REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

CONSUMO DE LÁCTEOS EM PERSPECTIVA GLOBAL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE BRASIL, ESTADOS UNIDOS E CHINA

DAIRY CONSUMPTION IN GLOBAL PERSPECTIVE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF BRAZIL, THE UNITED STATES AND CHINA

CONSUMO DE LÁCTEOS EN PERSPECTIVA GLOBAL: UN ANÁLISIS COMPARATIVO BRASIL, ESTADOS UNIDOS Y CHINA

Patrícia Figueiredo Stefani
Doutoranda em Agronegócios, UFSM, Brasil
E-mail: patriciamfstefani@yahoo.com.br

Lisyara Silva Donati
Graduação em Ciências Econômicas pela UFSM/PM
EMAIL lisyara.donati@gmail.com

Gabriel Nunes de Oliveira
Doutorado em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: gabriel.n.oliveira@ufsm.br

Ione Maria Pereira Haygert Velho
Doutorado em Zootecnia.
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS, Brasil
E mail: ione.h.velho@ufsm.br

Geferson Gustavo Wagner Mota da Silva
Doutorando em Agronegócios
Universidade Federal de Santa Maria, Campus Palmeira das Missões, Brasil
E-mail: geferson_gustavo@hotmail.com

Paloma de Mattos Fagundes
Doutorado em Agronegócios, Dep. de Administração, UFSM, Brasil
E-mail: palomattos@gmail.com

Carolina de Mattos Nogueira
Doutorado em Agronegócios, UFRGS, Brasil
E-mail: carolina.m.nogueira@hotmail.com

Bianca Jupiara Fortes Schardong
Doutorado em Administração pela UEM. Pós-doutorado em Agronegócios pela UFSM. E-mail: bianca.schardong@ufsm.br

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

Resumo

Tendências globais como saúde, sustentabilidade, inovação tecnológica e conveniência estão transformando o setor alimentício, particularmente o mercado de laticínios, ao redefinirem as preferências dos consumidores devido a mudanças sociais, culturais e econômicas. O objetivo do estudo buscou explorar as dinâmicas de consumo de lácteos em três dos maiores mercados globais: Brasil, Estados Unidos e China, analisando tendências de 1990 a 2025. A pesquisa utilizou uma abordagem qualiquantitativa. Utilizou-se levantamento bibliográfico e dados secundários (USDA), analisando o consumo de lácteos. O tratamento dos dados foi realizado com o auxílio do software Microsoft Excel, e através da utilização da programação do Python e das bibliotecas do Pandas e Matplolib para a criação dos gráficos. As descobertas ressaltam diferenças significativas nos hábitos de consumo nos países pesquisados, as quais interferem diretamente nas tendências de mercado de lácteos.
Palavras-chave: lácteos; tendências de consumo; comportamento; consumidor.

Abstract

Global trends such as health, sustainability, technological innovation and convenience are transforming the food sector, particularly the dairy market, by redefining consumer preferences due to social, cultural and economic changes. The objective of the study sought to explore the dynamics of dairy consumption in three of the largest global markets: Brazil, the United States and China, analyzing trends from 1990 to 2025. The research used a qualitative and quantitative approach. A literature review and secondary data (USDA) were used to analyze dairy consumption. Data processing was performed with the help of Microsoft Excel software, and through the use of Python programming and the Pandas and Matplolib libraries to create graphs. The findings highlight significant differences in consumption habits in the countries studied, which directly impact dairy market trends.
Keywords: dairy; consumption trends; behavior; consumer.

Resumen

Las tendencias globales como la salud, la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la conveniencia están transformando el sector alimentario, particularmente el mercado de productos lácteos, al redefinir las preferencias de los consumidores debido a cambios sociales, culturales y económicos. El objetivo del estudio fue explorar las dinámicas de consumo de lácteos en tres de los mayores mercados globales: Brasil, Estados Unidos y China, analizando tendencias desde 1990 hasta 2025. La investigación utilizó un enfoque cuali-cuantitativo. Se empleó una revisión bibliográfica y datos secundarios (USDA), analizando el consumo de lácteos. El tratamiento de los datos se realizó con el apoyo del software Microsoft Excel, así como mediante el uso de programación en Python y las bibliotecas Pandas y Matplotlib para la elaboración de los gráficos. Los hallazgos destacan diferencias significativas en los hábitos de consumo en los países estudiados, las cuales influyen directamente en las tendencias del mercado de lácteos.
Palabras clave: lácteos; tendencias de consumo; comportamento; consumidor.

1. Introdução

Tendências globais como a crescente preocupação com saúde e sustentabilidade, aliadas à inovação tecnológica e à busca por conveniência, estão

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

provocando mudanças significativas no setor alimentício, especialmente no mercado de laticínios. Essas transformações são impulsionadas por alterações sociais, culturais e econômicas que redefinem as preferências dos consumidores. Segundo Siqueira (2024), as principais tendências que moldam o mercado dizem respeito à saúde e bem-estar, sustentabilidade e transparência, inovação sensorial, praticidade refinada, acessibilidade e inteligência artificial. Dada a crescente relevância da demanda por alimentos saudáveis e funcionais, a trajetória futura do mercado de leite e derivados depende crucialmente da compreensão das tendências atuais e do comportamento do consumidor.

As decisões alimentares diárias exercem influência significativa sobre a condição de saúde dos consumidores. Nesse contexto, o grupo alimentar de leite e laticínios se destaca como parte integrante de uma dieta equilibrada e um alimento fundamental para todas as faixas etárias, dada a presença de componentes biológicos essenciais.

