

Produtos falsificados

Fraude alimentar

Produtos falsificados estão custando bilhões de dólares ao setor de alimentos e prejudicando os consumidores. O que pode ser feito para impedir as falsificações?

* Por Fernando Gambôa e Maurício Godinho

Quando você pega um pote de picles na prateleira de um supermercado, como sabe o que há de fato nele? Muitos consumidores acreditam que os ingredientes são exatamente o que suas embalagens descrevem. Uma pesquisa publicada no *Journal of Education and Health Promotion* no ano passado estimou que 48% dos consumidores não liam os rótulos dos alimentos e constatou que 58% daqueles que os leem afirmam que realmente não os entendem¹.

No pote de picles, a lista de ingredientes do rótulo seria algo assim: limão, óleo vegetal, regulador de acidez, sementes de feno grego, mostarda em pó, açafraão em pó, alho em pó, sementes de mostarda amarela, sementes de mostarda preta, pimenta em pó, asafetida em pó, páprica em pó, flocos de pimenta seca

e extrato de páprica. Tudo isso parece muito reconfortante — especialmente se o frasco for de uma marca na qual você confia — mas em todo o mundo, diariamente, os consumidores não estão recebendo pelo que estão pagando. Seu alimento pode ser falsificado para se assemelhar a uma marca favorita, adulterado com ingredientes mais baratos e comercializado como sustentável quando não é. Em casos extremos, o alimento não tem nenhuma semelhança com os ingredientes do rótulo. Isso aconteceu em Israel em 2004, quando funcionários do Ministério da Saúde apreenderam 80 mil latas de comida de cachorro que haviam sido rotuladas para serem vendidas como patê de fígado e patê de *foie gras*. Substituir patê por comida de cachorro é um exemplo extremo do tipo de fraude que está

colocando em risco a saúde dos consumidores, segundo Ian Proudfoot, sócio-líder global de Agronegócios da KPMG na Nova Zelândia. Além disso, está prejudicando marcas de alimentos e bebidas e custando bilhões de dólares por ano aos fabricantes.



Latas de patê falsificadas feitas de comida para cachorro

US\$ 227 milhões

Esse foi o valor pago na União Europeia para que o atum enlatado fosse tingido de rosa para parecer fresco

30%

dos frutos do mar do mundo foram rotulados de maneira errada na última década

88%

do peixe analisado e vendido como solha-limão em supermercados de Nova York (EUA) não eram de fato dessa espécie

5%

somente dos peixes importados pela Austrália são testados pelas autoridades

2%

esse é o percentual de caranguejo de verdade em uma porção típica nos EUA — o restante é imitação

¹ JOURNAL OF EDUCATION AND HEALTH PROMOTION. *Food Label Reading: Read Before you Eat*. 2018.

50%

dos frutos do mar importados para o Canadá foram rotulados de forma errada

67%

dos robalos analisados em uma investigação de 2019 em 24 estados dos EUA foram rotulados incorretamente

0,1%

apenas dos peixes importados pelos EUA é testado pelas autoridades

28.000

Esse é o número de produtos de frutos do mar que são certificados como sustentáveis pelo Marine Stewardship Council

US\$ 700.000

Foi o preço recorde pago por um atum-rabilho

O atum-rabilho é muito caro, o que o torna um alvo tentador para fraudes alimentares

“O sistema alimentar mundial está estimado em US\$ 8,1 trilhões e, se você estiver vendendo em mercados com altos níveis de falsificação de produtos, o custo total pode ser de 2% a 5% da receita. Não tenho um número que possa calcular as perdas, mas ficaria muito surpreso se o custo para o sistema alimentar global fosse inferior a US\$ 100 bilhões” afirma o executivo. Isso parece muito dinheiro, mas há muitas fraudes ocorrendo no setor. Algumas vezes, o crime é rotular erroneamente — como no famoso caso de um produtor de queijo da Pensilvânia (EUA) que vendia um produto “100% parmesão”, quando na verdade ele não continha nenhum parmesão. As estimativas sugerem que pelo menos 70% do azeite extravirgem importado pelos norte-americanos contém óleos mais baratos e de menor qualidade². A fraude é ainda mais grave em produtos de frutos do mar.

