

Nutrição

## **Leite A2A2: avaliação do potencial de mercado, conhecimento e percepções dos consumidores brasileiros**

Taynara de Oliveira Ferreira - 6º módulo de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/CNPq

Fabiana Borges Ribeiro - 6º módulo de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/CNPq

Ana Carolina Ratti Nogueira - Pós-graduanda do Departamento de Nutrição, UFLA

Sabrina Carvalho Bastos - Coorientadora, DNU, UFLA

Jessica Ferreira Rodrigues - Orientadora, DCA, UFLA - Orientador(a)

### **Resumo**

Cada vez mais novos produtos de leite e derivados estão surgindo no mercado, como é o exemplo do leite A2, que supõe gerar saudabilidade e bem estar, presumindo que esse produto não causa os alegados problemas associados ao consumo de leite A1. Porém, ainda há poucos estudos acerca dos efeitos benéficos e ou indesejáveis que a ingestão de leite A2 pode apresentar. Tão pouco sobre o conhecimento e conscientização do consumidor sobre o produto. Logo, este trabalho objetivou estudar o conhecimento e as percepções dos consumidores brasileiros sobre o leite A2, a fim de direcionar estratégias de comercialização, e promoção da conscientização do consumidor sobre o produto. Após a aprovação do comitê de ética em Pesquisas com Seres Humanos (COEP), foi aplicado um questionário de forma remota, que avaliou o conhecimento e percepções dos consumidores sobre o leite A2A2. Ao todo, 200 pessoas participaram do questionário. Dessas, 60% consomem leite em sua rotina, porém nenhum dos participantes consome leite A2. É relevante ressaltar que 81,5% dos indivíduos nunca ouviram falar sobre o leite A2, e conseqüentemente 88% não sabem a diferença do "leite comum (A1)" para o leite A2. Apesar de mais da grande maioria não entenderem sobre o leite A2, algumas pessoas associam ele a um leite mais saudável e julgam que seja um produto de melhor qualidade. Tais resultados se associam ao fato de que a escassez de conhecimento afeta a intenção de compra do consumidor, pois conforme os resultados obtidos sobre o grau de importância dos atributos na compra do leite, os participantes constataram não serem influenciados pelo leite ser A1 ou A2 no momento da compra, do mesmo modo que eles se importam mais com os atributos de sabor, origem e preço. Nesse contexto, como o leite A2 se mostrou um produto incomum pelas pessoas, tornou-se evidente a necessidade de disseminar informações mais abrangentes acerca do leite A2 para a população em geral, bem como destacar os reais benefícios que ele pode proporcionar. Além disso, também é necessário estabelecer legislações específicas para regulamentar essa questão.

Palavras-Chave: Leite A2 , Questionário , produto.

Instituição de Fomento: Universidade Federal de Lavras

Link do pitch: <https://youtu.be/oniTy-rSAig?si=aHKyDJ2KiYtGi5M3>