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo explorar as dinâmicas de consumo do mercado lácteo em três dos maiores mercados globais: Brasil, Estados Unidos e China. A pesquisa buscou identificar os produtos lácteos mais consumidos em cada país, quais sejam leite fluido, leite desnatado, manteiga e queijo, no período de 1990 a 2025, identificando os fatores determinantes nas mudanças nos padrões de consumo de determinados produtos, com ênfase no impacto de fatores ligados à saúde e bem-estar no consumo de lácteos.

A relevância deste estudo reside na crescente interconexão dos mercados alimentares, onde tendências e inovações se propagam rapidamente, impactando padrões de consumo o que, necessariamente, afetará as estratégias de produção em escala global. A escolha desses três países se justifica pela diversidade de seus contextos socioeconômicos, culturais e regulatórios, bem como pela importância de seus mercados lácteos.

O problema da pesquisa busca responder à questão "Quais são as principais diferenças e semelhanças nas tendências de consumo de produtos lácteos entre Brasil, Estados Unidos e China, e como essas tendências são influenciadas pela preocupação com a saúde e bem-estar?", permitindo explorar

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

uma ampla gama de questões relevantes para o setor lácteo.

Para alcançar os objetivos propostos, a pesquisa adotou uma abordagem metodológica que combina métodos qualitativos e quantitativos. O estudo se baseou na análise de dados secundários obtidos de fonte oficial, USDA, o que permitiu quantificar e comparar as tendências de consumo de lácteos nos três países.

A revisão bibliográfica baseou-se na Teoria do comportamento do consumidor, no mercado lácteo, sob a influência de fatores socioeconômicos e culturais. A análise comparativa permitiu identificar as principais diferenças e semelhanças nos padrões de consumo de lácteos entre os três países.

Espera-se que esta pesquisa forneça uma visão abrangente das tendências do mercado lácteo nesses três importantes países, identificando padrões, tendências e fatores que moldam o setor em cada contexto específico. Os resultados da pesquisa podem ser úteis para empresas do setor lácteo, formuladores de políticas e pesquisadores interessados em compreender as dinâmicas do mercado lácteo global e identificar oportunidades e desafios para o futuro do setor.

2. Revisão da Literatura

2.1 Teoria do Comportamento do Consumidor

A teoria da demanda do consumidor, segundo Pindyck e Rubinfeld (2014), baseia-se em três pilares: preferências definidas (consumidores ordenam cestas de bens), restrição orçamentária (escolhas limitadas pela renda) e maximização da utilidade (consumidores buscam a maior satisfação possível dentro de suas limitações).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

Gade (1998) enfatiza que a análise do comportamento do consumidor compreende as ações físicas, os processos mentais e as respostas emocionais manifestadas durante a escolha, aquisição e uso de bens e serviços destinados à satisfação de carências e aspirações. No contexto de mercado, compreender o comportamento de compra dos consumidores é crucial para que as empresas atendam às suas necessidades e desejos.

A literatura de marketing define esse comportamento como o processo pelo qual indivíduos, grupos e organizações selecionam, adquirem, utilizam e descartam bens, serviços, ideias ou experiências para satisfação (Kotler & Keller, 2012; Oliveira, 2007). Estudos em Marketing consistentemente demonstram que esse processo é moldado por fatores culturais (hábitos e costumes), sociais (pressão de grupos), pessoais (ciclo de vida) e psicológicos (motivações) (Cobra, 1992; Engel, 2005; Kotler & Keller, 2012; Limeira, 2009; Oliveira, 2007; Rocha, 2015; Samara & Morsch, 2005; Sheth, Mittal & Newman, 2001; Solomon, 2009).

2.2 Tendências Globais de Consumo de Lácteos

Impulsionado pelo crescimento da renda e da população, projeta-se um aumento no consumo de lácteos no médio prazo, com destaque para a Índia, o Paquistão e diversos países africanos como principais impulsionadores dessa demanda robusta. Globalmente, estima-se que o consumo per capita avance a uma taxa anual de 0,8%, atingindo 15,7 kg (em equivalentes de sólidos do leite, excluindo a água presente no leite e em seus derivados) até 2032.

A maior parcela da produção láctea destina-se ao consumo na forma de laticínios frescos – produtos não processados ou minimamente processados (isto é, pasteurizados ou fermentados) – cuja participação no consumo mundial deverá expandir-se na próxima década. Nos países de baixa e média renda, os laticínios frescos respondem por mais de dois terços do consumo médio per capita de sólidos do leite, enquanto os consumidores em nações de alta renda tendem a apresentar maior preferência por produtos processados (OCDE/FAO, 2023).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

Um dado relevante sobre o consumo global de lácteos, conforme dados recentes, indica que o mercado informal ainda desempenha um papel significativo, especialmente em países em desenvolvimento, onde mais de 80% do leite pode ser comercializado por canais informais (FAO, 2024). Os produtos lácteos mais consumidos mundialmente continuam a ser os lácteos frescos (incluindo leite fluido e iogurte), seguidos por queijos, manteiga e leite em pó (IDF World Dairy Situation, 2024).

2.3 Tendências de consumo de lácteos Brasil

A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no biênio 2017-2018, apresenta um panorama minucioso do padrão de consumo de alimentos e bebidas no território nacional. Os dados apurados revelam um consumo médio anual de laticínios de 32,2 kg por habitante. Os produtos lácteos preferidos pelos brasileiros são o leite longa vida e os queijos (IBGE, 2019).

