

Esta cópia é apenas para seu uso pessoal e não comercial. A distribuição e o uso deste material são regidos pelo nosso Contrato de Assinante e pela lei de direitos autorais. Para uso não pessoal ou para encomendar várias cópias, entre em contato com a Dow Jones Reprints pelo telefone 1-800-843-0008 ou acesse www.djreprints.com.

<https://www.wsj.com/business/bacon-pork-hog-farming-farmers-pigs-cf9d6f22>

Não estamos comendo bacon suficiente, e isso é um problema para a economia

O setor americano de carne suína tornou-se tão eficiente que a demanda não consegue acompanhar a oferta. Em busca de soluções, os fazendeiros e processadores estão analisando tudo, desde novos mercados de superalimentação até suínos mais gordos e resistentes.

Por Patrick ThOiTiaS Fo o

9 de fevereiro de 2024 9:00 pm ET

O setor de carne suína dos Estados Unidos tem um problema: produz mais filé mignon, presunto, salsicha e bacon do que qualquer pessoa quer comer.

Desde os grandes processadores até os agricultores que os abastecem, eles estão em uma situação difícil, em grande parte criada por eles mesmos. Eles tornaram a produção tão eficiente que a demanda não consegue acompanhar a oferta. Sua campanha publicitária de longa duração, que apresentava a carne suína como "a outra carne branca", foi extremamente eficaz para atingir os consumidores - mas, na verdade, não era a melhor maneira de comercializar o produto, argumentam alguns no setor, pois fazia uma comparação direta com o frango, que normalmente é mais acessível.

E grande parte do público americano acha que a carne suína precisa ser cozida em altas temperaturas, o que a deixa dura e pouco apetitosa, graças às mensagens sobre segurança alimentar que foram muito bem-sucedidas, mas que não são mais relevantes ou necessárias, segundo o setor. Os americanos mais jovens ainda estão devorando sanduíches e hambúrgueres de frango, mas não compram tanta carne suína quanto os consumidores mais velhos, o que é um mau sinal para o futuro.

As pessoas não conseguem concordar sobre como resolver isso.

Alguns acham que cultivar novos mercados no exterior é a solução. Outros estão tentando rerepresentar a carne suína como uma alternativa acessível e fácil de preparar à carne bovina. Ainda outro grupo acredita que a solução é incentivar as pessoas a não cozinhar demais a carne de porco e a incorporar um pouco de gordura à carne.

Na Carnico Foods, uma pequena fábrica de processamento de carne suína em Litchfield, Michigan, Scott Ferry é adepto da abordagem com mais gordura. Ferry compra o gado de um vizinho criador de porcos e vende carne de raças mais gordas, chamadas de porcos Berkshire, para restaurantes de luxo.

Seu vizinho também está cruzando Berkshires com suínos Duroc mais magros para criar o que eles chamam de porcos "Buroc". Ferry usa os Burocs, que precisam de menos ração do que os Berkshires, mas ainda assim produzem carne de porco perfeitamente marmorizada, para produtos de bacon mais gordurosos e saborosos.

A demanda dos EUA por carne suína é 9% menor do que era há 20 anos, de acordo com estimativas da Kansas State University.

Fazendeiros dos EUA

produzem 25% mais carne suína do que produziam há duas décadas.

O excesso resultante reduziu as margens de lucro dos produtores de carne suína dos EUA aos níveis mais baixos desde 1998, de acordo com a American Bankers Association. Os grandes e pequenos participantes do setor de carne suína, que movimentam mais de US\$ 50 bilhões, estão sentindo a dor. Grandes processadores como a Tyson Foods TSN -2,58% ^ perderam milhões de dólares em suas operações com carne suína no ano passado. Os agricultores perderam cerca de US\$ 30 por cada suíno, de acordo com estimativas da Universidade Estadual de Iowa.

Se os produtores de carne suína não conseguirem atrair mais consumidores jovens, o consumo anual diminuirá em 2,2 libras per capita nos próximos 10 anos, de acordo com a pesquisa do Pork Board, de 50,2 libras no ano passado.

