

2º. SIMPÓSIO ASGAV
ATUALIZAÇÕES EM SANIDADE AVÍCOLA
Porto Alegre , 26 de novembro de 2019

ABPA

**SANIDADE AVÍCOLA NO
BRASIL E IMPACTOS
MERCADOLÓGICOS**

ARIEL ANTONIO MENDES
DIRETOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DA ABPA

AVICULTURA BRASILEIRA



Avicultura brasileira

- 1,5% do PIB brasileiro
- 4 milhões de empregos diretos e indiretos
- 8,5 bilhões de dólares em exportações
- Maior exportador mundial de carne de frango com 4,1 milhões de toneladas exportadas para mais de 160 países
- 39% do mercado mundial de carne de frango
- Consumo de 42 kg/habitante/ano de carne de frango
- 47% das carnes produzidas no país

Vantagens competitivas do Brasil

Sistema de integração consolidado que permite implementar programas de qualidade em todos os elos da cadeia

Flexibilidade para atender as exigências dos clientes internacionais

Desenvolvimento de tecnologia própria

Mix de produtos que otimiza a exportação para diferentes mercados

Sanidade animal e programas de biossegurança eficientes

Custo de produção baixo

Programa Nacional de Sanidade Avícola que garante a sanidade dos plantéis e os acordos sanitários



Carne de frango

RESUMO DO SETOR



Produção

12,855 milhões
de ton (2018)

Produção Mundial  **13,5%**

- | 2° maior produtor mundial
- | Livre de Influenza Aviária e Newcastle
- | Valor Bruto da Produção R\$ 55,2 bilhões (2018)
- | 3,5 milhões de empregos gerados



Exportação

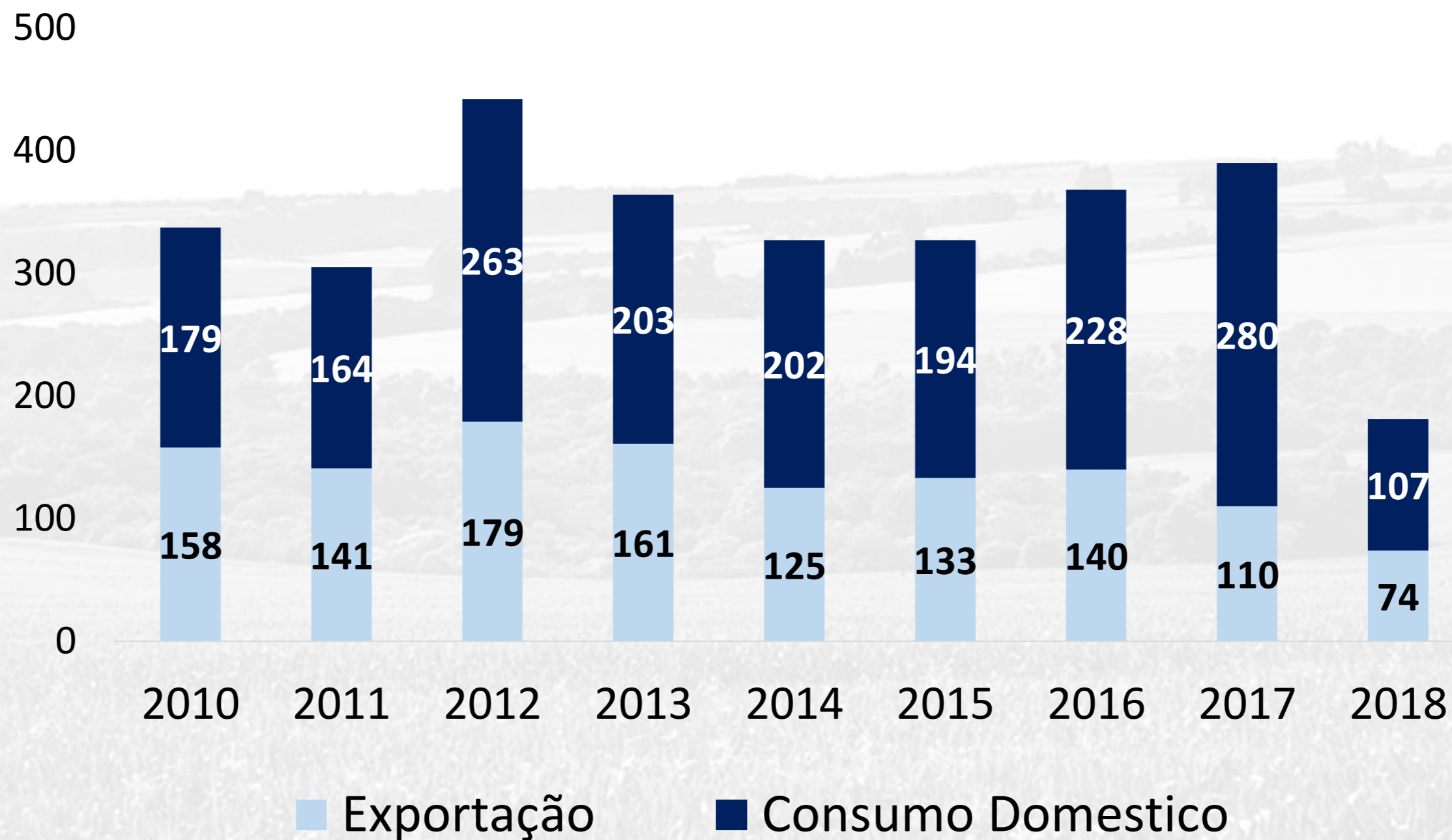


4,101 milhões
de ton (2018)

Exportações Mundiais  **36%**

- | Maior exportador mundial
- | Exporta para mais de 150 mercados
- | 6° principal produto exportado pelo Brasil (2018)
- | 22 estados exportadores de carne de frango

Consumo doméstico e exportação de carne de peru no Brasil (mil toneladas)



Fonte: ABPA 2018

Produção de ovos comerciais no Brasil (Bilhões de unidades)

ALOJAMENTO

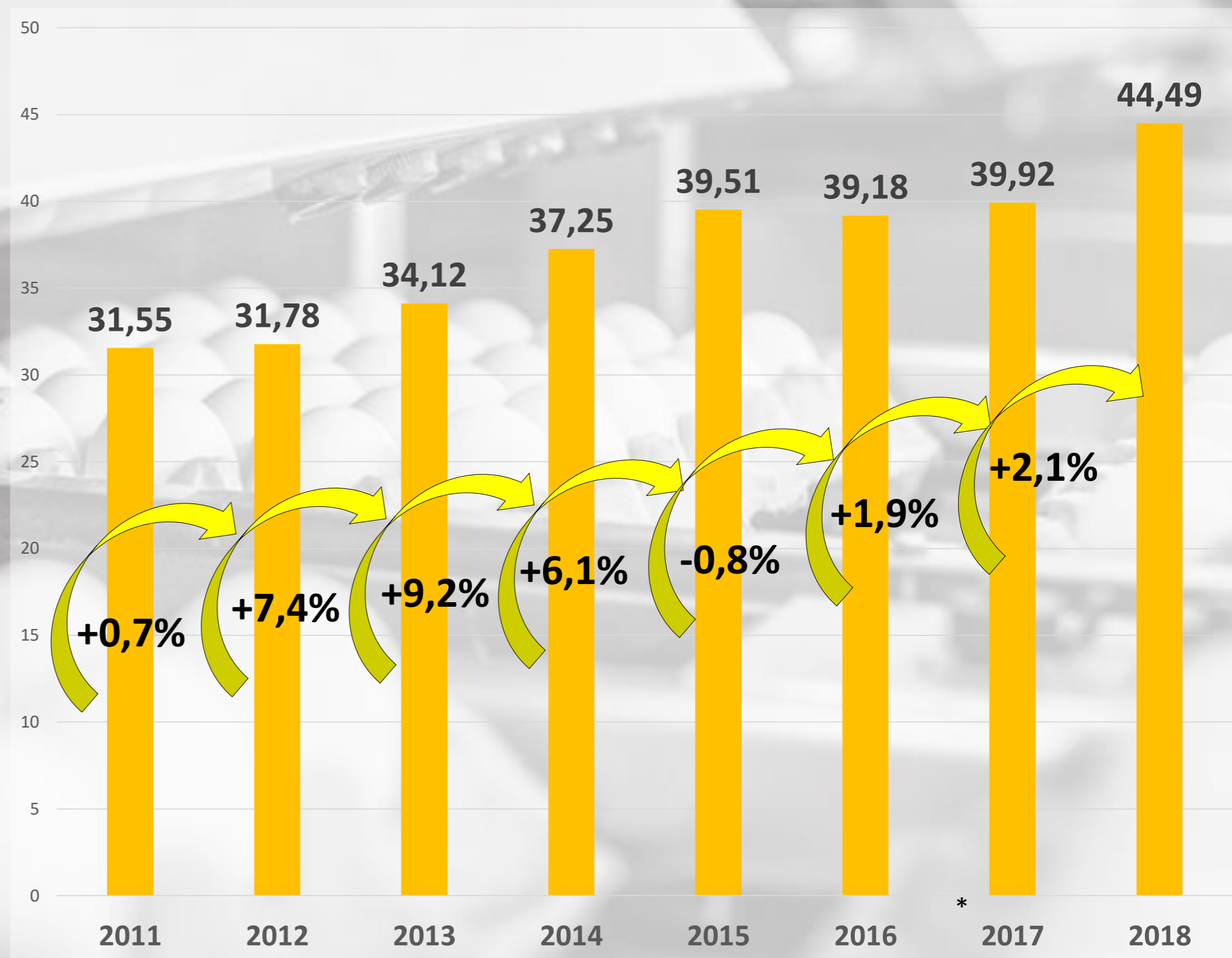
115 milhões de poedeiras alojadas/ano

EXPORTAÇÃO

11.670 tons
17.188 mil US\$

CONSUMO

212 ovos/hab/ano



Fonte: ABPA 2017

Plataforma de produção de material genético

- 50 Milhões de matrizes produzidas em 2018
- Exporta avós e matrizes para vários países
- Exporta ovos controlados para fabricação de vacinas
- Exporta ovos férteis para Oriente Médio, Ásia e América Latina
- 150 milhões de ovos férteis exportados em 2018

Exportação brasileira de matrizes para carne e avós para carne

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Reprodutoras para carne	5.891.514	4.323.520	4.913.370	4.466.774	4.133.395	6.220.190	7.455.379
Avós para carne	368.386	557.774	597.957	762.099	714.162	638.911	542.497

Exportação brasileira de matrizes de *postura*

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ovos vermelhos	1.059.024	812.344	823.374	763.154	728.683	1.167.001	974.550
Ovos brancos	134.460	186.750	136.800	252.175	100.060	180.814	286.415

AVICULTURA GAÚCHA



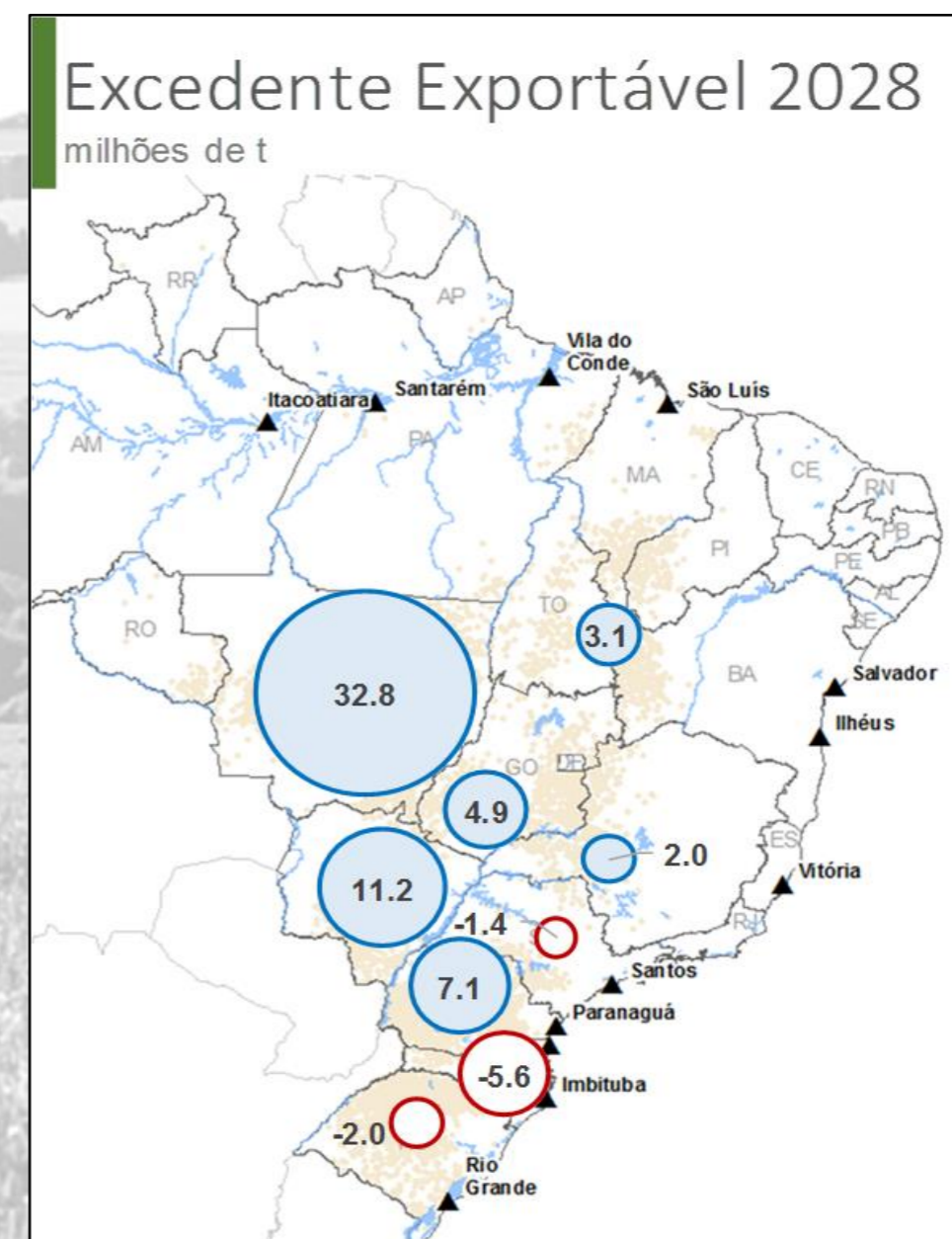
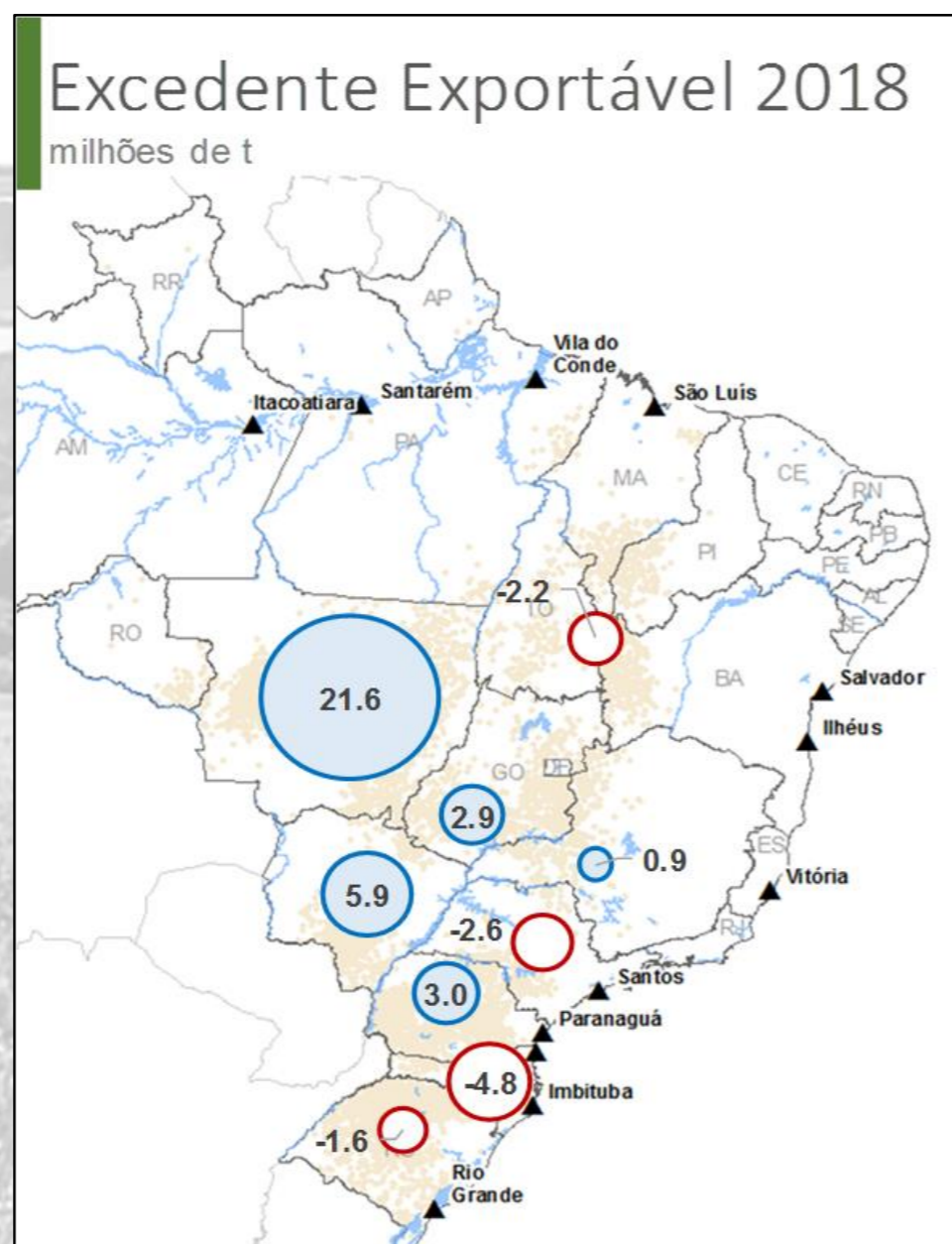
Produção de carne de frango por Estado (%)