No que concerne às categorias de produtos, o leite fluido, os queijos e o iogurte se sobressaem em termos de volume consumido, já no âmbito do mercado de queijos, observa-se uma predileção dos consumidores brasileiros pela mozzarella, seguida pelo queijo minas e pelo requeijão, o que denota hábitos alimentares estabelecidos na população.

O consumo de lácteos no Brasil apresenta disparidades regionais significativas, segundo dados do IBGE e Siqueira (2021). A região Sul lidera o consumo geral (48,271 kg/habitante/ano), quase quatro vezes mais que o Norte, que consome mais leite em pó integral. O Sul também se destaca em leite fluido, queijo prato, creme de leite, leite condensado, muçarela, iogurte e leite fermentado. O Nordeste consome mais leite em pó desnatado, seguido por Norte e Sudeste. O Sudeste lidera o consumo de queijo parmesão e outros queijos (finos e artesanais), enquanto o Centro-Oeste é o principal consumidor de manteiga (EMBRAPA, 2023) Além das diferenças regionais, a renda familiar é um fator determinante no consumo de lácteos, mas não o único.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

2.4 Tendências de consumo de lácteos nos Estados Unidos

Historicamente, os Estados Unidos sempre figuraram no topo do ranking mundial de produção de leite. A produção americana se concentra principalmente nas regiões Oeste e Norte do país, sendo que o Oeste tem ganhado importância devido a custos de produção mais baixos, influenciados por fatores climáticos e organizacionais.

O consumo per capita de leite de vaca fluido nos Estados Unidos apresenta uma tendência de declínio contínuo, que se intensificou nas últimas décadas. Entre 2003 e 2018, essa retração acelerou-se significativamente, com a taxa média anual de queda passando de 1,0% nos anos 2000 para 2,6% nos anos 2010. Conforme análise de Stewart et al. (2021), a ingestão direta de leite e bebidas lácteas diminuiu de 0,57 para 0,33 equivalentes de copo por pessoa por dia no período estudado. Da mesma forma, o uso de leite em cereais reduziu-se de 0,23 para 0,17 copos per capita, enquanto o consumo em bebidas como café e chá permaneceu praticamente inalterado.

Diversos fatores contribuem para esse fenômeno, entre eles alterações demográficas e geracionais, a perda de competitividade do leite em relação a outras bebidas disponíveis no mercado e a substituição do cereal matinal por outras alternativas alimentares no desjejum. Embora o consumo de outros derivados lácteos, como queijo e iogurte, tenha aumentado expressivamente nas últimas décadas, a redução no consumo de leite fluido limita o avanço da ingestão total de laticínios pela população. Segundo as Dietary Guidelines for Americans 2020–2025, cerca de 90% dos norte-americanos não atingem os níveis recomendados de consumo diário de produtos lácteos (STEWART et al., 2021).

Todavia, o consumo de laticínios segue uma trajetória de alta, impulsionado por mudanças nos hábitos alimentares e pela valorização de produtos como manteiga e queijo. Segundo o Departamento de Agricultura dos EUA (USDA), o consumo per capita de laticínios atingiu 661 libras por pessoa em 2023, um

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

aumento de 7 libras em relação a 2022 e igualando o recorde histórico registrado em 2021.

2.5 Tendências de consumo de lácteos na China

A República Popular da China, com uma população estimada em 1,4 bilhão de habitantes, experimentou um aumento significativo no consumo impulsionado pelo crescimento da renda real per capita, incorporando um expressivo contingente de novos consumidores ao mercado. No quinquênio compreendido entre 2016 e 2020, observou-se uma elevação na proporção do consumo suprida por importações, passando de 23,8% em 2016 para 32,2% em 2020, o que representa um acréscimo de 8,4% ao longo do período, com uma média anual de 1,7%.

Segundo o relatório China's Dairy Product Outlook Report 2020-2029, o consumo de produtos lácteos na China atingiu 49,5 milhões de toneladas em 2019, registrando um crescimento de 5% em relação ao ano anterior. Apesar da expansão, o consumo per capita ainda permanece relativamente baixo, em torno de 35 kg ao ano. O estudo prevê que a evolução dos hábitos alimentares, o aumento da renda e uma maior conscientização sobre a saúde contribuirão para o crescimento da demanda por lácteos no país.

As estimativas indicam um aumento para 50,9 mt em 2020 e 65,9 mt até 2029, com um crescimento anual médio de 2,9%, projetando um consumo per capita de 45,9 kg ao final do período. Entre os produtos mais consumidos, leite fresco e iogurte representaram mais de 80% da demanda em 2019. No entanto, as maiores oportunidades de crescimento estão no leite pasteurizado e nos produtos lácteos "secos", como manteiga e queijo, impulsionados pela urbanização da população e pelas mudanças nos padrões de consumo.

Consequentemente, as importações de queijo pela China devem crescer 5,04%, resultando em uma demanda insatisfeita de 125 mil toneladas, uma vez que a produção nacional também não consegue suprir a variedade de produtos desejada pelos consumidores (EMBRAPA, 2023).

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

3. Materiais e Métodos

Com relação aos objetivos, a pesquisa pode ser classificada como exploratória e descritiva. A fase exploratória caracterizou-se pelo estudo minucioso do assunto referente ao consumo de lácteos no Brasil, Estados Unidos e China. Segundo Gil (2022), as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Inicialmente fez-se um levantamento bibliográfico cujo objetivo foi de coletar o máximo de informações sobre o assunto, objeto de estudo, para assim auxiliar na definição dos objetivos.

