

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

LEGISLAÇÃO DIÁRIA



Diploma	Data	Emissor	Sumario
Portaria n.º 103/2024 de 19 de dezembro de 2024	2024.12.19	Secretaria Regional da Agricultura e Alimentação	Altera a Portaria n.º 108/2023, de 7 de dezembro, que estabelece o regime de apoio ao investimento na modernização das explorações agrícolas e florestais na Região Autónoma dos Açores, designado de Agroacrescenta.



Diploma	Data	Emissor	Sumario
Regulamento (UE) 2024/3213 de 16 de dezembro de 2024	2024.12.19	Conselho Europeu	Altera o Regulamento (UE) 2021/2283 relativo à abertura e ao modo de gestão de contingentes pautais autónomos da União para determinados produtos agrícolas e industriais
Regulamento (UE) 2024/3196 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Altera o anexo I do Regulamento (CE) n.º 396/2005 do Parlamento Europeu e do Conselho no que se refere às folhas de rabanete
Regulamento de Execução (UE) 2024/3145 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Altera os anexos I, IX, X e XV do Regulamento de Execução (UE) 2021/404 no que diz respeito à lista de países terceiros ou territórios, ou respetivas zonas, autorizados para a entrada na União de remessas de determinados produtos de origem animal e que retifica o anexo XXI no que diz respeito às entradas relativas aos Estados Unidos
Regulamento de Execução (UE) 2024/3153 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Altera o Regulamento de Execução (UE) 2019/1793 relativo ao aumento temporário dos controlos oficiais e às medidas de emergência que regem a entrada na União de determinadas mercadorias provenientes de certos países terceiros, que dá execução aos Regulamentos (UE) 2017/625 e (CE) n.º 178/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho
Regulamento de Execução (UE) 2024/3162 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Relativo à autorização de quelato férrico de tirosina como aditivo em alimentos para todas as espécies de aves de capoeira de engorda, todas as espécies de aves de capoeira criadas para postura e para perus e espécies menores de aves de capoeira criadas para reprodução (detentor da autorização: Akeso Biomedical, Inc. USA, representada na União por Pen & Tec Consulting SLU)
Regulamento de Execução (UE) 2024/3163 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Altera o anexo do Regulamento de Execução (UE) 2023/2059 no que diz respeito à inclusão de determinados produtos de origem vegetal na lista de mercadorias do resto do mundo
Regulamento de Execução (UE) 2024/3166 de 18 de dezembro de 2024	2024.12.19	Comissão Europeia	Relativo à renovação da autorização de uma preparação de Bacillus velezensis ATCC PTA-6737 como aditivo em alimentos para perus de engorda, perus criados para reprodução, leitões desmamados, suídeos desmamados, exceto Sus scrofa

Folha Informativa SRAA

2024-12-19



Diploma	Data	Emissor	Sumario
			domesticus, e porcas e à autorização desta preparação para suínos de engorda de todas as espécies de suídeos, leitões não desmamados de todas as espécies de suídeos e porcas de espécies menores de suídeos (detentor da autorização: Kemin Europa N.V.), que altera o Regulamento de Execução (UE) 2023/366 e que revoga os Regulamentos de Execução (UE) n.o 306/2013, (UE) n.o 787/2013 e (UE) 2017/2276
<u>Regulamento de Execução (UE) 2024/3167 de 18 de dezembro de 2024</u>	2024.12.19	Comissão Europeia	Relativo à autorização de cianocobalamina (vitamina B12) produzida com Ensifer adhaerens CGMCC 19596 como aditivo para a alimentação de todas as espécies animais
<u>Regulamento d Execução (UE) 2024/3168 de 18 de dezembro de 2024</u>	2024.12.19	Comissão Europeia	Relativo à autorização de uma preparação de L-selenometionina de zinco como aditivo em alimentos para todas as espécies animais

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

OUTROS ASSUNTOS



Região Autónoma dos Açores

Notícias

❖ **Marca Açores com crescimento de 4% de adesões em 2024 face ao ano transato**

A Marca Açores, adianta o Secretário da Agricultura e Alimentação, António Ventura, registou neste ano de 2024 um crescimento de 4,04% de adesões face a 2023, "representando um aumento de 5,8% de novos promotores".

