

Ainda sobre as diferenças de consumo entre as gerações

POR KENNYA SIQUEIRA
E JOÃO PEDRO JUNQUEIRA
SCHETTINO
KENNYA SIQUEIRA
EM 31/08/2021
3 MIN DE LEITURA

[Início](#) > [Colunas](#) > [Kennya Siqueira](#) > Ainda sobre as diferenças de consumo entre as gerações



No [artigo do mês passado](#), o tema das diferenças de consumo entre as gerações foi inicialmente abordado. Foi possível observar que as **gerações Z e silenciosa são as que mais consomem lácteos no Brasil, respectivamente.**

A geração silenciosa (aqueles nascidos antes de 1951) se destaca por consumir muito mais leite fluido do que as demais gerações. Já a geração Z se sobressai no consumo de outros [laticínios](#). Assim, conforme sugerido por um leitor, **neste artigo serão analisados mais detalhes das diferenças de consumo desse grupo de outros laticínios entre as gerações.**

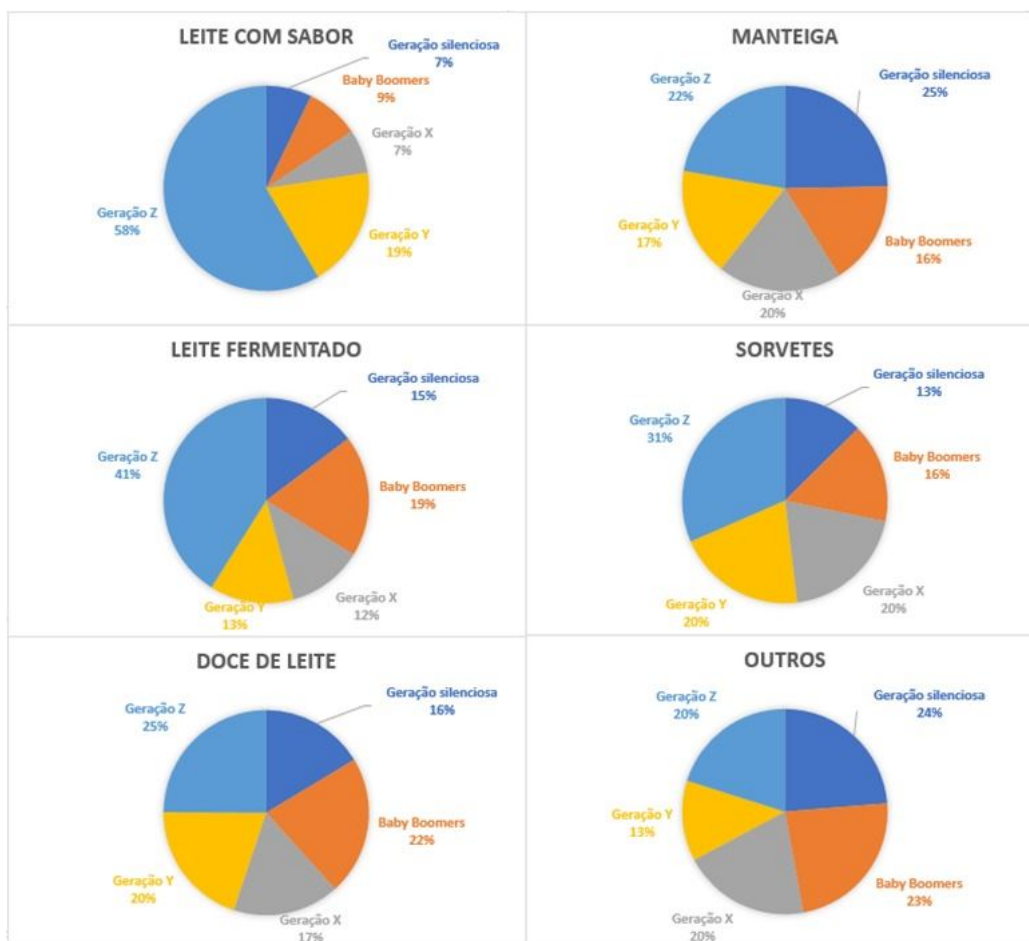
De acordo com os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017/18 do IBGE, os outros laticínios compreendem: leite com sabor, [manteiga](#), [leite fermentado](#), [leite condensado](#), [creme de leite](#), [sorvetes](#), [doce de leite](#) e nata.