A fase descritiva teve como objetivo descrever as características dos hábitos de consumo de lácteos nos referidos países, determinando os produtos lácteos mais consumidos. Com relação à abordagem a pesquisa classifica-se como quali-quantitativa. Qualitativa porque foi realizada pesquisa bibliográfica de conceitos e teorias e também dados secundários extraídos da USDA/FAS .No caso em tela, foi analisada a evolução do consumo doméstico de leite fluido, leite em pó (desnatado e integral), manteiga e queijo no Brasil, Estados Unidos e China, no período de 1990 a 2025.

A abordagem quantitativa buscou reunir as informações e traduzi-las em forma de números. Trata-se da atividade de pesquisa que usa a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento dessas, mediante técnicas estatísticas, desde as mais simples, como as mais complexas (MICHEL, 2015). Em consonância com essa metodologia, o tratamento dos dados foi realizado com o auxílio do software Microsoft Excel e através da programação com a utilização do Python e das bibliotecas do Pandas e Matplolib para a criação dos gráficos.

4. Resultados e Discussão

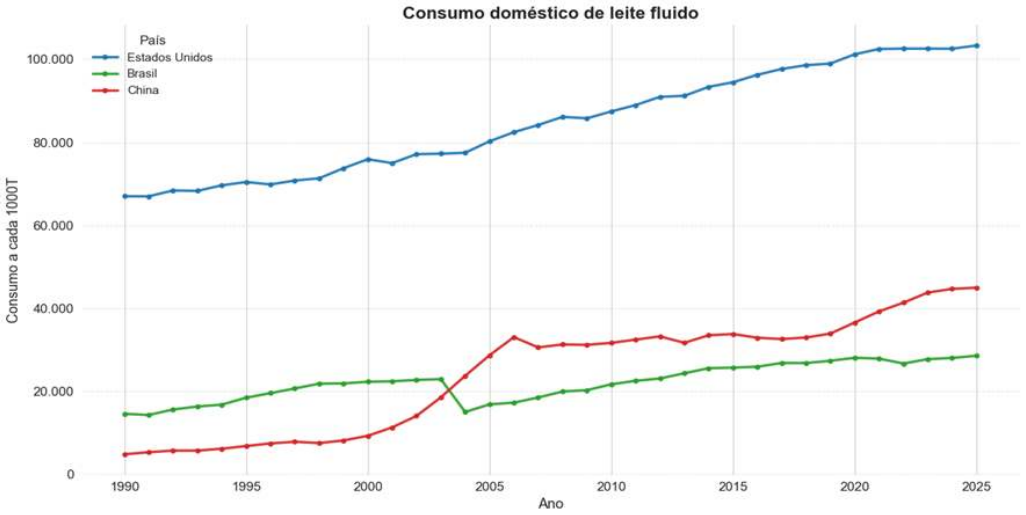
A pesquisa analisou a evolução do consumo de leite fluido, leite em pó integral e desnatado, queijo e manteiga no Brasil, China e Estados Unidos, no

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

período compreendido entre 1990 e 2025. Buscou-se verificar as tendências de consumo de produtos lácteos nos referidos países bem como estabelecer uma análise comparativa entre eles. O Gráfico 1 apresenta dados referentes ao consumo de leite fluido.

Gráfico 1 – Consumo doméstico de leite fluido no Brasil, EUA e China.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados USDA/FAS.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

O gráfico de consumo doméstico de leite fluido entre 1990 e 2025 revela três trajetórias distintas. Os Estados Unidos mantêm uma liderança consistente, com o maior volume de consumo e um crescimento estável, projetado para ultrapassar 100.000 mil toneladas até 2025. O Brasil apresenta um crescimento gradual e contínuo, embora em um ritmo mais moderado, atingindo cerca de 30.000 mil toneladas em 2025.

A China, por sua vez, destaca-se pelo crescimento mais dinâmico e acelerado, partindo de um patamar muito baixo em 1990 e superando o Brasil em consumo após 2005, projetando-se para aproximadamente 45.000 mil toneladas em 2025. Assim, enquanto os EUA representam um mercado maduro e o Brasil um crescimento constante, a China emerge como o principal motor de expansão no consumo de leite fluido, refletindo mudanças em seus hábitos alimentares e poder aquisitivo.

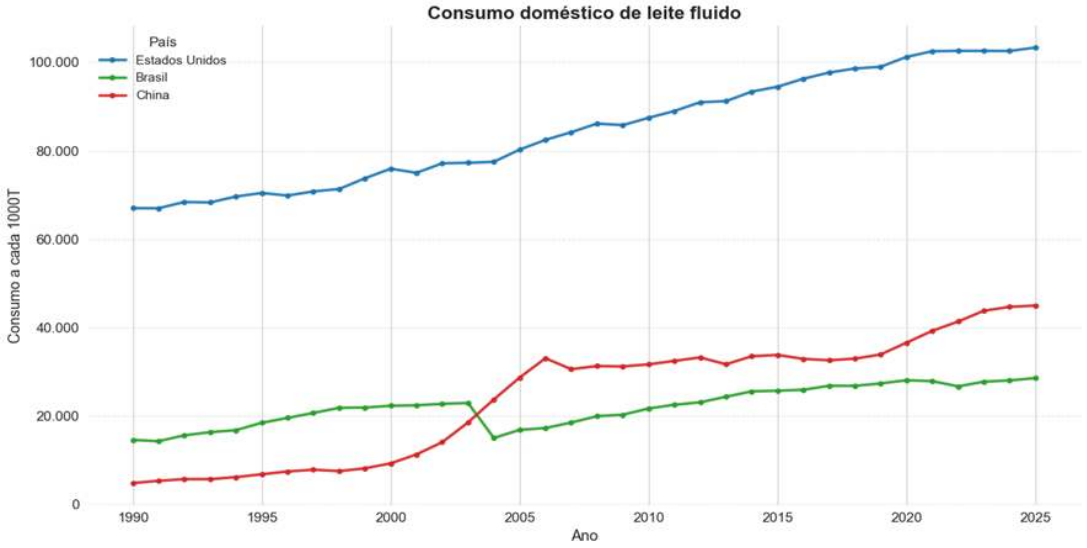
As recentes mudanças no setor lácteo da China (CARVALHO, 2024), têm gerado impactos relevantes tanto no mercado interno quanto no comércio global de leite. Como um dos maiores produtores e importadores de lácteos do mundo, o país desempenha um papel crucial na definição dos preços internacionais e na disponibilidade desses produtos.

