de debates sobre inovação, mercado, liderança e percepção do agro.

No episódio de encerramento, Livia Machado, estrategista de mercado, marketing e posicionamento no Agro-negócio, representou o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, em uma conversa com a produtora rural, comunicadora e empreendedora Luciana Dalmagro. O bate-papo destacou a importância de equilibrar tradição e inovação na sucessão das propriedades rurais, o papel das novas gerações na continuidade dos negócios familiares e a comunicação como ferramenta estratégica para fortalecer a conexão entre produtores e consumidores. Visão reforçada por Luciana Dalmagro, para ela, “É preciso contar cada vez mais essa história, com verdade e proximidade. Não existe um protagonista. É uma história de todos”, finalizou. Também ganharam espaço temas como sustentabilidade, protagonismo feminino e o uso das mídias digitais para mostrar, com transparência, a realidade da produção agropecuária.

Durante o programa, Livia destacou que: “O DNA da ABCS é ter a capacidade de pensar nas próximas gerações. Precisamos construir hoje uma linguagem que conecte o agro

aos consumidores de amanhã. Os consumidores não querem apenas ouvir a nossa história, eles querem fazer parte dela.” Ao longo de seis episódios, o **Entre Gerações** reuniu empresários, especialistas e lideranças do agronegócio para discutir assuntos fundamentais para o futuro da cadeia produtiva, como sucessão, inovação, consumo, varejo, comunicação e posicionamento do setor. A iniciativa reforçou o compromisso da ABCS em ampliar o diálogo entre o agro e a sociedade, levando conhecimento e promovendo reflexões que contribuem para uma cadeia mais conectada às demandas do mercado e do consumidor.

Este e todos os demais episódios da temporada estão disponíveis gratuitamente no **canal da ABCS no YouTube**, permitindo que o público reveja as conversas e acompanhe a série completa quando quiser.

VEJA AQUI:

https://www.youtube.com/watch?v=UUqLn_4NHTg



O programa recebeu a empreendedora, Luciana Dalmagro

VAI DE CARNE SUÍNA: ABCS LIDERA MOVIMENTO NACIONAL PARA AMPLIAR CONSUMO E APOIAR EQUILÍBRIO DA CADEIA

INICIATIVA PRETENDE ALCANÇAR MAIS DE 50 MILHÕES DE BRASILEIROS E GANHA FORÇA COM PARCERIA ENTRE ABRAS, VAREJO, INFLUENCIADORES DIGITAIS, ASSOCIAÇÕES E PRODUTORES PARA CRIAR MOBILIZAÇÃO EM TODO O PAÍS

Uma escolha que começa no consumidor e movimenta toda uma cadeia. É com essa proposta que a Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) lança o **Movimento Vai de Carne Suína**, uma mobilização nacional que vai reunir produtores, associações, frigoríficos, empresas do setor, varejo, influenciadores e consumidores em torno de um mesmo objetivo: **ampliar a frequência de consumo, gerar novas ocasiões e colocar mais cortes suínos no carrinho dos brasileiros de 1 a 18 de outubro.**

O movimento integra uma estratégia da ABCS para apoiar a cadeia diante do atual cenário de **produção elevada, maior disponibilidade de carne suína no mercado interno e pressão sobre preços e margens provocada pela superoferta.** A entidade vem ampliando a articulação entre os diferentes agentes do setor para construir ações coordenadas que estimulem a demanda e contribuam para o equilíbrio do mercado. O movimento parte de uma premissa importante: **não é preciso convencer o brasileiro a começar a consumir carne suína. Ele já está escolhendo mais a proteína.** Dados da NielsenIQ que embasam a estratégia mostram que, entre as principais proteínas analisadas, os cortes suínos apresentaram **crescimento de 13,6%**, frente a **5,3% do frango e 3,5% dos cortes bovinos.** O desafio, portanto, é potencializar um comportamento que já existe.

ABCS E ABRAS UNEM FORÇAS PARA LEVAR MOVIMENTO A TODO O BRASIL

Um dos pilares para transformar essa proposta em uma mobilização de alcance nacional é a união entre a ABCS e a **Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS).**



Na última terça-feira (1º), as entidades assinaram um **Termo de Cooperação e Parceria Institucional** para oficializar a atuação conjunta e mobilizar o varejo brasileiro em torno do movimento. O acordo consolida uma parceria histórica entre as duas instituições e estabelece uma estratégia integrada entre setor produtivo e varejo alimentar diante do atual momento da suinocultura. A força dessa articulação está na capilaridade. A ABRAS possui atuação nacional por meio de 27 associações estaduais de supermercados, presentes em todas as regiões do Brasil. O setor representado pela entidade movimenta 9% do PIB nacional, gera renda para 9 milhões de pessoas direta e indiretamente e atende aproximadamente 30 milhões de consumidores por dia, considerando diferentes formatos e canais do varejo alimentar.

A ABRAS irá mobilizar e engajar redes e empresas supermercadistas associadas em todo o território nacional, incentivar a utilização dos materiais e ações nos pontos de venda e canais digitais e apoiar a divulgação institucional da iniciativa junto ao setor varejista. A ABCS, por sua vez, disponibilizará uma campanha completa com peças publicitárias, dados técnicos, informações nutricionais e conteúdos educativos, além de coordenar a estratégia e oferecer suporte às redes varejistas participantes.

A parceria permite que uma mensagem construída nacionalmente chegue ao consumidor respeitando as particularidades de cada mercado, somando a capacidade de



mobilização da ABCS à presença do varejo nos diferentes estados brasileiros. Para o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, “A ABCS está mobilizada para apoiar toda a cadeia na construção de estratégias que contribuam para equilibrar esse momento de superoferta. E não existe uma única ação capaz de responder sozinho a esse desafio. O Vai de Carne Suína é um movimento nacional, construído para somar produtores, associações, frigoríficos, empresas, varejo, influenciadores e consumidores. A parceria com a ABRAS é fundamental porque nos dá força e capilaridade para chegar a todo o Brasil e transformar comunicação em consumo. Queremos potencializar uma escolha que o brasileiro já está fazendo, gerando mais frequência, novas ocasiões de consumo e mais oportunidades para toda a cadeia”, destaca **Marcelo Lopes, presidente da ABCS**.



REUNIÃO DA CADEIA DE VALOR

Além disso, a Reunião da Cadeia de Valor – Cadeia Suína em Movimento: da superoferta à ação, marcou uma nova etapa da mobilização conduzida pela ABCS para apoiar o setor no enfrentamento do atual momento. Com 200 participantes, entre lideranças do setor e do varejo, a ABCS trouxe diferentes perspectivas sobre o cenário, com apresentações de mercado conduzidas pelo consultor de mercado da ABCS, Iuri Pinheiro Machado, pelo analista de negócios da NilsenIQ, Nicolas Fernandes, e pelo diretor global da Agrocere Pic, José Piva, que trouxeram informações valiosas sobre o setor, comportamento do consumidor, e também o case norte-americano de enfrentamento a crises na suinocultura.