Num universo de 311 empresas, das nove ilhas, a certificação Marca Açores abrange 6 512 selos de produtos, serviços e estabelecimentos aderentes, sendo a sua maioria referente a produtos alimentares.

"Este crescimento demonstra a confiança que tem vindo a ser conquistada junto das empresas aderentes, através da dinamização de diferentes iniciativas que promovem os produtos, serviços e estabelecimentos certificados com o selo Marca Açores", declara o governante.

O Gabinete de Gestão e Promoção da Marca Açores, serviço afeto à Secretaria Regional da Agricultura e Alimentação, tem desenvolvido inúmeras atividades que, de forma integrada e coerente, visam diferentes públicos e mercados.

Este ano de 2024 foi marcado por uma continuidade no investimento em várias formas de comunicação e promoção, nomeadamente a comunicação através das redes sociais e do audiovisual, a dinamização de eventos de ativação de marca; no estabelecimento de novas parcerias comerciais e institucionais ou a participação em feiras, sejam elas de carácter exclusivamente profissional ou direcionadas ao consumidor final.

A este propósito, António Ventura valoriza a participação de dezenas de empresas aderentes ao selo Marca Açores nas feiras internacionais e de carácter profissional como a Lisbon Food Affair e SAGAL – Sabores de Portugal.

Além dos eventos de carácter exclusivamente profissional, numa otimização das relações business to business, o Gabinete de Gestão e Promoção da Marca Açores aposta também em ativações de marca direcionadas ao consumidor final.

Exemplo dessas ações, referiu o titular da pasta da agricultura é o Taste Azores Colombo que se realiza anualmente, em Lisboa, desde 2017 – apenas interrompido pela pandemia em 2020 e 2021 – "e permitiu todos os anos o contacto direto entre as empresas açorianas e os milhares de consumidores nacionais".

Ainda no que diz respeito a diferentes iniciativas de ação de marca, em 2024 a Marca Açores marcou presença na Bolsa de Turismo de Lisboa, na Foiling Week em Itália, no evento Sentir o Pico, na apresentação do 19º Festival Internacional dos Açores, no Campeonato Expresso BPI Golf, na Feira Agrícola do Pico e no World Cheese Awards.

Além, destas ativações e no âmbito da vertente de business to consumer, o Gabinete de Gestão e Promoção da Marca Açores promoveu, ao longo de duas semanas, uma campanha junto da distribuição regional, que envolveu 43 estabelecimentos de todas as ilhas do arquipélago, apelando, junto do consumidor final, para a escolha de produtos certificados com o selo Marca Açores, onde além da imagem os produtos foram promovidos diretamente pelos produtores em mais de 90 momentos de degustação.

Esta promoção e, numa ótica de proximidade e desenvolvimento dos estabelecimentos de restauração aderentes à Marca Açores, refere António Ventura, "foi desenvolvida, este ano, a par do que aconteceu no ano passado nas ilhas das Flores e Corvo, com uma ativação na ilha de Santa Maria que contou com 'chefs' de renome nacionais e regionais, que em conjunto com a restauração e a produção local trabalharam com o objetivo de dar uma maior valorização à oferta regional".

Fonte: [Marca Açores com crescimento de 4% de adesões em 2024 face ao ano transato - Comunicação - Portal](#)

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

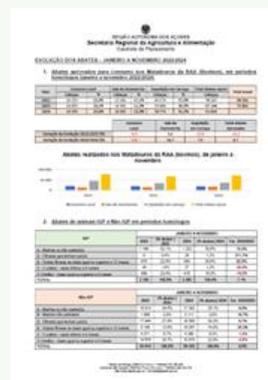
Notícias

❖ **Evolução dos abates de bovinos aprovados para consumo nos matadouros da RAA, - janeiro a novembro 2022/2024**

O Governo Regional dos Açores, através da Secretaria Regional da Agricultura e Alimentação, divulgou os dados da evolução dos abates no triénio 2022/2024, reportados ao período de janeiro a novembro.

