



QUALIDADE E AUTENTICIDADE DO LEITE: QUAL A PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS?

Roberto Pessanha da Silva Pires^a, Cássia Pereira Barros^b, Marcia Cristina da Silva^a,

Aline dos Santos Garcia Gomes^a, Adriano Gomes da Cruz^a

a Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

b Universidade Federal Fluminense

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi avaliar as atitudes de consumidores perante a qualidade do leite produzido no Brasil. 1920 pessoas distribuídas nas diferentes regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro Oeste) responderam um questionário de 7 perguntas relacionadas à xenofobia ao leite utilizando uma escala Likert de 7 pontos (1 = discordo extremamente, 7 = concordo extremamente). Diferenças com relação ao nível de confiança nas autoridades de vigilância sanitária brasileira em relação às autoridades internacionais, a autenticidade do leite produzido no Brasil bem como o receio da ingestão de um leite de que nunca se ouviu falar foram observadas pelos consumidores ($p < 0.05$). A análise de componentes principais (PCA) explicou 80.91% em duas dimensões, sendo que os consumidores da região Norte apresentaram atitudes xenófobas, sendo associadas às perguntas "Eu só beberia leite de outro país se estivesse fora do Brasil" e "Confio nas autoridades de vigilância sanitária brasileiras mais que as internacionais" enquanto os consumidores da região Sul foram associados à pergunta "Eu me sinto seguro consumindo leite produzido em outros países" e da Sudeste foram associados à pergunta "Eu confio na qualidade do leite produzido no Brasil", sendo caracterizados como xenófilos. De forma geral, os resultados sugerem que estratégias específicas devem ser observadas para os consumidores em cada região em relação ao monitoramento da autenticidade e qualidade do leite produzido no território brasileiro.

Palavras-chave: leite, xenofobia, qualidade.



1. INTRODUÇÃO

A indústria do leite movimentava a economia de diversos países, importadores e exportadores, e por conta disso, a rastreabilidade do produto desde a fazenda até o consumidor é muito importante, tendo em vista a quantidade de contaminantes físicos, químicos e microbiológicos que o leite pode carrear, acidentalmente ou propositalmente, afetando economicamente a indústria e principalmente a saúde do consumidor (Charlebois & Haratifar, 2015). A falta de controle na produção dos laticínios, assim como uma fiscalização inadequada pelas autoridades de saúde e um negligenciamento pelas indústrias e comércios frente aos *feedbacks* negativos dos primeiros clientes afetados, pode gerar um problema sério de saúde em larga escala (Song & Yu & Lv, 2018), tendo em vista que a falta de informação por muitos dos manipuladores na base da indústria e também dos consumidores facilita o risco de incidentes referentes à segurança dos alimentos (Park & Kim & Bahk, 2017). A percepção do consumidor sobre a qualidade e autenticidade do leite é um tema de grande relevância e deve ser explorada de forma a subsidiar ações dos Órgãos de Saúde Pública. Estudos sobre a percepção dos consumidores em relação ao leite consumido são feitos devido a fraudes e contaminações acidentais (Breitenbach & Rodrigues & Brandão, 2018; Hoque & Alam, 2018; Kendall et al., 2019; Yang et al., 2019), mas também em relação à xenofobia ao leite, sentimento de repulsa ao leite produzido em país estrangeiro, como foi realizado em países como Dinamarca (Frandsen et al., 2007) e Itália (Zingone et al., 2017). Mesmo com casos já relatados de fraude, principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil (Handford & Campbell & Elliott, 2016), ainda existe um sentimento por parte de muitos consumidores de preferir o alimento nacional em detrimento do internacional, seja por acreditar realmente na indústria nacional ou simplesmente para fortalece-la, frente às grandes multinacionais.

2. OBJETIVO

O objetivo deste trabalho foi avaliar as atitudes de consumidores brasileiros das diferentes regiões do país perante a qualidade do leite produzido no Brasil.



3. MATERIAL E MÉTODO

O formulário administrado aos consumidores de leite de forma online foi preparado baseado nas metodologias descritas por Frandsen et al. (2007) e Zingone et al. (2017), com modificações.

Durante o primeiro semestre de 2017, 1920 pessoas distribuídas nas diferentes regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro Oeste), conforme demonstrado na Tabela 1, responderam a um questionário eletrônico de 7 questões relacionadas à xenofobia ao leite, utilizando uma escala Likert de 7 pontos (1 = discordo extremamente, 7 = concordo extremamente), distribuídos através da rede social Facebook®.