"Estamos perdendo consumo, isso é um fato", disse David Newman, vice-presidente sênior de crescimento de mercado do National Pork Board, um grupo financiado pelo setor encarregado de aumentar a posição da carne suína na dieta americana. "Precisamos tornar a carne suína relevante para o futuro consumidor."

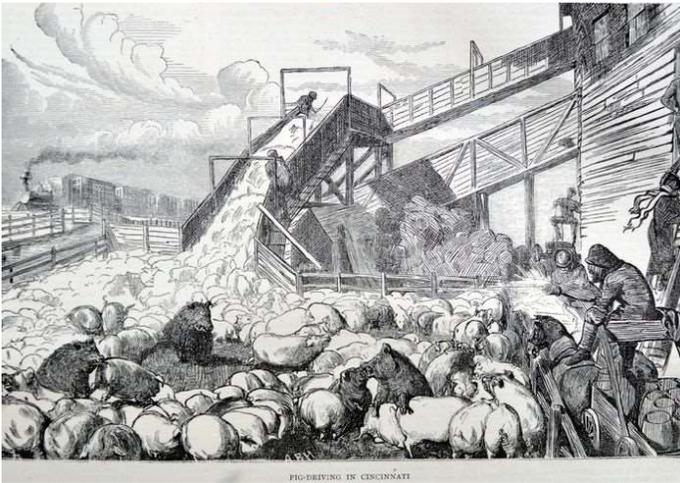
Andrew Rasmussen, um inspetor sanitário de 27 anos de Chicago, é o tipo de pessoa que os produtores de carne suína esperam conquistar. Em uma recente ida ao supermercado, Rasmussen disse que come bife e hambúrgueres quando cabem no seu orçamento e escolhe frango quando está tentando economizar na conta do supermercado.

"A carne suína é uma espécie de terceiro pensamento", disse ele.

De Hog Island a Porkopolis

Acredita-se que os colonizadores e exploradores europeus trouxeram os primeiros suínos como fonte de alimento para as costas americanas no início dos anos 1500. Por volta de

Na década de 1600, a população de suínos da América do Norte havia crescido tanto que a Ilha Roosevelt, na cidade de Nova York, era conhecida como "Ilha dos Porcos". O setor de suínos da América do Norte, que estava em expansão, se entrelaçou com o capitalismo - e com esta mesma organização de notícias: Manadas de porcos errantes complicaram a construção de um muro de madeira que os colonos holandeses construíram em meados do século XVI para proteger seu assentamento na Ilha de Manhattan. A mesma estrutura acabaria se tornando o nome da atual Wall Street.



Uma gravura de 1870 mostrando porcos em Cincinnati, conhecida por um tempo como "Porkopolis". FOTO: PHOTO12/UNIVERSALIMAGES GROUP/GETTY IMAGES

Após a Guerra Revolucionária, os fazendeiros direcionaram seus porcos para o oeste, e as fábricas de embalagem seguiram em cidades como Cincinnati - por um tempo apelidada de "Porkopolis". Mais tarde, grande parte do setor de suínos foi transferida para os estados produtores de milho no meio-oeste superior, onde os produtores tinham acesso a ração mais barata para o gado. O famoso poema "Chicago", de Carl Sandburg, de 1914, proclamou a cidade como "Açougueiro de Porcos do Mundo".

O surgimento de fazendas de suínos em escala industrial, o aumento constante da produção agrícola e a crescente demanda no exterior ajudaram a impulsionar o setor de suínos dos EUA no final do século XX e, desde a década de 1980, a produção de suínos nos EUA praticamente dobrou. O Departamento de Agricultura dos EUA projeta que o setor produzirá cerca de 28 bilhões de libras de carne suína este ano, provenientes de aproximadamente 125 milhões de suínos.

O setor estima que contribui com cerca de US\$ 57 bilhões para a economia dos EUA e emprega 610.000 pessoas. Em Iowa, o principal estado produtor de carne suína, o número de suínos supera o de pessoas em quase oito para um.