Entre o período de janeiro a novembro de 2022 e o mesmo período de 2023, o n.º de cabeças abatidas apresentou um decréscimo de 14,2%; em sentido inverso, entre o período de janeiro a outubro de 2023 e o mesmo período de 2024, registou-se um aumento de 6,7%.

Fonte – [Secretaria Regional da Agricultura e Alimentação](#)



Portugal

Noticias

❖ **UE adia por um ano aplicação da lei sobre desflorestação**

O Conselho da União Europeia (UE) adiou por mais um ano a aplicação da legislação sobre a desflorestação, para possibilitar a países terceiros e outros do bloco comunitário acomodarem certos produtos que são comercializados.

Em comunicado, o Conselho da UE anunciou que foi prolongada por mais um ano a legislação sobre a desflorestação, com o propósito de possibilitar uma adaptação mais suave de países terceiros e outros do bloco político-económico.

Em causa está a acomodação de certos produtos que são vendidos na União Europeia ou que são exportados da UE e que não podem ser produzidos com recurso à desflorestação.

Estão incluídos o gado, madeira, cacau, soja, óleo de palma, café, borracha e derivados.

A legislação sobre a desflorestação está em vigor desde 29 de junho de 2023 e deveria começar a ser aplicada a partir de 30 de dezembro deste ano.

Com a prorrogação anunciada hoje, as regras só deverão começar a ser aplicadas a partir de 30 de dezembro de 2025.

O adiamento foi inicialmente acordado em 16 de outubro deste ano pelos Estados-membros da UE.

Fonte: [UE adia por um ano aplicação da lei sobre desflorestação - Agroportal](#)

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

❖ O boom internacional da amêndoa portuguesa

O principal sócio comercial de Portugal é Espanha, embora a Alemanha, a França e outros países europeus estão a ter subidas notáveis nas suas importações.

Juntos, os dois países ibéricos, que têm a campanha “Sustainable EU Almond”, seriam o segundo maior produtor e exportador do mundo.

A amêndoa portuguesa está a consolidar-se como todo um fenómeno fora das fronteiras do país. As suas exportações multiplicaram-se mais de seis vezes em apenas seis anos, tanto em volume como em valor, passando de 5 168 toneladas e 9,86 milhões de euros em 2018 para 33 130 toneladas e 62,3 milhões de euros em 2023, segundo dados provisórios do Instituto Nacional de Estatística (INE) compilados pelo Centro Nacional de Competência dos Frutos Secos (CNCFS).

No mesmo período, de 2018 a 2023, a produção triplicou, passando de 17 119 toneladas de amêndoa com casca para 51 953 toneladas, com a área de amendoal a crescer apenas 85%, de 38 675 hectares para 71 689 hectares. O consumo interno também registou um grande crescimento na última década. Em 2012, os portugueses consumiram cerca de 2 910 toneladas de amêndoa, o que corresponde a 276 gramas por habitante. Até 2023, este valor aumentou quase 60%, para 4 371 toneladas, ou 414 gramas por habitante, segundo dados do INE.

Este autêntico “boom” reforça a campanha de promoção europeia, cofinanciada pela UE, que está a ser feita desde o ano passado pela associação espanhola Spanish Almond Board-Almendrave e pela associação portuguesa CNCFS (Centro Nacional de Competências dos Frutos Secos). Sob o nome de “Sustainable EU Almond”, reivindica a origem ibérica da amêndoa, a sua qualidade e sustentabilidade. A presença maioritária de amendoeirias em regime de sequeiro na Península e as variedades próprias como a guara, a belona ou o avijor-lauranne são alguns dos seus traços identificadores, com os quais se apresenta tanto ao público nacional como de países terceiros europeus, como a França e a Alemanha.

