

Abastecimento
Secretaria Executiva

Agenda Estratégica

2019 - 2023

PET BRASIL

Missão
Mapa

Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira.

3º Edição
Brasília – DF
2019

Tiragem: 0 exemplares – Disponível eletronicamente

Ano 2018

Elaboração, distribuição, informações:

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

Secretaria Executiva

Coordenação-Geral de Apoio às Câmaras Setoriais e Temáticas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D – Ed. Sede

CEP: 070043-900, Brasília – DF

Tel.: (61) 3218-2772

Fax: (61) 3225-4200

www.agricultura.gov.br

E-mail: cgac@agricultura.gov.br

Central de Relacionamento: 0800 704 1995

Coordenação Editorial: Assessoria de Comunicação Social

Equipe Técnica:

Francisco de Assis Mesquita Facundo

Naiana Campos Gil Ferreira Santigado

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Catálogo na Fonte
Biblioteca Nacional de Agricultura - BINAGRI

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Pet Brasil / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
Secretaria Executiva – Brasília: Mapa/ACS, 2018.
Agenda Estratégica 2012 - 2017

1. Pet Brasil. 2. Agricultura. I. Secretaria Executiva. II. Série.
2º Edição atualizada em Maio de 2014.
3º Edição atualizada em Novembro de 2018

AGRIS P06
CDU 662.7

Introdução

A Agenda Estratégica 2012-2015 é fruto do trabalho coletivo do conjunto das entidades representantes do setor privado em seus diversos elos da Cadeia Pet e representantes do Governo que compõe o GTPet da CTIA, proporcionando o ordenamento dos trabalhos, organizando, sistematizando e racionalizando as ações e objetivos estabelecidos pela Câmara Setorial, com uma visão de futuro.

A estruturação de uma Agenda de trabalho da Cadeia Pet proporciona condições de ampliar as discussões além das questões pontuais do dia a dia da Cadeia, as chamadas questões conjunturais. Permite pensar no futuro, construir planos e projetos de médio e longo prazo que permitam o desenvolvimento da Cadeia como um todo, com competitividade e sustentabilidade, ou seja, abrange também as chamadas questões estruturais.

A elaboração desta Agenda Estratégica teve início em fevereiro de 2012, quando o plenário da 2ª Reunião Ordinária da CTIA aprovou a realização de um grupo de trabalho para tal objetivo sob a orientação da Coordenação Geral de Apoio às Câmaras Setoriais e Temáticas (CGAC) do MAPA.

A primeira reunião do grupo aconteceu em 14 de março de 2012, ocasião em que, por meio de metodologia específica, foi levantado um conjunto de propostas dispostas em 13 temas. Após esse primeiro exercício, a Coordenação-Geral das Câmaras Setoriais e Temáticas promoveu um trabalho de organização e sistematização do conjunto de propostas, organizando-as por Temas, Itens de Agenda e Diretrizes. O trabalho foi conduzido de forma a agrupar as propostas em eixos temáticos que possam ser trabalhados e aprofundados por grupos de trabalho específicos a serem criados em futuras reuniões da CTIA. Para fechar a proposta inicial da Agenda Estratégica, o Grupo de Trabalho voltou a se reunir em março de 2012, com o objetivo de consolidar e validar a sistematização realizada.

A partir de então a proposta de Agenda aprovada pelo Grupo de Trabalho foi encaminhada para todos os membros do GTPet, que tiveram a oportunidade de questioná-la e contribuir com sugestões. A providência seguinte foi submetê-la à discussão e aprovação em reunião ordinária da CTIA. Em agosto de 2012, o Ministro da Agricultura aprovou a criação da CSPet desvinculada da CTIA, oficializada pela Portaria nº925, de 17 de setembro de 2014, quando então realizamos a segunda edição da agenda estratégica, para período 2015/2018.

Em 2018, realizamos a terceira atualização utilizando –se da mesma metodologia anterior com todo no quinquênio 2019-2023.

A Agenda Estratégica tem caráter dinâmico e todas as oportunidades de contribuição dos integrantes do CSPet foram e serão consideradas, sempre observando o caráter consultivo e de espaço de diálogo privilegiado proporcionado pelo ambiente das Câmaras Setoriais, no processo

de elaboração de políticas públicas e privadas, como orientadora da ação executiva do MAPA, demais órgãos governamentais e da própria Iniciativa Privada envolvida na Cadeia Pet.

Objetivos

A terceira edição da Agenda Estratégica 2019-2023 tem como principais objetivos:

- (1) Estabelecer um plano de trabalho para a Cadeia Pet para os próximos 5 anos (2019-2023);
- (2) Facilitar e organizar a ação conjunta das Câmaras nos assuntos de interesse comum, e
- (3) Fortalecer as Câmaras como ferramentas de construção de Políticas Públicas e Privadas para o Agronegócio.
- (4) Alinhar, no que for possível, com as diretrizes geral do novo governo eleito dia 28 de outubro de 2018.

O documento a seguir apresenta em sua terceira edição, o quadro resumo com os Grandes Temas, os itens da Agenda e as Diretrizes que balizarão a discussão dos temas e a construção de propostas por parte do CSPet.