ESTADO	2014	2015	2016	2017	2018
PR	32,26	32,46	33,46	34,32	35,47
SC	16,96	16,24	16,06	16,21	14,78
RS	14,24	14,13	14,11	13,82	14,60
SP	10,61	9,22	9,33	9,32	9,47
MG	7,12	7,25	7,88	7,10	6,72
GO	6,50	7,22	6,71	7,15	6,02
MT	4,40	4,51	4,21	3,99	4,20
MS	3,09	3,22	3,06	3,23	3,26

Exportação de carne de frango por Estado (%)

ESTADO	2014	2015	2016	2017	2018
PR	32,21	35,70	35,85	37,20	37,51
SC	24,45	23,30	23,24	22,95	27,11
RS	18,35	17,66	17,20	17,58	13,79
SP	6,34	6,20	6,32	6,06	5,99
MG	4,74	4,67	4,94	4,03	2,89
GO	4,45	4,80	4,22	4,34	5,00
MS	4,25	4,02	3,89	4,28	3,93
MT	2,94	2,35	2,84	2,12	2,24

Déficit de milho no Sul e excesso exportável no Centro Oeste



FORTALEZAS, DEBILIDADES E AMEAÇAS A AVICULTURA BRASILEIRA



Fortalezas da avicultura brasileira

Fiscais treinados em simulados e planos de contingência específicos de IA e Enfermidade de Newcastle

Modelo avicultura de corte integrada com assistência técnica constante

Georeferenciamento em grande parte das propriedades de vários estados

Modelo exitoso no controle febre aftosa, Doença de Newcastle e de contingência nos surtos de laringotraqueíte

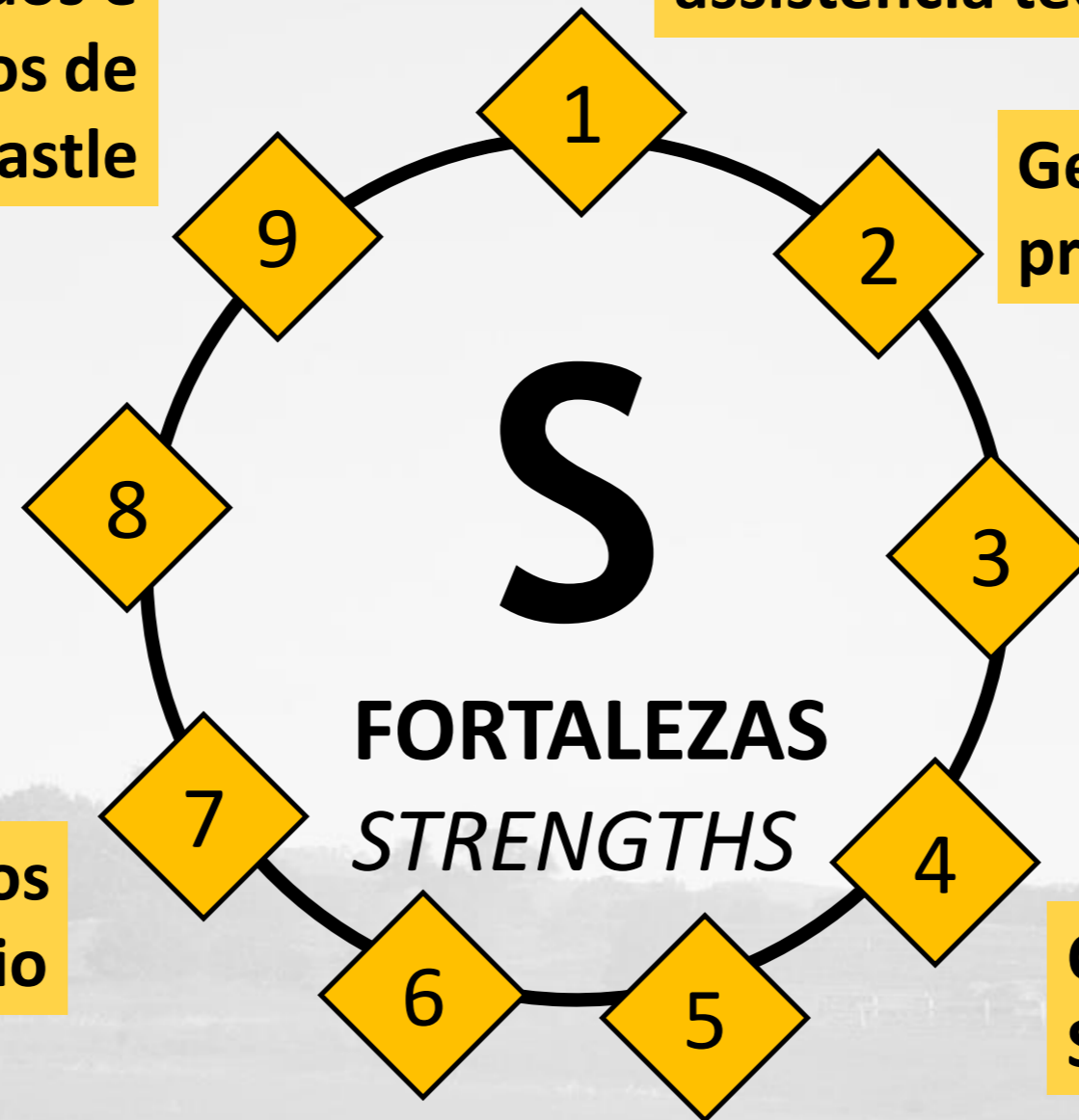
Capilaridade no Serviço de Defesa Sanitária Animal

Plataforma local de material genético

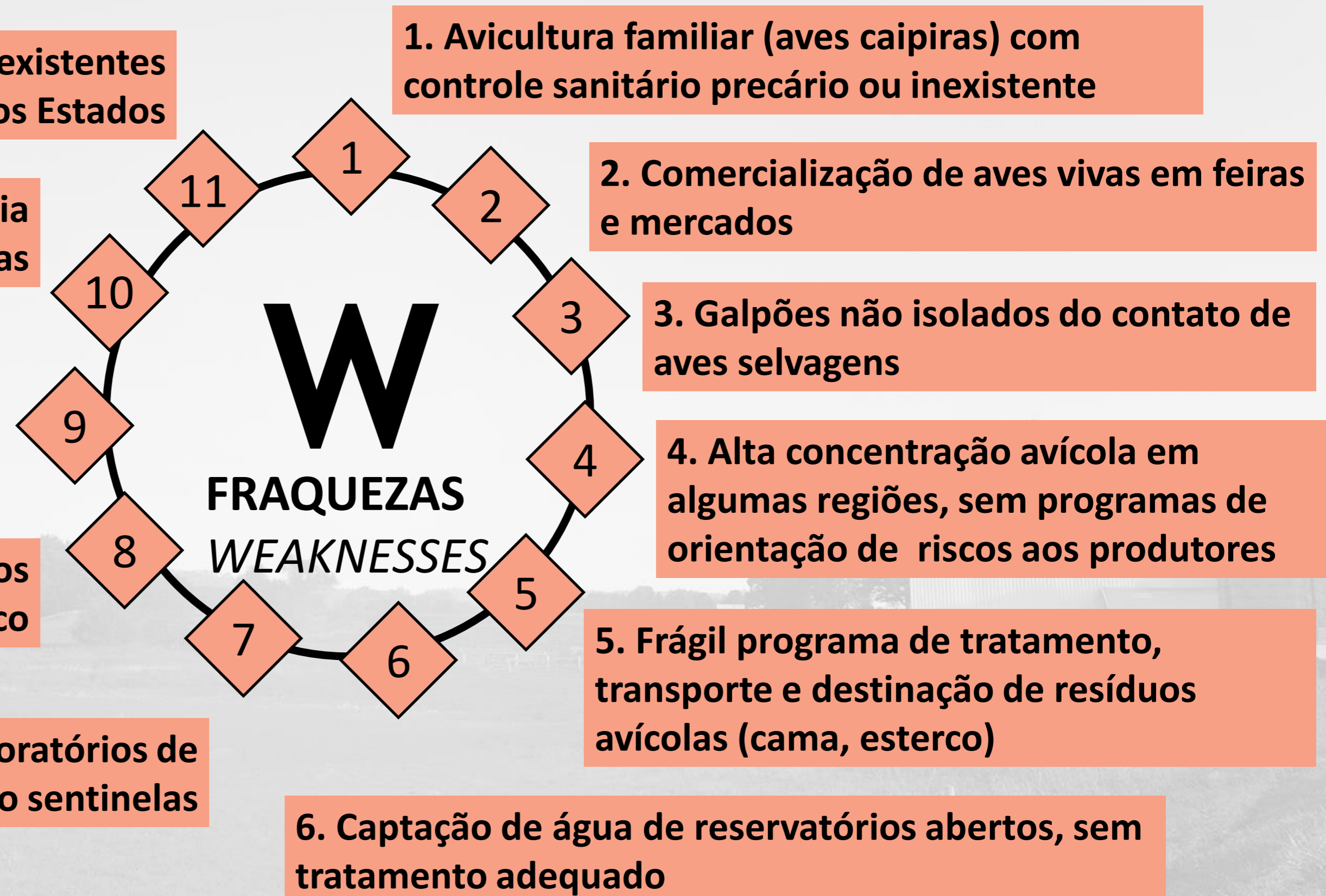
Novas áreas de produção nas fronteiras agrícolas (diminui concentração nas áreas tradicionais)

Existência de fundos indenizatórios estaduais e seguro sanitário

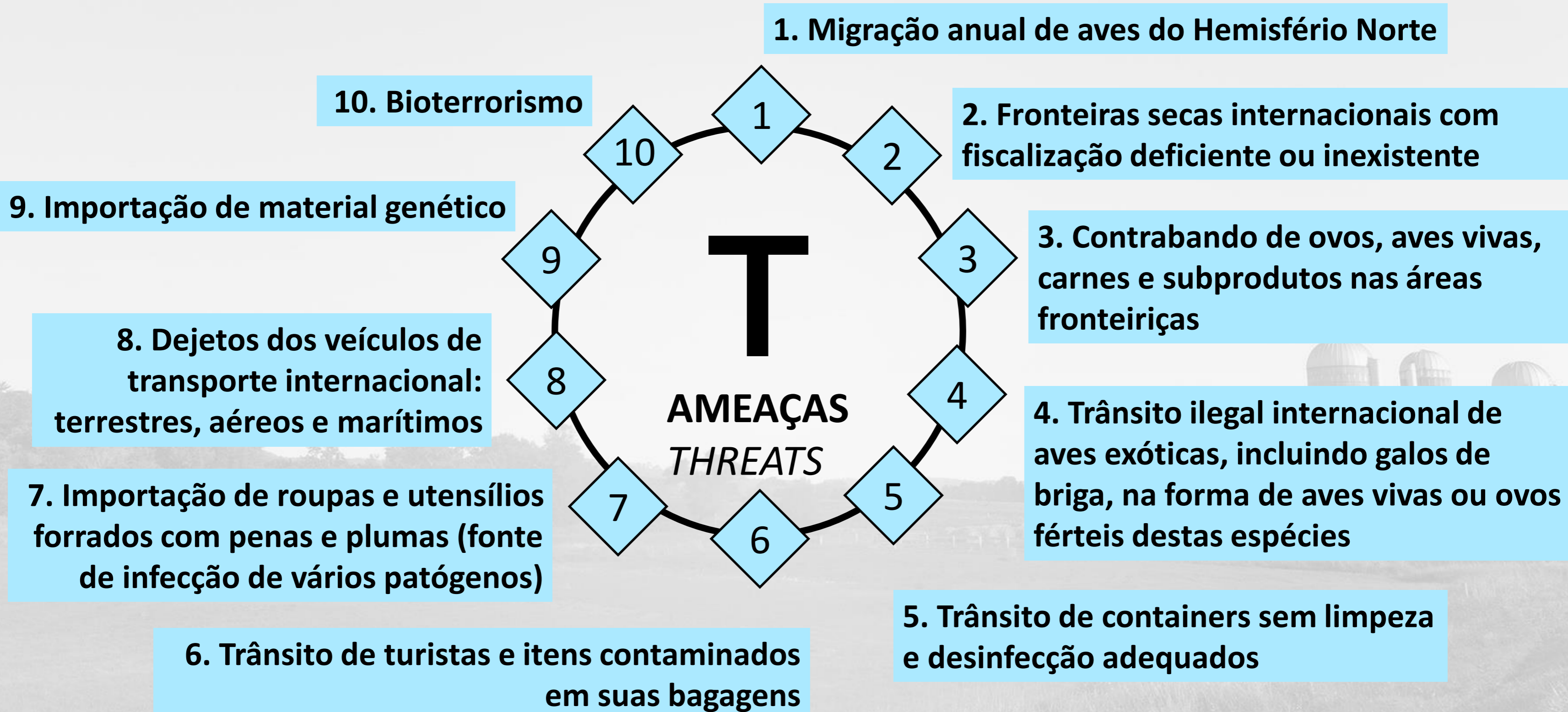
Sistema de compartimentação (em implementação)