Apesar do crescimento da produção local, as projeções indicam que essa expansão não será suficiente para suprir totalmente a demanda no longo prazo. Dessa forma, a China continuará exercendo influência significativa sobre o mercado global, permanecendo entre os principais importadores de leite e derivados. O Gráfico 2 informa sobre o consumo de leite em pó desnatado.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

Gráfico 2 – Consumo doméstico de leite em pó desnatado no Brasil, EUA e China.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados USDA/FAS.

O gráfico de consumo de leite em pó desnatado de 1990 a 2025 revela comportamentos distintos e voláteis entre os três países. O consumo dos EUA exibe um padrão de crescimento e declínio acentuados. Começa em um patamar elevado nos anos 90, atinge seu pico histórico por volta de 2004-2005 (aprox. 650 mil toneladas), e a partir daí, demonstra uma tendência geral de queda significativa. A tendência dominante para os EUA, especialmente pós-2005, é de redução do consumo doméstico de leite em pó desnatado.

A China exibe um crescimento explosivo, com picos ascendentes e cada vez mais altos: um primeiro em 2013-2014 (300 mil toneladas) e um recorde em 2021-2022 (440 mil toneladas), quase igualando os EUA momentaneamente, o que reflete a rápida expansão da demanda. A tendência dominante para a China é de forte expansão do consumo, impulsionada provavelmente pelo crescimento econômico, aumento da renda da população e mudanças nos padrões alimentares.

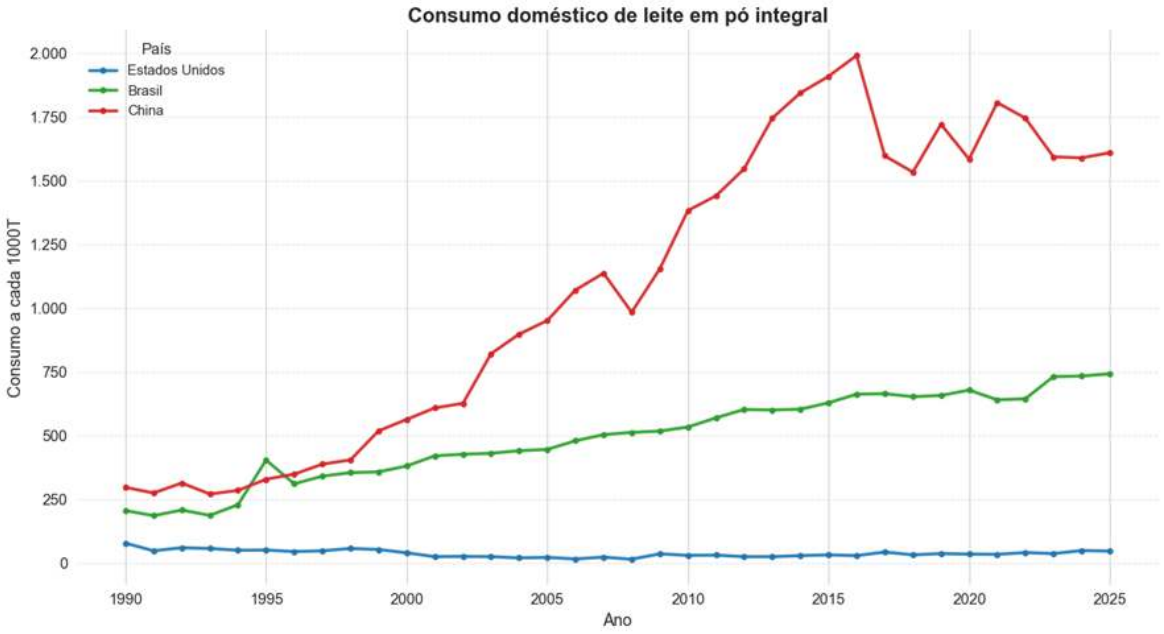
O consumo do Brasil mostra um padrão de crescimento gradual e constante ao longo de todo o período, atingindo cerca de 180-190 mil toneladas entre 2008 e 2020, e com uma projeção de um novo pico em 2025 (280 mil toneladas), indicando um crescimento mais linear, mas com potencial de aceleração. Portanto, enquanto os EUA dominam em volume com alta volatilidade, a China é o motor de

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

crescimento mais dinâmico, e o Brasil mostra uma trajetória mais estável, mas com um futuro promissor no consumo de leite em pó desnatado. O Gráfico 3 mostra o consumo de leite em pó integral.

Gráfico 3 – Consumo doméstico de leite em pó integral no Brasil, EUA e China.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados USDA/FAS.