Membros

- **ABINPET** - Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação; Representante: José Edson Galvão de França; Suplente: Keli Cimiton
- **ABLA** – Associação Brasileira de Lojas de Aquarofilia
- **ABRA** – Associação Brasileira de Reciclagem Animal
- **ABRASE** - Associação Brasileira de Criadores e Comércio de Animais Silvestres e Exóticos; Representante: Luiz Paulo Amaral; Suplente: Vinicius Rodrigues Ferreira
- **ABZ** - Associação Brasileira de Zootecnistas; Representante: Walter Motta; Suplente: Larissa Queiroz Medeiros de Oliveira
- **ALANAC** - Associação dos Laboratórios Farmacêuticos Nacionais; Representante: Henrique U. Tada; Suplente: Douglas Duarte
- **ANCLIVEPA BRASIL** - Associação Nacional de Clínicos de Pequenos Animais; Representante: Alexandre Schmaedecke; Suplente: Daniela Salim Name
- **APEX-BRASIL** - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos; Representante: Marcos Soares; Suplente: Eduardo Caldas
- **CBKC** - Confederação Brasileira de Cinofilia - Kennel Club; Representante: Roberto Claudio Bezerra; Suplente: Celso Roberto Machado Pinto

- **CFB** - Confederação de Felinos do Brasil; Representante: Sylvia Roriz de Carvalho; Suplente: Ney Fernando de Mello Neves Filho
- **CFBIO** - Conselho Federal de Biologia; Representante: Joaquim Maia Neto; Suplente: Daniel Silva Diniz
- **CFMV** - Conselho Federal de Medicina Veterinária; Representante: Marcelo Weinstein Teixeira; Suplente: Simone Bandeira
- **COBRAP** - Confederação Brasileira dos Criadores de Pássaros Nativos; Representante: Mauro Gilberto Franco Marques; Suplente: Aloísio Pacini Tostes
- **FOB** – Federação Ornitológica Brasileira
- **FOG** - Federação Ornitológica Gaucha; Representante: Anibal Schmidt Rolin; Suplente: Paulo Gilberto Altmann
- **FOGO** - Federação Ornitológica de Goiás; Representante: Waldir Pereira; Suplente: Paulo Ney Pamplona Rabello
- **IPB** - Instituto Pet Brasil;
- **SINDAN** - Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal; Representante: Milson da Silva Pereira; Suplente: Gabriela F. Mura
- **SINDIRAÇÕES** - Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal; Representante: Ariovaldo Zani; Suplente: Carlos Alberto Pereira Albuquerque
- **UFG** - Universidade Federal de Goiás; Representante: Kellen de Sousa Oliveira; Suplente: Eliane Sayuri Miyagi

Convidado Permanente

- **DFIP** – Departamento de Fiscalização de Insumos Pecuários - Representante: Vinicius Sá; Suplente: Janaina Garçone
- **CRMV**

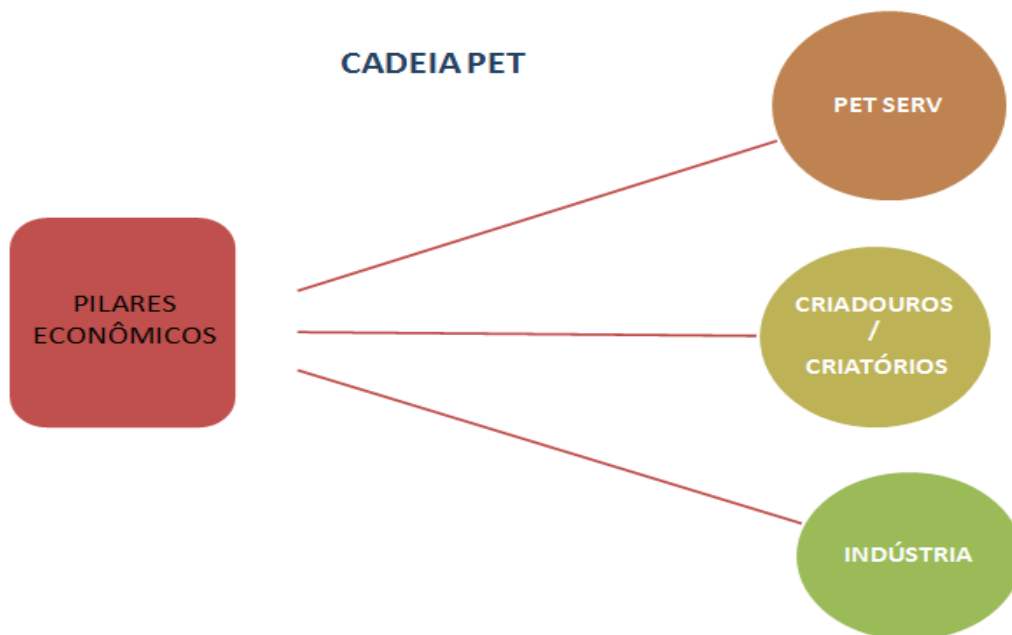
Conceito Setorial Pet

- Definição de Animais de Estimação: São animais criados para o convívio com os seres humanos por razões afetivas, gerando uma relação benéfica. Têm como destinações principais: terapia, companhia, lazer, auxílio aos portadores de necessidades especiais, esportes, ornamentação,