MAIS DE 50 MILHÕES DE BRASILEIROS NO ALCANCE DO MOVIMENTO

A mobilização no varejo se soma a uma ampla estratégia de comunicação que terá potencial para alcançar **mais de 50 milhões de brasileiros**, número que poderá ser ampliado a partir da adesão das redes supermercadistas

e demais parceiros. Entre as frentes está a participação de **19 influenciadores, nacionais e 13 regionais**, permitindo combinar grandes audiências com relevância local. Os criadores abordarão a carne suína a partir de diferentes territórios, como **saúde, economia, receitas, humor, açougue, rotina e comportamento**, aproximando a proteína de diferentes perfis de consumidores, buscando transformar influência digital em ativação no mercado. A ideia é fazer com que um movimento de dimensão nacional também tenha sotaque local, respeitando hábitos, comportamentos e características de consumo de cada região.

Essa comunicação encontra um consumidor que já mudou a forma de fazer compras. **63% frequentam atacarejos, 61% utilizam aplicativos das redes para encontrar promoções e descontos e 56% também compram carnes em açougues e mercados locais**. É um público que pesquisa, compara preços, circula por diferentes canais e procura valor. Dentro desse cenário, escolher a carne suína cria uma relação de ganha-ganha, para a cadeia e para os consumidores.

A CAMPANHA

Desenvolvida para mostrar ao consumidor como a carne suína pode entregar mais valor no cotidiano, o conceito parte de uma ideia simples: render mais não significa apenas pagar menos. Significa aproveitar melhor e colocar mais comida na mesa, encontrando mais possibilidades de preparo, sabor, versatilidade, praticidade e valor em cada refeição. A campanha trabalha a mensagem de que a carne suína rende mais no bolso, no prato e na rotina, explorando atributos como economia, custo-benefício, sabor, nutrição, aproveitamento e variedade de cortes com conteúdos digitais, vídeos, carrosséis, materiais educativos e peças para os pontos de venda. A ABCS disponibilizará esse pacote para associações, frigoríficos, empresas, redes varejistas e demais parceiros, permitindo que diferentes agentes se apropriem da comunicação e ampliem sua escala.

O **Vai de Carne Suína** nasce, assim, como uma plataforma de mobilização que pode abrigar diferentes iniciativas para estimular a demanda e apoiar os produtores de suínos. A lógica é que **cada elo tenha um papel**. O produtor e as associações se mobilizam. A indústria amplia. O varejo aproxima a proteína do consumidor. Os influenciadores levam a conversa para novos públicos. E o consumidor transforma toda essa articulação em escolha. Cada parceiro amplia o movimento e cada ponto de contato aumenta sua capacidade de chegar a novas mesas.

PROTEGER SUA GRANJA NUNCA FOI TÃO FÁCIL

A única com imunização contra Circovírus Suíno Tipo 2, *Mycoplasma hyopneumoniae*
e *Lawsonia intracellularis* em uma só dose.



PRIMEIRA VACINA 3-EM-1 DO MERCADO



PRONTA
PARA USO



EFICIÊNCIA
NO MANEJO



DESEMPENHO
QUE GERA
RESULTADOS



PAINEL DA ABCS NO SIAVS REÚNE ESPECIALISTAS PARA DEBATER MERCADO, GEOPOLÍTICA, USO RACIONAL DE ANTIMICROBIANOS, POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO ÀS BOAS PRÁTICAS AGROPECUÁRIAS, BEM-ESTAR ANIMAL E GESTÃO DE PESSOAS NAS GRANJAS

ENCONTRO TAMBÉM MARCOU O PRÉ-LANÇAMENTO DO GUIA DE AVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR ANIMAL EM GRANJAS SUINÍCOLAS – IN 113/2020, DESENVOLVIDO PELA USP EM PARCERIA COM A ABCS

A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) promoveu, no início do mês de agosto, durante o SIAVS 2026, em São Paulo (SP), um painel técnico que reuniu especialistas para discutir os principais desafios e oportunidades da suinocultura brasileira, abordando questões estratégicas para a competitividade do setor, incluindo cenário econômico, políticas públicas, bem-estar animal e gestão de pessoas.

A programação teve início com a abertura institucional conduzida pelo presidente da ABCS, Marcelo Lopes, que deu as boas-vindas ao público. Também participaram desse primeiro momento o presidente da ABEGS, Alexandre Rosa; o presidente da APCS, Valdomiro Ferreira; e, representando a presidência da Embrapa Suínos e Aves, o chefe-adjunto de Transferência de Tecnologia, Jean Vilas Boas, que apresentou o edital de chamamento público para participação nos protocolos



Equipe técnica junto ao palestrante, Mauricio Dutra

de sustentabilidade da suinocultura e avicultura com a Embrapa Suínos e Aves.

Com o encerramento da abertura institucional, o pesquisador da Embrapa Suínos e Aves, **Marcelo Miele**, apresentou o primeiro painel do evento, demonstrando uma análise sobre a organização da suinocultura mundial e os movimentos que vêm moldando a cadeia produtiva nos principais países produtores.

Na sequência, **Iuri Machado**, da Integrall, e **Fernando Iglesias**, da Safras & Mercado, discutiram o comportamento do mercado global e os impactos da geopolítica sobre a produção e a comercialização de proteínas animais. Entre os destaques, os especialistas apontaram o crescimento consistente da produção brasileira, a desaceleração das exportações de carne suína e os desafios relacionados à oferta, ao consumo e ao cenário internacional, reforçando a necessidade de estratégias voltadas à agregação de valor e à abertura de novos mercados.



O presidente Marcelo Lopes, abre o Painel

O uso racional de antimicrobianos e as boas práticas de produção também estiveram em pauta na apresentação de **Maurício Dutra**, da GFD Consultoria, que trouxe uma atualização sobre o cenário nacional e internacional, destacando a importância das medidas preventivas e da adoção de protocolos para fortalecer a sustentabilidade e a competitividade da suinocultura. Durante a apresentação, a ABCS reforçou o Manual de Uso Racional de Antimicrobianos na Suinocultura, lançado no ano passado e disponibilizado em versão impressa para os participantes do evento. Reforçando que este e outros materiais da ABCS estão disponíveis também no formato online para todo o público, acesse o site: www.abcsagro.com.br

Na sequência, **Bruno Leite**, do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), apresentou as políticas públicas de incentivo às boas práticas agropecuárias, e **Charli Ludtke**, diretora técnica da ABCS, destacou a implementação da **Instrução Normativa nº 113/2020**, anunciando o lançamento da premiação Suinocultura 113, uma parceria entre o MAPA, ABCS e a Alinima para incentivo da implementação de BEA na suinocultura; bem como realizou o **pré-lançamento do “Guia de Avaliação do Bem-Estar Animal em Granjas Suinícolas”**, desenvolvido em parceria com a **Universidade de São Paulo (USP)**. O material foi elaborado para apoiar médicos-veterinários, gestores, auditores e técnicos na avaliação da conformidade das granjas com os requisitos da Instrução Normativa 113/2020, oferecendo critérios padronizados, indicadores e orientações para promover a melhoria contínua das práticas de manejo e do bem-estar animal.