Em média, cerca de 30% dos frutos do mar do mundo foram rotulados incorretamente na última década³. No Canadá, um estudo de 2018 com 177 restaurantes e varejistas concluiu que as dez amostras vendidas como pâmpano-manteiga (*butterfish*) eram na verdade *escolar fish*, um peixe escuro, ceroso e oleoso, conhecido por causar diarreia, vômito e náusea⁴. Substituir um peixe mais caro por um mais barato é uma das fraudes mais fáceis de serem realizadas, considerando a complexidade da cadeia de suprimentos, a quantidade limitada de testes em muitos países e a relativa falta de conhecimento do consumidor. No início deste ano, um proprietário de um pesqueiro da Virgínia (EUA) foi preso depois que sua empresa misturou carne de siri azul do Brasil e da Indonésia, algumas delas já vencidas ou recolhidas, com carne de siri local, e a vendeu

como um “produto dos EUA”. Se você conseguir convencer os clientes de que o peixe-panga que eles estão consumindo (que custa menos de US\$ 2 o quilo) é na verdade pargo (que custa cerca de US\$ 9 o quilo), seu restaurante pode ter um grande lucro.

Prejudicando a saúde dos consumidores

Com algumas fraudes alimentares, as consequências são imediatas e terrivelmente aparentes. No caso mais letal da história recente, em 1981, a colza (*rapeseed*), cuja substância tóxica anilina havia sido removida ilegalmente, foi revendida como azeite para comerciantes ambulantes da Espanha. Sabe-se que mais de mil pessoas morreram de uma reação alérgica (um fato preocupante é que os cientistas ainda não encontraram a causa biológica precisa para isso). Na China, em 2008, produtores ansiosos para esconder o fato de que estavam diluindo leite para bebê para economizar dinheiro adicionaram melamina para garantir que seu produto passasse nos testes de proteína. Isso deixou 300 mil crianças doentes e, tragicamente, seis delas morreram. O escândalo da carne de cavalo na Europa em 2013 não matou ninguém, mas a revelação de que alguns hambúrgueres de carne bovina tinham 29% de carne de cavalo (enquanto algumas lasanhas de carne não continham carne bovina) abalou a fé dos consumidores no setor alimentício, na sua cadeia de suprimentos e nos órgãos reguladores.

O clamor crescente dos consumidores em todo o mundo por autenticidade foi, em parte, impulsionado pelo impacto acumulado desses escândalos na reputação do setor. Quando uma máquina lava-louças quebra, podemos xingar e comprar outra – sem dar muita importância para isso.

² LIVELOVEFRUIT.COM. *Fake Olive Oil is Everywhere! Here are 7 Popular Brands you Should Stop Buying Now*. 2018.

³ NEWSWEEK. *Widespread Mislabeling of Fish Means Consumers are Eating a Lot of Bait and Switch Seafood*. 2019.

⁴ OCEANA CANADA. *Oceana Canada Report Uncovers Widespread Seafood Fraud Across Country*. 2018.

Produtos falsificados

Alfândega francesa procura chocolate falsificado



No entanto, o alimento é tão importante para nós (biológica, cultural e emocionalmente) que, quando ele não é o que deveria ser, surge uma sensação de traição.

Os relatos de fraudes confirmam, segundo Proudfoot, que nenhum produto, setor ou país está a salvo dos falsificadores.

“Os consumidores nas economias desenvolvidas podem até não se preocupar com a autenticidade dos alimentos mas, em muitas partes do mundo, esse é um problema real”. Em 2017, por exemplo, a *Food Safety and Standards Association* da Índia descobriu que 8.469 dos 49.290 produtos testados foram rotulados de forma errada⁵.

Polícia no Japão analisa provas de fraude alimentar de um frigorífico



“Há muito dinheiro a ser ganho ao mudar o rótulo de um produto para outro que seja vendido a um preço mais alto”, diz Proudfoot. “Muitas fraudes alimentares são oportunistas e ocorrem dentro das fronteiras de um país. O primeiro passo na guerra contra as fraudes é que eles se fortaleçam para aplicar a lei nessa área. Além disso, as empresas devem trabalhar com os governos para ajudá-los nessa tarefa”

completa o executivo.