Potência em exportação

A Península Ibérica é o segundo maior exportador de amêndoas do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, representando mais de 10% do total mundial. Os seus mercados mais importantes são os europeus, com a Alemanha e a França à frente. Aliás, são também alvo da campanha “Sustainable EU Almond” e este ano a amêndoa ibérica teve um stand próprio na feira SIAL Paris (19-23 de outubro), o maior evento do setor alimentar europeu. Em 2022, a França importou 32,5 milhões de quilos de amêndoa ibérica, com destaque especial para a farinha de amêndoa: até 6,9 milhões de quilos. A Alemanha também figura entre os principais mercados, com 29,4 milhões de quilos no total.

No caso de Portugal, cuja área de amendoal se situa quase exclusivamente nas regiões de Trás-os-Montes e Alentejo, o maior sócio comercial é a própria Espanha, que representou 97% das exportações em 2022. Mas outros países estão a crescer significativamente. Num só ano, a Alemanha duplicou as suas importações de amêndoa sem casca portuguesa, passando de 149 toneladas em 2021 para 298 toneladas em 2022. E a França já importava 138 toneladas nesse ano, posicionando-se também como um dos mercados com maior potencial para o setor português.

Todos estes dados colocam a Península Ibérica, e Portugal em particular, no epicentro de uma das grandes tendências alimentares do momento. E não podia ser de outra forma, pois a amêndoa europeia tem todas as características exigidas pelos consumidores atuais. É um produto nutritivo e saudável, rico em gorduras saudáveis para o coração e proteínas vegetais, entre outros benefícios. É também um alimento sustentável, com mais de 80% dos seus hectares em regime de sequeiro, que segue o exigente modelo de produção europeu e que fornece recursos às zonas despovoadas do território. E, acima de tudo, um fruto seco delicioso por si só e extremamente versátil na cozinha.

Para mais informação, visite a página sustainablealmond.eu.

Fonte: [O boom internacional da amêndoa portuguesa - Agroportal](#)

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

❖ Conclusões Congresso Pecuária Extensiva | Sustentabilidade, renovação geracional e apoio ao extensivo

Os temas do Congresso – Sustentabilidade e Renovação Geracional – estão perfeitamente alinhados com os próximos desafios da PAC

A renovação geracional no sector agrícola é o maior problema estrutural por resolver.

- Apenas 3,1% dos jovens agricultores na Europa têm idades inferiores a 40 anos;
- Necessidade importação de mão-de-obra e definição de política de integração de migrantes adequadas;
- Necessidade de reforçar incentivos financeiros e fiscais conducentes à atratividade de jovens para o sector;
- Desburocratização das obrigações administrativas e dos acessos aos apoios nacionais e comunitários;
- É necessário criar os mecanismos adequados, a médio e longo prazo, para o acesso à terra por parte de jovens e de novos agricultores;
- As organizações de produtores têm um papel fundamental na definição de estratégias e implementação de planos de Ação que assegurem a renovação de gerações;
- Programas de inovação social e de formação profissional, bem como o reconhecimento de competências, são aspetos cruciais para a dignificação e prestígio da profissão, que podem contribuir para atrair jovens para o sector agrícola;
- A digitalização da agricultura e o desenvolvimento de estruturas e equipamentos nas zonas rurais são determinantes para a fixação de jovens agricultores.

As atividades do mundo rural estão a tornar-se invisíveis porque não são devidamente percecionadas e valorizadas pelo mundo urbano

- Como resultado da globalização, as sociedades urbanas preocupam-se atualmente mais com questões ambientais, de alteração climática e de Bem-Estar Animal, e penalizam mesmo os agricultores pelas suas atividades, não valorizando a sua função de produtores de alimentos;
- As normas Europeias estão a tornar-se cada vez mais complicadas para os agricultores;
- O crescimento da população mundial vai fazer aumentar significativamente as necessidades de produção de alimentos. Com as limitações ao nível da Superfície Agrícola Utilizada a nível global, e tendo em consideração constrangimentos ambientais e climáticos, é necessário dispor de unidades de produção cada vez mais eficientes mediante utilização de tecnologias avançadas, maior profissionalismo e melhor gestão no sector;
- A integração vertical das estruturas associativas em agrupamentos de produtores de maior dimensão ajuda a ganhar escala, eficiência, poder negocial e maior retorno para os agricultores.