No entanto, **como o volume de dados de leite condensado, creme de leite e nata é muito pequeno, estes produtos foram agrupados em uma única categoria chamada de outros.** Assim, a Figura 1 mostra, em termos percentuais, os níveis de consumo das seis categorias de produtos analisadas.

Os valores de consumo médio e seus respectivos desvios padrões foram determinados por uma regressão linear não paramétrica que utilizou como variável categórica preditora a geração do informante.

Para a análise das gerações foram consideradas as seguintes datas de corte: **geração silenciosa (nascimento anterior a 1951), baby boomers (entre 1951 e 1965), geração X (entre 1966 e 1975), geração Y (entre 1976 e 1995) e geração Z (entre 1996 e 2008).**

Figura 1. Distribuição percentual de consumo anual estimado por geração para lácteos selecionados.



Fonte: resultados da pesquisa.

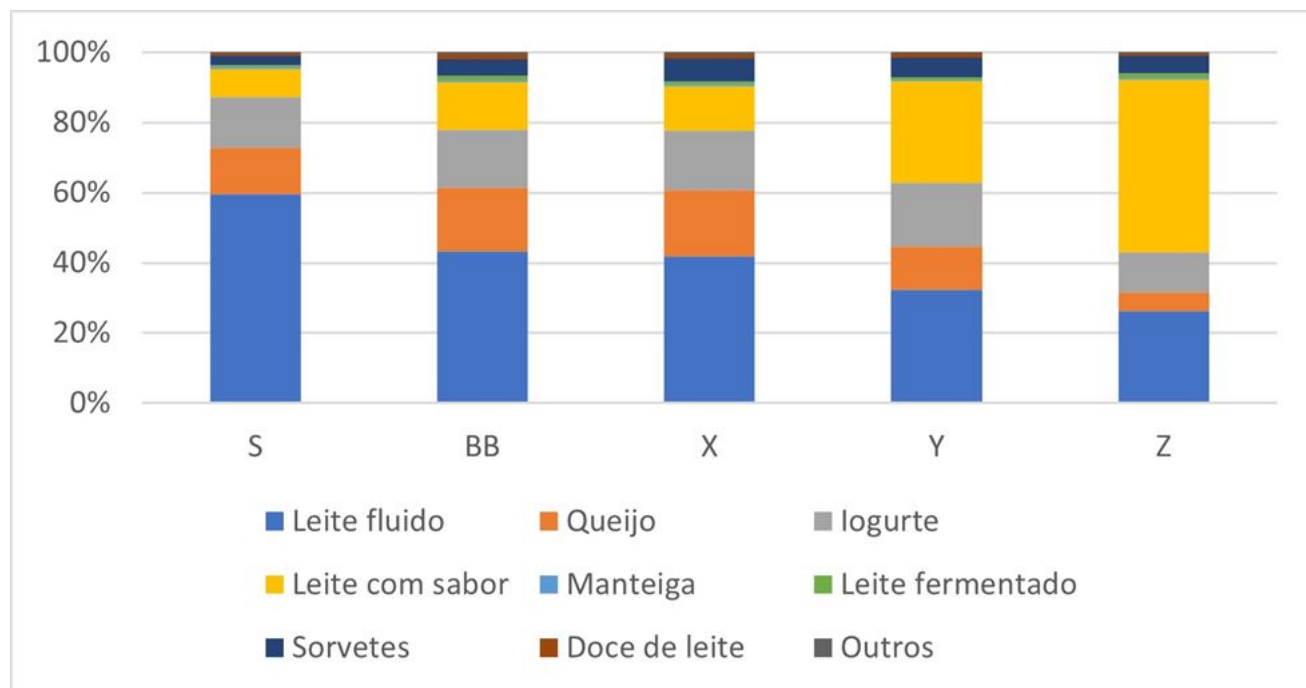
A informação mais marcante da Figura 1 é o elevado consumo estimado da geração Z para leite com sabor. Sozinha, a geração Z responde por 58% do consumo estimado de leite com sabor no Brasil, ou seja, mais que o consumo de todas as outras gerações somadas. Como os integrantes dessa geração tinham, na época da POF 2017-2018, entre 9 e 21 anos, esse resultado indica que **crianças e adolescentes são realmente o público alvo dos leites com sabor no Brasil.**