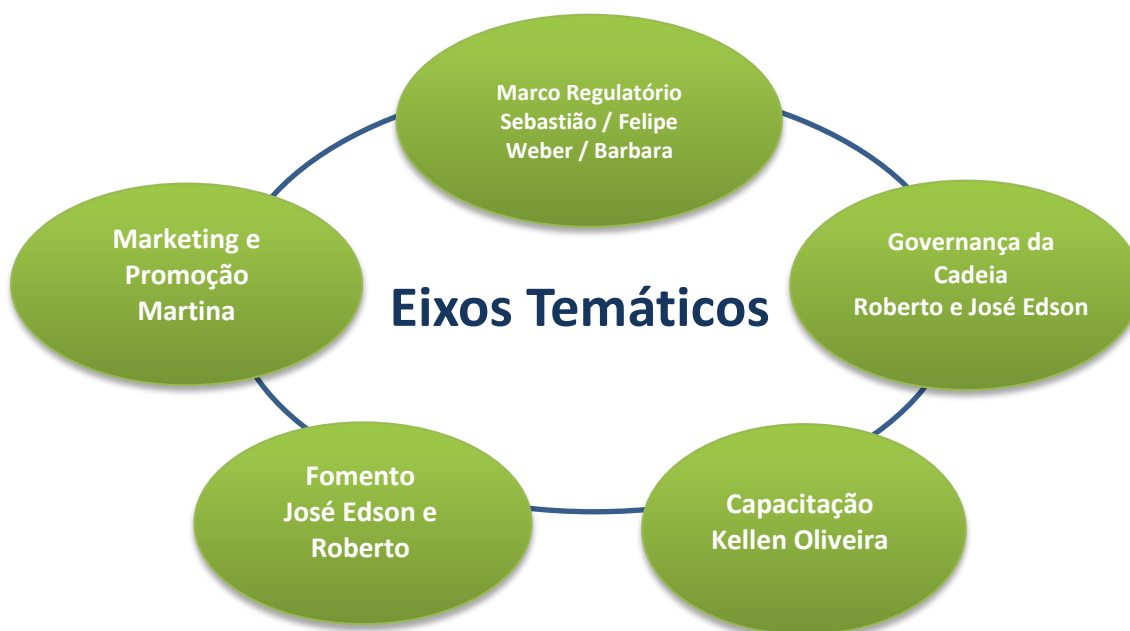
participação em torneios e exposições, conservação, preservação, criação, melhoramento genético e trabalhos especiais.

- Definição da Cadeia Pet: Segmento do Agronegócio relacionado com o desenvolvimento das atividades de criação, indústrias e comercialização de animais de estimação e de produtos relacionados.
- Principais atores (stakeholders) do setor: Indústria de produtos; Serviços Médicos; Serviços Técnicos especializados; Rede de Comercialização; Criadores e Criatórios; Entidades e Associações; Órgãos reguladores.
- Principais Grupos Animais: Aves Canoras e Ornamentais; Cães; Gatos; Peixes Ornamentais;





2019 - 2023



Proposta Comitê Temático – CT

Criadouros

- Aves – Sebastião / Air (FOB)
- Cães – Roberto Bezerra
- Gatos – Sylvia Roriz
- Peixes Ornamentais – Ricardo Dias – Felipe Weber
- Pequenos Mamíferos e Répteis – Felipe Weber

Regulatório

- Exportação – Barbara/ Felipe Weber
- Pet Profissional – Wanderson / Reinaldo

- Pet Comércio - Felipe Weber
- Pet Food – Barbara – Coproduto/Coadjuvantes
- Pet Vet – Gabriela
- Criação – Felipe Weber / Barbara/ Gabriela (Aves Co= Sebastião/ Peixes Ornamentais= Ricardo/ Repteis, pequenos roedores e pequenos mamíferos)

Capacitação Profissional

- Capacitação – Kellen Oliveira
- Bem-Estar Animal – Reinaldo (CFMV) / Felipe Weber

Exportação / Importação – Barbara / Eduardo Caldas/ Felipe Weber/ Martina Campos

- Produtos – Martina Campos
- Animais – Felipe Weber

Governança - IBGE – José Edson

PRIORIDADES 2019

Eixos Temáticos

Marco Regulatório

- Produção – Criatórios/Criatórios (Aves e Peixes Ornamentais)
- Comércio – Comercialização de Animais
- Exportação/Importação: Portais (Produtos, CSI – Barbara, Criação – Felipe Weber)
- Desoneração do Setor referente Tributário – José Edson
- Bancada Pet – José Edson

Governança da Cadeia

Capacitação

Fomento

Marketing e Promoção

- Divulgar benefícios relação humano/animal

- Captação de recursos e suas fontes

- Capacitar por meio de Parcerias
- Indústria Pet Care
 - Rede de Comercialização
 - Criadouros – Criatórios

- Entidade que congregue todos os eixos Econômicos

PRIORIDADES 2020

- Produção – Criatórios de Pássaros
- Comércio – Comercialização de Animais
- Indústria Pet food (Idem Prioridades Abinpet)
- Desoneração do Setor