Presidente da Asumas, Renato Spera, apresenta o palestrante, Marcelo Miele



Presidente da Asemg, Donizetti Ferreira, apresenta o palestrante, Fernando Iglesias

Encerrando a programação, **Leandro Trindade**, da BPL Educação, abordou a crescente dificuldade de atração e retenção de mão de obra nas granjas. Com base em diagnósticos realizados em mais de 300 propriedades e milhares de entrevistas com colaboradores, o especialista destacou que liderança preparada, reconhecimento, comunicação eficiente e boas condições de trabalho são fatores determinantes para reduzir a rotatividade e aumentar o engajamento das equipes.

Ao final do evento, a diretora técnica da ABCS, Charli Ludtke, reforçou a importância da produção e da disseminação de materiais técnicos que apoiem os produtores na adoção de boas práticas e na tomada de decisões dentro das granjas. “São materiais que transformam conhecimento técnico e exigências normativas em orientações práticas para o dia a dia do produtor. A Instrução Normativa nº 113, por exemplo, representou um marco para a suinocultura brasileira ao estabelecer parâmetros de boas práticas e bem-estar animal, trazendo maior segurança jurídica ao setor e orientando investimentos que impactam diretamente a produção pelos próximos 30 ou 40 anos. Além desses importantes lançamentos do Guia de avaliação de BEA em granjas suinícolas e do Manual de uso racional de antimicrobianos na suinocultura, o evento também trouxe discussões estruturantes para a cadeia. Nosso objetivo é oferecer conhecimento e instrumentos que contribuam para uma suinocultura cada vez mais preparada para os desafios do futuro”, destacou.

ACESSE O MANUAL DE AMR AQUI:

https://abcs.org.br/wp-content/uploads/2025/10/Manual-ABCS_AMR_V18.pdf



ACESSE O GUIA DE AVALIAÇÃO DO BEM-ESTAR ANIMAL EM GRANJAS SUINÍCOLAS

https://abcs.org.br/wp-content/uploads/2026/08/Guia-avaliacao-de-bem-estar-animal-granjas-suinos_Final.pdf





ABCS CAPACITA 33 INSPETORES ZOOTÉCNICOS PARA ATUAÇÃO EM GRANJAS DE GENÉTICA SUÍNA

TREINAMENTO REALIZADO EM PARCERIA COM A EMBRAPA SUÍNOS E AVES PROMOVEU ATUALIZAÇÃO EM BIOSSEGURIDADE, SANIDADE, INSPEÇÃO ZOOTÉCNICA E MELHORAMENTO GENÉTICO E LANÇOU O GUIA DE SELEÇÃO DE REPRODUTORES

A Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS), em parceria com a Embrapa Suínos e Aves, realizou, em maio, em Concórdia (SC), uma capacitação destinada a inspetores zootécnicos que atuam em granjas de genética suína. Ao final do treinamento, 33 profissionais foram credenciados para atuar na inspeção zootécnica em granjas de reprodutores suínos certificados.

A iniciativa teve como objetivo fortalecer a atuação técnica nas granjas de multiplicação genética, proporcionando atualização sobre normas sanitárias, biossegurança, inspeção zootécnica e critérios para avaliação e seleção dos animais. A programação contou com atividades teóricas e práticas conduzidas por especialistas e abordou temas estratégicos para a sanidade, a genética e a produtividade da suinocultura brasileira.

Entre os assuntos apresentados, estiveram doenças virais emergentes e seus impactos na cadeia produtiva, principais enfermidades que afetam a produção de suínos, diagnóstico laboratorial e gestão sanitária.

O treinamento também trouxe uma análise do cenário atual da suinocultura e das perspectivas para o setor nos próximos anos. Na área de genética, os participantes receberam atualizações sobre programas de melhoramento e seleção de reprodutores, além dos regulamentos do Serviço de Registro Genealógico de Suínos (SRGS). Também foram abordados os procedimentos para inspeção zootécnica nas granjas, os critérios das Granjas de Reprodutores Suídeos Certificadas (GRSC) e a avaliação das raças suínas registradas pela ABCS.

A capacitação contemplou ainda conteúdos relacionados à biossegurança, ao monitoramento sanitário e à utilização do sistema BiosSui, reforçando a importância da adoção de protocolos que contribuam para a proteção sanitária das granjas de genética. O curso foi direcionado tanto à formação de novos inspetores quanto à atualização dos profissionais que já exercem a atividade. Os inspetores zootécnicos têm papel fundamental na avaliação e seleção de reprodutores, além de acompanhar o cumprimento das normas estabelecidas pelo SRGS e pelas GRSCs.

LANÇAMENTO DO GUIA DE SELEÇÃO DE REPRODUTORES

Durante o treinamento, a ABCS realizou o lançamento do Guia de Seleção de Reprodutores, primeira publicação nacional voltada à padronização dos critérios de avaliação genética de reprodutores suínos. O material reúne 68 páginas, distribuídas em sete capítulos, e segue as diretrizes do Regulamento do Serviço de Registro Genealógico de Suínos (SRGS), apresentando de forma sistematizada as objeções e desclassificações previstas para cada raça suína comercial. A expectativa é que o Guia se torne uma ferramenta de apoio para inspetores zootécnicos e equipes técnicas das granjas, contribuindo para a padronização das inspeções, o monitoramento diário dos animais e o fortalecimento da qualidade genética da suinocultura nacional. A publicação estará disponível em breve em formato digital no site da ABCS.



ABCS PARTICIPA DE REUNIÃO DA CNA SOBRE PLANO DE ERRADICAÇÃO DA PSC E BIOSSEGURIDADE

ENCONTRO ATUALIZOU AÇÕES PARA RECONHECIMENTO DE NOVA ZONA LIVRE DE PSC E DEBATEU BIOSSEGURIDADE, VIGILÂNCIA SANITÁRIA E CONTROLE DE SUÍNOS ASSELVAJADOS

A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) participou da reunião da Câmara Nacional de Aves e Suínos da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), realizada de forma remota em julho. O encontro reuniu representantes do setor para acompanhar as ações do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) relacionadas à erradicação da Peste Suína Clássica (PSC), além de discutir biossegurança, vigilância sanitária e controle de suínos asselvajados.

Durante a reunião, o MAPA apresentou avanços do Plano Nacional de Erradicação da PSC, incluindo os resultados da primeira etapa do inquérito soroepidemiológico realizado no Amazonas, Pará e Roraima. A iniciativa integra os esforços para o reconhecimento internacional de uma nova zona livre da doença. A previsão é encaminhar o pleito à Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA) até 2027, buscando o reconhecimento oficial em maio de 2028.

O Ministério também informou sobre o avanço da vigilância clínica nas Regiões I e II avançará para a segunda fase, com acompanhamento dos rebanhos, atualização

dos cadastros de produtores e propriedades e fortalecimento da vigilância sanitária. Nas regiões onde ainda há circulação do vírus, a estratégia de vacinação contra a PSC terá prioridade no Piauí e Ceará, dando continuidade às ações iniciadas em Alagoas. Na área de biossegurança, foi destacada a Portaria SDA/ MAPA nº 1.358, que estabelece novos critérios para a certificação das Granjas de Reprodutores Suínos Certificadas (GRSC). O MAPA também trabalha na elaboração de uma norma federal para definir padrões mínimos de biossegurança nas granjas comerciais em todo o país.