Debilidades da avicultura brasileira



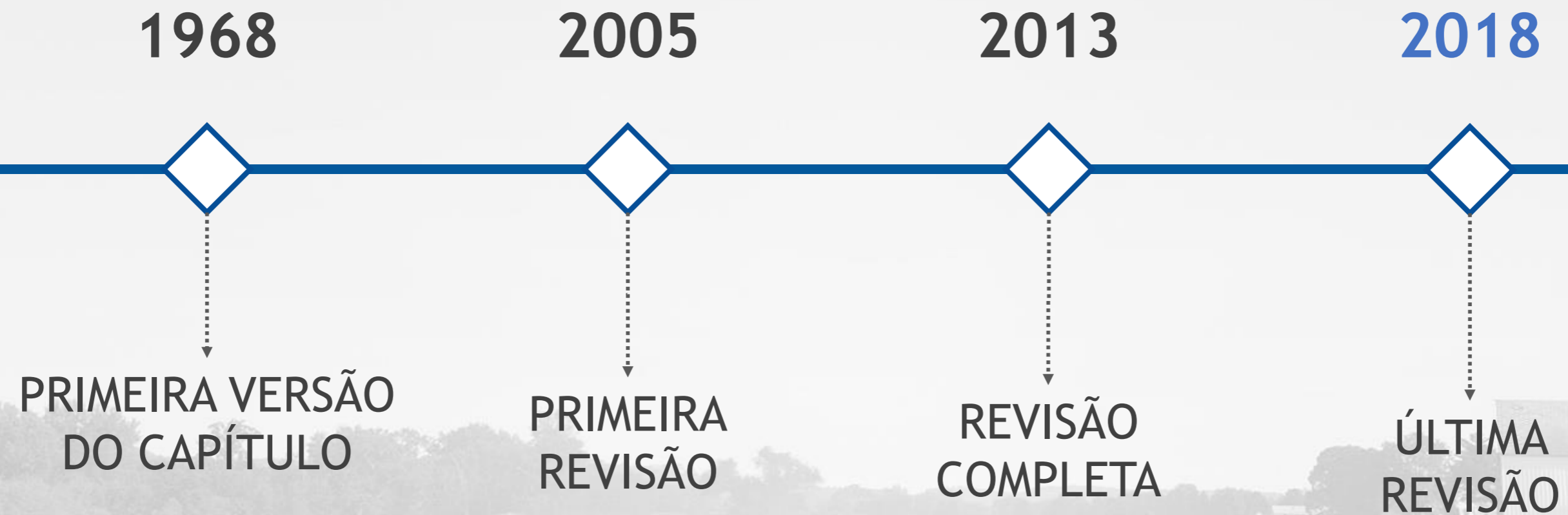
Ameaças para a avicultura brasileira



O SEGREDO DO SUCESSO: BRASIL LIVRE DE INFLUENZA AVIÁRIA



Influenza Aviária



Influenza Aviária -preparação para a crise

- Plano de prevenção
- Plano de contingencia
- Estrutura de diagnóstico
- Programas de vigilancia ativa e passiva
- Fiscalização
- Preparo para atenção a focos
 - Treinamentos
 - Simulados de escritório e de campo

Papel do governo

- Elaborar legislação
- Conhecer a situação nacional e regional
- Capacitar os técnicos oficiais
- Fazer inventário de medidas
- Fazer a gestão de emergências
- Aliança pública:privada
- Priorizar os pequenos produtores e empresas pequenas e médias

O exemplo do Chile

	2002	2017	2019
TIPO INFLUENZA AVIÁRIA	IA AP (2 focos)	IA BP (2 focos)	IA BP (2 focos)
Custo Direto para Campanha	US 22 Milhoes	US 2 Milhoes	US 0,5 Milhoes *
Período 1 - Última detecção	50 dias	18 dias	
Período de Solução Total	8 meses	3,8 meses	3,8 meses *
Mercados com comércio normal	0% Fechamento do pais inteiro	92% Fechamento somente na zona afetada	95% Fechamento somente na zona afetada

* ESTIMADO

ACESSO A MERCADOS: PRINCIPAIS REQUISITOS DOS PAÍSES, CLIENTES E CONSUMIDORES



Quais desafios enfrentam?

EXPORTADORES

PONTO DE VISTA SANITÁRIO

- Barreiras de acesso sanitário
- Manter os mercados abertos para surtos de doenças, incidentes de LMR, fraudes, documentação

PONTO DE VISTA COMERCIAL

- Proteções tarifárias elevadas
- Demandas específicas de produtos (tipos de cortes, tipos de aves, coloração, certificação religiosa)
- Requisitos ambientais, bem-estar animal , RAM, etc.

IMPORTADORES

PRESERVAÇÃO do status sanitário

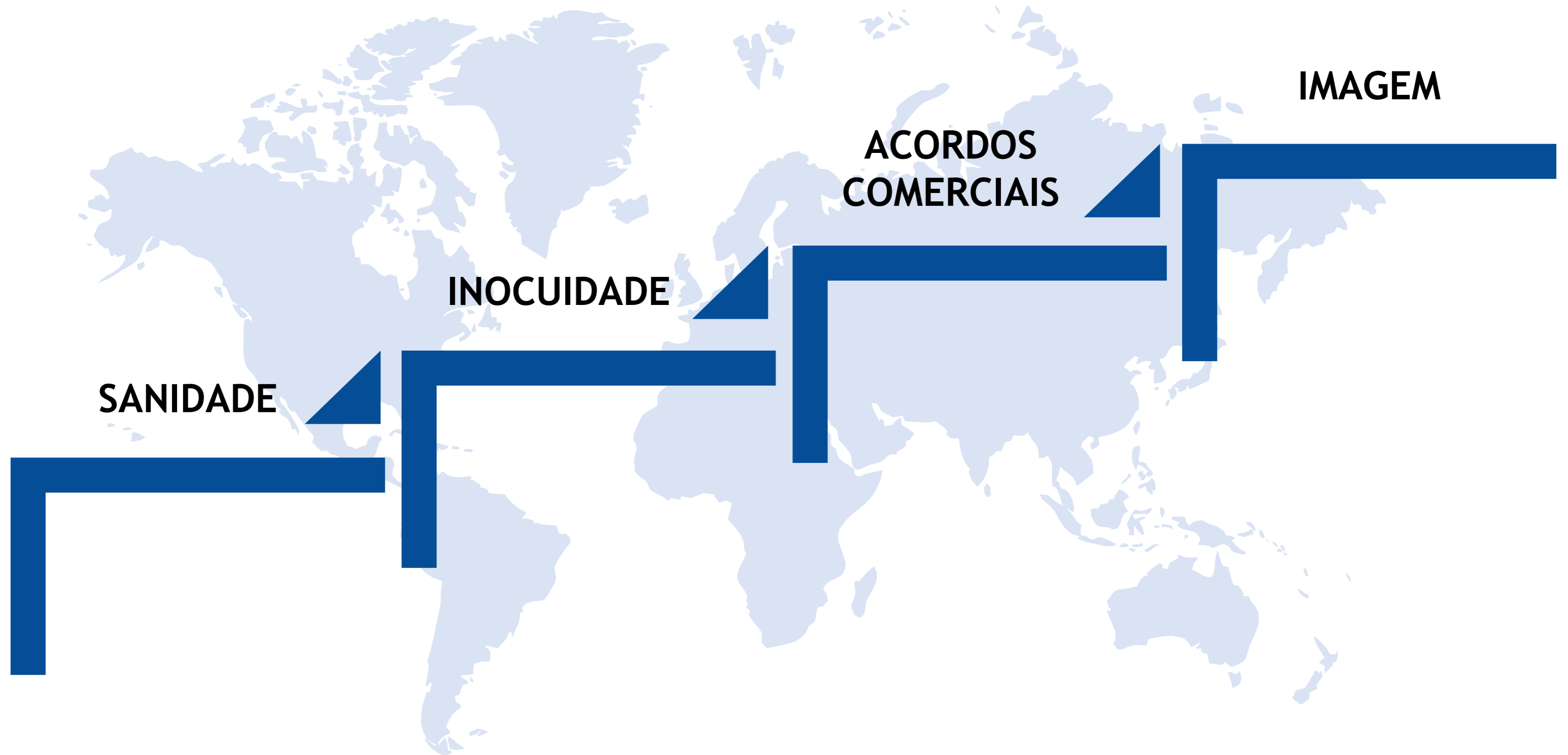
PROTEÇÃO da saúde da população

PROTEÇÃO da indústria local

CUMPRIMENTO de normativas nacionais

SATISFAÇÃO das exigências dos consumidores

Acesso a mercados



Negociação Sanitária

ACORDO SPS/OMC
BASE CIENTÍFICA
NECESSIDADE/ SEM DISCRIMINAÇÃO

CÓDIGO SANITÁRIO PARA OS
ANIMAIS TERRESTRES (OIE)

CODEX ALIMENTARIUS

ANÁLISES DE RISCO
AVALIAÇÃO + GESTÃO DE RISCO

REQUISITOS DE ACESSO

RECONHECIMENTO DO SISTEMA OFICIAL DE
CONTROLE DO PAÍS EXPORTADOR



CONFIANÇA ENTRE OS SERVIÇOS SANITÁRIOS



EXPORTAÇÃO SEGURA DE UM PRODUTO DE RISCO



O que se negocia?

PARA ACESSAR UM MERCADO

- Requisitos sanitários
- Requisitos de inocuidades



PARA OBTER MELHOR ACESSO

- Preferências tarifárias
- Procedimentos vinculados para facilitar o comércio



Processo de avaliação de risco

AVALIAÇÃO DOCUMENTAL

RESPOSTA A UM QUESTIONÁRIO
INICIAL + PERGUNTAS ADICIONAIS



VISITA DE INSPEÇÃO LOCAL AO
SISTEMA OFICIAL DE CONTROLE
SANITÁRIO E INOCUIDADE

VERIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO
PROPORCIONADA



MEDIDAS CORRETIVAS

INFORME PRELIMINAR + INFORME
FINAL DA VISITA

AUDITORIA DE ESTABELECIMENTOS
EXPORTADORES

Requisitos

REQUISITOS
SANITÁRIOS

SAÚDE
HUMANA

SAÚDE
ANIMAL

REQUISITOS
RELIGIOSOS E/OU
CULTURAIS

ABATE
HALAL E
KOSHER

REQUISITOS ÉTICOS
E DE
SUSTENTABILIDADE

AMBIENTE, BEM-
ESTAR ANIMAL E
DO TRABALHADOR

Requisitos sanitários



CONTAMINAÇÃO DE ALIMENTOS POR PATÓGENOS

- Salmonellas



USO DE MEDICAMENTOS; RESÍDUOS E CONTAMINANTES EM CARNES



SAÚDE ANIMAL

- Ausência de determinadas doenças nos lotes



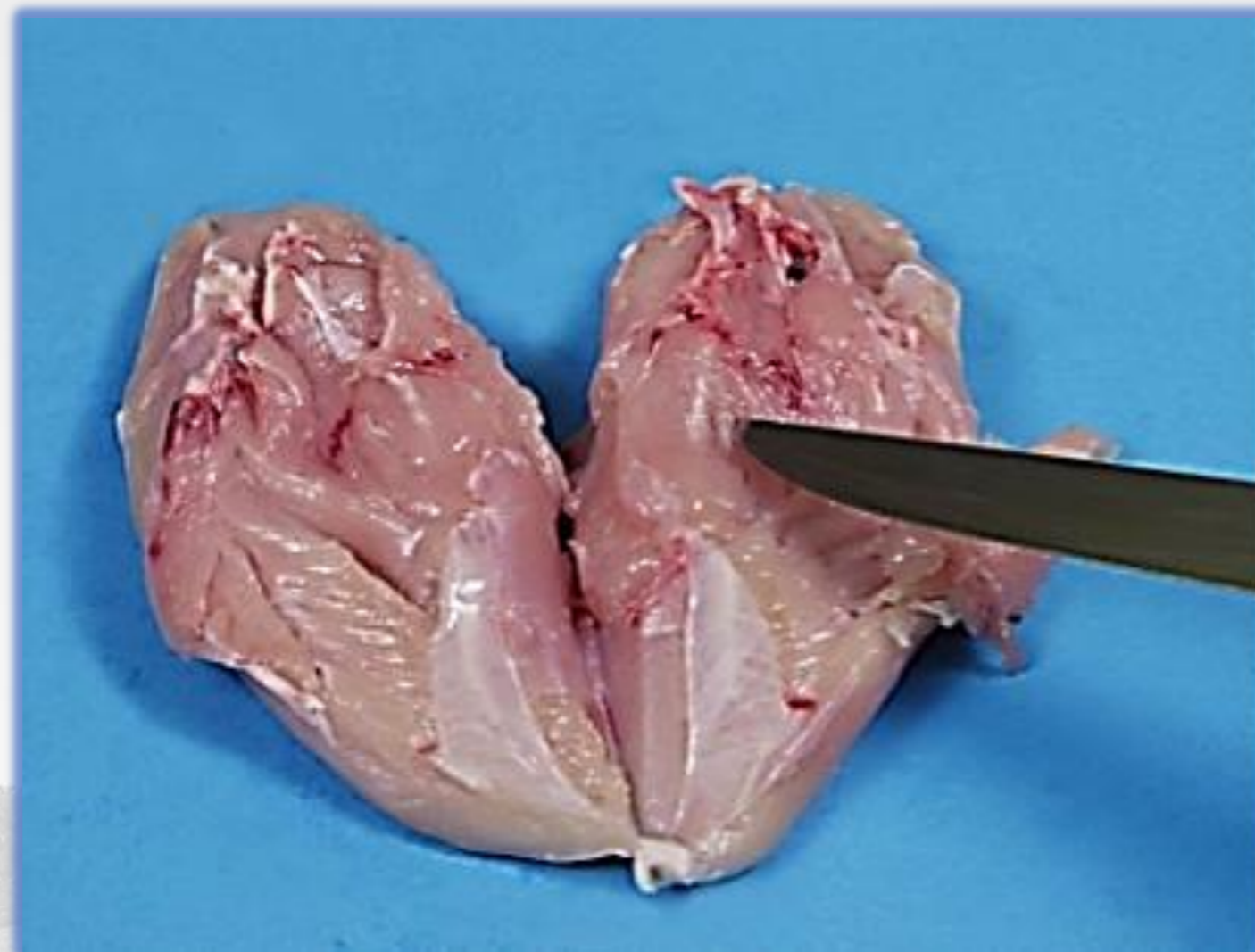
Salmonella e o mercado consumidor



A questão da União Européia

ASPECTOS SANITÁRIOS

Carne fresca (in natura)
Salmonella spp permitida
Zero tolerância SE e ST



ASPECTOS SANITÁRIOS

Carne salgada
Zero tolerância para
qualquer sorovar

ASPECTOS TARIFÁRIOS

Cortes in natura
(NCM 0207.14):
Cota: 16.698 ton
Tarifa: intra: 0
Tarifa extra: € 1.024 ton

ASPECTOS TRIBUTÁRIOS

Salgado = corte in natura +
1.9%
de sal (NCM 0210.99):
Cota: 170.807 ton
Tarifa: intra: 15,4%
Tarifa extra: € 1.300/ton)

Uso de antibióticos - visão da OMS e OIE



Medicamentos - Moléculas proibidas no Brasil

Organoclorados, principalmente: DDT, Lindane e HCH Total. Portaria N.º 191, de 06 de maio de 1986

Cloranfenicol e nitrofuranos : IN SDA No. 9 de 27/06/2003

Tireostáticos, androgênicos ou gestagênicos e betagosnistas: IN SDA 17 de 18/06/2004.