Marco Regulatório

- Senso de Animais de Estimação
- RG Pet
- Entidade Setorial da Cadeia Pet

Marketing e
Promoção

Governança da
Cadeia

**Eixos
Temáticos**

- Captação de recursos e suas fontes

Fomento

Capacitação

- Captação de recursos e suas fontes

Capacitar por meio de Parcerias

- Indústria Pet Care
- Rede de Comercialização
- Criatórios

A. Marco Regulatório

Diretrizes:

- 1- Buscar a desoneração tributária do segmento Pet Food;
- 2- Reduzir as alíquotas de ICMS e IPI do segmento Pet Food;
- 3- Adequar Políticas tributárias às necessidades e características do Setor;
- 4- Atuar junto aos governos estaduais e federal para a diminuição dos tributos setoriais;
- 5- Criação de código CNAE específico para criatórios de PETS;
- 6- Trabalhar pelo MEI pra criados;
- 7- Marco Regulatório profissionais – Exemplo: Tosador;

Criadouros / Criatórios

Legislação para Criadouros / Criatórios

Diretrizes:

- 1- Normatização dos Procedimentos de Controle Sanitário de Pequenos Animais;
- 2- Controle Reprodutivo;
- 3- Comércio de Animais Castrados;
- 4- Revisar normas para importação e exportação de animais silvestres e domésticos, embriões e sêmen;
- 5- Importação de sêmen congelado e resfriado;
- 6- Estabelecer critério para a criação de animais;
- 7- Lista Pet.
- 8- Estadualizar as Normas;
- 9- Estabelecer critérios para trânsito de animais, principalmente para aves;
- 10- Estabelecer critérios de Controle Zootécnico – Rastreabilidade Genética;
- 11- Estabelecer critérios para fiscalização de Criatórios e Estabelecimentos Comerciantes.

Sanitário

Diretrizes:

- 1- Regulamentar o Controle de Zoonoses;
- 2- Regulamentar o Controle de doenças Infecciosas;
- 3- Regulamentar, em legislação federal, o comércio de animais de estimação que atendam às exigências sanitárias e de bem-estar animal;

Peixes Ornamentais

Diretrizes:

- 1- Elaboração de Manual da Pesca e Aquicultura;
- 2- Cursos a ser ministrados aos pescadores;

Pet Serv.

Rede de Comercialização (Pet Shop)

Diretrizes:

- 1- Implantar boas práticas para vender a granel.
- 2- Criar Cartilha Nacional, exarando regras mínimas para o comércio de animais domésticos e silvestres.

Indústria

Regulação

Diretrizes:

- 1- Fortalecer a fiscalização de Estabelecimentos e Produtos;
- 2- Estabelecer critérios para Receituário Veterinário;
- 3- Fiscalização dos responsáveis técnicos nos estabelecimentos veterinários;
- 4- Fiscalização dos responsáveis técnicos nos estabelecimentos de Pet Food;
- 5- Selo integridade + Certificado Pet Food;
- 6- Criar uma rede nacional de laboratórios credenciados pelo MAPA, unificando metodologias e instituir parcerias com o setor privado;
- 7- Alinhar pauta de reivindicações junto à Receita Federal e Secretaria da Fazenda, traçando estratégias de aumento na arrecadação através da formalização do setor;
- 8- Participar de mais ações em conjunto ao INMETRO;
- 9- Estabelecer relacionamento com órgãos de regulamentação internacional.
- 10- RG Animal Pet / Passaporte Pet

Regulatórios para Produtos Pet

Diretrizes:

- 1- Estabelecer critérios para a utilização de alimentos/ingredientes funcionais;
- 2- Estabelecer procedimentos para Exportação de Pet Food;
- 3- Adotar Política de desburocratização de importação de amostras para fins de pesquisa;
- 4- Buscar a isenção e parametrização de matérias primas para uso na alimentação animal;
- 5- Realizar workshop com fiscais do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA);
- 6- Negociações sanitárias;
- 7- Ampliação do Anexo IV da IN 42.
- 8- Desburocratizar licenças e registros (Isenção Coadjuvantes)
- 9- Regulamentação e Fiscalização de Normas de produção de ativos farmacêuticos magistrais.
- 10- Estabelecer regras claras referentes aos registros de medicamentos veterinários: definindo normativas referentes aos protocolos de testes de eficácia, segurança, resíduos e estabilidade;
- 11- Estabelecer regras claras para o registro de aditivos, contemplando os respectivos testes necessários;

B. Governança da Cadeia

Representação da Cadeia

Diretrizes:

- 1- Estabelecer Política Setorial;
- 2- Trabalhar no combate às ações repressivas e restritivas dos órgãos reguladores do meio ambiente sobre a atividade de criatórios;
- 3- Buscar instituir animais de estimação como bagagem acompanhada em viagens aéreas;
- 4- Estabelecer critérios para exames admissionais para profissionais do setor (Exame de Ordem);
- 5- Fomentar a criação de uma rede privada de assistência ambulatorial animal;
- 6- Fomentar a criação de uma rede nacional privada de exames complementares de diagnóstico;
- 7- Consolidar a Câmara Setorial Pet;
- 8- Instituir mecanismos que facilitem a articulação entre os elos da Cadeia;
- 9- Apoiar novas regiões e indicações de potencial para ampliação da atividade;