Para o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, a erradicação da PSC e o fortalecimento da biossegurança são prioridades para a suinocultura brasileira. “O trabalho integrado entre governo, setor produtivo e entidades representativas é essencial para proteger nosso patrimônio sanitário e ampliar a competitividade da cadeia, tanto no mercado interno quanto nas exportações”, destacou.

Outro ponto central foi o controle dos suínos asselvajados. O MAPA ressaltou a importância da participação dos produtores no levantamento nacional sobre essas populações, cujos dados deverão subsidiar políticas públicas. Também foi informado que MAPA, IBAMA e CNA trabalham na construção de um plano nacional de controle populacional, com as primeiras propostas previstas ainda para 2026.

A preocupação sanitária está especialmente relacionada ao risco de introdução da Peste Suína Africana (PSA), reforçando a necessidade de medidas preventivas nas propriedades, como o cercamento adequado das granjas. Ao final, os participantes defenderam o fortalecimento da assistência técnica, a ampliação do cadastramento das propriedades e a conscientização dos produtores. O MAPA reforçou que a atuação integrada entre governo e entidades do setor será fundamental para avançar na erradicação da PSC e fortalecer a defesa sanitária da suinocultura brasileira.

**COMPARE CENÁRIOS. ANTECIPE DECISÕES.
GANHE EFICIÊNCIA COM O PIG MONEY DA DE HEUS.**



 **PIG
MONEY**



Tome decisões
baseadas em dados



Defina o programa nutricional
mais assertivo



Meça a eficiência da
sua produção



ABCS LANÇA AGENDA POLÍTICA COM DEMANDAS DA SUINOCULTURA PARA ORIENTAR DIÁLOGO NAS ELEIÇÕES DE 2026

DOCUMENTO REÚNE PRIORIDADES DA CADEIA PRODUTIVA E BUSCA FORTALECER UMA ATUAÇÃO COORDENADA DO SETOR NO DIÁLOGO COM CANDIDATOS, PARLAMENTARES E REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO

A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) lançou o documento **"Demandas da Suinocultura para Candidatos 2026"**, uma agenda institucional que consolida as principais prioridades e posicionamentos da cadeia produtiva para subsidiar o diálogo com candidatos, parlamentares e representantes do poder público durante o processo eleitoral de 2026. Elaborado pelo departamento político da ABCS, o material reúne temas estratégicos que impactam diretamente o desenvolvimento da atividade, como bem-estar animal, defesa agropecuária, meio ambiente, integração com as agroindústrias, rotulagem de alimentos, economia e tributação. Além dos posicionamentos defendidos pelo setor, a publicação apresenta desafios, oportunidades e pontos de atenção relacionados à competitividade, sustentabilidade e segurança da produção de suínos no Brasil.

Segundo o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, a agenda oferece às entidades representativas uma referência comum para o diálogo institucional. "Em período eleitoral, é comum que candidatos procurem as associações para conhecerem as demandas do setor produtivo. Nosso objetivo é oferecer um material que apresente, de forma clara e objetiva, as prioridades da suinocultura brasileira, contribuindo para um diálogo mais qualificado e alinhado em todas as regiões do país", destaca. A publicação serve como base para reuniões, audiências, debates e encontros com representantes dos poderes Executivo e Legislativo. A proposta é que as associações estaduais filiadas à ABCS e demais lideranças da cadeia utilizem o documento para promover maior alinhamento das pautas e dos posicionamentos apresentados em diferentes regiões do país.

A iniciativa busca ainda contribuir para a segurança jurídica, um ambiente de negócios mais competitivo e maior previsibilidade para produtores e demais elos da cadeia. Embora lançada no contexto das eleições de 2026, a agenda foi concebida como um instrumento permanente de representação institucional, reunindo argumentos técnicos e diretrizes para dar continuidade à defesa das pautas estratégicas da suinocultura independentemente

das mudanças de governos e mandatos. Para a gerente de relações governamentais da ABCS, Ana Paula Cenci, o documento chega em um momento importante para a representação do setor. "Estamos entrando em um período estratégico para o Brasil. 'Demandas da Suinocultura para Candidatos' consolida as pautas do setor, que são consideradas essenciais para garantir competitividade, segurança jurídica, sustentabilidade e condições adequadas para continuar produzindo e contribuindo com a economia nacional", afirma.

A consultora de relações governamentais Luciana Lacerda também destaca o papel da publicação na aproximação entre produtores e candidatos. "Com esse material, o produtor terá mais clareza e qualidade para alinhar seu discurso e suas prioridades no diálogo com os candidatos. Assim, podemos unificar a cadeia e demonstrar como a suinocultura e o associativismo são essenciais e estruturantes para o agronegócio brasileiro", conclui.

ACESSE O DOCUMENTO "DEMANDAS DA SUINOCULTURA PARA CANDIDATOS 2026" NO SITE DA ABCS, CLIQUE NA IMAGEM PARA ACESSAR!





DEPARTAMENTO DE INTEGRADOS DA ABCS ALINHA ATUAÇÃO ESTRATÉGICA E DEBATE OS 10 ANOS DA LEI DA INTEGRAÇÃO

ENCONTRO REUNIU REPRESENTANTES DE ESTADOS COM SISTEMA DE INTEGRAÇÃO PARA AVALIAR AVANÇOS DA LEGISLAÇÃO, DISCUTIR DESAFIOS E DEFINIR PRIORIDADES PARA FORTALECER A REPRESENTAÇÃO DOS PRODUTORES

A Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS) realizou uma reunião do Departamento de Integrados para alinhar a atuação estratégica em defesa dos produtores, ao final do mês de julho, na sede da Associação Catarinense de Criadores de Suínos (ACCS), em Concórdia (SC). O encontro também marcou as discussões sobre os 10 anos da Lei da Integração (Lei nº 13.288/2016), um dos principais marcos na organização das relações entre produtores integrados e agroindústrias.

A agenda reuniu representantes dos estados brasileiros que adotam o sistema de integração e proporcionou um espaço para compartilhar experiências, discutir os principais desafios da atividade e definir prioridades para os próximos meses. Os participantes também fizeram um balanço da primeira década da legislação, destacando conquistas e pontos que ainda podem ser aperfeiçoados.

Para o presidente da ABCS, Marcelo Lopes, a evolução do sistema de integração reforça a importância da organização e da união dos produtores. “A integração existe há cerca de 60 anos, enquanto a Lei da Integração completa apenas 10 anos. Há alguns anos, reunir produtores integrados era algo inimaginável. Fazer isso hoje já é uma grande conquista e demonstra a força do associativismo”, destacou. Durante a reunião, o consultor de mercado da ABCS, Iuri Machado, apresentou uma análise dos dez anos

da Lei da Integração. Entre os principais avanços, destacou a criação das Comissões para Acompanhamento, Desenvolvimento e Conciliação da Integração (CADECs), que estabeleceram um espaço permanente de diálogo e negociação entre produtores e agroindústrias.