O nível de consumo da geração Z também se destaca para o leite fermentado. Apesar de o mais tradicional dos leites fermentados do Brasil não ter claramente apelo infantil, é fácil encontrar leites fermentados com forte apelo infantil nas gôndolas dos supermercados. Atualmente, no entanto, muitas empresas têm usado o apelo funcional nas vendas deste tipo de produto.

A representatividade da geração Z no consumo de sorvetes também é significativa. Já, no consumo de manteiga, doce de leite e dos outros laticínios (leite condensado, creme de leite e nata), há uma distribuição mais igualitária entre as gerações. Ou seja, nenhuma geração se destaca significativamente no consumo desses produtos, mostrando que eles conseguem transitar bem nas dietas de todas as idades.

Para entender melhor essa distribuição do consumo de lácteos por geração, a Figura 2 apresenta o percentual de cada derivado lácteo consumido por geração, segundo os dados da POF 2017/2018.

Figura 2. Distribuição percentual dos lácteos consumidos por cada geração no Brasil.



Fonte: resultados da pesquisa.

É interessante notar que para todas as gerações, com exceção da Z, o produto lácteo mais consumido é o leite fluido. O consumo de queijos supera o de iogurtes para os *baby boomers* e para a geração X. No entanto, geração silenciosa, milênios e geração Z consomem mais iogurtes que queijos.

Para a geração Z, o produto lácteo mais consumido é o leite com sabor ou achocolatado. Os produtores americanos parecem já ter descoberto essa preferência dos consumidores mais jovens, visto que há alguns anos já investem em campanhas de *marketing* institucional para mostrar os benefícios desses produtos. **Inclusive campeões olímpicos americanos mencionaram o uso de achocolatado para se recuperar dos treinos.**

Se somarmos o volume médio de consumo de leite fluido e leite com sabor da geração Z, tem-se que essa geração é a que mais consome leite no Brasil. **Assim, definitivamente, tomar leite no Brasil não é cringe.**

Gostou do conteúdo? Deixe seu **like** e seu **comentário**, isso nos ajuda a saber que conteúdos são mais interessantes para você. Quer escrever para nós? Clique [aqui](#) e veja como!

Leia também:

- [É cringe consumir lácteos?](#)

Receba as novidades dos Eventos MilkPoint!

Preencha seus dados no formulário abaixo para receber as novidades dos eventos

Nome *

Email *



+55

Saiha Mais!

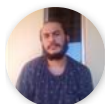
*Fonte da foto do artigo: [Freepik](#)

COMENTE



KENNYA SIQUEIRA

Pesquisadora da Embrapa Gado de Leite



JOÃO PEDRO JUNQUEIRA SCHETTINO

Graduando em estatística pela UFJF.



MILKPOINT É UM PRODUTO DA
REDE AGRIPOINT

[POLÍTICA DE PRIVACIDADE](#)

Copyright © 2021 AgriPoint - Todos os direitos reservados
AgriPoint Serviços de Informação Ltda. - CNPJ 08.885.666/0001-86
R. Tiradentes, 848 - 12º andar | Centro
[design salvego.com](#) - AgriPoint + desenvolvimento d-nex