Esse zelo pela eficiência e expansão é um fator que contribui para os problemas atuais. Todd Thurman, um consultor do setor de suínos baseado no Texas que oferece insights e treinamento para fazendeiros, governos e investidores, disse que a produção agora está superando a demanda estagnada e o lento crescimento populacional.



Os grandes processadores estão procurando maneiras de tornar a carne suína mais rápida de preparar e apresentá-la como uma alternativa econômica à carne bovina. FOTO: TIMOTHY MULCARE PARA O WALL STREET JOURNAL

"Somos vítimas de nosso próprio sucesso de várias maneiras", disse Thurman, que passa grande parte de seu tempo analisando números com criadores de suínos para descobrir maneiras de economizar dinheiro em ração.

Praticamente tudo o que é necessário para a criação de suínos está agora significativamente mais caro: maquinário, serviços, equipamentos, reparos, materiais de construção, suplementos para ração animal e mão de obra. Os preços mais baixos dos grãos este ano podem ajudar um pouco e reduzir o custo da alimentação dos animais.

Preparação mais fácil

Em cozinhas de teste reluzentes na cidade de Smithfield, no sul da Virgínia, cortadores de carne profissionais, chefs e especialistas em marketing estão apostando no que eles acham que pode ser a resposta para os problemas da carne suína: o bacon.

Visando a um produto que atenda aos nossos horários cada vez mais apertados, a Smithfield Foods está lançando um bacon de cozimento rápido sob sua marca Farmer John. O bacon será assado antes de ser embalado, o que, segundo a empresa, reduzirá o tempo de cozimento pela metade. O bacon crocante geralmente leva cerca de 20 minutos no forno; a nova versão da Smithfield fica pronta em 10 minutos, ou em apenas um minuto no micro-ondas. Ele será pré-embalado em papel manteiga, para facilitar a colocação no

micro-ondas, forno ou fritadeira.

Produtos com tempos de preparação mais rápidos podem ajudar a levar mais carne suína aos pratos dos consumidores que têm menos tempo para cozinhar do que tinham durante a pandemia, disse Stephanie Kensicki, diretora sênior de marketing da Smithfield.

A Tyson Foods está desossando mais presuntos em suas fábricas para produzir mais carne para o almoço e itens como bifês de presunto, disse o executivo-chefe Donnie King. A empresa está acrescentando novos cortes e oferecendo mais lombos de porco pré-temperados, entre outros cortes.

E a Tyson inaugurou uma fábrica de US\$ 355 milhões no mês passado em Bowling Green, na Califórnia, com o objetivo de produzir mais produtos de bacon para suas marcas Wright e Jimmy Dean.

"Estamos tentando facilitar a preparação das refeições", disse King.

As pessoas podem começar a ver anúncios digitais, segmentados por localização e dados demográficos, patrocinados pelo Pork Board, o grupo do setor em Iowa. Os compradores em Houston, por exemplo, podem encontrar instruções para fazer pozole mexicano enquanto navegam em seus feeds do Instagram, com os cumprimentos do departamento de marketing digital em Iowa.

"Estamos adotando uma abordagem direcionada, identificando mercados e visando indivíduos com receitas", disse Newman, do Pork Board. "Precisamos lembrá-los de que existe carne suína além do bacon".

Se ao menos a carne suína pudesse ser um forte coadjuvante, ao lado de um prato, em vez de ser o principal, diz Newman. Dessa forma, ela não teria que competir de frente com o filé mignon e o frango. Ele quer usar a carne suína moída como ingrediente para almôndegas ou frituras.

Um animal polarizador



Se os americanos mais jovens não começarem a comprar mais carne suína, o consumo anual cairá em 2,2 libras per capita nos próximos 10 anos. FOTO: TAYLOR GLASCOCK PARA O WALL STREET JOURNAL

Na década de 1960 e no início dos anos 70, a carne bovina era a rainha entre os consumidores americanos e a carne suína ocupava o segundo lugar, mas o frango ultrapassou a carne suína em 1986, quando a produção de aves disparou, tornando-a a mais barata das três grandes carnes. Em 1993, o frango se tornou a carne mais consumida nos Estados Unidos.