Olaquinox: IN SDA No. 11 de 24/11/2004.

Carbadox: IN SDA No.35 de 14/11/2005

Violeta de genciana : IN SDA No.34 de 13/09/2007

Anfenicóis, tetraciclinas, beta lactâmicos (benzilpenicilâmicos e cefalosporinas), quinolonas e sulfonamidas sistêmicas: IN SDA No.35 de 14/11/2005 (proibido uso como AMD).

Espiramicina e Eritromicina: IN SDA No.14 de 17/05/2012

Colistina: IN SDA No. 45 de 22/11/2019

Uso prudente de antimicrobianos - Fatos que levaram a criação da ALIANÇA

2015

WHO – OMS - Plano de Ação Nacional para Prevenção e Controle da Resistência aos Antimicrobianos

2015

OIE – Solicitam dados desde 2015 (base 2014)

2016

CPRA - MAPA
CODEX iniciou uma Força Tarefa em 2016 – AMRTF

2017

Draft NAP Brasil -Agropecuário

Primeira ideia de tener una Alianza

2018

Lançamento **PAN BR - MAPA**

Lançamento da **Aliança**

- CAMEVET
- OIE Marrocos



Requisitos religiosos e culturais

- Método de abate
- Alimentação vegetal
- Idade das aves



ARÁBIA SAUDITA

Proíbe insensibilização elétrica previamente ao abate e exige uso de ração vegetal na alimentação das aves

IRÃ

Aves abatidas conforme o ritual islâmico, com idade nunca superior a 45 dias e embarcadas no prazo de 60 (sessenta) dias a partir da data de abate

Halal (“lícito” em árabe)

- Certificado exigido para exportação países árabes
- Mercado: 1,8 bilhão de muçulmanos no mundo (25%) da população mundial
- 1973: primeira exportação brasileira
 - 3.500 toneladas de frango halal
 - Kuwait e Arábia Saudita
- Animais permitidos: bovinos, caprinos, aves, peixes
- Animais proibidos: suínos
- Brasil maior exportador mundial de carne bovina e de frango halal



Kosher (“adequado” em hebraico)

- Certificação religiosa para mercado judaico
- Animais permitidos: ruminantes de casco bipartido, peixes de escamas e barbatanas
- Animais proibidos: suínos, coelhos, crustáceos, camelos



Requisitos éticos e de sustentabilidade

Bem-estar animal, aspectos ambientais e sociais

As pessoas citam um ou mais dos três principais motivos para se tornar vegetariano ou vegano: - bem-estar animal, preocupações ambientais e saúde pessoal - e estão sendo acompanhados por uma infinidade de novas empresas, livros de culinária, canais do YouTube, eventos da moda e documentários (NETFLIX) polêmicos.

Abate humanitário

Transporte

Qualidade do ambiente de criação

Emissões de gases de efeito estufa

Uso da terra



ENTERING A NEW ERA
Human activities are pushing our planet into uncharted territory. In fact, there's strong evidence that we've entered a new geological epoch shaped by human actions: "the Anthropocene". The planet's -- face an uncertain future.

The loss of biodiversity is just one of the Ecological Footprint -- which measures or by nature -- indicates that we're consumer disposal. In addition, research suggests 1 "Planetary Boundaries" -- safe thresholds maintain life on the planet.

VeganLife
The lifestyle magazine written by vegans for vegans



Barreiras ao comércio?

- Padrões bem-estar animal da OIE não são medidas sanitárias, porém exercem um papel importante no comércio internacional por serem os únicos padrões globais, baseados em ciência e aprovados pelas nações que comerciam entre si
- A harmonização das medidas com os padrões internacionais é um princípio da OMC para facilitação e segurança dos negócios e evita barreiras ao comércio desnecessárias, o que vale tanto para medidas de bemestar animal quanto para sanidade animal
- Futuras barreiras comerciais?

Certificações privadas

- BRC
- Global Gap
- Orgânico
- McDonald, GPA
- Bem-estar animal
- Linhas sem o uso de antibióticos melhoradores desempenho (Da Granja, Nat, Korin)
- Frango caipira
- Ovos caipira
- Ovos livres de jaula
- Indicações geográficas ???

Imagem



PROJETO IMAGEM

Páginas Facebook

Páginas Internacionais

Promoção comercial - ABPA

ABPA

Brazilian Egg
@BrazilianEgg

Página inicial

Publicações

Vídeos

Fotos

18.637 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/BrazilianEgg/

Adicione-se à equipe de Brazilian Egg

Apoie sua Página e aumente a confiança do seu público em Brazilian Egg informando a ele quem está na sua equipe.

Adicionar seu nome à equipe

CC vimeo.com/thekitchykitchen

18.637 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/BrazilianEgg/

Brazilian Chicken
@BrazilianChicken

Página inicial

Sobre

Fotos

Eventos

44.910 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/BrazilianChicken/

Brazilian Pork
@brazilianpork

Página inicial

Sobre

Fotos

Eventos

Vídeos

Publicações

31.698 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/brazilianpork/

Páginas Facebook

Páginas Nacionais



Suíno Gastrô
@SuinoGastro

Página inicial

Sobre

Fotos

24.525 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/SuinoGastro/

+ Adicionar um botão

+ Adicionar um botão



Amo Frango
@AmoFrango

Página inicial

Sobre

Fotos

133.421 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/AmoFrango/



Ovo Todo Dia
@OvoTodoDia

Página inicial

Sobre

Fotos

44.507 pessoas estão seguindo isso

www.facebook.com/OvoTodoDia/

Enviar mensagem

Enviar mensagem



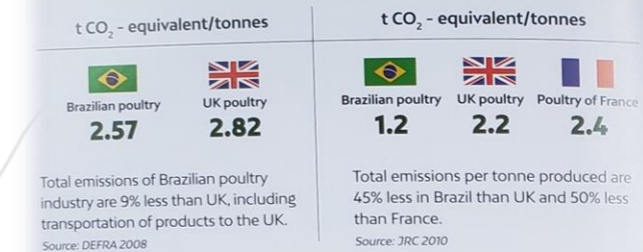
Livro

From our table to your table A quality Industry

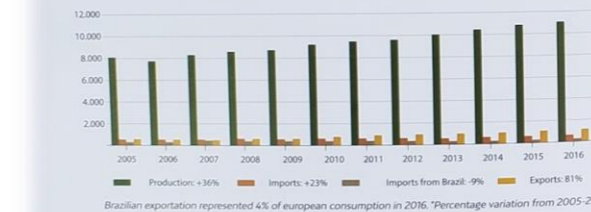


Folder Sustentabilidade

BRAZIL'S POULTRY: Lower CO₂ Emissions



BRAZILIAN CHICKEN MEAT: Complementing the Local Production - European Union (1,000 tons)*



The Brazilian sustainable practices along with the versatility of Brazilian Chicken, Brazilian egg and Brazilian Pork industries in meeting client orders in the demands and particularities of the five continents. This guarantee the Brazilian consolidation as the world leader in chicken exports and one of the top positions among world pork exporters.

INTEGRATED PRODUCTION LEADING TO QUALITY AND DEVELOPMENT

Based on production from smallholdings, poultry, egg and pork industries in Brazil provide a means of income stability for hundreds of thousands of farming families. They combine smallholdings and agribusiness in one large productive link that not only creates income but also excellent quality standards, with control of the process and complete traceability.

ENHANCED QUALITY

- ✓ System **inspected** by Brazil's Ministry of Agriculture and **importing markets**
- ✓ Constant training initiatives based on concepts demanded by several markets: Good Manufacturing Practices Traceability National Residues and Contaminants Program (PNCRC)
- ✓ Over **1000 missions** and private visits annually
- ✓ International Certification from autonomous agencies: GlobalGap, BRC, IFS, AtoFree, etc.

With this model internationally acknowledged as one of the world's most efficient, Brazilian agribusiness has become one of world's top food producers.

- Better quality and risk control.
- Links thousands of small local producers to the global agribusiness.



POULTRY AND PIG FARMING IN BRAZIL BY MEANS OF SUSTAINABILITY

SUSTAINABILITY: A DIFFERENTIAL

Sustainability and environmental preservation is a sectoral policy, but it is also present under a broad array of actions in agribusiness. Companies

of different sizes adopt a number of actions with this purpose. Several of these are described below.

CLIMATE: BRAZIL'S NATURAL ALLY

A major competitive factor both in terms of production costs and in terms of sanitary status.

Source: World Bank

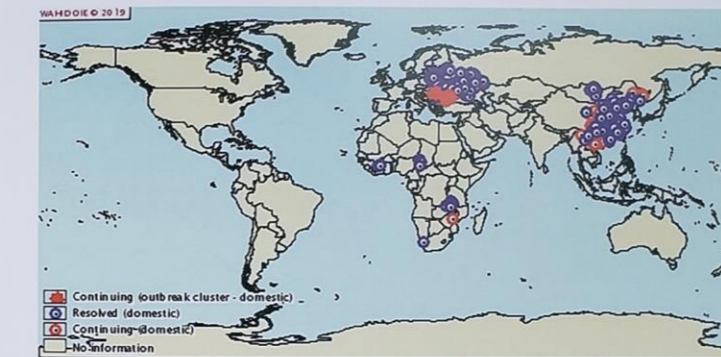


Besides, the climate conditions and preservation of forest have helped Brazil to stay free of serious animal diseases. The Areas of Permanent Protection (preserved forests on farms) are natural barriers against vectors of diseases. The average temperature is 25°C (77°F), good to avoid diseases like Avian Influenza. By the way, Brazil has

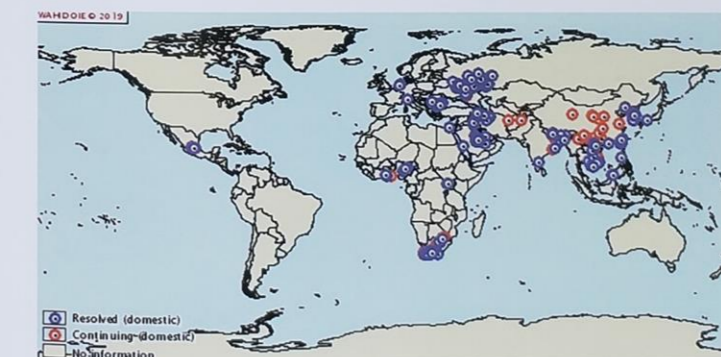
never had outbreak. This conditions including investments and monitoring work developed by industries and Ministry of Agriculture guarantee the success of Brazilian's Health Defense. Also because that, the Brazilian pork producers are free of Porcine Epidemic Diarrhea, Classical Swine Fever and other diseases.

SANITARY STATUS

BRAZIL IS AFRICAN SWINE FEVER-FREE



BRAZIL IS FREE OF AVIAN INFLUENZA



Promoted by:



Folder Comercial



EXPORTING COMPANIES BRAZILIAN CHICKEN MEAT

مركبات تصدير
لحوم الدواجن البرازيلية

- Ad'oro S.A.**
Thiago Bulhões Garcia - Export Manager
Tel: 55 11 4596-8414
tbg@adoro.com.br
www.adoro.com.br
- FRIGORIFICO NOVA ARAÇA LTDA.**
Jane Balbinot - Exports
Tel: 55 54 3442-8800
jane.balbinot@frigorificanova.com.br
www.frigorificanova.com.br
- AGROSUL FOODS**
Vivian Kemmer - Export Coordinator
Tel: 55 51 3635-7000
export@agrosul.com.br
www.agrosul.com.br
- Zanchetta Alimentos Ltda.**
Magali Rovatto - Sales Export
Tel: 55 15 3363-9600
export@zanchetta.com.br
www.zanchetta.com.br
- Cooperativa Central Aurora Alimentos**
Dilvo Casagrande - International General Manager
Tel: 55 11 2423-2200
dilvo@auroraalimentos.com.br
www.auroraalimentos.com.br
- Avivar Alimentos Ltda.**
Kerlei Okamoto - Export Manager
Tel: 55 27 9 9946-9062 and 55 37 3286-2000
trademanager@avivar.com.br
www.avivar.com.br
- Bello Alimentos Ltda.**
Cristiano Pissulo - Commercial and Export Manager
Tel: 55 45 3229-1041 - ext. 212
cristiano.pissulo@frangobello.com.br
www.frangobello.com.br
- BRF S.A.**
Tel: 55 11 2322-5000 and 55 11 2322-5001
international.markets@brf-br.com
www.brf-br.com
- Cooperativa Agroindustrial Consolata**
Genesio Clemente Junior - Commercial Manager
Tel: 55 45 3241-8080
junior@copacol.com.br
www.copacol.com.br
- Cooperativa Agroindustrial Copagrill**
João de Lima - Poultry Sales Manager
Tel: 55 45 3284-7500
comercial@copagrill.com.br
www.copagrill.com.br
- Cooperativa Agropecuária Cascavel**
Paulo Stein Class - Exports
Tel: 55 45 3216-5023
comercial.export@coopavel.com.br
www.coopavel.com.br
- C.Vale Cooperativa Agroindustrial**
Tel: 55 44 3649-8181
www.cvale.com.br

- Agrodanieli Indústria e Comércio Ltda.**
Dayane Dotto - Sales
Tel: 55 54 2444-4200
export@agrodanieli.com.br
www.agrodanieli.com.br
- Rivelli Alimentos S.A.**
Marcelo Assunção de Oliveira - Sales Director
Tel: 55 32 3339-0155
marcelo@rivelli.ind.br
www.rivelli.ind.br
- Dip Frangos S.A.**
Lauri Ortigara - Commercial Manager
Tel: 55 45 3321-3080
lauri.ortigara@dipfrangos.com
www.dipfrangos.com
- Seara Alimentos**
Diego Santos Franca - International Market
diego.santos@seara.com.br
www.seara.com.br
- Fiamboia Alimentos Ltda.**
Mar Paulo Greig - Exports Manager
Tel: 55 11 3059-5050
mar@fiamboia.com.br
www.fiamboia.com.br
- São Salvador Alimentos S.A.**
Enoc Mendonça Netto - Commercial Exports
Tel: 55 42 2375-7000
enoc.netto@sua-br.com
www.superfrango.com.br
- Avenorte Avícola Cianorte Ltda.**
Scherma Ribter - Foreign Market Manager
Tel: 55 44 3619-5544
export@avenorte.com.br
www.avenorte.com.br
- Companhia de Alimentos Uniaíves**
Alexandre Alves Salla - Foreign trade executive
Tel: 55 11 2950-1634
alex.salla@uniaives.com.br
www.uniaives.com.br
- Companhia Internacional de Logística S.A.**
Juliano Capelazzo Souto - Commercial Department
Tel: 55 44 2103-6600
juliano@integrax.com.br
www.integrax.com.br
- Vibra Agroindustrial S.A.**
Ricardo Duca Martins - International Area Manager
Tel: 55 51 3883-2100
ricardo.martins@vibra.com.br
www.vibra.com.br
- Cooperativa Languiru Ltda.**
Fabiano Leonhardt - Managing Director
Tel: 55 51 3762-5600
fabiano.leonhardt@languiru.com.br
www.languiru.com.br
- Vosso do Brasil Alimentos Congelados Ltda.**
Joachim Gerech - Export Manager
Tel: 55 49 3223-2200
joachim@vossoalimentosbrasil.com.br
www.vossoalimentosbrasil.com.br
- Coasul Cooperativa Agroindustrial**
Adelmi Balbinot - Commercial Manager for Meat and Meat Products
Tel: 55 46 3533-8100
adelmi.balbinot@coasul.com.br
www.livella.com.br
- Rio Branco Alimentos S.A.**
Edson Cavalcante
Tel: 55 31 3348-3574
export@riobrancoalimentos.com.br
www.pilpaf.com.br

Be aware of fake offers. Please, check the contacts and domains listed on this page.
احذر العروض المزيفة. يرجى التحقق من جهات الاتصال والمعلومات المدرجة في هذه الصفحة.