Levantamento do número de animais de estimação do Brasil

Diretrizes:

- 1 - Realizar mapeamento da população de animais;
- 2 - Agilizar e implementar em todo o País um Cadastro Nacional dos Criadores;
- 3 - Estabelecer parcerias com IBGE para definição do índice de penetrabilidade dos animais de estimação nos domicílios urbanos e rurais;
- 4- Estabelecer convênios com associações e instituições de extensão e pesquisa com o objetivo de obter apoio na coleta de informações “in loco”;

- 5 - Estabelecer parcerias com instituições de coleta de dados de desempenho setorial;
- 6 - Estabelecer parcerias e convênios com entidades públicas e privadas;
- 7 - Selecionar, definir critérios e adquirir bases de dados customizadas para as necessidades do setor;
- 8 - Formar grupos de trabalho e análise das informações;
- 9 - Organizar as necessidades setoriais;
- 10 - Criar Banco de dados para o Perfil Pet Brasil, plataforma de dados comum e acesso a informação de forma objetiva, transparente e integrada às entidades conveniadas;
- 11- Mapeamento dos criadouros / criatórios no Brasil

Gestão da Qualidade para Produtos Pet

Diretrizes:

- 1- Estabelecimentos de requisitos básicos para a garantia da qualidade e segurança dos alimentos e produtos em Manual de referência;
- 2- Manual Pet Care Brasil;
- 3- Manual Pet Shop Brasil.

Gestão da Qualidade para Criadouros / Criatórios

Diretrizes:

- 1- Manual Pet de Boas Práticas para Criadouros / Criatórios Brasil.
- 2- Sistema de Certificação (já apontado acima).

Gestão da Qualidade para a Rede de Comercialização (Pet Shop)

Diretrizes:

- 1- Manual Pet Shop Brasil.

2-Sistema de Certificação (já apontado acima).

Inteligência Competitiva

Diretrizes:

1- Estabelecer um sistema de informações sobre Produção, Comercialização e Comércio Exterior;

2- Estabelecer parcerias e convênios com entidades públicas e privadas.

C. Fomento

Gestão Setorial Harmonizada entre Segmento

Diretrizes:

- 1- Discutir estratégias de criação e organização de Governança da Cadeia para gerir um fundo de atividades voltadas a marketing e promoção, inteligência competitiva, certificação e pesquisa;
- 2- Analisar outras ações existentes.

Assistência Técnica

Diretrizes:

- 1- Aspectos de manejo de fauna silvestre;
- 2- Contemplar ações sistematizadas e focadas em cada segmento;

Plataforma PDI Pet – Diagnostico e Capacitação

Diretrizes:

- 1- Diagnostico do nível de maturidade das empresas
- 2- Treinamento a distância

Crédito

Diretrizes:

- 1- Inclusão do Pet Care no PNI / MDIC;
- 2- Linha de Crédito para o setor: **Criação**;
- 3- Firmar parceria com instituições de financiamento como o BNDES e ABDI.

Comercialização de Animais

Diretrizes:

1- Reconhecer a atividade de criação de animais silvestres como agronegócio, com benefícios ambientais, econômicos e sociais;

Comercialização de Produtos Pet

Diretrizes:

1- Estabelecer requisitos básicos para o desenvolvimento das Boas Práticas de Armazenamento e Distribuição;

2- Orientação de empresas e profissionais sobre a implementação e manutenção das Boas Práticas de Armazenamento e Distribuição.

3 – Criar lei federal regularizando a venda de animais em Pet Shop.

Modernização do Setor Pet

Diretrizes:

1- Implantar programas de qualificação e melhoria de qualidade;

2-Buscar linhas de crédito específicas destinadas à modernização.

D. Marketing e Promoção

Mercado Interno

Diretrizes:

- 1- Divulgar a utilidade e benefícios do Pet para o ser humano;
- 2- Organizar a presença do Setor nos Fóruns e Organizações Internacionais;
- 3- Buscar a aproximação do Setor com SEBRAE e ABDI;
- 4- Promover Campanhas de Conscientização para a Posse responsável;
- 5- Divulgar informações sobre o mercado pet e seus benefícios;
- 6 - Divulgar os aspectos conservacionistas da criação de Espécies Silvestres;
- 7 - Combater a visão equivocada da criação de silvestres nacionais como ilegal;
- 8 - Criar comissão de comunicação e marketing para divulgar e fortalecer Câmara Pet;
- 9 - Estabelecer parceria com instituições públicas e privadas para campanhas institucionais;
- 10 - Utilizar de forma proativa as mídias adequadas para comunicação das iniciativas atuais e futuras do setor;
- 11 - Mapear os formadores de opinião por mercado e estratégias de comunicação;
- 12 - Desenvolver um projeto de branding setorial nacional;
- 13 - Criar Campanhas Oficiais de Controle populacional de cães e gatos.

