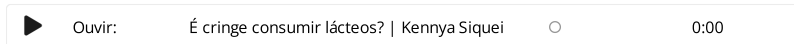


É cringe consumir lácteos?

VÁRIOS AUTORES
KENNYA SIQUEIRA
EM 13/07/2021
3 MIN DE LEITURA

Início > Colunas > Kennya Siqueira > É cringe consumir lácteos?



Há alguns dias, foi matéria nas diversas mídias, uma **discussão entre preferências das gerações Y e Z**. Com isso, o tema das diferentes gerações tornou-se mais conhecido no país.

Esse conceito de gerações vem sendo mais empregado nos últimos anos para avaliar comportamentos de consumo e traçar **estratégias de marketing**. Atualmente, tem-se **6 gerações convivendo juntas no país**.

A **geração silenciosa** é composta por aqueles indivíduos nascidos antes de **1946 ou 1950** (esses limites variam de acordo com o autor considerado). Essa parcela da população nasceu em um período conturbado de guerras. Hoje em dia são aposentados e possuem **preferência por estabilidade**.

Os **baby boomers** compreendem indivíduos nascidos entre **1946-1951 e 1964-1965**. Esse nome está relacionado à explosão de natalidade que ocorreu após a Segunda Guerra Mundial. Geralmente, são focados no trabalho, pouco influenciados por marcas, **buscam sempre a qualidade dos produtos e recebem uma forte influência da TV**.

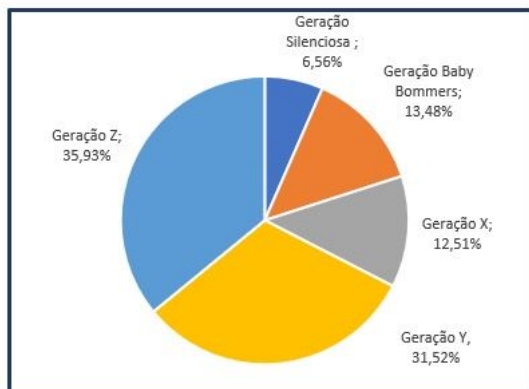
A **geração X** é constituída por aqueles que nasceram entre **1965 e 1976-1980**. É a parcela da população que começou a ter contato com o meio acadêmico e com experiências internacionais. São **influenciados por marcas, famosos e são tradicionais em suas escolhas**.

A **geração Y ou milênios** compreende os nascidos entre **1976-1980 até 1990-1995**. É a **geração da tecnologia**. São pessoas individualistas, capazes de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, não são influenciadas por marcas, sendo extremamente questionadores. Além disso, possuem grande preocupação com o impacto ambiental. **É a geração que, atualmente, dita as regras, gerando mais impacto sobre o consumo de alimentos no mundo**.

A **geração Z** engloba os nascidos a partir de **1995 até 2009-2015** e são indivíduos ansiosos, ainda mais individualistas que a geração anterior e não são influenciados por marcas. Já a **geração alpha** envolve os nascidos a partir de **2009 e 2015**. Por ainda se encontrarem na fase infantil, ainda não se tem muitos estudos sobre estes indivíduos.

De acordo com os dados do IBGE, **hoje a maior parte da população brasileira é composta das gerações Y e Z** (Figura 1). A geração Z representa quase 34% da população do país e a geração Y representa pouco mais de 31%. Juntas, as duas gerações mais materialistas, individualistas e multitarefas, respondem por quase 70% da nação.

Figura 1. Divisão da população brasileira de acordo com as gerações.



Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados do IBGE.

Devido a essa grande representatividade e também por seu poder de influenciar nas redes sociais, essas duas gerações têm sido o foco das empresas no lançamento de produtos. No entanto, há alguns dias, o termo **cringe** tornou-se popular para descrever a vergonha alheia que a geração Z sente da geração Y e outras que vieram antes dela.

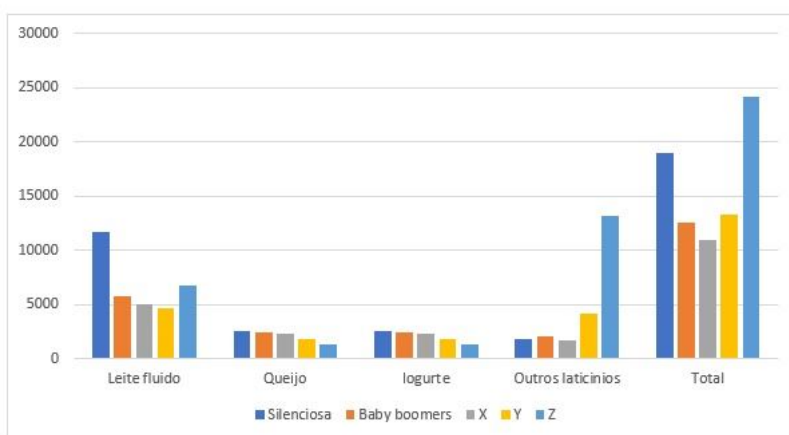
Assim, neste conflito de gerações, como ficou explícito na internet nas últimas semanas, para a geração Z é **cringe** tomar café da manhã, tomar cerveja de litrão etc. Mas, **será que é cringe consumir lácteos?**

Para responder a essa pergunta, foram empregados dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2017/18 do IBGE. Utilizou-se os dados de consumo de **5 grupos de lácteos**: leite fluido, queijo, iogurte, outros laticínios e total (soma de todas as outras categorias).

Em outros laticínios considerou-se o total de lácteos menos leite fluido, queijo e iogurte. Assim, em outros laticínios encontram-se manteiga, leite fermentado, leite condensado, creme de leite etc. 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). A Figura 2 apresenta os resultados.

Figura 2. Consumo anual estimado em gramas por geração.



Fonte: resultados da pesquisa.

Pela Figura 2, é possível perceber que a **geração Z não é muito fã de queijos e iogurtes**. Dentre todas as gerações analisadas, **a Z foi a que apresentou menor consumo destes produtos**.

Para **leite fluido**, os maiores níveis de consumo *per capita* foram verificados para os dois extremos da população analisada: **a geração silenciosa e a geração Z**. Porém, a taxa de consumo da geração

silenciosa supera em 1,7 vezes o consumo dos indivíduos da geração Z.

No entanto, **quando se considera os demais lácteos** (excluindo leite fluido, queijos e iogurte), **é que a geração Z se destaca**. O consumo dessa geração é bem superior aos demais, chegando a cerca de 7 vezes mais consumo do que as gerações silenciosa e X. **Assim, no total de lácteos consumidos no país, a geração Z é a maior consumidora. Portanto, pode-se concluir que não é *cringe* consumir lácteos no Brasil.**

*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!*

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

Receba as novidades dos Eventos MilkPoint!

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



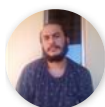
Saiba Mais!

COMENTE



KENNYA SIQUEIRA

Pesquisadora da Embrapa Gado de Leite



JOÃO PEDRO JUNQUEIRA SCHETTINO

Graduando em estatística pela UFJF.



THALIÃ MORAIS JUNGER ALMEIDA

Estudante de Engenharia de Alimentos na UFV.



MILKPOINT É UM PRODUTO DA
REDE AGRIPPOINT

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