Segundo Machado, antes da legislação, a distribuição dos resultados econômicos da atividade era definida exclusivamente pelas agroindústrias. “A criação das CADECs representou um avanço importante ao proporcionar um ambiente permanente de diálogo e negociação entre produtores e agroindústrias. Esse espaço de governança foi uma das principais conquistas trazidas pela Lei da Integração”, afirmou. O conselheiro de Integração e Cooperativas da ABCS, Alessandro Boigues, ressaltou ainda o papel estratégico das associações no fortalecimento das CADECs. Segundo ele, as entidades contribuem para dar legitimidade à representação dos produtores, promover qualificação técnica, mobilizar a base e oferecer suporte aos representantes durante as negociações.

“Os gestores das agroindústrias mudam ao longo do tempo, mas os produtores permanecem na atividade. Por isso, é fundamental investir em uma representação preparada e fortalecida”, ressaltou Boigues. A reunião também avançou na construção de uma agenda estratégica para o Departamento de Integrados. Entre as prioridades estão o fortalecimento das CADECs, a qualificação da representação dos produtores e a ampliação da troca de experiências entre as associações estaduais.

Com a iniciativa, a ABCS e suas filiadas reforçam o compromisso com a defesa dos suinocultores integrados e com o aprimoramento das relações entre produtores e agroindústrias, tendo o associativismo como ferramenta para ampliar a representatividade e fortalecer o diálogo dentro do sistema de integração.



FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA

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



24
QUINTA
SET

pork
meet
Rio Verde

Realização
AGIGO²⁵
Associação dos Granjeiros Integrados do Estado de Goiás

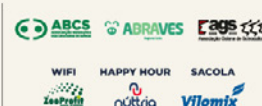
PATROCINADORES OURO



PATROCINADORES PRATA



APOIO:



PORK MEET 2026 REÚNE ESPECIALISTAS DA SUINOCULTURA EM RIO VERDE (GO) PARA UM DIA DE CONHECIMENTO E TROCA DE EXPERIÊNCIAS

EVENTO PROMOVIDO PELA AGIGO ACONTECE EM 24 DE SETEMBRO, EM FORMATO HÍBRIDO, E TERÁ PROGRAMAÇÃO TÉCNICA DEDICADA A PESSOAS E BEM-ESTAR ANIMAL, NUTRIÇÃO, SANIDADE E MANEJO

Um dos mais tradicionais encontros técnicos da suinocultura goiana já tem data marcada. No dia **24 de setembro de 2026, quinta-feira**, Rio Verde (GO) recebe mais uma edição do **Pork Meet**, evento promovido pela **Associação dos Granjeiros Integrados do Estado de Goiás (Agigo)** e que reunirá produtores, profissionais, especialistas e representantes da cadeia produtiva para um dia de atualização, debates e troca de experiências.

Realizado no **Teatro Municipal Lauro Martins (UniRV)**, em **Rio Verde**, o **Pork Meet 2026** terá participação presencial e transmissão on-line, por meio do Zoom Webinar, ampliando o acesso ao conteúdo técnico para profissionais de diferentes regiões.

A programação começa com o credenciamento às **7h15**, seguido da abertura oficial às **8h30**, e se estende ao longo do dia. Nesta edição, os conteúdos estão organizados em três grandes painéis: **Pessoas e Bem-Estar Animal**; **Nutrição e Sanidade**; e **Manejo**.

“MAIS UMA VEZ, BUSCAMOS CONSTRUIR UMA PROGRAMAÇÃO CONECTADA AOS DESAFIOS QUE FAZEM PARTE DA REALIDADE DAS GRANJAS E DOS PRODUTORES. O PORK MEET É UM ESPAÇO PARA TRAZER NOVAS PERSPECTIVAS, COMPARTILHAR CONHECIMENTO TÉCNICO E, PRINCIPALMENTE, APROXIMAR INFORMAÇÕES QUE POSSAM CONTRIBUIR DE FORMA PRÁTICA PARA A ATIVIDADE. A AGIGO ACREDITA MUITO NESSE PAPEL DE CONECTAR PRODUTORES, ESPECIALISTAS E DIFERENTES ELOS DA CADEIA, FORTALECENDO A SUINOCULTURA POR MEIO DO CONHECIMENTO E DA TROCA DE EXPERIÊNCIAS”

IURI PINHEIRO MACHADO - DIRETOR EXECUTIVO DA AGIGO E ORGANIZADOR DO PORK MEET 2026.

PESSOAS E BEM-ESTAR ANIMAL ABREMOS DEBATES

O primeiro painel coloca em discussão um dos principais desafios atuais da produção: conciliar pessoas, eficiência e bem-estar animal. Entre os assuntos apresentados estarão as **boas práticas para redução da rotatividade de mão de obra nas granjas**, com Leandro Trindade; a

construção do **cuidado como cultura, aliando gestão de pessoas, bem-estar animal e eficiência produtiva**, com Roniê Pinheiro; e as lições obtidas ao longo de **15 anos de implementação prática de sistemas de bem-estar animal na produção de suínos**, apresentadas por Glauber Machado. Danilo Leal completa o painel abordando **ambiência e bem-estar animal, seus desafios e oportunidades**. Ao final das apresentações, os especialistas participam de um debate com o público.

NUTRIÇÃO, SANIDADE E DADOS APLICADOS À PRODUÇÃO

No período da tarde, o segundo painel será dedicado à **Nutrição e Sanidade**, trazendo temas diretamente relacionados à eficiência e à tomada de decisão nas granjas. Kariny Fonseca da Silva apresenta o **uso inteligente de fibras para redução de custos e otimização de resultados**. Daniel Miranda aborda o **impacto multissistêmico das micotoxinas subclínicas nos indicadores produtivos da suinocultura moderna**. A tecnologia também ganha espaço com Rafael Nicolino, que discutirá como **transformar dados em decisões estratégicas a partir da epidemiologia digital**, apontando perspectivas para o futuro da produção de suínos.

MANEJO FECHA PROGRAMAÇÃO TÉCNICA

O terceiro painel será dedicado ao **Manejo**. Rodrigo Lima abordará estratégias de manejo alimentar durante a gestação e lactação para melhorar a produtividade e a longevidade das matrizes. Na sequência, Rosiel Cavalcanti Filho apresenta o tema **“Crescimento de suínos: o produtor transforma potencial genético em resultados consistentes”**. Após o debate final, o encerramento oficial está previsto para às 18h. A programação continua com o **Pork Hour**, momento de confraternização e relacionamento entre os participantes, previsto das 18h às 21h.

INSCRIÇÕES ABERTAS

As inscrições para o Pork Meet 2026 estão disponíveis pela plataforma Sympla, com opções para participação presencial e on-line.

Para participação presencial, o ingresso geral custa R\$ 350 mais taxas. Após o dia 23 de setembro, as inscrições presenciais passam a ser realizadas no local pelo valor de R\$ 400, com pagamento em dinheiro ou PIX.

Associados e parceiros da Agigo poderão ter isenção da inscrição presencial, mediante utilização de código

específico disponibilizado pela entidade e comprovação do vínculo. Caso o vínculo não seja comprovado, será cobrado o valor correspondente ao ingresso. O almoço não está incluído na inscrição, permitindo aos participantes um período livre durante o intervalo.