14 - Comunicação integrada por Segmento

15 - Benefícios dos criadouros para a Fauna

16 - Uniformizar discurso quanto ao trabalho dos criadouros

Mercado Externo

Diretrizes:

1- Fomentar e Promover das exportações do Setor;

2 - Promover a participação em feiras;

3- Apoiar as ações em andamento em parcerias em promoção internacional com a APEX;

4- Garantir presença e/ou informações sobre os resultados na CAMEVET – encontro anual dos setores pet dos países do Mercosul;

5 - Garantir presença no Fórum Internacional de Entidades do Setor Pet;

6 - Definir estratégia integrada de marketing para posicionamento do Brasil no mercado externo;

7- Implementar um projeto de branding setorial internacional;

E. Capacitação

Plano Setorial de Capacitação

- 1- Reduzir a informalidade do setor por meio de ações de capacitação e comunicação;
- 2- Desenvolver ações de capacitação das empresas para desenvolvimento das ferramentas da qualidade (implementação de Boas Práticas de Fabricação - BPF e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle - APPCC);
- 3- Reconhecer e aprimorar os Programas Existentes;
- 4- Formatar cursos preparatórios para responsáveis técnicos;
- 5- Construir portfólio de capacitação para todos os segmentos;
- 6- Instituir um Plano Nacional de Capacitação para Pet Care;
- 7- Levantar necessidades de treinamento para exportação;
- 8- Instituir um plano nacional de capacitação e apoiar a elaboração de manuais de referência para pet foot, pet care, pet shop e criatórios;
- 9- Elaborar manuais de referência de cada segmento.

Boas Práticas de Criação

- 1- Manuais de Boas Práticas para criação, considerando toda a cadeia produtiva, no sentido de orientar os agentes envolvidos no sistema de produção e/ou comercialização dos Pets;
- 2- Adotar selo integridade / MAPA a ser concedido para aquelas empresas que se enquadrarem compliance;
- 3- Manter agenda aberta para novas demandas externas ou oriundas de ações da própria Câmara setorial Pet;
- 4- Delinear um programa de conscientização da sociedade, com Ações educativas, bem como, divulgação das atividades do segmento em defesa de Boas Práticas Criatórios.

Agenda Estratégica Pet Brasil 2019-2023

| Tema | Item | Diretrizes |
|------------------------------|------|---|
| Conceito Setorial Pet | | 1. Definição de Animais de Estimação: São animais criados para o convívio com os seres humanos por razões afetivas, gerando uma relação benéfica. Têm como destinações principais: terapia, companhia, lazer, auxílio a portadores de necessidades especiais, esportes, ornamentação, participação em torneios e exposições, conservação, melhoramento genético e trabalhos especiais |
| | | 2. Definição do Setor: Segmento do Agronegócio relacionado com o desenvolvimento das atividades de criação, produção e comercialização de animais de estimação |
| | | 3. Principais atores (stakeholders) do setor: Indústria de produtos; Serviços Médicos; Serviços Técnicos especializados; Rede de Comercialização; Criadores e Criatórios; Entidades e Associações; Órgãos reguladores |
| | | 4. Principais Grupos Animais: Aves Canoras e Ornamentais; Cães; Gatos; Peixes Ornamentais; Outros (Répteis, pequenos roedores, pequenos mamíferos) |

| | | |
|-----------------------------|---|--|
| A. Marco Regulatório | Fiscal Tributário | 1. Buscar a desoneração tributária do segmento Pet Food |
| | | 2. Reduzir as alíquotas de ICMS e IPI do segmento Pet Food |
| | | 3. Adequar Políticas tributárias às necessidades e características do Setor |
| | | 4. Atuar junto a governos estaduais e federal para a diminuição dos tributos setoriais |
| | | 5. Criação de código CNAE específico para criatórios de PETs; |
| | | 6. Trabalhar pelo MEI pra criados; |
| | | 7. Marco Regulatório profissionais |
| | Legislação e Regulatório para Criatórios | 1. Normatização dos Procedimentos de Controle Sanitário de Pequenos Animais; |
| | | 2. Controle Reprodutivo; |
| | | 3. Comércio de Animais Castrados; |
| | | 4. Revisar normas para importação e exportação de animais silvestres e domésticos, embriões e sêmen; |
| | | 5. Importação de sêmen congelado e resfriado; |
| | | 6. Estabelecer critérios de Controle Zootécnico – Rastreabilidade Genética |
| | | 7. Lista Pet |
| | | 8. Estadualizar das Normas; |
| | | 9. Estabelecer critérios para trânsito de animais, principalmente para aves; |
| | | 10. Estabelecer critérios de Controle Zootécnico – Rastreabilidade Genética; |
| | | 11. Estabelecer critérios para fiscalização de Criatórios; |
| | Peixes Ornamentais | 1. Elaboração de Manual da Pesca e Aquicultura; |
| | | 2. Cursos a ser ministrados aos pescadores; |
| | Sanitário | 1. Regulamentar o Controle de Zoonoses; |
| | | 2. Regulamentar o Controle de doenças Infecciosas; |
| | | 3. Regulamentar, em legislação federal, o comercio de animais de estimação que atendam às exigências sanitárias e de bem-estar animal; |