BRAZILIAN PORK EXPORTING COMPANIES

- Labema Alimentos Ltda.**
Fábio Bonassi - Exports
Tel: 55 11 4028-7785
fabio@labemalimentos.com.br
www.labemalimentos.com.br
- Cooperativa Agropecuária Cascavel**
Carlo Alberto Cruz - Exports
Tel: 55 45 3216-5023
riavies@coopavel.com.br
www.coopavel.com.br
- Castrolanda Cooperativa Agroindustrial**
Tel: 55 47 3046-0506
export@castrolanda.coop.br
www.castrolanda.coop.br
- Alibem Comercial de Alimentos Ltda.**
Juliana Sigaur - Foreign Trade Department
Tel: 55 51 2123-5040
juliana@alibem.com.br
www.alibem.com.br
- Cooperativa Central Aurora Alimentos**
Dilvo Casagrande - International General Manager
Tel: 55 11 2423-2200
dilvo@auroraalimentos.com.br
www.auroraalimentos.com.br
- BRF S.A.**
Tel: 55 11 2322-5000 and 55 11 2322-5001
international.markets@brf-br.com
www.brf-br.com
- Cooperativa Agropecuária Cascavel**
Tel: 55 45 3216-5023
comercial.export@coopavel.com.br
www.coopavel.com.br
- Cosuel Cooperativa dos Suinocultores de Encantada Ltda.**
Márcia Dallot - Export Supervisor
Tel: 55 51 3751-9542
export@cosuel.com.br
www.dallot.com.br
- Bugio Agropecuária Ltda.**
Joana Scapim - Coordinator - Quality Assurance
Tel: 55 49 3319-8226
joana.scapim@bugio.com.br
www.bugio.com.br
- Friella**
Egídio Vallati - International Sales
Tel: 55 45 3240-8786
egidio@friella.com.br
www.friella.com.br
- Frimesa Cooperativa Central**
Cláudia Maria Paludo Ferreira - Foreign Trade Supervisor
Tel: 55 45 3264-8126
claudia@frimesa.com.br
www.frimesa.com.br

- Cooperativa Languiru Ltda.**
Tel: 55 51 3762-5600
fabiano.leonhardt@languiru.com.br
www.languiru.com.br
- Palmali Industrial de Alimentos Ltda.**
Thiago Dulla Costa - Director
Tel: 55 47 4001-3277
thiagodc@palmali.com.br
www.palmali.com.br
- Pamplona Alimentos S.A.**
Aílton Cesar Franzen - Commercial Director
Tel: 55 47 2533-3131
julio.franzen@pamplona.com.br
www.pamplona.com.br
- Rio Branco Alimentos S.A.**
Edson Cavalcante
Tel: 55 31 3348-3574
export@riobrancoalimentos.com.br
www.pilpaf.com.br
- FRIGORIFICO NUTRIBRÁS LTDA.**
Dinara Congratto - Administrative Director
Tel: 55 46 3545-4200
dinara@frigorificonutribras.com.br
www.nutribras.com.br
- Seara Alimentos**
Diego Santos Franca - International Market
diego.santos@seara.com.br
www.seara.com.br
- FRIGORIFICO INDUSTRIAL VALE DO PIRANGA S.A.**
Adriano Moreno Pacheco - Commercial Director
Tel: 55 31 9 9889-2901 and 55 31 3819-2225
adriano@frigorifioval.com.br
www.sausell.com.br

Be aware of fake offers. Please, check the contacts and domains listed on this page.



- ASA Aviação Santo Antônio Ltda.**
André Pissulo - Commercial Department
Tel: 55 55 3862-2292
andrei@asaaviacao.com.br
www.asaaviacao.com.br
- P.R. Netto Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.**
Paulo Netto - International Sales
Tel: 55 11 3953-0543 - Ext. 300 and 55 11 9979-3338
paulo.netto@prnetto.com.br
www.prnetto.com.br
- AB Brasil Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.**
Vitor Oliveira - Head of Business
Tel: 55 15 3226-9032
vitor.oliveira@abbrasil.com.br
www.abbrasil.com.br
- Mantiqueira Alimentos Ltda.**
Leandro Pires - Co-owner and President
Tel: 55 38 3362-2151
leandro@mantiqueira.com.br
www.mantiqueira.com.br
- Solar Comércio e Agronegócio Ltda.**
Anderson Müller Harter - International Sales
Tel: 55 51 3038-5000
anderson.muller@solarsolar.com.br
www.solarsolar.com.br
- Somal Nordeste S/A**
Governor de Paula Vitor - Operations Director
Tel: 55 38 3214-4025
governor@somalnordeste.com.br
www.somalnordeste.com.br

Manténgase al tanto de las ofertas falsas.
Por favor, revise los contactos y dominios que figuran en esta página.

- Mandarin
- Coreano
- Espanhol
- Árabe - Halal
- Inglês

Vídeo Institucional e Brandings



- **Branding Brazilian Chicken**



- **Vídeo Institucional ABPA**



- **Branding Brazilian Pork**



Você sabe o que o Instituto Ovos Brasil pode fazer por você?

O que fazemos?

O instituto exerce um papel institucional fundamental na valorização do ovo e aumento de consumo. Através de distribuição de material informativo, palestras, conscientização dos profissionais da saúde e sensibilização da população, trabalha para levar a mensagem dos benefícios do consumo de ovos para todos os públicos. As ações realizadas ajudam a fazer com que o ovo tenha cada vez mais destaque nas refeições da população e nas recomendações médicas. Publicamos matérias em jornais, revistas e televisão, levando sempre uma mensagem positiva totalmente baseada em trabalhos científicos, gerando muita credibilidade para o público e deixando a disposição nossa nutricionista para o esclarecimento de dúvidas.

Quem somos?

O Instituto Ovos Brasil é uma entidade sem fins lucrativos criada em 2007 com objetivo de esclarecer a população sobre as propriedades nutricionais do ovo e os benefícios que este alimento proporciona à saúde, além de desfazer mitos sobre seu consumo. O IOB tem atuação em todo o território nacional e hoje é referência em informação sobre ovos no Brasil. O site da instituição reúne campanhas, dados, pesquisas e artigos técnicos e científicos de credibilidade para o público em geral e profissionais das mais diversas áreas.

Quem participa?

Temos como contribuintes os produtores do Brasil, empresas ligadas a produção de ovos, associações relacionadas a produção de alimentos e demais integrantes da cadeia produtiva de postura comercial. É uma entidade dirigida por um conselho com representantes dos produtores e das entidades estaduais que sabem que o ovo é o melhor alimento que existe e que uma população bem nutrida é mais inteligente, saudável e feliz. O Instituto Ovos Brasil é de todos. Participe você também!

Onde estamos?

O escritório do Instituto Ovos Brasil fica em São Paulo, junto à sede da Associação Brasileira de Proteína Animal - ABPA. É uma entidade independente, mantida com recursos privados e voltada para a disseminação de informações sobre as qualidades do ovo na alimentação e saúde.

Ainda tem dúvidas? Sugestões? Fale conosco!

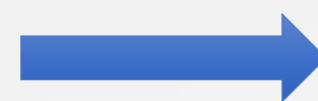
contato@ovosbrasil.com.br

COMPETITIVIDADE BRASILEIRA



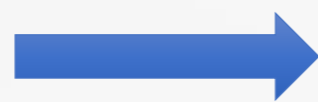
Estão surgindo novos players no mercado internacional

PAÍSES MAIS COMPETITIVOS PARA PRODUZIR FRANGOS (CUSTO DA RAÇÃO).



**BRASIL
ARGENTINA
ESTADOS UNIDOS
UCRANIA**

OUTROS PAÍSES NA MESMA SITUAÇÃO



**POLONIA
ROMÊNIA
ZAMBIA
RUSSIA**

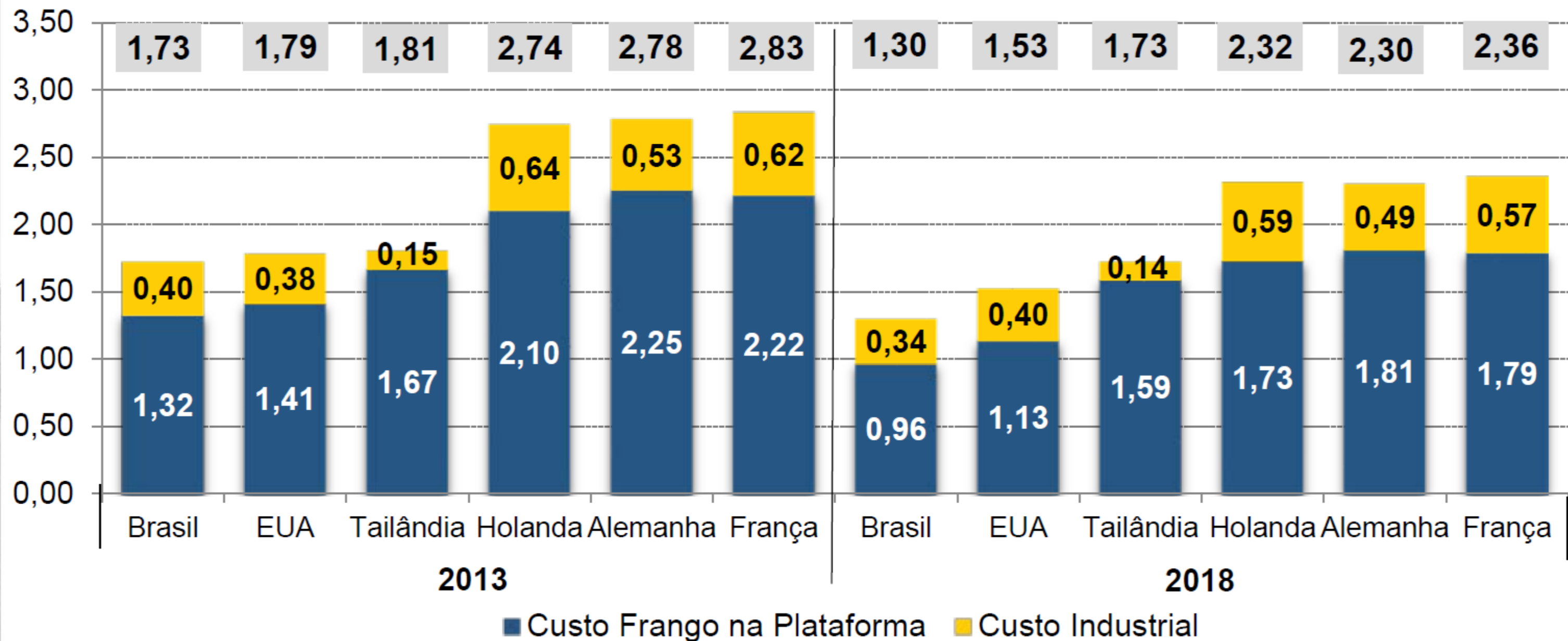
Novos players com foco no mercado Chinês e Oriente Medio

FICA MAIS BARATO TRANSPORTAR CARNE DO QUE GRAOS E ANIMAIS VIVOS
O TRANSPORTE INTERNACIONAL ESTÁ SE TORNANDO MAIS EFICIENTE COM NAVIOS CADA VEZ MAIORES
O DESENVOLVIMENTO DE ESTRUTURA DE PRODUÇÃO TEM IMPACTO ALTO NO CUSTO

Custo de produção

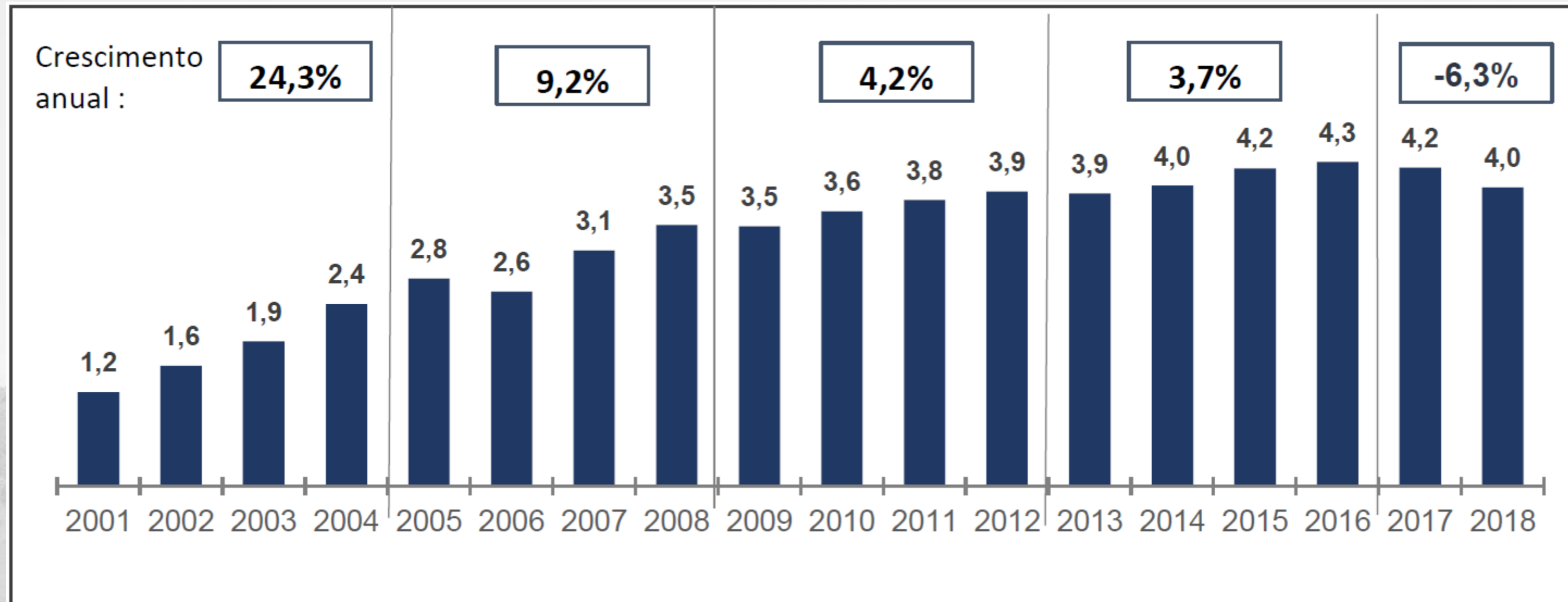
Custo industrial da produção de frango no Brasil e nos principais competidores

