

Mulheres: o sexo forte no consumo de lácteos

POR KENNYA SIQUEIRA
E JOÃO PEDRO JUNQUEIRA
SCHETTINO
KENNYA SIQUEIRA
HÁ 5 HORAS E 47 MINUTOS
2 MIN DE LEITURA

[Início](#) > [Colunas](#) > [Kennya Siqueira](#) > Mulheres: o sexo forte no consumo de lácteos

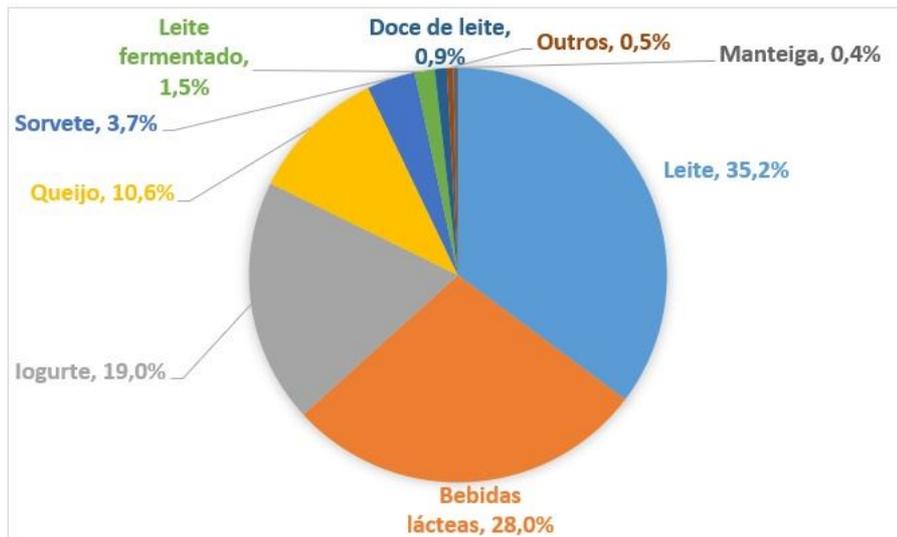
#TENDÊNCIAS DE CONSUMO



No mês das mulheres, nada melhor do que falar de consumo, pois se tem uma coisa que as mulheres gostam muito de fazer é comprar. E no setor lácteo não é diferente. Os dados mostram que **as mulheres consomem mais produtos lácteos do que os homens**. Por ano, as brasileiras ingerem cerca de 1,4 kg a mais de derivados do leite do que o sexo oposto.

No entanto, a preferência feminina varia de acordo com o produto. A Figura 1 mostra o perfil de consumo de lácteos das mulheres.

Figura 1. Perfil de consumo de lácteos das mulheres brasileiras.



Fonte: resultados da pesquisa.

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).

PROSSEGUIR

consumidos, em média, por cada brasileira por ano.

Em seguida, tem-se o [iogurte](#). As mulheres ingerem 3,7 Kg de iogurte por ano, o que corresponde a 56% a mais do que os homens. Com isso, é **possível notar que o consumo feminino no Brasil é mais focado em produtos lácteos que têm maior apelo de saudabilidade**. Juntos, leite, bebidas lácteas e iogurte, respondem por 82,2% do consumo de lácteos do público feminino no Brasil, ou 16,2 Kg/ano.

Some-se a isso o fato de as mulheres serem maioria na população brasileira. Assim, torna-se **importante conhecer o perfil e características desse público**.

Estudos apontam que mulheres são mais detalhistas, gastam mais tempo nas compras e têm memória melhor. Com essas características, **o público feminino é mais propenso a estabelecer vínculos com as marcas**.

A história mostra que tudo isso está relacionado com hábitos ancestrais. Até 8.000 a.C., os homens caçavam animais selvagens e as mulheres eram responsáveis por colher os alimentos disponíveis na natureza.

Como os animais selvagens não apareciam com frequência, mesmo naquela época, as mulheres já eram responsáveis por prover 80% da comida do grupo. **Atualmente, no Brasil, segundo a Nielsen, as mulheres são responsáveis pela decisão de compra em 96% dos lares do país**. Nos setores de vestuário feminino, produtos de beleza, produtos para a casa (incluindo alimentação) e serviços de educação para os filhos, o sexo feminino responde por 83% das decisões de compra.

Não é à toa, que o setor automobilístico, assim como o cervejeiro e outros, já vem há tempos investindo em produtos específicos para as mulheres. Assim, como diz Bridget Brennan, autora do livro “*Why she buys*”, considerado um Bestseller internacional, “teríamos um cenário apocalíptico para as empresas e as economias se, de repente, as mulheres resolvessem adotar o jeito masculino de fazer compras”.

Portanto, a **dica para o setor lácteo neste momento seria observar melhor essas consumidoras e buscar atender as suas necessidades**, seja na forma de embalagens, na praticidade, na saudabilidade ou em qualquer característica que valorize os derivados do leite aos olhos femininos. **Pois, as mulheres são o sexo forte no consumo de lácteos**.

Autores:

Kennya Siqueira, Pesquisadora na Embrapa Gado de Leite

João Pedro Junqueira Schettino, Estudante de estatística da UFJF

Marcel de Toledo Vieira, Professor do Departamento de Estatística da UFJF

Receba as novidades dos Eventos MilkPoint!

Preencha seus dados abaixo para receber as novidades dos eventos para Indústria

Nome*

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).

PROSSEGUIR

Empresa*

Atividade

Cargo

COMENTE:**KENNYA SIQUEIRA**

Pesquisadora da Embrapa Gado de Leite

**JOÃO PEDRO JUNQUEIRA SCHETTINO**

Graduando em estatística pela UFJF.

MILKPOINT É UM PRODUTO DA
REDE AGRIPPOINT**POLÍTICA DE PRIVACIDADE**Copyright © 2022 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

Nós usamos cookies e outras tecnologias semelhantes para melhorar a sua experiência em nossos serviços, personalizar publicidade e recomendar conteúdo de seu interesse. Ao utilizar nossos serviços, você concorda com tal monitoramento. Informamos ainda que atualizamos nossa [Política de Privacidade](#).