Já a participação on-line, por meio do Zoom Webinar, custa R\$ 150 mais taxas. Para acompanhar a transmissão, o participante deverá possuir ou realizar cadastro na plataforma Zoom, garantindo o acesso individual ao ambiente do evento. A utilização do webinar busca proporcionar maior exclusividade e segurança aos participantes inscritos, permitindo que o público on-line acompanhe a programação técnica ao longo do dia em um ambiente reservado aos participantes.

Após a inscrição, as orientações e o link de acesso serão encaminhados por e-mail. Também poderão ser disponibilizados cupons de isenção pela Agigo e seus parceiros. Os participantes receberão certificado por e-mail após o evento, tanto na modalidade presencial quanto on-line.

Com uma programação que conecta conhecimento técnico, desafios cotidianos das granjas e novas perspectivas para o setor, o **Pork Meet 2026** reforça sua proposta de aproximar diferentes elos da cadeia produtiva e contribuir para uma suinocultura cada vez mais eficiente, preparada e sustentável.

Ao promover o encontro e estimular o diálogo entre produtores e especialistas, a **Agigo reafirma seu protagonismo na geração e disseminação de conhecimento**, criando oportunidades para que informações técnicas, experiências e novas soluções cheguem a quem está diretamente envolvido com o desenvolvimento da suinocultura.



INSCRIÇÕES:

<http://abre.ai/porkmeet>





DEPUTADOS DE GOIÁS APROVAM LEI QUE INSERE A CARNE SUÍNA NA MERENDA ESCOLAR SEMANALMENTE

Assim como os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, além de alguns municípios brasileiros, Goiás vai passar a incluir a carne suína na merenda escolar das escolas públicas pelo menos uma vez por semana via lei estadual. A Assembleia Legislativa de Goiás aprovou a medida no dia 13 de agosto após atuação da Associação Goiana de Suinocultores (AGS). O texto vai à sanção.

“Estamos celebrando muito e os estudantes goianos terão uma carne de qualidade na merenda. A proteína é produzida hoje em granjas tecnificadas, que trabalham essencialmente visando a qualificação do criatório, com preocupação diária no manejo, no bem-estar dos animais, na qualificação da nutrição, do melhoramento genético e na capacitação dos seus servidores e colaboradores”, afirmou o presidente da AGS, Bruno Mariano.

O projeto de lei, de autoria do deputado estadual Tales Barreto, é uma pauta antiga dos suinocultores goianos. “Estávamos com essa pauta há tempos, conversando com parlamentares que abraçassem a causa. O Tales Barreto foi receptivo e se sensibilizou com os produtores. Agora estamos confiantes que a lei será sancionada e vai passar a valer”, conta Bruno.

Goiás se destaca na inclusão da carne suína na merenda escolar. A AGS realiza projetos voltados para escolas há cerca de 25 anos, quando a primeira parceria foi fechada com a Prefeitura de Goiânia, que adotou o porco na merenda uma vez por semana mesmo sem força de lei. “Neste tempo todo, levamos cursos e projetos para diversas cidades goianas, que também já colocaram a carne de porco na merenda sem a necessidade de lei. Há municípios que já ampliaram a inserção da proteína, de uma para duas vezes na semana”, diz Mariano.

Para o presidente da AGS, o segmento hoje é convocado, por meio da aprovação desse projeto, a estar presente e pronto para produzir e disponibilizar essa carne para um setor importante, a merenda escolar. “Então, os nutricionistas, as nossas queridas merendeiras podem ter certeza de que a carne suína chegará à mesa de vocês para que possam preparar alimento de alta qualidade, pratos bem elaborados e levar à mesa dos nossos estudantes”, celebrou.



SAUDALI REALIZA AÇÃO INÉDITA COM A AZUL EM CELEBRAÇÃO O DIA DA GASTRONOMIA MINEIRA

Uma ação inédita, em parceria com a companhia aérea Azul, marcou a celebração da Gastronomia Mineira, entre os dias 1º e 7 de julho.

A iniciativa da Saudali levou a tradicional pururuca a passageiros de voos do Rio de Janeiro, Recife e Salvador com destino a Belo Horizonte, a fim de aproximar os consumidores da culinária mineira antes mesmo do desembarque em Minas Gerais.

A proposta foi transformar a viagem em uma experiência gastronômica e afetiva, utilizando um dos produtos mais tradicionais da culinária mineira como ponto de conexão com o público.

A Pururuca Saudali, pronta para consumo e tradicionalmente servida como petisco ou em receitas típicas, chegou às mãos dos passageiros como uma lembrança saborosa da gastronomia mineira. Segundo a supervisora de marketing da Saudali, Esmeralda Canazart, a ação reforçou o posicionamento da marca de aproximar tradição e experiência de consumo. "Minas Gerais possui uma identidade gastronômica muito forte e reconhecida em todo o país. Participar desse momento de conexão das pessoas com o estado, ainda durante a viagem, é uma forma de levarmos a experiência da marca para além da mesa. A ação com a Azul fortalece nossa proposta de unir tradição, sabor e inovação em experiências que criam proximidade com o consumidor", destacou a supervisora.

O projeto construído juntamente com a Eletromidia e que além de sampling, contou com ação de Speech e telas de bordo, alcançou cerca de 15 mil passageiros em 106 voos durante o período.

Além do caráter promocional, a campanha reforçou também o movimento de valorização da gastronomia mineira como patrimônio cultural e turístico. Reconhecida nacionalmente pela riqueza de sabores e receitas tradicionais, Minas Gerais consolidou-se como um dos principais destinos gastronômicos do país, atraindo visitantes interessados na culinária regional.



ASSUVAP AMPLIA AÇÕES VOLTADAS AO FORTALECIMENTO DO PRODUTOR E À VALORIZAÇÃO DA CARNE SUÍNA

Diante de um cenário que exige, cada vez mais, eficiência e atenção aos custos de produção, a Assuvap vem intensificando, no segundo semestre de 2026, ações voltadas ao fortalecimento dos suinocultores do Vale do Piranga. Capacitação, gestão e valorização da carne suína estão entre as frentes trabalhadas pela entidade, considerando tanto os desafios atuais da atividade quanto o desenvolvimento da cadeia no longo prazo.

Em julho, a Assuvap participou da 8ª Festa do Porco, em Piedade de Ponte Nova. Tradicional na região, o evento reuniu produtores e a comunidade e abriu espaço para aproximar a sociedade da suinocultura, valorizar quem produz e estimular o consumo da carne suína.

No mesmo mês, a entidade completou 41 anos de atuação. Além de celebrar a trajetória construída, a data reforçou o propósito que acompanha a Assuvap desde sua criação: representar o suinocultor e contribuir para o desenvolvimento e o fortalecimento da atividade no Vale do Piranga.

Em agosto, esse trabalho avançou também por meio da Educação Continuada. No dia 5, produtores e profissionais participaram do workshop “NR-01 na Prática – O

Futuro das Nossas Relações de Trabalho”, que abordou gestão de pessoas, processos e as mudanças relacionadas à Norma Regulamentadora nº 01. A programação segue no dia 18, com a palestra “Gestão Não Tem Tamanho – Como elevar a competitividade da sua propriedade no mercado”, trazendo para o centro da discussão a importância da gestão e da organização para os resultados das propriedades.