US\$/Kg de carne

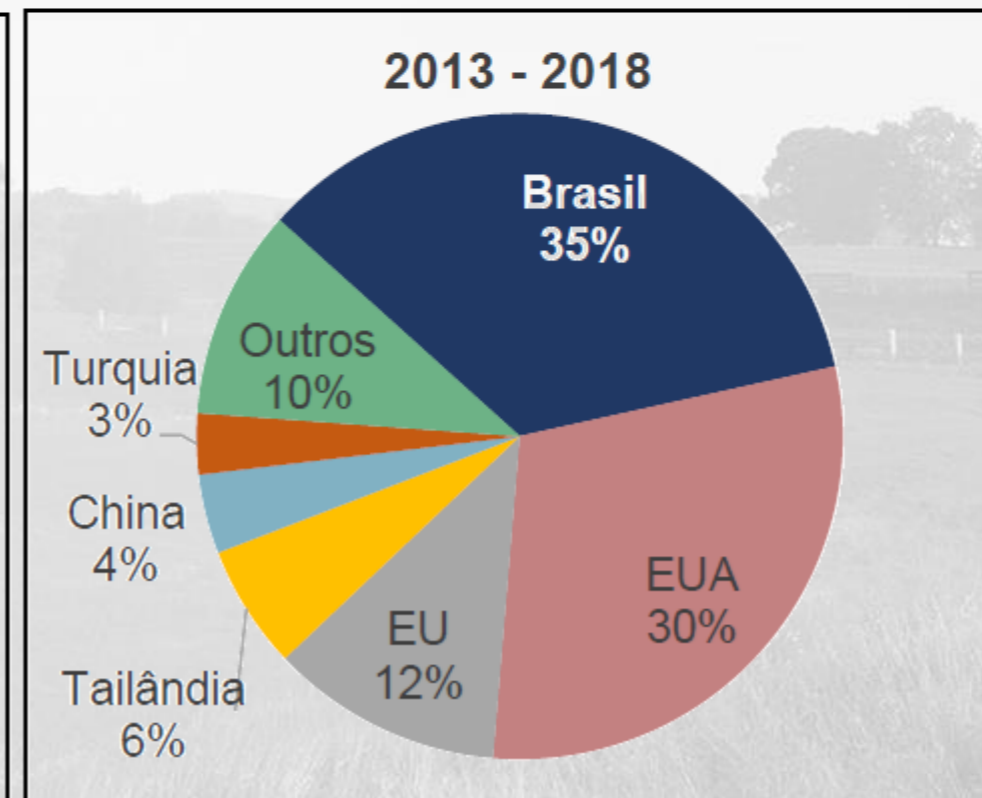
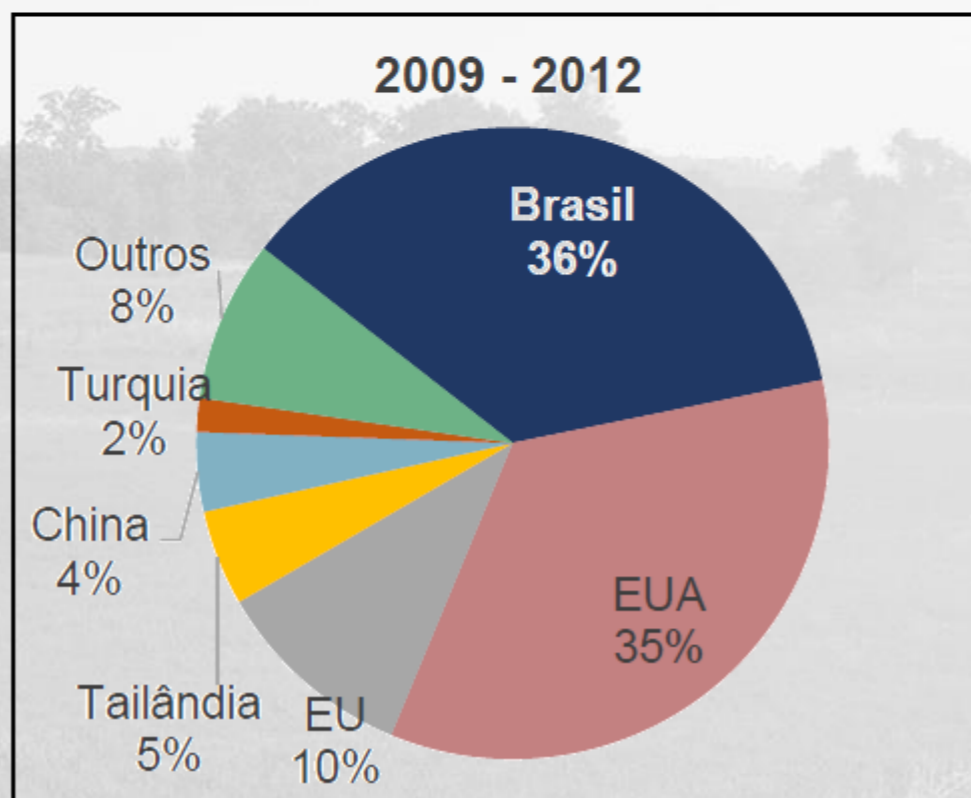
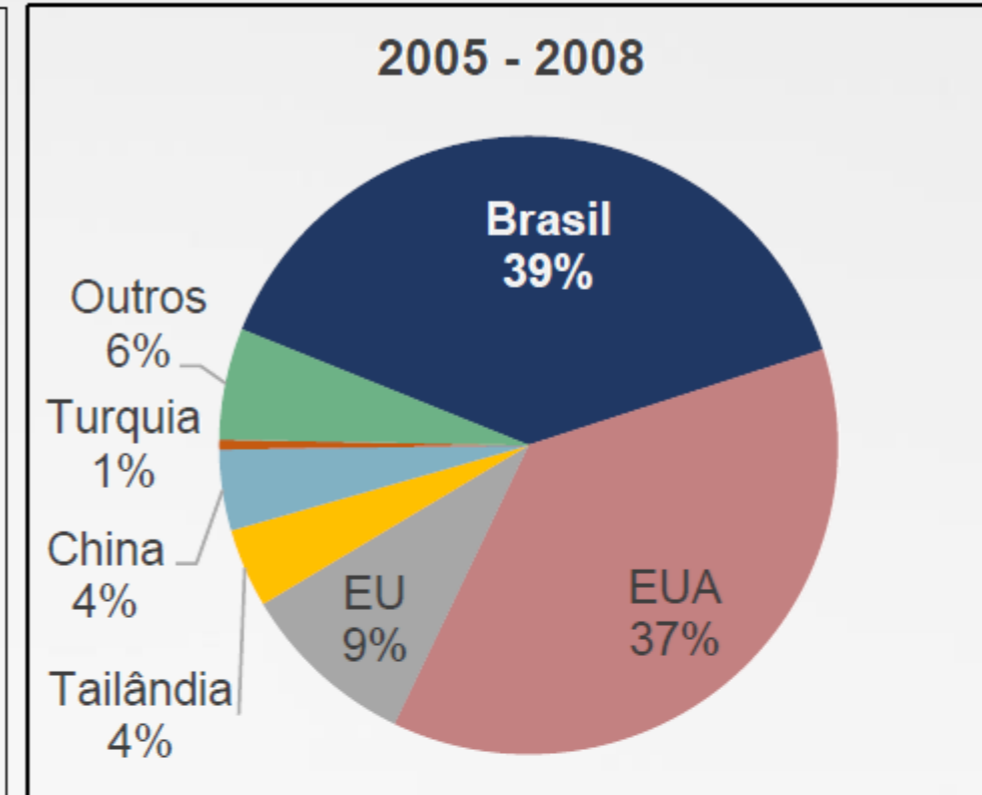
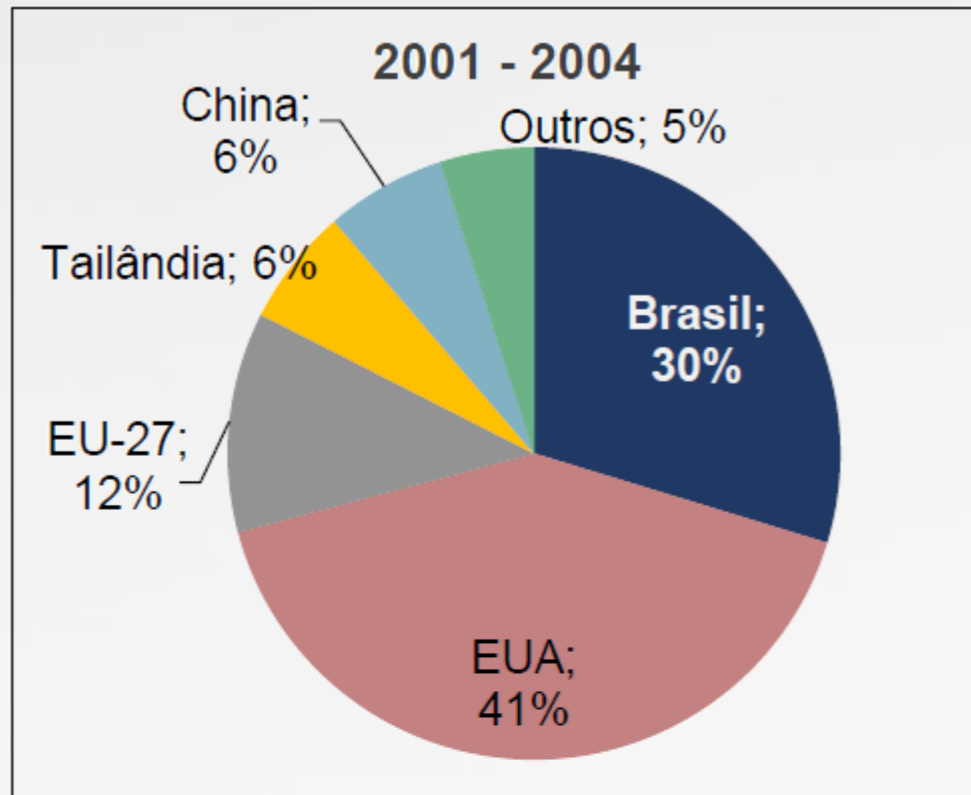