E aí está uma parte do problema. Como diz Proudfoot: “Os consumidores não confiam nos governos a respeito de segurança alimentar, e com razão. Embora a fraude seja atualmente parte das atribuições da Interpol (Organização Internacional de Polícia Criminal), a maioria dos governos é reativa, em vez de proativa. Eles respondem quando problemas de segurança alimentar são identificados. Contudo, principalmente em países propensos a fraudes, eles não combatem ativamente o crime ou não realizam uma proteção diária. Muitos países nem sequer têm regulamentos específicos de falsificação e segurança alimentar para processar os infratores”

Mesmo quando há regulamentos, eles variam consideravelmente de um país para o outro. O *escolar fish*, muitas vezes comercializado como pânpano-manteiga (*butterfish*) ou atum, é proibido na Itália e no Japão. As autoridades de Hong Kong recomendam que ele não seja usado em serviços de *buffet*, enquanto a *Food and Drug Administration* dos EUA afirma, de maneira não oficial, que o produto “não deve ser comercializado no âmbito interestadual”, e o estado australiano de Queensland emitiu alertas para reduzir o risco de seu consumo à saúde. Embora as regulamentações alimentares globais tenham se ajustado de alguma forma, Proudfoot afirma que é do interesse próprio do setor promover mudanças, combater fraudes e recuperar a confiança do consumidor. “As empresas estão cientes dos riscos e estão reagindo, mas considerando as pressões competitivas que muitas sofrem, especialmente em relação ao preço, elas estão tentando manter os custos baixos”. Muitas possíveis soluções são orientadas pela tecnologia, no entanto, o executivo diz que também há um

componente educacional: “Onde quer que as pessoas estejam na cadeia de suprimentos, será que elas entendem o que estão fazendo? Além disso, elas sabem por que estão fazendo as atividades que são solicitadas?”

A dificuldade é, segundo Proudfoot, que “os órgãos reguladores e o setor não estão mais definindo as regras, mas sim o consumidor. E quando o consumidor define as regras, elas são colocadas acima de qualquer regulador. O setor pode reclamar o quanto quiser, mas se não atendermos a essas expectativas, os consumidores deixarão de consumir sua marca e comprarão um produto em que confiam”.

Construindo a confiança do cliente

Há quatro caminhos para solucionar esse problema, de acordo com Jerwin Tholen, diretor de transparência da cadeia de suprimentos da KPMG na Holanda. “Em países de alto risco, precisamos ver uma aplicação da lei mais forte. Poderíamos usar marcadores físicos e/ou testes de laboratório com documentação em toda a cadeia de



⁵THE NEW INDIAN EXPRESS. *The Great Indian Toxic Food Fraud*. 2017.

suprimentos. As empresas podem investir em *softwares* de rastreabilidade da cadeia de suprimentos ou em soluções de *blockchain*. No entanto, se pensarmos na jornada futura do cliente, uma nova geração de *scanners* de verificação de alimentos pode ajudar a construir a confiança do cliente” enfatiza Tholen. Após alguns escândalos de segurança alimentar ocorridos na última década, a China encarregou as autoridades locais de monitorar as normas alimentares. O governo reprimiu sites que vendem alimentos falsificados e fechou uma empresa que falsificava as datas de produção do mel produzido. Além disso, sugeriu proibições vitalícias do setor para os infratores.

O uso de marcadores físicos pode fazer a diferença, como a pulverização de alimentos para identificá-los e a inserção de códigos de barras invisíveis em frutas, especialmente se essas iniciativas forem acompanhadas de testes e relatórios em toda a cadeia de suprimentos. Muitas empresas já estão avançando mais em relação ao tema, avaliando seus sistemas para melhorar a rastreabilidade e a transparência da cadeia de suprimentos. “No momento, algumas empresas demonstram relutância em investir ainda mais em grandes sistemas de rastreabilidade da cadeia de suprimentos porque acreditam que o *blockchain* oferecerá milagres em breve”, afirma Tholen. “Na realidade, as soluções completas de *blockchain* ainda não são escaláveis. Elas ainda são muito complexas e caras”, lembra o executivo. Contudo, as empresas que se concentram na operação entre sistemas de rastreabilidade baseados em nuvem poderão, sugere Tholen, reduzir o custo da coleta de dados e, com outros aliados, padronizar a maneira como