A análise comparativa do consumo doméstico de leite em pó integral entre Estados Unidos, Brasil e China (1990-2025), permite dizer que a China se destaca como a grande protagonista. Sua curva de consumo de leite em pó integral é marcada por um crescimento explosivo. Após um início modesto, a demanda chinesa dispara a partir dos anos 2000, impulsionada pelo boom econômico e mudanças nos padrões alimentares. Atinge seu pico histórico em 2016-2017, com quase 2 milhões de toneladas (2.000 mil toneladas). Um breve recuo foi observado por volta de 2008-2009, mas a recuperação foi rápida e vigorosa.

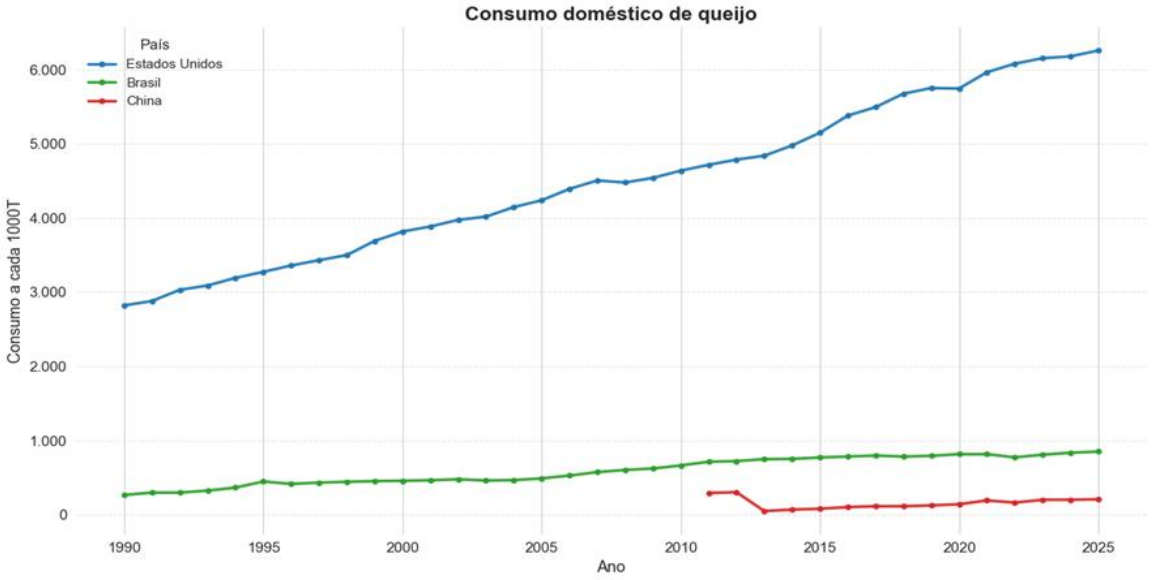
O Brasil demonstra um crescimento constante, porém mais modesto, mantendo-se em um patamar intermediário. O "pico" ou patamar mais alto para o consumo de leite em pó integral no Brasil é observado no final do período, por volta de 2023-2025. Os Estados Unidos exibem o menor consumo, com uma tendência

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

geral de declínio ao longo do período. O Gráfico 4 mostra a evolução do consumo doméstico de queijo nos países pesquisados.

Gráfico 4. Consumo doméstico de queijo no Brasil, EUA e China.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados USDA/FAS.

Os Estados Unidos apresentam o maior consumo doméstico de queijo entre os três países, não há picos acentuados de alta e queda, mas sim uma ascensão contínua. O consumo atingiu seu ponto mais alto no final da série, por volta de 2024-2025, ultrapassando 6.000 mil toneladas (6 milhões de toneladas). A linha azul demonstra um crescimento contínuo e relativamente linear ao longo de todo o período, indicando uma demanda robusta e em expansão por queijo no mercado americano.

O Brasil mostra um crescimento notável no consumo de queijo. O consumo atingiu seu ponto mais alto no final do período, por volta de 2023-2025, aproximando-se de 900 mil toneladas. Embora o volume total seja substancialmente menor que o dos EUA, o padrão de crescimento sugere um mercado em desenvolvimento e com potencial. Isso pode ser atribuído à crescente popularidade do queijo na dieta brasileira, à expansão da produção e da variedade de queijos, e mudanças nos hábitos alimentares.

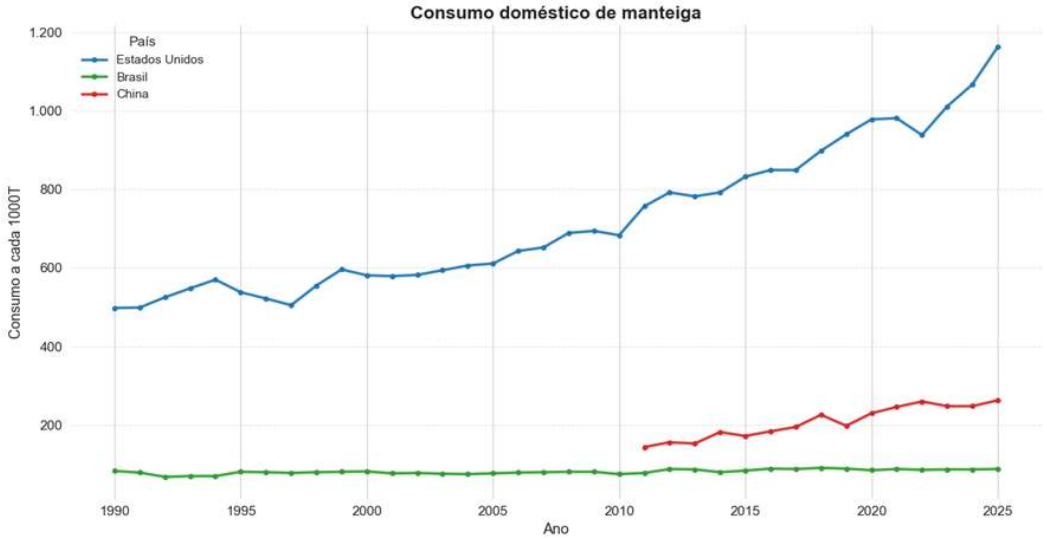
REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