A sanidade animal tem uma importância económica muito relevante, sendo necessária aprofundar a política conjunta a nível ibérico seguindo o lema “prevenir é melhor que curar”

- A saúde animal tem impacto ao nível da saúde pública e ambiental e ao nível da viabilidade económica das explorações, o que vai ao encontro de um dos maiores desafios do planeta, que é salvaguardar a estratégia “Uma Só Saúde – One Health”;
- No âmbito das doenças vectoriais emergentes, de que é exemplo a Língua Azul, a vacinação é o método mais eficiente e económico de controlar a doença;
- Com a experiência e conhecimento acumulados até hoje sobre as doenças vectoriais, nomeadamente com a Língua Azul que se tornou um problema estrutural, torna-se clara a ineficiência de programas de erradicação em oposição a programas de controlo assentes na deteção precoce, análise de risco e profilaxia vacinal;

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

- No âmbito da Língua Azul, é necessário estimular a investigação, o desenvolvimento e a produção de vacinas multivalentes, nomeadamente com recurso a metodologias genómicas.

A produção animal extensiva é indissociável do ecossistema montado na Península Ibérica

- Medidas da PAC deverão ser ajustadas às especificidades dos territórios, tendo em consideração o solo, o clima e a diversidade de actividades agro-silvo pastoris;
- Apoios aos criadores de animais em função da área afecta ao sistema de produção e não ao animal (encabeçamento);
- Necessidade de medidas de apoio específicas para o combate e à mitigação dos efeitos das alterações climática;
- Necessário investimento público significativo numa rede para fornecimento de água às explorações em todo o território do interior transfronteiriço para apoio a pequenos regadios, abeberamento de animais e abastecimento de águas às populações.
- Necessidade de uma melhor compreensão do mercado de créditos de Carbono. Deverá ser garantido o acesso das explorações pecuárias a este mercado, que carece de rápida regulação.

Os produtos associados à pecuária extensiva têm qualidade reconhecida, mas só com organização e comercialização conjunta é possível obter rendimentos para os produtores

- Há uma grande desigualdade de peso na fileira entre quem produz e vende e quem compra (grande distribuição). Torna-se imperioso regular esta relação;
- É necessário exigir que se aplique o princípio da reciprocidade (ou “Cláusula Espelho”) nas relações comerciais com países terceiros;
- Há alguma dificuldade em destacar marcas associadas ao montado, com aceitação e reconhecimento pelo público consumidor;
- São necessárias medidas de promoção dos produtos da pecuária extensiva. Essa promoção só é possível se os produtores estiverem integrados em estruturas associativas por forma a ganharem escala e poder negocial.

As medidas da PAC têm de ser reavaliadas e ajustadas às especificidades dos sistemas de produção animal extensiva ao nível ibérico

- A PAC é uma política barata quando comparada com os benefícios que aporta à Sociedade (0,6% do Orçamento Europeu).
- O Orçamento da PAC deverá assegurar pagamentos adequados à Pecuária Extensiva. É reconhecido o relevante papel da Pecuária Extensiva, mas a sua importância não se materializa ao nível de pagamentos – normalmente a Pecuária Extensiva é relegada para 2º plano;
- Os Planos Estratégicos deverão considerar os recursos. No entanto, não deverão esquecer se os mecanismos disponíveis, tendo em vista os objetivos, são os mais indicados. O problema não é afetar mais dinheiro; é antes afetar os recursos comuns da forma mais adequada;
- O objetivo da PAC é aumentar a produção de alimentos e o rendimento dos agricultores, com respeito pelas regras ambientais e de Bem-Estar Animal. A PAC tem de ser uma verdadeira Política Agrícola e não Agro-Ambiental.
- A PAC tem de ser uma Política Económica, focada na rentabilidade dos agricultores com mais cooperação entre países e entre as várias Políticas – Agrícola, Ambiental e Comercial. É importante evitar a todo o custo a renacionalização da PAC;

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

- Na área da soberania alimentar e do ambiente, há vários aspetos a melhorar: genética, alimentação animal, reciclagem, recirculação, aproveitamento energético dos efluentes, etc., pois importamos 30 a 40% da proteína que consumimos na UE;
- É importante remunerar os serviços ambientais e de Bem-Estar Animal a partir de outra fonte de financiamento que não a PAC;
- As ameaças geopolíticas estão cada vez mais na ordem do dia, mas o sector agrícola não pode ser utilizado como moeda de troca para as negociações geoestratégicas com países terceiros.