estes dados são tratados, para que funcionem como uma Interface de Programação de Aplicativos (*Applications Programming Interface* - API). As organizações podem ainda começar a testar o *blockchain* agora para garantir que os dados da cadeia de suprimentos sejam imutáveis. Assim, conforme a tecnologia evolui, os sistemas de rastreabilidade baseados em nuvem podem trabalhar de forma integrada, fornecendo dados da cadeia de suprimentos totalmente seguros e precisos. Essas soluções tornariam a fraude muito mais difícil e trariam confiança aos fabricantes a respeito da integridade de suas cadeias de suprimentos. Mas será que isso seria suficiente para satisfazer os consumidores que foram alimentados com uma dieta consistente de histórias assustadoras pela mídia, como diz Proudfoot? Possivelmente, não. Segundo Tholen, resta a questão do “desafio do primeiro quilômetro”. Com sistemas de rastreabilidade e tecnologia de *blockchain* sofisticados, você pode provar que um determinado café é proveniente de uma determinada vila no Vietnã, mas ele pergunta: “Como você sabe que o café que entrou no sistema realmente teve origem nessa vila?” “Há muitos aplicativos e *scanners* no mercado que usam o código de barras, lista de ingredientes e dados subjacentes para fornecer uma visão do perfil de saúde ou sustentabilidade de um produto para o consumidor”, afirma

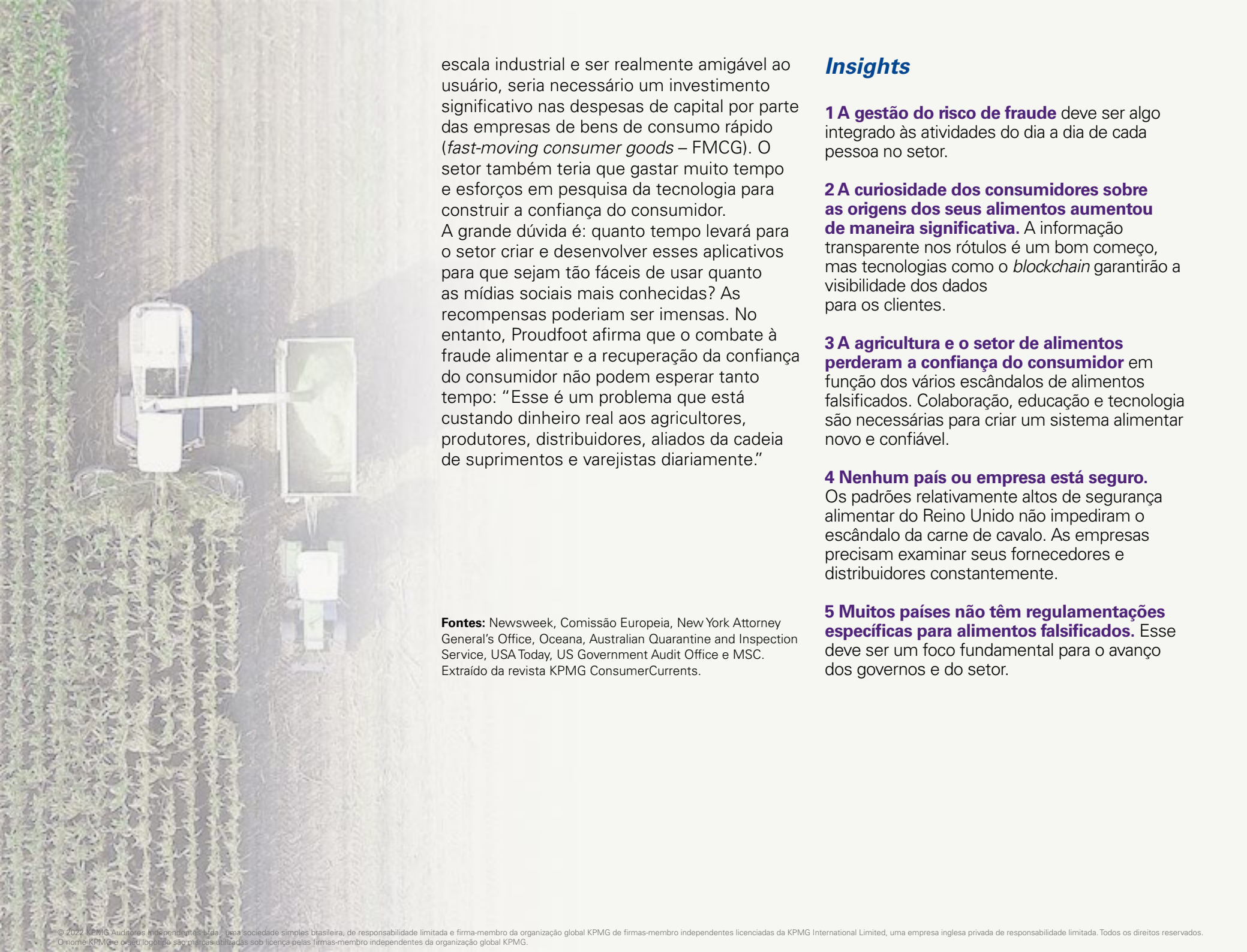
Tholen. “Para que essas tecnologias progridam, ainda precisamos de softwares de rastreabilidade, coleta de dados e *blockchain* para avançar.