O consumo de queijo na China apresenta um padrão bem diferente e mais volátil, começando com dados apenas a partir de 2010. O consumo de queijo só começa a ser significativo e registrado no gráfico a partir de aproximadamente 2010/2012, em um patamar muito baixo (próximo de 0). A partir do ponto de início, a China demonstra um crescimento, embora o volume total ainda seja o menor dos três países (permanecendo abaixo de 500 mil toneladas até 2025). A curva mostra uma leve ascensão, mas com oscilações.

O fato de o consumo ser muito recente e ainda baixo indica um vasto potencial de crescimento para o mercado de queijos na China, à medida que a cultura de consumo de lácteos ocidentais se expande. As pequenas oscilações na linha vermelha podem indicar desafios ou variações no início desse processo de popularização. O Gráfico 5 apresenta o consumo doméstico de manteiga.

Gráfico 5. Consumo doméstico de manteiga no Brasil, EUA e China.



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados USDA/FAS.

O consumo doméstico de manteiga nos Estados Unidos demonstra uma notável e quase ininterrupta ascensão ao longo de 35 anos, solidificando sua posição como o maior consumidor entre Brasil e China. Iniciando em 1990 com cerca de 500 mil toneladas, o mercado americano de manteiga exibiu um crescimento constante na década de 90, atingindo 600 mil toneladas em 2000. O

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

ritmo se manteve estável e acelerou nos anos 2000, ultrapassando 750 mil toneladas em 2010.

A partir de 2010, a demanda ganhou ainda mais força, saltando para cerca de 870 mil toneladas em 2015. Apesar de uma leve flutuação entre 2018 e 2020, que levou o consumo próximo a 950 mil toneladas, a tendência de recuperação foi imediata e vigorosa. Nos anos mais recentes (2020-2025), o consumo americano de manteiga ultrapassou a marca de 1 milhão de toneladas em 2022, com projeção de atingir um pico de aproximadamente 1,15 milhão de toneladas em 2025, evidenciando uma demanda robusta e em contínua expansão.

Em contrapartida, o consumo doméstico de manteiga no Brasil apresenta-se comparativamente baixo e notavelmente estável ao longo das últimas três décadas e meia. Iniciando em torno de 80 mil toneladas em 1990, o volume consumido manteve-se consistentemente na faixa de 80 mil a 90 mil toneladas durante os anos 90 e a primeira década dos anos 2000.

Essa estabilidade perdurou nos anos 2010, com flutuações mínimas, e as projeções para 2025 indicam que o consumo permanecerá ligeiramente acima de 90 mil toneladas. Essa persistente estabilidade em um patamar reduzido sugere que a manteiga não é um produto de consumo de massa no Brasil, com outros tipos de gorduras culinárias possivelmente predominando.

A China demonstra um crescimento significativo no consumo de manteiga, embora os dados estejam disponíveis apenas a partir de 2010. Começando com aproximadamente 150 mil toneladas em 2010, o consumo chinês cresceu constantemente, alcançando cerca de 200 mil toneladas em 2015 e atingindo um pico inicial de 225 mil toneladas em 2018.

Após uma leve queda entre 2018 e 2020, o consumo retomou a ascensão nos anos recentes, ultrapassando 250 mil toneladas em 2022 e projetando um novo patamar de aproximadamente 260 mil toneladas em 2025. Esse comportamento reflete uma demanda crescente, provavelmente impulsionada por mudanças nos hábitos alimentares e expansão da indústria local.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

5. Conclusões

As tendências globais de consumo de lácteos revelam dinâmicas marcadamente distintas entre o Brasil, os Estados Unidos e a China. Essas diferenças refletem não apenas os variados estágios de maturidade de mercado, mas também a influência de hábitos alimentares arraigados e as transformações socioeconômicas em curso em cada nação.

Nos Estados Unidos, observou-se um mercado já consolidado, caracterizado por volumes substanciais de consumo de queijo e manteiga. Contudo, a persistente queda no consumo de leite fluido aponta para desafios de adaptação e mudança nas preferências dos consumidores. Em contrapartida, o Brasil demonstra um crescimento gradual e constante em todos os segmentos analisados. Esse cenário sugere um mercado em consolidação, com um notável potencial de expansão, particularmente para queijos e leite em pó integral.

A China, por sua vez, emerge como o principal motor do crescimento global no setor lácteo. O vertiginoso aumento no consumo de todos os derivados lácteos é impulsionado pelo crescimento da renda, pelo avanço da urbanização e pela crescente ocidentalização dos hábitos alimentares de sua vasta população. Essas evidências não apenas sintetizam as dinâmicas de consumo, mas também apontam para implicações econômicas e estratégicas cruciais.

A demanda chinesa, em particular, deve manter o país como um dos principais influenciadores do comércio internacional de lácteos, com impacto direto nos preços e na distribuição global dos produtos. Para o Brasil, a coexistência de estabilidade em segmentos como a manteiga e dinamismo em outros reforça a necessidade de políticas públicas e estratégias industriais que promovam a diversificação do consumo e a agregação de valor.