Exportações brasileiras de carne de frango

Milhões de toneladas

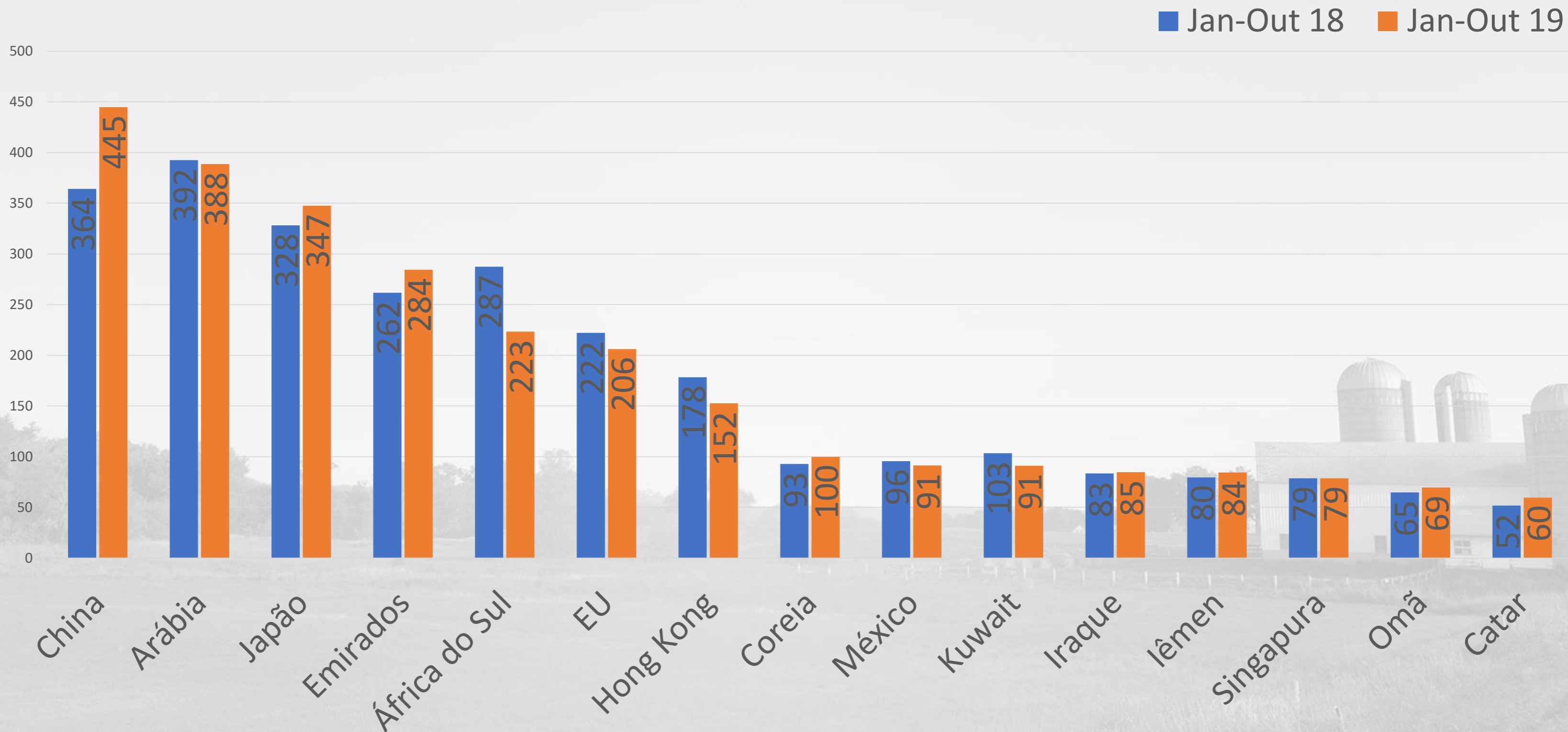


Share das exportações mundiais de carne de frango

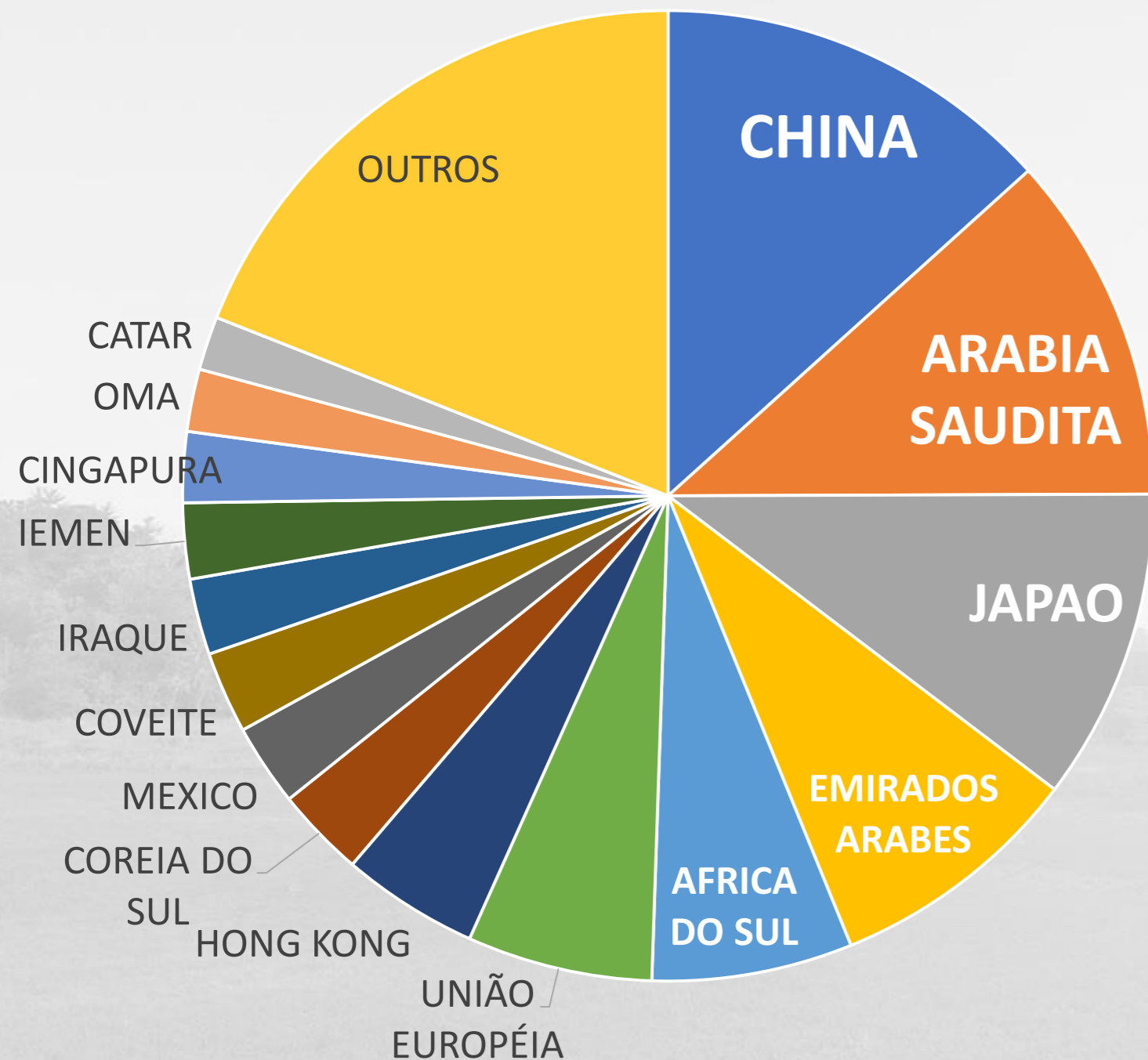


Principais destinos das exportações brasileiras

Principais destinos 2018/2019 - Variação em %



Exportação de carne de frango por destino



		JAN-OUT 19	PARTICIPAÇÃO
1	CHINA	444.780.347	13,3%
2	ARABIA SAUDITA	388.471.816	11,6%
3	JAPAO	347.408.711	10,4%
4	EMIRADOS ARABES	284.218.982	8,5%
5	AFRICA DO SUL	223.207.923	6,7%
6	UNIÃO EUROPEIA	206.177.018	6,2%
7	HONG KONG	152.478.817	4,6%
8	COREIA DO SUL	99.832.403	3,0%
9	MEXICO	91.182.283	2,7%
10	COVEITE	91.047.084	2,7%
11	IRAQUE	84.634.810	2,5%
12	IEMEN	84.267.712	2,5%
13	CINGAPURA	78.660.271	2,4%
14	OMA	69.469.557	2,1%
15	CATAR	59.645.115	1,8%

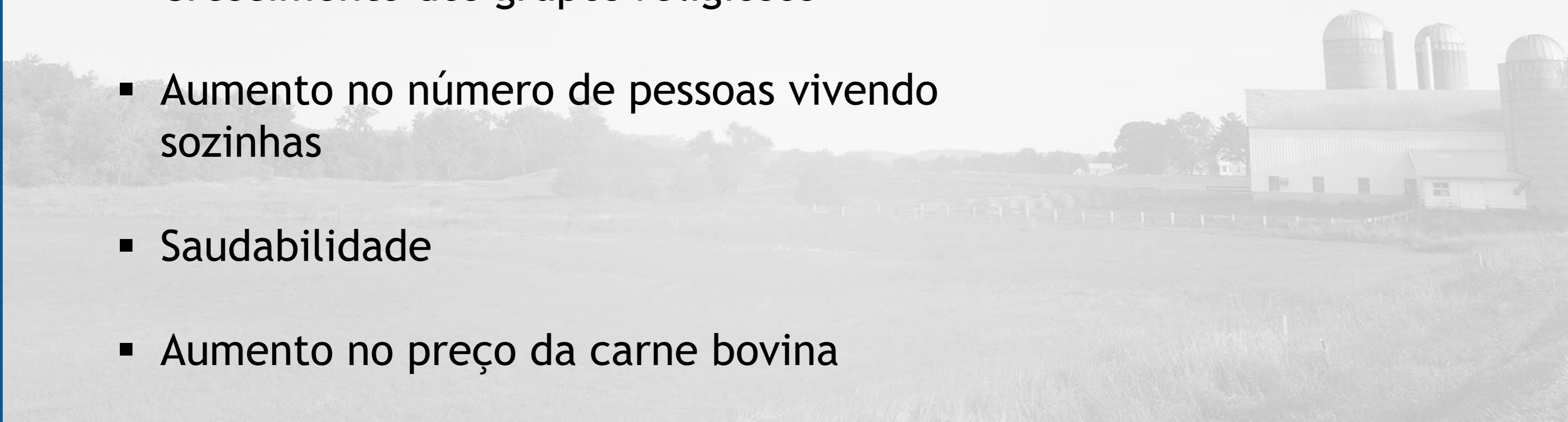
85% da importação de carne de frango da China é proveniente do Brasil

PERSPECTIVAS PARA OS PRÓXIMOS ANOS



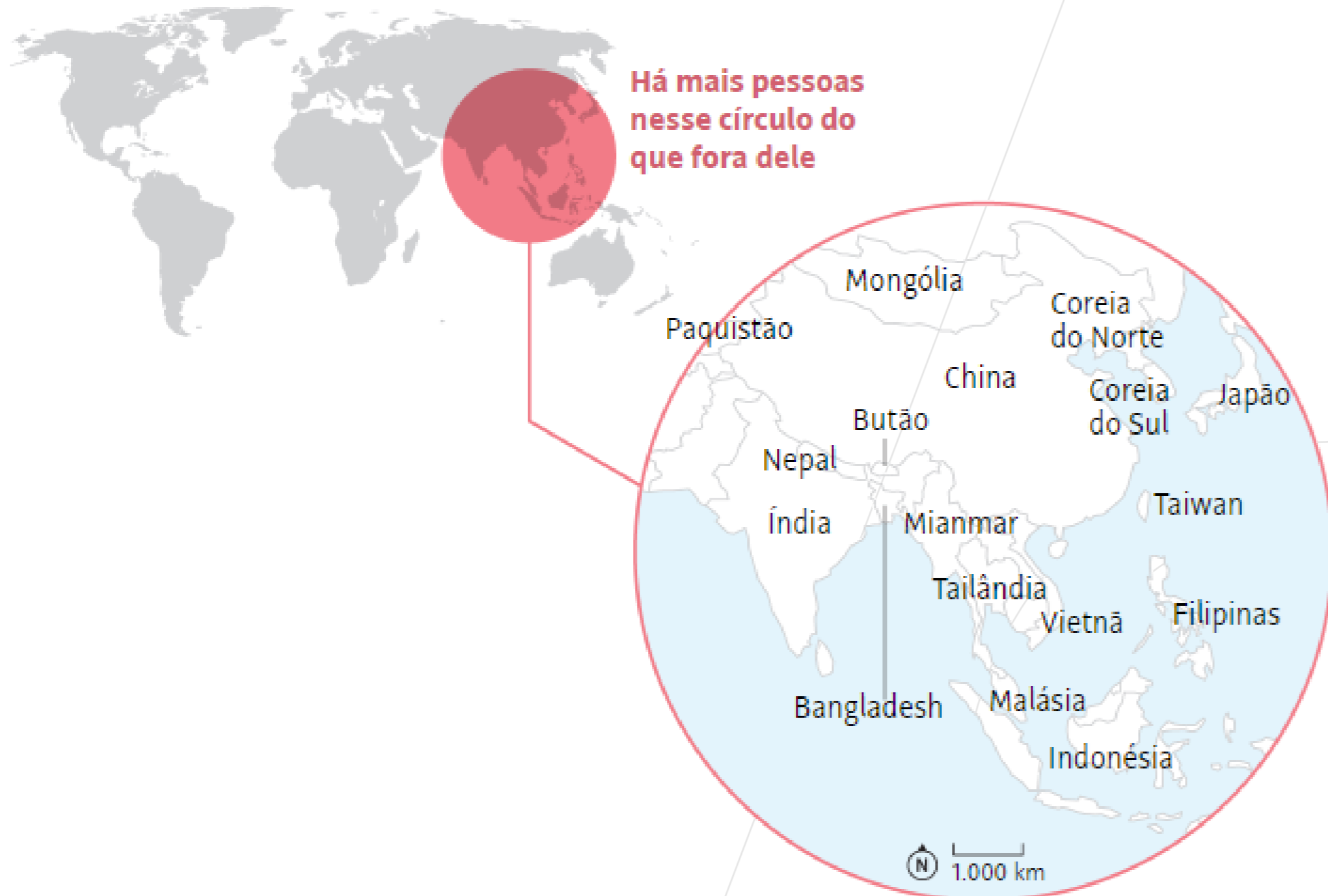
No mundo, vai haver um aumento na demanda nos próximos anos devido:

- Aumento da população e da renda das pessoas
- Urbanização
- Crescimento dos grupos religiosos
- Aumento no número de pessoas vivendo sozinhas
- Saudabilidade
- Aumento no preço da carne bovina



Ásia: tendências de consumo

Região com crescente demanda por proteína animal brasileira



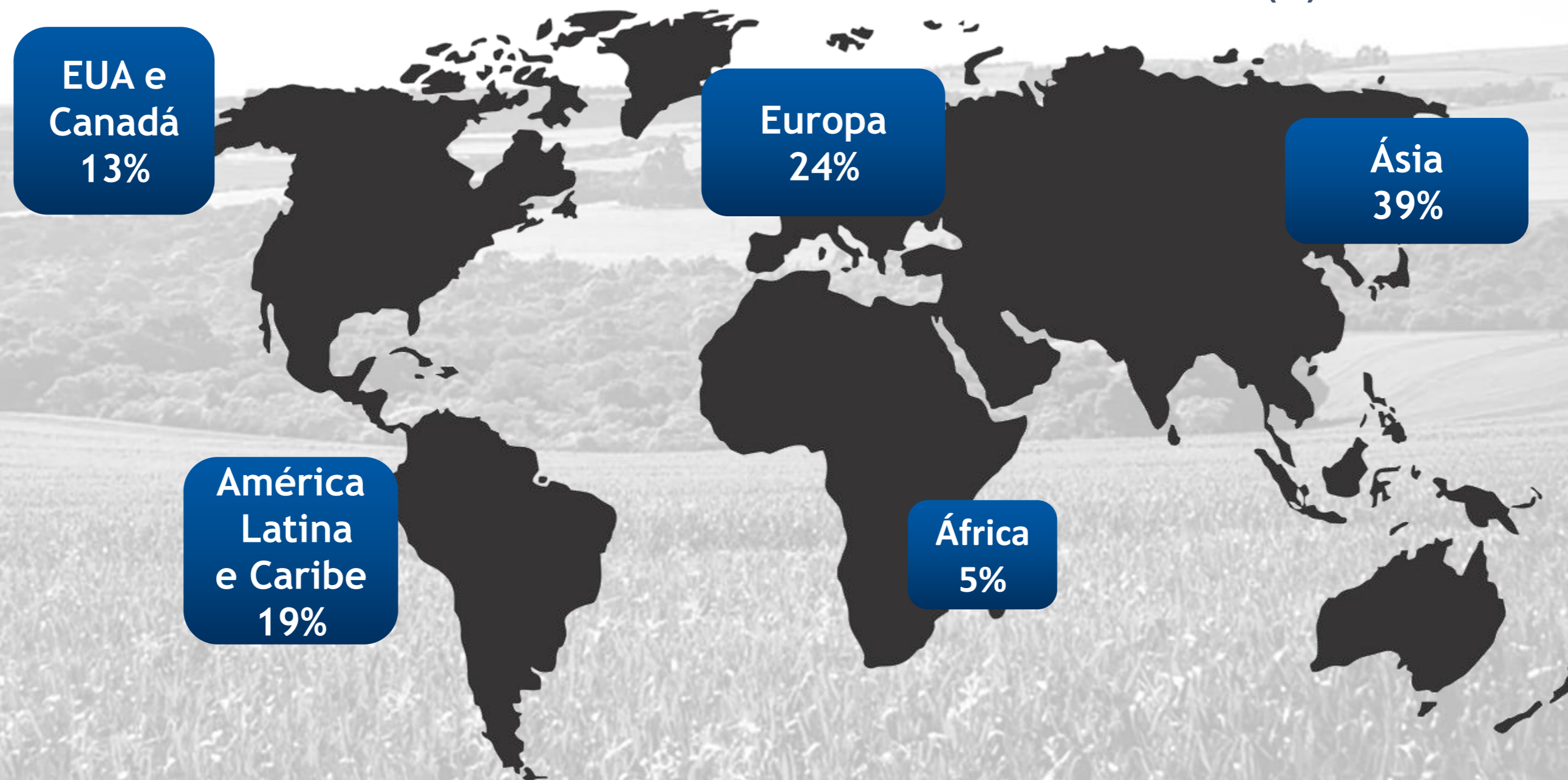
Mercado com forte agregação de valor



Aumento da renda das pessoas

Fatores como o crescimento da população e o aumento da renda são fortes indícios de um aumento no consumo de proteína. Há uma grande correlação entre consumo de carne e a renda anual per capita da população

AUMENTO DA CLASSE MÉDIA NO MUNDO (%)



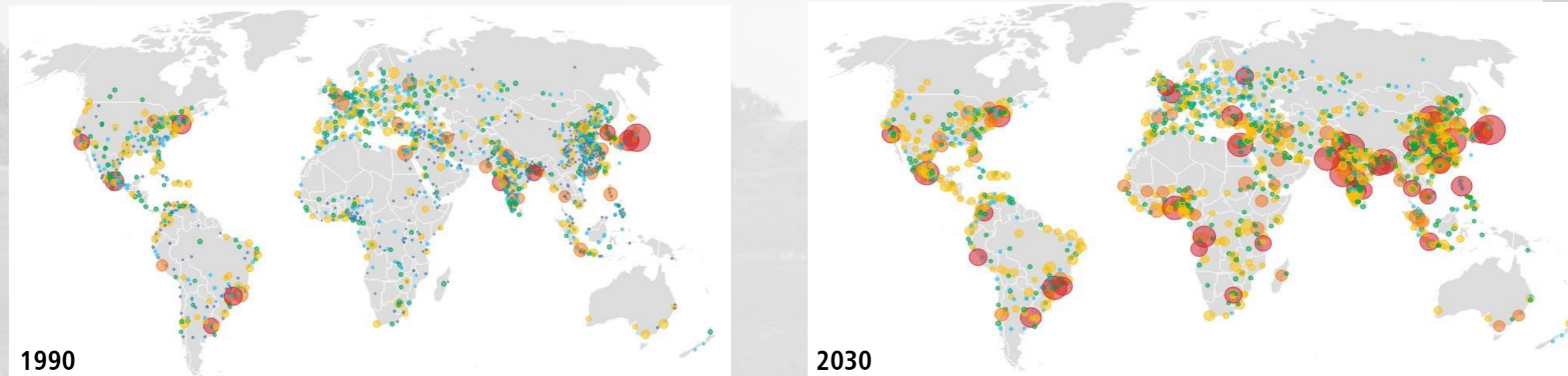
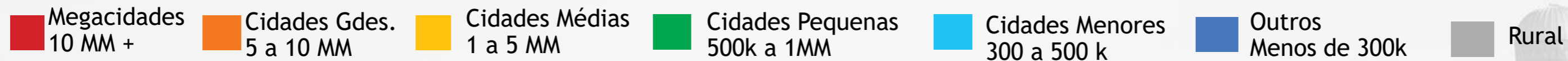
Fonte: Organização Mundial do Comércio (OMC)

Urbanização

Além do crescimento e enriquecimento das populações, algumas tendências de caráter mundial têm contribuído para alterar dinâmicas de consumo, como a urbanização...