| | | |
|-----------------------------|---|---|
| A. Marco Regulatório | Rede de Comercialização Produtos Pet | 1. Implantar boas práticas para vender a granel; |
| | | 2. Cartilha; |
| | | 3. Fiscalização dos responsáveis técnicos nos estabelecimentos veterinários; |
| | | 4. Fiscalização dos responsáveis técnicos nos estabelecimentos de Pet Food; |
| | | 5. Selo integridade + Certificado Pet Food; |
| | | 6. Criar uma rede nacional de laboratórios credenciados pelo MAPA, unificando metodologias e instituir parcerias com o setor privado; |
| | | 7. Alinhar pauta de reivindicações junto à Receita Federal e Secretaria da Fazenda, traçando estratégias de aumento na arrecadação através da formalização do setor |
| | | 8. Estabelecer relacionamento com órgãos de regulamentação internacional |
| | | 9. Estabelecer critérios para a utilização de alimentos/ingredientes funcionais |
| | | 10. Estabelecer procedimentos para Exportação de Pet Food |
| | | 11. Adotar Política de desburocratização de importação de amostras para fins de pesquisa |
| | | 12. Buscar a isenção e parametrização de matérias primas para uso na alimentação animal |
| | | 13. Regular a emissão de Certificados Sanitários |
| | | 14. Revisão da Instrução Normativa nº 30/2009 |
| | | 15. Realizar workshop fiscais do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) |
| | | 16. Unificar e ampliar os trabalhos do Serviço de Fiscalização do MAPA |
| | | 17. Atualização das Matérias-Primas utilizadas |
| | | 18. Negociações Sanitárias |
| | | 19. Desburocratizar licenças e registros |
| | | 20. Estabelecer Regras claras de exportação |

| | | |
|--------------------------------|---|---|
| | | 21.Regulamentação e Fiscalização de Normas de produção de ativos farmacêuticos magistrais |
| B. Governança da Cadeia | Representação da Cadeia | 1. Estabelecer Política Setorial |
| | | 2. Trabalhar no combate às ações repressivas e restritivas dos órgãos reguladores do meio ambiente sobre a atividade de criatórios |
| | | 3. Buscar instituir animais de estimação como bagagem acompanhada em viagens aéreas |
| | | 4. Estabelecer critérios para exames admissionais para profissionais do setor (Exame de Ordem) |
| | | 5. Fomentar a criação de uma rede privada de assistência ambulatorial animal |
| | | 6. Criação de uma rede nacional de exames complementares de diagnóstico |
| | Levantamento do número de animais de estimação no Brasil | 1. Realizar mapeamento da população de animais |
| | | 2. Agilizar e implementar em todo o País um Cadastro Nacional dos Criadores |
| | | 3. Estabelecer parcerias com IBGE para definição do índice de penetrabilidade dos animais de estimação nos domicílios urbanos e rurais |
| | | 4. Estabelecer convênios com associações e instituições de extensão e pesquisa com o objetivo de obter apoio na coleta de informações “in loco” |
| | | 1. Estabelecer parcerias com instituições de coleta de dados de desempenho setorial |

| | | |
|--------------------------------|---|--|
| B. Governança da Cadeia | Levantamento de dados para o Perfil Pet Brasil | 2. Estabelecer parcerias e convênios com entidades públicas e privadas |
| | | 3. Selecionar, definir critérios e adquirir bases de dados customizadas para as necessidades do setor |
| | | 4. Formar grupos de trabalho e análise das informações |
| | | 5. Organizar as necessidades setoriais |
| | | 6. Criar Banco de dados para o Perfil Pet Brasil, plataforma de dados comum e acesso a informação de forma objetiva, transparente e integrada às entidades conveniadas |
| | | 7. Mapeamento dos criadouros no Brasil |
| | Gestão da Qualidade para Produtos Pet | 1. Estabelecimentos de requisitos básicos para a garantia da qualidade e segurança dos alimentos e produtos em Manual de referência |
| | | 2. Manual Pet Food Brasil |
| | | 3. Manual Pet Care Brasil |
| | | 4. Manual Pet Shop Brasil |
| | Gestão da Qualidade para Criatórios | 1. Manual Pet Criatórios Brasil |

| | | |
|--|--|--|
| | Gestão da Qualidade para a Rede de Comercialização (Pet Shop) | 1. Manual Pet Shop Brasil |
| | Inteligência Competitiva | 1. Estabelecer um sistema de informações sobre Produção, Comercialização e Comércio Exterior |
| | | 2. Estabelecer parcerias e convênios com entidades públicas e privadas |

| | | |
|-------------------|-----------------------------------|---|
| C. Fomento | Gestão | 1. Discutir estratégias de criação e organização de Governança da Cadeia para gerir um fundo de atividades voltadas a marketing e promoção, inteligência competitiva, certificação e pesquisa |
| | | 2. Analisar outros fundos existentes |
| | Assistência Técnica | 1. Aspectos de manejo de fauna silvestre |
| | | 2. Contemplar ações sistematizadas e focadas em cada segmento |
| | Plataforma de Produtos Pet | 1. Definir trabalhos na área nutricional |
| | | 2. Programa de PD&I específicos |
| | | 3. Sistematizar métodos e formas de captação de demandas de pesquisa dos diversos elos da cadeia |
| | | 4. Pesquisar variedades para mercado |