As proibições religiosas no Islã e no Judaísmo podem limitar a popularidade da carne suína, juntamente com a sensação de alguns de que os porcos são inteligentes demais para serem abatidos.

Por outro lado, alguns consumidores são mais apaixonados pelo bacon do que por qualquer outra carne, observou Helen Zoe Veit, historiadora de alimentos da Michigan State University.

"O porco é um animal polarizador", disse ela.

Produtores como Brady Reicks, um criador de suínos de sexta geração do norte de Iowa, com 60.000 porcas, esperam que os esforços do Pork Board, entre outros, tornem o setor menos dependente das exportações.

A enorme escala da operação de Reicks, um amplo suprimento de grãos e um acordo de longo prazo para abastecer a fábrica de suínos da Tyson Foods em Waterloo, Iowa, o ajudaram a superar alguns dos ciclos turbulentos do setor. Reicks diz que estaria disposto a mudar algumas de suas operações, como mudar para um programa sem antibióticos, se isso significasse ganhar alguns dólares a mais com cada animal.

Os pequenos agricultores não têm as vantagens da Reicks e alguns, especialmente os mais velhos, sem um sucessor claro, poderiam abandonar o negócio, disse ele. O setor precisa dos consumidores dos EUA para ajudar a estabilizar os lucros, disse ele, e manter a criação de suínos viável para as gerações mais jovens.

"Temos muito trabalho a fazer", disse Reicks.

Talvez sejamos nós

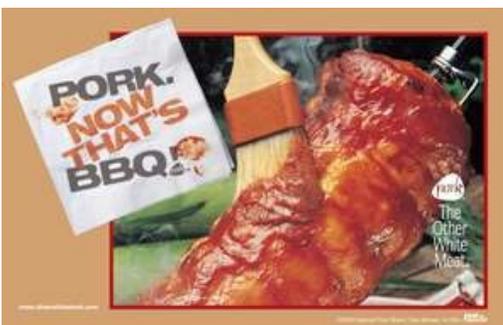
Alguns dizem que a carne de porco é mal compreendida. Alexis Fenstermacher, uma enfermeira de 25 anos da Filadélfia, diz que é sua carne favorita, apesar de não receber tantos pontos em termos de saúde ou sabor em comparação com frango e carne bovina. "Quando cozida corretamente, pode ser melhor do que um bife", diz ela.

É exatamente isso que a Tyson Foods, a maior empresa de carnes dos EUA em vendas, tem em mente. A Tyson lançou recentemente um novo produto chamado "bife de porco grelhado", um corte que é fatiado de forma diferente de uma costeleta de porco tradicional. Ele é temperado e marinado com sabor de churrascaria ou de ervas e azeite de oliva, disse Ty Baublits, cuja equipe passou os últimos 18 meses aperfeiçoando o corte nas cozinhas de teste da Tyson em Springdale, Arkansas.

A diferença exata do corte é um segredo da empresa, mas Baublits disse que ele se assemelha a um bife flatiron - um corte de ombro desenvolvido pela National Cattlemen's Beef Association em 1998. Isso ajudou os fazendeiros e frigoríficos a gerar mais valor de cada carcaça.

O bife de porco da Tyson começou a chegar às caixas de carne dos supermercados há cerca de nove meses, e Baublits disse que a empresa espera atrair os compradores que se sentem desmotivados com os caros filés mignon e T-bones.

agora acham que saiu pela culatra ao comparar a carne suína com o frango, que normalmente custa menos. FOTO: CONSELHO DE SUÍNOS



Um anúncio de 2003 da campanha de longa duração "outras carnes brancas", que alguns

Durante anos, os consumidores cozinham a carne de porco a temperaturas internas de 165 ou 170 graus para se protegerem contra a triquinose - e provavelmente cozinham demais a carne no processo, disse Glynn Tonsor, economista de gado da Kansas State University.