A sequência das capacitações responde a uma necessidade cada vez mais presente no campo. Em momentos de maior pressão sobre a atividade, nem todas as variáveis estão sob o controle do produtor, mas a gestão, a qualificação das equipes, a eficiência dos processos e o acesso à informação são pontos sobre os quais é possível atuar para tornar as propriedades mais preparadas e competitivas.

Ao mesmo tempo, a Assuvap começa a estruturar uma nova frente voltada para outro ponto fundamental da cadeia: o consumidor. Ainda em 2026, a entidade dará início a um projeto de longo prazo para a valorização da carne suína, estruturado para os próximos três anos.

A iniciativa pretende aproximar a produção, o varejo e o consumidor além de ampliar o conhecimento e a percepção de valor sobre a proteína. A primeira etapa será voltada à geração de interesse e desejo pela carne suína. Nos anos seguintes, o trabalho avançará para a construção de confiança e preferência, estabelecendo uma estratégia contínua de relacionamento com o consumidor.

Em um setor marcado por ciclos e por variáveis que, muitas vezes, fogem do controle individual do produtor, fortalecer a gestão, o conhecimento e o valor ao longo da cadeia são caminhos que precisam avançar juntos.

Aos 41 anos, a Assuvap segue direcionando suas ações para os desafios de hoje, sem deixar de construir caminhos para o futuro da suinocultura do Vale do Piranga.





Uma história
de todos.

A 50ª edição do Dia Estadual do Porco foi histórica!

Nosso agradecimento a cada suinocultor,
apoiador e patrocinador que participou e
ajudou a tornar este evento possível.

Juntos, seguimos fortalecendo a suinocultura!



REALIZAÇÃO: **acsurs**

**Nos encontramos em Três Passos/RS,
no dia 23 de julho de 2027.**



ASUMAS CONFIRMA VIII FÓRUM DE DESENVOLVIMENTO DA SUINOCULTURA DE MS

EVENTO SERÁ REALIZADO EM SETEMBRO, EM DOURADOS/MS, E DEBATERÁ INOVAÇÃO, SUSTENTABILIDADE, MERCADO E PESSOAS COMO PILARES PARA UMA SUINOCULTURA MAIS COMPETITIVA

A Associação Sul-Mato-Grossense de Suinocultores (ASUMAS) já tem data marcada para um dos principais encontros da suinocultura. No dia 17 de setembro, acontece o VIII Fórum de Desenvolvimento da Suinocultura de Mato Grosso do Sul, em Dourados/MS. Com temas como inovação, sustentabilidade e gestão de pessoas, o evento reforça o compromisso da associação em promover conhecimento, integração e desenvolvimento para toda a cadeia produtiva.

Consolidado no calendário da suinocultura sul-mato-grossense, o Fórum chega com uma programação voltada aos desafios e às oportunidades que estão moldando o futuro da atividade. Entre os debates, um dos temas que ganha destaque é como atrair, desenvolver e reter profissionais na suinocultura. Em uma atividade cada vez mais tecnológica e especializada, a formação e a valorização das equipes passam a ser fatores fundamentais para a produtividade e a competitividade das granjas. A proposta é discutir caminhos para aproximar novos talentos do setor, desenvolver profissionais e criar perspectivas de crescimento dentro da cadeia.

Para o presidente da ASUMAS, Renato Spera, o futuro da atividade passa necessariamente pela capacidade de integrar inovação, sustentabilidade e pessoas. “O Fórum é um dos momentos mais importantes do nosso calendário porque nos permite reunir diferentes atores da cadeia para

falar sobre o presente e, principalmente, sobre o futuro. Queremos discutir inovação, sustentabilidade e mercado, mas também olhar para quem está dentro das granjas e faz a atividade acontecer. Atrair, desenvolver e reter profissionais é um desafio para o setor, e precisamos criar cada vez mais oportunidades para que as pessoas enxerguem a suinocultura como uma atividade moderna, tecnológica e com futuro”, destaca o suinocultor.

A programação apresenta ainda discussões sobre biometano, fertirrigação e carbono, temas que ganham relevância diante das oportunidades de aproveitamento dos resíduos da produção e da busca por soluções que aliem sustentabilidade e geração de valor. O mercado e o Plano Safra também integram a agenda, trazendo uma visão estratégica sobre o cenário econômico e as condições para investimentos no setor.

Já a comunicação será abordada como uma ferramenta estratégica para a cadeia. Em um cenário de maior conexão entre campo e sociedade, comunicar os avanços da suinocultura, suas práticas e sua importância econômica e ambiental tornou-se fundamental para ampliar o diálogo e fortalecer a imagem da atividade.

Ao chegar à sua oitava edição, o Fórum reafirma seu papel como espaço de diálogo, atualização e construção de conhecimento para produtores, profissionais, empresas, especialistas e lideranças. Mais do que acompanhar as mudanças, a proposta da ASUMAS é antecipar tendências e discutir como a suinocultura pode continuar evoluindo com eficiência, responsabilidade, inovação e pessoas preparadas para construir o futuro.





ACREDITANDO
NA SUINOCULTURA
FORTALECENDO
O COOPERATIVISMO

UMA HISTÓRIA QUE ALIMENTA O FUTURO.

Há 23 anos, a SUINCO transforma dedicação em qualidade e trabalho em resultados. Seguimos juntos, cooperando e crescendo para levar sempre o melhor até você.



@cooperativasuinco



@cozinhapremiada



suinco.com.br



suincozinhapremiada



somos
coop



FAVESU

Feira da Proteína
Animal Capixaba

2027

PONTO DE ENCONTRO DA CADEIA DA **PROTEÍNA ANIMAL CAPIXABA**

Se você faz parte desse mercado, já pode marcar na agenda: **a FAVESU 2027 está chegando!**

Dois dias de oportunidades de negócios e relacionamento com produtores, empresas, profissionais e lideranças da **avicultura**, **suinocultura** e **psicultura** capixaba.



14 E 15 DE ABRIL DE 2027

CENTRO DE EVENTOS PADRE CLETO CALIMAN
VENDA NOVA DO IMIGRANTE - ES

CONTATO COMERCIAL



MAIS INFORMAÇÕES:
www.favesu.com.br

REALIZAÇÃO



CORREALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO E PRODUÇÃO



Portfólio mais *robusto*, com *novas* *tecnologias*.

 Secagem rápida e
menor reumidificação

 Boa aderência e
aplicação simples

 Conforto térmico

 Suporte ao ambiente



 Pureza e
comprovação mineral

 Estabilidade e desempenho
na formulação

 Segurança e garantia
de qualidade

 Tecnologia exclusiva





CIÊNCIA PARA A RENTABILIDADE

COM A SEGUNDA UNIDADE DO CENTRO DE PESQUISA E INOVAÇÃO, COOPERATIVA A1E AGROCERES PIC E AMPLIAM A CAPACIDADE DE AVALIAR TECNOLOGIAS E ESTRATÉGIAS PRODUTIVAS EM CONDIÇÕES COMERCIAIS

Antes de chegar ao campo, uma nova tecnologia precisa responder a uma questão essencial: ela funciona nas condições reais de produção? É para responder a perguntas como essa que a Cooperativa A1e e a Agrocere PIC ampliaram a estrutura de pesquisa aplicada mantida pelas empresas em Iporã do Oeste (SC).