Por fim, os desafios relacionados à adequação dos padrões alimentares às diretrizes nutricionais, especialmente nos EUA, onde o consumo de leite fluido continua em declínio, indicam que a inovação de produtos e as mudanças comportamentais dos consumidores serão pilares fundamentais para sustentar o crescimento e a relevância do setor lácteo global nos próximos anos.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

Referências

CARVALHO, G. R.; BELLOZI, Í. P.; ARANTES, M. S. L. **Leite na China:** mudanças na estrutura de produção e importações. Embrapa Gado de Leite, 2024. Disponível em: https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1166592/1/Leite-na-China-.pdf. Acesso em: 02 maio 2025.

CHINA DAIRY ASSOCIATION. **China's Dairy Product Outlook Report** *2020-2029*. Pequim: China Dairy Association, 2020.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing.** São Paulo: Atlas, 1992.

EMBRAPA GADO DE LEITE. **Anuário Leite 2023:** leite baixo carbono. Juiz de Fora, MG: Embrapa Gado de Leite, 2023. Disponível em: https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1154264/1/Anuario-Leite-2023.pdf. Acesso em: 09 maio 2025.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Milk and dairy products in human nutrition**. Rome, 2013. Disponível em: www.fao.org/docrep/018/i3396e/i3396e.pdf. Acesso em: 09 maio 2025.

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Milk and dairy products in human nutrition**. Rome, 2024. Disponível em: www.fao.org/docrep/018/i3396e/i3396e.pdf. Acesso em: 09 maio 2025.

GADE, C. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.

GDP – Global Dairy Platform. Annual Review 2016. **Rosemont**, IL, [2017]. Disponível em: https://www.globaldairyplatform.com/wp-content/uploads/2018/04/2016-annual-review-final.pdf. Acesso em: 09 maio 2025.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018**: Primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. Disponível em: ttps://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?. Acesso em: 09 maio 2025.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

INTERNATIONAL DAIRY FEDERATION (IDF). **The World Dairy Situation Report 2024.** Brussels: IDF, 2024. (Bulletin of the IDF, n.: 532/2024).

IYIADE ADETUNJI, A. 12 Tendências alimentares e desenvolvimento de novos produtos alimentícios. In: OAIJABADENIYI (Ed.). **Ciência e Tecnologia de Alimentos**. Berlim: De Gruyter, 2020.KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A.. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para elaboração de projetos e monografias. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

OCDE/FAO (2023), **Perspectivas Agrícolas** OCDE-FAO 2023-2032, Publicação OCDE, Paris. Disponível em: https://doi.org/10.1787/08801ab7. Acesso em> 09 maio 2025.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD); FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO). OECD-FAO **Agricultural Outlook** 2024-2033. Paris: OECD Publishing; Rome: FAO, 2024.

OCDE–FAO. 2020. **Perspectivas Agrícolas da OCDE–FAO 2020–2029.** Paris: Publicação da OCDE. DOI: https://doi.org/10.1787/aa3fa6a0-en.

OCDE/FAO (2023), **Perspectivas Agrícolas OCDE-FAO 2023-2032**. Publicação OCDE, Paris. Disponível em: https://doi.org/10.1787/08801ab7-en. Acesso em: 09 maio 2025.

OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisa, TGI, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007.

PINDYCK, R. S.; RUBEINFELD, D. L. **Microeconomia**. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

REMUNOM
ISSN 2178-6925

Received: 13/01/2026 - **Accepted:** 25/02/2026
Vol: 02.03
DOI: 10.66104/wpj0v093
Pages: 1-20

ROCHA, A. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: FGV, 2015.

SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Pretince Hall, 2005.

SEBRAE. **Principais Tendências para o Mercado de Alimentos em 2024.** Polo Sebrae Agro, 2024. Disponível em: https://polosebraeagro.sebrae.com.br/principais-tendencias-mercado-alimentos-2024/. Acesso em: 27 maio 25.

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. N. C**omportamento do cliente:** indo além do comportamento do consumidor. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SIQUEIRA, Kennya Beatriz et al. **O mercado lácteo brasileiro no contexto mundial**. Embrapa Gado de Leite. Circular Técnica, 104, 2010.

SIQUEIRA, K. B. **Um retrato do consumo de lácteos no Brasil**. Juiz de Fora, MG: Embrapa Gado de Leite, 2021. Disponível em: https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1134244/1/Retrato-consumo-lacteos.pdf. Acesso em: 09 maio 2025.

SIQUEIRA, K. B. et al. **O mercado consumidor de leite e derivados**. 2019.

SIQUEIRA, K. B. et al. **Um retrato do consumo de lácteos no Brasil.** 2021.

SIQUEIRA, K. B. et al. **Tendências para o setor lácteo em 2025.** 2024. Disponível em: www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1170381/1/Tendencias-para-o-setor-lacteo-em-2025. Acesso em: 05 maio 2025.

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

STOCK, L. A., LEITE. J. L. B. (2021). **Produção e mercado do leite na China**. IFCN Dairy Report 2021. Juiz de Fora, MG: Embrapa Gado de Leite.

STEWART, Hayden et al. **Examining the decline in US Per capita consumption of fluid cow's milk, 2003–18**. 2021.

USDA. **Agricultural Marketing Service. Dairy Market News**. [S. l.], 2023. Disponível em: https://www.ams.usda.gov/market-news/dairy. Acesso em: 9 maio 2025.