Fonte: [Conclusões Congresso Pecuária Extensiva | Sustentabilidade, renovação geracional e apoio ao extensivo - Agroportal](#)

❖ Comissão aprova 132M€ para promoção de produtos agroalimentares em 2025

A Comissão Europeia aprovou um montante global de 132 milhões de euros para a política de promoção de produtos agroalimentares da União Europeia, sustentáveis e de elevada qualidade, no mercado interno e mundial. Para promover novas oportunidades de mercado para os agricultores e para a indústria alimentar da União Europeia em geral, bem como ajudá-los a garantir a segurança das suas empresas existentes, o valor global aprovado pela Comissão destina 92 milhões de euros a Programas «Simples» e 40 milhões de euros a Programas «Multi». Os montantes disponíveis para cofinanciamento dos programas a selecionar em 2025 são repartidos entre a promoção em países terceiros (63,4 M€) e no mercado interno da União Europeia (58,6 M€).

Sobre o orçamento para o mercado interno, este está repartido da seguinte forma:

- 17,1 milhões de euros para campanhas orientadas para o mercado interno incluirão ações de informação e promoção centradas nos regimes de qualidade da UE, em especial as indicações geográficas [denominação de origem protegida (DOP), indicação geográfica protegida (IGP) e especialidade tradicional garantida (ETG)];
- 28,8 milhões de EUR para programas destinados a aumentar a sensibilização e o reconhecimento ou a produtos cultivados de forma biológica e sustentável, nomeadamente com normas mais rigorosas em matéria de bem-estar dos animais;
- 12,7 milhões de EUR para estimular o consumo de frutas e produtos hortícolas frescos no contexto de regimes alimentares equilibrados.
- É reservado um montante adicional de 10 milhões de EUR para ações em caso de perturbações graves do mercado, perda de confiança dos consumidores ou outros problemas, sendo reafetado a programas em países terceiros se não for utilizado.

O programa para 2025 prevê igualmente uma série de iniciativas geridas diretamente pela Comissão Europeia, que incluem campanhas de promoção e informação em países terceiros, a participação em, no máximo, cinco grandes feiras internacionais de comércio agroalimentar, a organização de missões de alto nível com delegações de empresas a países terceiros e o desenvolvimento de manuais de entrada no mercado para os exportadores. Estão identificadas as regiões e os países com elevado potencial de crescimento fora da UE como principais mercados-alvo de promoção: China, Japão, Coreia do Sul, Singapura e América do Norte. Quanto ao Reino Unido, este continua a ser um dos principais mercados de exportação de produtos agroalimentares absorvendo mais de 20 % das exportações da UE.

Os interessados em candidatar-se saibam que a Agência de Execução Europeia da Investigação (REA) lançará dois convites à apresentação de propostas em 22 de janeiro de 2025 – um para os chamados programas «Simples», com uma ou mais organizações do mesmo país da UE; um para programas «Multi», com, pelo menos, duas organizações de, pelo menos, dois Estados-Membros, ou de uma ou mais organizações a nível europeu.

Um vasto leque de operadores, tais como organizações comerciais e de produtores e grupos agroalimentares responsáveis por atividades de promoção, são elegíveis para se candidatarem a financiamento e apresentarem as suas propostas. Os convites estarão abertos à apresentação de candidaturas por um período de três meses.



REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES
SECRETARIA REGIONAL DA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO

Folha Informativa SRAA

2024-12-19

Fonte: [Comissão aprova 132M€ para promoção de produtos agroalimentares em 2025 | Confederação dos Agricultores de Portugal](#)



REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES
Secretaria Regional da Agricultura e Alimentação
Gabinete de Planeamento

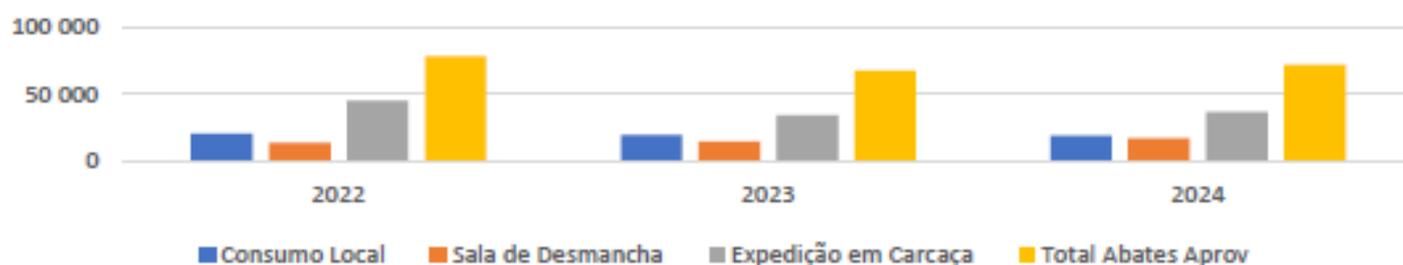
EVOLUÇÃO DOS ABATES – JANEIRO A NOVEMBRO 2022/2024

1. Abates aprovados para consumo nos Matadouros da RAA (Bovinos), em períodos homólogos (janeiro a novembro 2022/2024)

RAA	Consumo Local		Sala de Desmancha		Expedição em Carcaça		Total Abates Aprov	Total Anual
	Cabeças	%	Cabeças	%	Cabeças	%	Cabeças	
2022	20 253	25,9%	13 391	17,1%	44 574	57,0%	78 217	84 542
2023	18 935	28,2%	14 302	21,3%	33 908	50,5%	67 144	72 801
2024	18 359	25,6%	16 683	23,3%	36 574	51,1%	71 615	

	Consumo Local	Sala de Desmancha	Expedição em Carcaça	Total Abates Aprovados
Varição da Evolução 2022/2023 (%)	-6,5	6,8	-23,9	-14,2
Varição da Evolução 2023/2024 (%)	-3,0	16,7	7,9	6,7

Abates realizados nos Matadouros da RAA (bovinos), de janeiro a novembro



2. Abates de animais IGP e Não IGP em períodos homólogos

IGP	JANEIRO A NOVEMBRO				
	2023	(% abates) 2023	2024	(% abates) 2024	Var. 2024/2023
A - Machos ou não castrados	1 108	52,1%	1 223	53,6%	10,4%
D - Fêmeas que tenham parido	9	0,4%	28	1,2%	211,1%
E - Outras fêmeas de idade igual ou superior a 12 meses	478	22,5%	584	25,6%	22,2%
V - V (vitela) - idade inferior a 8 meses	34	1,6%	27	1,2%	-20,6%
Z (Vitelão) - Idade igual ou superior a 8 meses	499	23,4%	418	18,3%	-16,2%
TOTAL	2 128	100,0%	2 280	100,0%	7,1%

Não IGP	JANEIRO A NOVEMBRO				
	2023	(% abates) 2023	2024	(% abates) 2024	Var. 2024/2023
A - Machos ou não castrados	16 013	24,6%	17 383	25,1%	8,6%
B - Machos não castrados	1 809	2,8%	2 111	3,0%	16,7%
D - Fêmeas que tenham parido	17 949	27,6%	19 590	28,3%	9,1%
E - Outras fêmeas de idade igual ou superior a 12 meses	8 195	12,6%	10 267	14,8%	25,3%
V - V (vitela) - idade inferior a 8 meses	4 371	6,7%	4 309	6,2%	-1,4%
Z (Vitelão) - Idade igual ou superior a 8 meses	16 678	25,7%	15 675	22,6%	-6,0%
TOTAL	65 016	100,0%	69 335	100,0%	6,6%