| | | |
|--|--|--|
| | Crédito | 1. Inclusão do Pet Care no PNI/MDIC |
| | | 2. Linha de Crédito para o setor: Criadores, e Pet Care |
| | | 3. Firmar parceria com instituições de financiamento como o BNDES e ABDI |
| | Comercialização de Animais | 1. Reconhecer a atividade de criação de animais silvestres como agronegócio, com benefícios ambientais, econômicos e sociais |
| | Comercialização de Produtos Pet | 1. Estabelecimento de requisitos básicos para o desenvolvimento das Boas Práticas de Armazenamento e Distribuição |
| | | 2. Orientação de empresas e profissionais sobre a implementação e manutenção das Boas Práticas de Armazenamento e Distribuição |
| | | 3. Criar lei federal regularizando a venda de animais em Pet Shop |
| | Modernização do Setor Pet | 1. Implantar programas de qualificação e melhoria de qualidade |
| | | 2. Buscar linhas de crédito específicas destinadas à modernização |

| | | |
|--------------------------------|------------------------|--|
| D. Marketing e Promoção | Mercado Interno | 1. Divulgar a utilidade e benefícios do Pet para o ser humano |
| | | 2. Organizar a presença do Setor nos Fóruns e Organizações Internacionais |
| | | 3. Buscar a aproximação com SEBRAE e ABDI |
| | | 4. Promover Campanhas de Conscientização para a Posse responsável |
| | | 5. Divulgar informações sobre o mercado pet e seus benefícios |
| | | 6. Divulgar os aspectos conservacionistas da criação de Espécies Silvestres |
| | | 7. Combater a visão equivocada da criação de silvestres nacionais como ilegal |
| | | 8. Criar comissão de comunicação e marketing para divulgar e fortalecer a Câmara Pet |
| | | 9. Estabelecer parceria com instituições públicas e privadas para campanhas institucionais |

| | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|
| D. Marketing e Promoção | | 10. Utilizar de forma proativa as mídias adequadas para comunicação das iniciativas atuais e futuras do setor |
| | | 11. Mapear os formadores de opinião por mercado e estratégias de comunicação |
| | | 12. Desenvolver um projeto de branding setorial nacional |
| | | 13. Criar Campanhas Oficiais de Controle populacional de cães e gatos |
| | | 14. Comunicação integrada por Segmento |
| | | 15. Benefícios dos criadouros para a Fauna |
| | | 16. Uniformizar discurso quanto ao trabalho dos criadouros |
| | Mercado Externo | 1. Fomentar e promover as exportações do Setor |
| | | 2. Promover a participação em feiras |
| | | 3. Apoiar as ações em andamento em parcerias em promoção internacional com a Apex-Brasil |
| | | 4. Garantir presença e/ou informações sobre os resultados na CAMEVET – encontro anual dos setores pet dos países do Mercosul |
| | | 5. Garantir presença no Fórum Internacional de Entidades do Setor Pet |
| | | 6. Definir estratégia integrada de marketing para posicionamento do Brasil no mercado externo |
| | | 7. Implementar um projeto de branding setorial internacional |
| E. Capacitação | Plano Setorial de Capacitação | 1. Reduzir a informalidade do setor por meio de ações de capacitação e comunicação |
| | | 2. Desenvolver ações de capacitação das empresas para desenvolvimento das ferramentas da qualidade (implementação de Boas Práticas de Fabricação – BPF e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle – APPCC) |

| | | |
|-----------------------|---------------------------------|--|
| E. Capacitação | | 3. Reconhecer e aprimorar os Programas existentes |
| | | 4. Apoiar a elaboração de Manuais de Referência Pet Food Brasil, Pet Care Brasil e Pet Shop Brasil |
| | | 5. Formatar cursos preparatórios para responsáveis técnicos |
| | | 6. Construir portfólio de capacitação em todos os segmentos |
| | | 7. Instituir um Plano Nacional de Capacitação para Pet Care |
| | | 8. Levantar necessidades de treinamento para exportação |
| | | 9. Instituir um Plano Nacional de Capacitação e apoiar a elaboração de manuais de referência para pet food, pet care, pet shop e criatórios |
| | | 10. Elaborar manuais de referência de cada segmento |
| | Boas Práticas de criação | 1. Elaboração de Manuais de Boas Práticas de criação, considerando toda a cadeia produtiva, no sentido de orientar os agentes envolvidos no sistema de produção e/ou comercialização dos Pets |
| | | 2. Adotar selo Integridade MAPE a ser concedido para aquelas empresas que se enquadrarem em critérios de BPAnimais, com reconhecimento dos órgãos envolvidos (MAPA, IBAMA, ABINPET, CFMV, CFBIO, MS, etc.) |
| | | 3. Manter agenda aberta para novas demandas externas ou oriundas de ações da própria Câmara setorial Pet |
| | | 4. Delinear um programa de conscientização da sociedade, com Ações educativas, bem como, divulgação das atividades do segmento em defesa de Boas Práticas Criatórios. |