Com duas unidades complementares, o Centro amplia a capacidade de realizar estudos em genética, nutrição, manejo e equipamentos em condições próximas às encontradas nas granjas. A estrutura permite direcionar cada protocolo às condições mais adequadas e avaliar resultados produtivos, operacionais e econômicos.

agrocere PIC

Em escala comercial, a pesquisa ajuda a identificar o que funciona, em quais condições e com que impacto antes que uma tecnologia ou estratégia seja recomendada ao produtor. O objetivo é transformar dados em decisões mais seguras e reduzir incertezas técnicas e econômicas.

“UMA ESTRUTURA COMO ESSA APROXIMA A PESQUISA DAS QUESTÕES REAIS DA PRODUÇÃO E AUMENTA A QUALIDADE DAS DECISÕES TÉCNICAS. QUANTO MAIS CONSEGUIMOS VALIDAR UMA RECOMENDAÇÃO ANTES DE LEVÁ-LA AO CAMPO, MAIOR É A SEGURANÇA PARA INVESTIR E O POTENCIAL DE GERAR RETORNO ECONÔMICO AO PRODUTOR”

ALEXANDRE ROSA –
DIRETOR DA AGROCERES PIC.

**PESQUISA
EM ESCALA
COMERCIAL**


2
UNIDADES
EXPERIMENTAIS


4.050
ANIMAIS
de capacidade
conjunta


6
LOTES
EXPERIMENTAIS/
ANO


13
EXPERIMENTOS
realizados
desde 2021


24
MIL LEITÕES
avaliados desde
o início das
atividades

VACINAS COMBINADAS TRANSFORMAM A SUINOCULTURA E TRAZEM MAIS SEGURANÇA

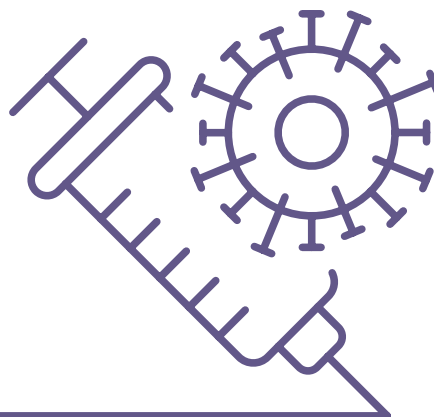
A busca por sistemas de produção mais sustentáveis e humanizados tem levado a suinocultura a atualizar os protocolos. Um dos avanços é o uso de vacinas combinadas de dose única, como a CIRCUMVENT® CML, a primeira e única vacina que protege contra três dos principais causadores de doenças em suínos com uma única injeção.

Lançada em 2025, pela MSD Saúde Animal, ela proporciona uma melhor experiência para as pessoas e para os animais, inovando no processo de imunização contra Circovírus suíno (PCV2), *Mycoplasma hyopneumoniae* e *Lawsonia intracellularis*. Uma solução diretamente alinhada ao conceito de **Bem-Estar Único**, integrando saúde animal, bem-estar humano e sustentabilidade do sistema.

Filipe Dalla Costa, coordenador técnico de Bem-Estar Animal na MSD Saúde Animal, afirma que

estudos indicam que a aplicação de múltiplas vacinas pode aumentar a sensação de dor e gerar estresse cumulativo aos indivíduos. “Por outro lado, a redução no número de intervenções vacinais gera um impacto positivo na rotina das granjas.”

Menos manejos também significam menor carga física e mental dos próprios manejadores, reduzindo a fadiga e a exposição a acidentes com agulhas ou movimentos repetitivos. “As vacinas polivalentes representam um ganho importante para otimizar o processo de vacinação na suinocultura. Economizam tempo e recursos, além de promover uma proteção eficaz e abrangente contra diversas doenças. Trata-se de uma evolução técnica alinhada ao conceito moderno de melhores práticas de bem-estar único”, diz Filipe.



PODIPORCO: CONHECIMENTO QUE VAI ALÉM DA CONVERSA

O que começou como uma conversa sobre a suinocultura ganhou voz, audiência e espaço no setor.

O PodiPorco, podcast oficial da De Heus Brasil, já ultrapassou 7 milhões de impactos digitais e está presente no Spotify, YouTube e Instagram, levando informação a quem vive e movimenta a cadeia produtiva.

Por trás desse alcance estão discussões sobre os desafios e as oportunidades da suinocultura

moderna, reunindo especialistas, produtores, técnicos, médicos-veterinários, consultores e lideranças do agronegócio.

Mais do que ouvir, o PodiPorco convida a trocar experiências, ampliar perspectivas e transformar conhecimento em evolução.

INFORMAÇÃO. CONEXÃO. EVOLUÇÃO.

É assim que o PodiPorco vem dando voz à suinocultura brasileira.

Acompanhe nas suas plataformas favoritas

YouTube, Spotify, Instagram

PODI PORCO
O podcast da suinocultura moderna

Conhecimento que impulsiona a produtividade.
Insights práticos, conversas reais e conhecimento de quem constrói o futuro da produção suína.

Desempenho | Biossegurança | Sustentabilidade | Gestão

Informação. Conexão. Evolução.
Tudo em um só lugar.

de heus
powering progress

The graphic features a pink pig icon, a microphone, and a smartphone displaying a podcast episode. The background includes a farm scene and a pig illustration.

Na suinocultura, eficiência é transformar potencial genético em animais viáveis, uniformes e capazes de expressar alto desempenho ao longo de todo o ciclo produtivo. E esse resultado começa a ser construído ainda na maternidade.

Por isso, a DNA South America direciona seu programa de melhoramento genético para a hiperprolificidade com responsabilidade. E a fêmea DNA L241 traduz essa estratégia ao reunir leitegadas mais uniformes, excelente habilidade materna, eficiência alimentar e desempenho consistente ao longo dos ciclos.

Afinal, a rentabilidade não depende apenas de quantos leitões nascem, mas da capacidade de conduzi-los com qualidade até o desmame e as

fases seguintes. Nos últimos seis anos, o programa genético da DNA proporcionou um aumento de 145 g no peso médio ao nascimento, com mais de 83% dos leitões na faixa ideal, entre 1,0 e 2,1 kg. No mesmo período, o peso total ao nascimento por leitegada cresceu 2,6 kg, e cada fêmea passou a desmamar 9,3 kg a mais em peso total de leitões.

Em um sistema com 5.000 matrizes, essa evolução representa um potencial de aproximadamente 113.500 kg adicionais de leitões produzidos por ano. Mais do que indicadores zootécnicos, esses resultados revelam uma matriz funcional, capaz de trazer maior previsibilidade ao sistema. É o equilíbrio entre prolificidade, viabilidade e desempenho transformando potencial genético em rentabilidade para toda a cadeia.



HIPERPROLIFICIDADE COM RESPONSABILIDADE

Mais **nascidos**. Mais **viabilidade**.
Mais **resultado**.

Porque a verdadeira evolução genética acontece
quando quantidade e qualidade
caminham juntas.