Essas ferramentas são efetivamente um complemento dos sistemas de rastreabilidade da cadeia de suprimentos e geram transparência para os consumidores”, ressalta o executivo. No entanto, há outra abordagem mais inovadora que poderia resolver completamente o desafio. Imagine que você esteja em um restaurante e o garçom acaba de trazer o pâmpano-manteiga (*butterfish*) que você pediu. Antes de dar uma mordida, você abre um aplicativo no seu *smartphone* e escaneia o peixe para identificar suas

“Os consumidores não confiam nos governos em termos de segurança alimentar, pois a maioria é reativa, em vez de proativa.”

características biológicas e químicas. Se o seu exame mostrar que, por exemplo, entre 14% a 25% por cento do peixe é óleo e que ele contém muita cera, é provável que o restaurante esteja servindo *escolar fish*. Em princípio, essa tecnologia pode ser aplicada a

qualquer alimento e bebida em qualquer varejista ou restaurante. Isso tornaria a fraude exponencialmente mais difícil e atuaria como a garantia final de autenticidade para os consumidores. Assim como ocorre com muitas dessas inovações, existem algumas barreiras significativas a serem superadas. Os dados seriam inicialmente caros caso o aplicativo seja usado para testar uma grande variedade de produtos. Para trabalhar em



escala industrial e ser realmente amigável ao usuário, seria necessário um investimento significativo nas despesas de capital por parte das empresas de bens de consumo rápido (*fast-moving consumer goods* – FMCG). O setor também teria que gastar muito tempo e esforços em pesquisa da tecnologia para construir a confiança do consumidor. A grande dúvida é: quanto tempo levará para o setor criar e desenvolver esses aplicativos para que sejam tão fáceis de usar quanto as mídias sociais mais conhecidas? As recompensas poderiam ser imensas. No entanto, Proudfoot afirma que o combate à fraude alimentar e a recuperação da confiança do consumidor não podem esperar tanto tempo: “Esse é um problema que está custando dinheiro real aos agricultores, produtores, distribuidores, aliados da cadeia de suprimentos e varejistas diariamente.”

Fontes: Newsweek, Comissão Europeia, New York Attorney General's Office, Oceana, Australian Quarantine and Inspection Service, USA Today, US Government Audit Office e MSC. Extraído da revista KPMG ConsumerCurrents.

Insights

1 A gestão do risco de fraude deve ser algo integrado às atividades do dia a dia de cada pessoa no setor.

2 A curiosidade dos consumidores sobre as origens dos seus alimentos aumentou de maneira significativa. A informação transparente nos rótulos é um bom começo, mas tecnologias como o *blockchain* garantirão a visibilidade dos dados para os clientes.

3 A agricultura e o setor de alimentos perderam a confiança do consumidor em função dos vários escândalos de alimentos falsificados. Colaboração, educação e tecnologia são necessárias para criar um sistema alimentar novo e confiável.

4 Nenhum país ou empresa está seguro. Os padrões relativamente altos de segurança alimentar do Reino Unido não impediram o escândalo da carne de cavalo. As empresas precisam examinar seus fornecedores e distribuidores constantemente.

5 Muitos países não têm regulamentações específicas para alimentos falsificados. Esse deve ser um foco fundamental para o avanço dos governos e do setor.

Fale com nosso time

Fernando Gambôa
Sócio-líder de Consumo & Varejo
da KPMG no Brasil
e na América do Sul
fernandogamboa@kpmg.com.br

Maurício Godinho
Sócio-líder do segmento
de Alimentos e Bebidas
da KPMG no Brasil
mauriciogodinho@kpmg.com.br



Ser especialista
transforma negócios.

#KPMGTransforma



Baixe o
nosso APP

kpmg.com.br



/kpmgbrasil