O USDA reduziu a temperatura de cozimento segura recomendada para cortes inteiros de carne suína para 145 graus em 2011, décadas depois que as melhorias nas práticas de criação de suínos reduziram o risco de triquinose, mas alguns consumidores ainda seguem as regras antigas, disse Tonsor. O setor agora está promovendo 145 graus como a temperatura recomendada.

O setor de suínos passou anos eliminando parte da gordura da carne de porco, tornando os animais mais magros, o que torna a carne mais fácil de ser consumida.

cozimento excessivo, disse Tonsor. Um estudo de 2006 do USDA afirmou que alguns cortes de carne suína tinham, em média, 16% menos gordura total.

Thurman, consultor do setor de suínos, disse que o slogan mais onipresente sobre a carne suína - "a outra carne branca" - passou a mensagem errada aos consumidores desde seu lançamento no final da década de 1980, comparando demais a carne suína com o frango.

"É como a carne bovina, mas mais barata" teria feito mais sentido", disse Thurman. Newman, do Pork Board, disse que, embora a campanha fosse amplamente reconhecida, o grupo abandonou o slogan em 2011 em favor de diferentes técnicas de marketing, incluindo "A carne suína de verdade faz uma diferença real".

Procurando no exterior



Um funcionário da Smithfield Foods, que, como outros grandes processadores, tem buscado novas maneiras de apresentar a carne suína como uma alternativa econômica e fácil de preparar à carne bovina. FOTO: DANIEL ACKER/BLOOMBERG NEWS

Os produtores americanos de carne suína têm apostado cada vez mais nos consumidores de outros países. O setor normalmente exporta cerca de 25% a 300% do produto, segundo autoridades do setor. As vendas para a China, a maior nação consumidora de carne suína do mundo, aumentaram após um surto de doença suína no país em 2018. Os produtores dos EUA reagiram expandindo ainda mais a capacidade, com novas fábricas de processamento no norte de Iowa e no sul de Michigan.

No entanto, os produtores chineses de carne suína reconstruíram seus rebanhos, e as exportações para o país despencaram nos últimos dois anos, contribuindo para o excesso de oferta nos EUA e pressionando os lucros dos frigoríficos. O WH Group, proprietário da Smithfield Foods, com sede na China, disse no último outono que os altos custos de produção de suínos e o baixo valor de venda dos produtos suínos prejudicaram seus resultados. A Tyson, com sede em Arkansas, perdeu US\$ 139 milhões em receita operacional de carne suína em seu ano fiscal de 2023.

As exportações para o México têm aumentado. De janeiro a novembro de 2023, as exportações de carne suína para o México totalizaram mais de 995.000 toneladas métricas, um aumento de 13% em relação ao ano anterior. Isso ajuda a compensar o declínio nas exportações para a China, e grupos comerciais têm tentado cultivar outros mercados na Ásia, como o Vietnã.

Espera-se que os lucros dos processadores melhorem este ano. A Tyson disse que seu negócio de carne suína

deve atingir o ponto de equilíbrio ou faturar US\$ 100 milhões em 2024.

Nos EUA, os preços de varejo da carne bovina moída subiram 9% em dezembro em relação ao ano anterior e os preços do bife do lombo subiram 15%, de acordo com dados federais. Mas os varejistas dizem que os consumidores não estão optando por costeletas de porco e salsichas.

"Deveria haver uma demanda maior por carne suína com os preços da carne bovina onde estão, mas isso não está acontecendo", disse Ferry.



Atualmente, os suínos são, em média, mais magros do que costumavam ser. Alguns profissionais do setor acreditam que o retorno de um pouco de gordura aos animais produzirá uma carne mais saborosa e com menor probabilidade de ficar cozida demais. FOTO: SYLVIA JARRUS PARA O WALL STREET JOURNAL

Escreva para Patrick Thomas em patrick.thomas@wsj.com

Apareceu na edição impressa de 10 de fevereiro de 2024 como 'We're not eating enough bacon' (Não estamos comendo bacon suficiente).