As seguintes sentenças foram analisadas pelos entrevistados:

- Confio nas autoridades brasileiras de vigilância sanitária mais do que nas internacionais;
- Leite brasileiro geralmente apresenta sabor melhor que o do leite importado;
- Eu me sinto seguro bebendo leite produzido em outros países;
- Tenho receio de provar um leite que nunca experimentei antes;
- Eu confio na qualidade do leite produzido no Brasil;
- Eu só beberia leite de outro país se estivesse fora do Brasil;
- Eu prefiro apoiar os produtores e agricultores brasileiros.



Tabela 1. Perfil dos consumidores

Variável independente	Valor absoluto	Percentual da amostra (%)
REGIÃO		
Norte	70	3,65
Nordeste	65	3,38
Centro-Oeste	130	6,77
Sudeste	1342	69,9
Sul	313	16,3
SEXO		
Masculino	548	28,54
Feminino	1372	71,46
IDADE		
18 a 30 anos	922	48,02
31 a 45 anos	704	36,67
46 a 60 anos	241	12,55
Mais de 60 anos	53	2,76
GRAU DE INSTRUÇÃO (COMPLETO)		
Ensino Fundamental	25	1,3
Ensino Médio	352	18,33
Graduação	729	37,97
Especialização ou MBA	358	18,65
Mestrado	306	15,94
Doutorado	150	7,81
OCUPAÇÃO		
Estudante	547	28,49
Do lar	52	2,71
Aposentado(a)	55	2,86
Desempregado(a)	119	6,2
Trabalhador (que recebe de 1 a 2 S.M.)	223	11,61
Trabalhador (que recebe de 2 a 5 S.M.)	408	21,25
Trabalhador (que recebe de 5 a 10 S.M.)	341	17,76
Trabalhador (que recebe mais de 10 S.M.)	175	9,12
ATIVIDADE FÍSICA QUE PRÁTICA		
Caminha 30 minutos por dia	180	9,38
Pratica atividade física 1 vez por semana	150	7,81
Pratica atividade física 2 ou mais vezes por semana	866	45,1
Trabalho braçal e/ou que demanda atividade física	47	2,45
Não pratica atividade física	677	35,26
COMO BEBE LEITE (PURO OU NÃO)		
Bebo leite "sem lactose"	176	9,17
Bebo leite (com lactose) raramente	496	25,83
Bebo leite (com lactose) de 2 a 4 vezes por semana	509	26,51
Bebo leite (com lactose) todos os dias	739	38,49
EXAME DE INTOLERÂNCIA À LACTOSE		
Sim, já fez	241	12,55
Não, nunca fez	1679	87,45
CONSUMO DIÁRIO DE LEITE (PURO OU NÃO)		
200 mL (1 copo)	1431	74,53
400 mL (2 copos)	370	19,27
600 mL (3 copos)	89	4,64
800 mL (4 copos)	15	0,78
1 L ou mais (5 copos ou mais)	15	0,78
CONSUMO DE PRODUTOS LÁCTEOS		
Consumo somente produtos lácteos "sem lactose"	77	4,01
Consumo produtos lácteos 1 vez por semana	102	5,31
Consumo produtos lácteos de 2 a 5 vezes por semana	614	31,98
Consumo produtos lácteos todos os dias	1085	56,51
Consumo produtos lácteos somente como ingredientes para cozinhar	36	1,88
Não consumo produtos lácteos	6	0,31

Fonte: Autores (2020).

4. RESULTADOS

Diferenças com relação ao nível de confiança nas autoridades de vigilância sanitária brasileira em comparação ao nível de confiança nas autoridades internacionais, a autenticidade do leite produzido no Brasil bem como o receio da ingestão de um leite de que nunca se ouviu falar foram observadas pelos consumidores ($p < 0.05$).

A análise de componentes principais (PCA) explicou 80.91% em duas dimensões, sendo que os consumidores da região Norte apresentaram atitudes xenófobas, sendo associadas às perguntas “Eu só beberia leite de outro país se estivesse fora do Brasil” e “Confio nas autoridades de vigilância sanitária brasileiras mais que as internacionais” enquanto os consumidores da região Sul foram associados à pergunta “Eu me sinto seguro consumindo leite produzido em outros países” e da Sudeste foram associados à pergunta “Eu confio na qualidade do leite produzido no Brasil”, sendo caracterizados como xenófilos.