- Hoje, mais de 50% da população mundial vive em cidades com mais de 500 mil habitantes.
- A vida nas grandes cidades transformou os hábitos de consumo e preparo dos alimentos: a demanda por opções convenientes ocasionou o surgimento de **opções industrializadas, prontas para o consumo, e fáceis de preparar.**

Urbanização (tamanho das cidades - 1950 e 2030p)



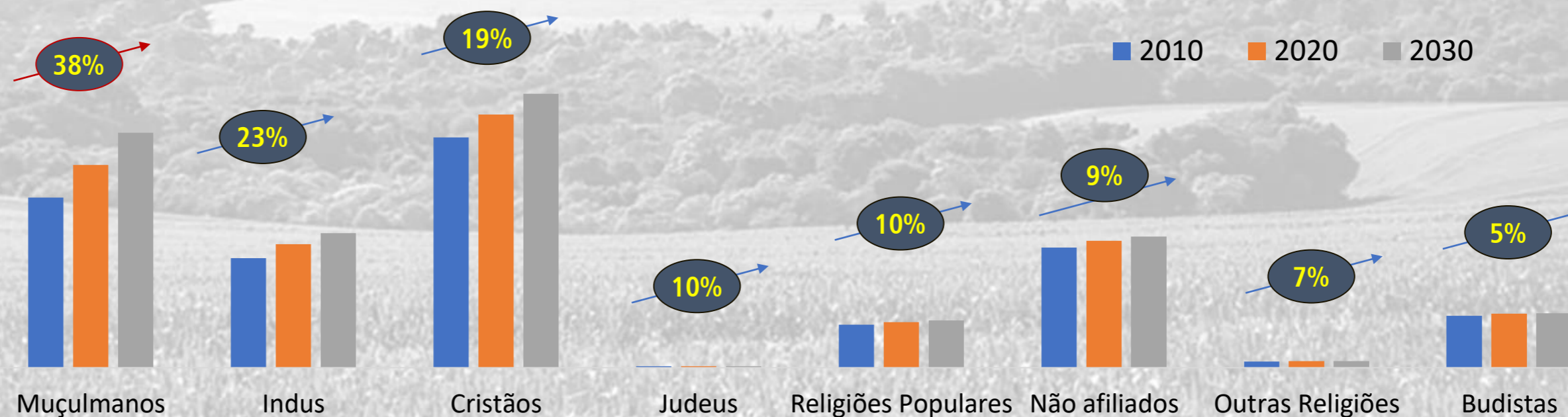
A URBANIZAÇÃO AUMENTA O CONSUMO DE PROTEÍNA ANIMAL, NA MEDIDA EM QUE NOVOS HABITANTES DAS CIDADES PASSAM A CONSUMIR ESSES PRODUTOS NO VAREJO

Crescimento de grupos religiosos

A adesão mundial a grupos religiosos também influencia o consumo

- A população muçulmana é o grupo religioso que mais cresce no mundo, saltando de 1,6 bilhões em 2010 para 2.2 bilhões em 2030;
- A população muçulmana tem preferência por carne de frango de cunho religiosa;
- O Brasil é o maior exportador do mundo de frango de acordo com os costumes Halal, com marcas reconhecidas em mercados de países exigentes;

Evolução da População por Religião

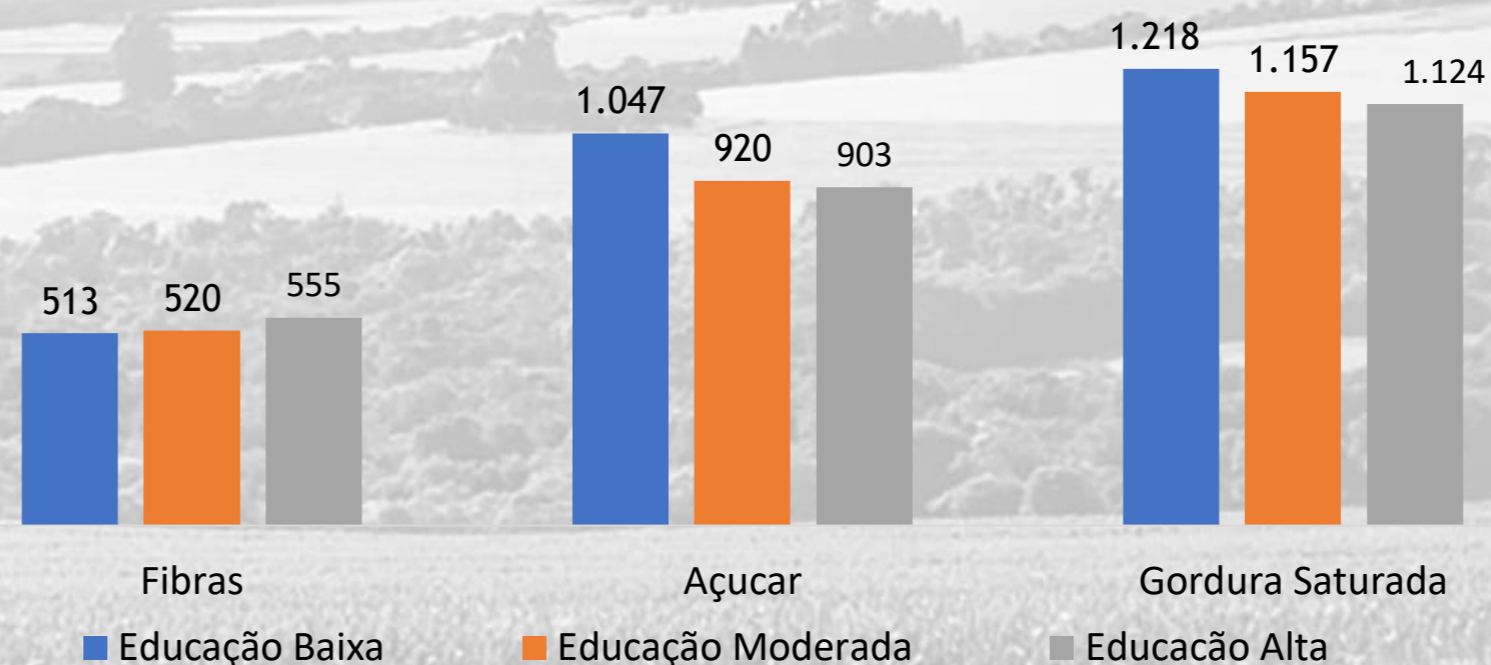


O AUMENTO ACELERADO DA POPULAÇÃO MUÇULMANA DEVE CONTRIBUIR PARA UM AUMENTO DA RELEVÂNCIA DO FRANGO NO MIX DE PROTEÍNA ANIMAL CONSUMIDO NO MUNDO

Saudabilidade

MOTIVADOS PELA CRESCENTE PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE E MUDANÇAS NO ESTILO DE VIDA, CONSUMIDORES TÊM PRIORIZADO ALGUNS ATRIBUTOS NA ALIMENTAÇÃO

- A preocupação com a saúde e o valor nutricional dos alimentos também têm ganhado força entre os grupos com maior acesso à informação.
- A preferência do consumidor tem migrado para alimentos com menos gordura saturada, por exemplo;

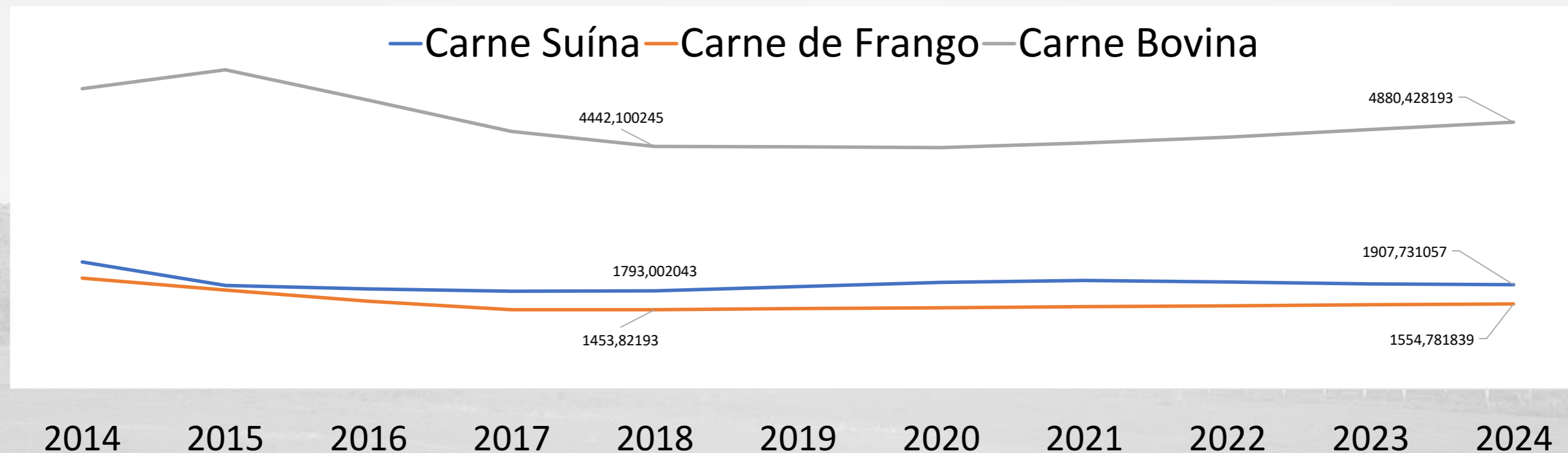


O MAIOR ACESSO A INFORMAÇÃO TEM ELEVADO A PREFERÊNCIA PELO CONSUMO DE ALIMENTOS MAIS SAUDÁVEIS, O QUE PRIVILEGIA O CONSUMO DE CARNES COMO O FRANGO E CORTES SUÍNOS MAIS MAGROS

Preço da carne bovina

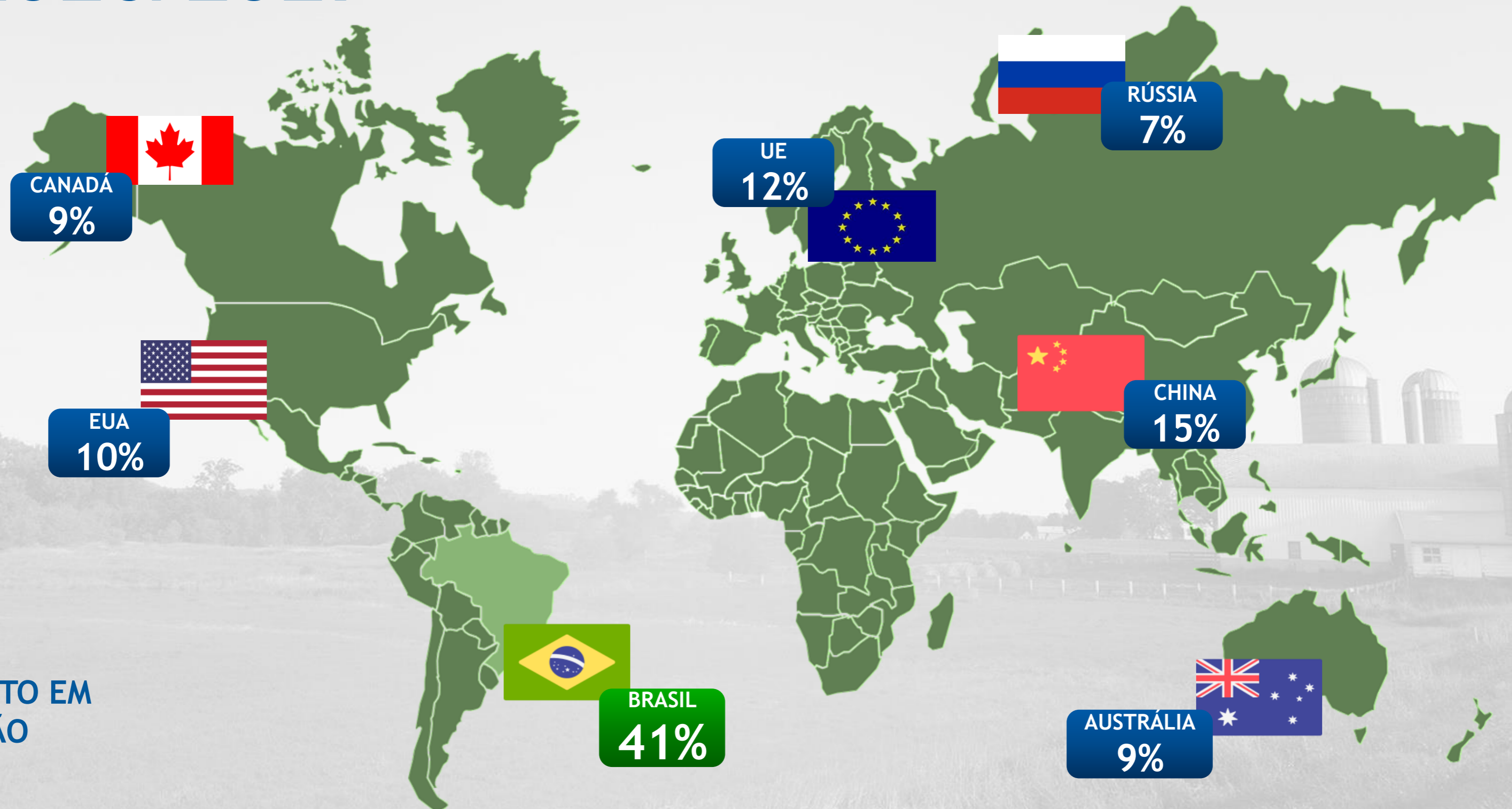
A comparação entre os preços das diversas fontes de proteína animal também afeta o mix de consumo. O preço da carne bovina tem tendência de aumento ...

- Devido a fatores como competição com outras culturas de preços mais atrativos, a carne bovina, que já é mais cara do que a de suínos e frangos, **apresenta tendência de aumento de preço no Brasil e no Mundo.**
- No Brasil, existe preferência pela carne bovina, fazendo com que com que as demais proteínas apresentem flutuações de consumo de acordo com o preço praticado relativamente a ela;



O ALTO PREÇO DA CARNE BOVINA CONTRIBUI COM A MIGRAÇÃO PARA MAIOR CONSUMO DE PROTEÍNA SUÍNA E AVÍCOLA

Projeção de produção de alimentos para 2026/2027



% AUMENTO EM PRODUÇÃO

Fonte: USDA

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Considerações finais

- Precisamos blindar a avicultura brasileira mas sem tirar a competitividade
- A produção de carne de frango continuará aumentando no Brasil para atender a sua população com renda familiar crescente e ao aumento na demanda mundial
- Deverá haver um aumento significativo do consumo na China e na Índia
- Haverá uma tendência de aumento no consumo de produtos com maior valor agregado nos próximos anos
- As empresas devem implementar programas de qualidade para atender as exigências dos consumidores e dos países importadores
- O governo deve fazer a sua garantindo a sanidade e a qualidade dos produtos comercializados internamente e exportados

ABPA

ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA
DE PROTEÍNA
ANIMAL

ARIEL MENDES

+55 11 3095-3120

ariel.mendes@abpa-br.org



OBRIGADO!