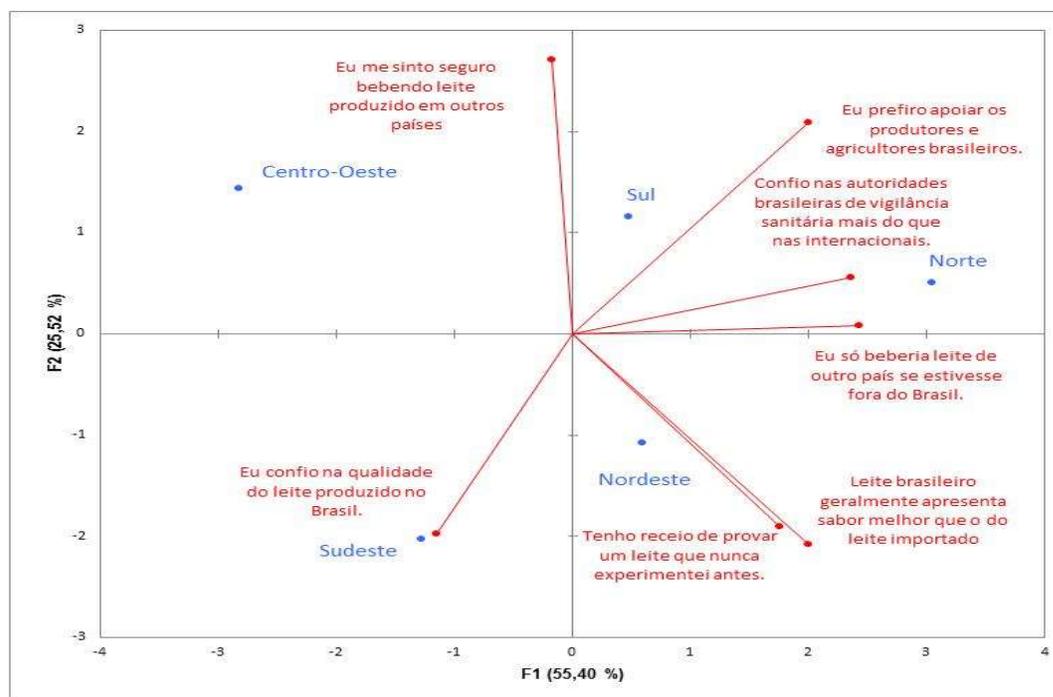


Figura 1. Análise de Componentes Principais (mapa bidimensional), realizada com os dados da escala de Likert, aplicadas às questões de xenofobia ao leite.



5. CONCLUSÃO

De forma geral, os resultados sugerem que estratégias específicas devem ser observadas para os consumidores em cada região do Brasil em relação ao monitoramento da autenticidade e qualidade do leite produzido no território brasileiro. Tendo em vista que a maioria dos consumidores que responderam ao formulário são mulheres jovens com Ensino Superior, que consomem leite e produtos lácteos todos os dias, é preocupante que exista um sentido de aversão ao produto internacional tendo em vista que não há comprovação da superioridade do leite nacional. Parece uma vantagem para a indústria brasileira, mas na realidade, demonstram uma falta de informação a respeito das próprias necessidades nutricionais e um sentido de nacionalismo que ignora o senso crítico.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Breitenbach, R., Rodrigues, H., & Brandão, J. B. (2018). Whose fault is it? Fraud scandal in the milk industry and its impact on product image and consumption—The case of Brazil. *Food Research International*, *108*, 475-481.

Charlebois, S., & Haratifar, S. (2015). The perceived value of dairy product traceability in modern society: An exploratory study. *Journal of dairy science*, *98*(5), 3514-3525.

Frandsen, L. W., Dijksterhuis, G. B., Martens, H., & Martens, M. (2007). Consumer evaluation of milk authenticity explained both by consumer background characteristics and by product sensory descriptors. *Journal of Sensory Studies*, *22*(6), 623-638.

Handford, C. E., Campbell, K., & Elliott, C. T. (2016). Impacts of milk fraud on food safety and nutrition with special emphasis on developing countries. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, *15*(1), 130-142.

Hoque, M. Z., & Alam, M. (2018). What determines the purchase intention of liquid milk during a food security crisis? The role of perceived trust, knowledge, and risk. *Sustainability*, *10*(10), 3722.

Kendall, H., Kuznesof, S., Dean, M., Chan, M. Y., Clark, B., Home, R., ... & Frewer, L. (2019). Chinese consumer's attitudes, perceptions and behavioural responses towards food fraud. *Food Control*, *95*, 339-351.



Park, M. S., Kim, H. N., & Bahk, G. J. (2017). The analysis of food safety incidents in South Korea, 1998–2016. *Food Control*, *81*, 196-199.

Song, Y. H., Yu, H. Q., & Lv, W. (2018). Risk analysis of dairy safety incidents in China. *Food Control*, *92*, 63-71.

Yang, Y., Huisman, W., Hettinga, K. A., Liu, N., Heck, J., Schrijver, G. H., ... & van Ruth, S. M. (2019). Fraud vulnerability in the Dutch milk supply chain: Assessments of farmers, processors and retailers. *Food control*, *95*, 308-317.

Zingone, F., Bucci, C., Iovino, P., & Ciacci, C. (2017). Consumption of milk and dairy products: Facts and figures. *Nutrition*, *33*, 322-325.