



COINTER PDVAgro 2023

VIII CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS AGRÁRIAS

Edição Presencial Recife (PE) | 29, 30 de nov a 1 de dez

ISSN: 2526-7701 | PREFIXO DOI: 10.31692/2526-7701

PERFIL CONSUMIDOR DE OVOS DE GALINHA ENTRE ALUNOS DO INSTITUTO FEDERAL DO AMAZONAS, SÃO GABRIEL DA CACHOEIRA, AMAZONAS

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE HUEVOS DE POLLA ENTRE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO FEDERAL DO AMAZONAS, SÃO GABRIEL DA CACHOEIRA, AMAZONAS

CONSUMER PROFILE OF CHICKEN EGGS AMONG STUDENTS AT THE INSTITUTO FEDERAL DO AMAZONAS, SÃO GABRIEL DA CACHOEIRA, AMAZONAS

Apresentação: Pôster

Lucimara Kelly Lemos Santos¹; Thamires da Silva Ferreira²; Tiago Edvaldo Santos Silva³; David Silva Nogueira⁴

INTRODUÇÃO

Por muito tempo o ovo foi considerado como prejudicial à alimentação humana, porém, após inúmeras pesquisas desenvolvidas, foi-se abandonando o conceito de prejuízo, e associando o consumo a diversos benefícios a saúde.

A melhor técnica para medir a atitude e conhecer as necessidades, desejos e características do consumidor de ovo é o autorrelato, o qual pode ser obtido por meio de entrevistas pessoais.

Dessa forma, torna-se de interesse fazer o levantamento do perfil do consumidor de ovos junto à população de uma região. Haja vista, que tal identificação pode gerar subsídios para uma possível melhoria na produção local de ovos com o intuito de diminuir a dependência da importação desses produtos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A produção de ovos no Brasil atingiu recentemente um recorde histórico de 54 bilhões de unidades, assim como o consumo per capita, que teve aumento de 69,5 % em dez anos.

¹ Cursando técnico em Agropecuária, Instituto Federal do Amazonas, 2021329726@ifam.edu.br

² Doutora, Instituto Federal do Amazonas, thamires.ferreira@ifam.edu.br

³ Mestre, Instituto Federal do Amazonas, tiago.edvaldo@ifam.edu.br

⁴ Doutor, Instituto Federal do Amazonas, dsnogueira@ifam.edu.br

Sendo o consumo atual de 257 unidades por habitante/ano (ABPA, 2022).

Contudo, devido a pandemia e o cenário atual de crise econômica no país, a tendência foi que o ovo estivesse ainda mais presente no cotidiano dos brasileiros pelo seu custo menor. No Amazonas, o consumo de ovos de galinha cresceu durante esse período, tanto pelo aumento de sua demanda, como pelo aumento dos preços de outros produtos de fonte proteica correlatos, como carne bovina, por exemplo (IBGE, 2022).

Porém, a falta de conhecimento pela população em relação às propriedades nutricionais dos ovos, bem como o julgamento deste produto como prejudicial à saúde, tem influenciado o consumo de ovos no Brasil. Entretanto, a ingestão de ovos deve ser estimulada, pois é um alimento nutricionalmente completo, rico em vários nutrientes, apresentando elevado conteúdo em proteínas, baixo valor calórico e fácil digestão, vitaminas, minerais, ácidos graxos de cadeia insaturada e substâncias antioxidantes essenciais. Essas substâncias em conjunto são promotoras de saúde e prevenção de doenças (OLIVEIRA, 2012; PIRES et al., 2015; GEIKER et al., 2017).

A caracterização das preferências dos consumidores brasileiros e os critérios adotados na hora da compra de um produto de origem animal é de suma importância. Haja vista, que auxilia no desenvolvimento de estratégias das empresas visando a competitividade e a sustentabilidade do setor avícola (BRISOLA e CASTRO, 2005).

Quanto aos consumidores de ovos, várias pesquisas verificaram que a maioria dos consumidores prefere ovos de casca branca, mesmo os consumidores acreditando que os ovos de casca marrom são mais nutritivos. Porém, vale ressaltar que a coloração da casca de ovo não interfere na qualidade e no valor nutricional (SILVA et al., 2015; MENDES et al., 2016). Um dos critérios que tem importância para o aceite de um produto é a cor.

Segundo Mattar (1996), a melhor técnica para medir a atitude e conhecer as necessidades, desejos e características do consumidor é o autorrelato, o qual pode ser obtido por meio de entrevistas pessoais. Sendo assim, o conhecimento sobre as preferências dos consumidores tem sido uma importante área de estudo, auxiliando as empresas a desenvolverem estratégias, para garantirem a competitividade e sustentabilidade das cadeias de produção.

Quanto ao levantamento de questionários em relação ao consumo, é possível encontrar na literatura levantamento de diversas cidades do Brasil. Todavia, a região norte e



principalmente cidades de fronteiras, como São Gabriel da Cachoeira (Amazonas), apresenta um perfil de consumidor diferente das demais regiões. A julgar porque essa cidade é de difícil acesso, em que se dá por apenas via fluvial e aérea. Sendo assim, a produção agropecuária é desafiadora e limitada, pois depende dos bens de consumo vindos de outras cidades, principalmente da capital Manaus. Dessa forma, torna-se de interesse fazer o levantamento do perfil do consumidor de ovos junto à população da região. Haja vista, que tal identificação pode gerar subsídios para uma possível melhoria na produção local de ovos com o intuito de diminuir a dependência da importação desses produtos.

METODOLOGIA

O estudo foi realizado no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM), no município de São Gabriel da Cachoeira AM, e foram realizadas entrevistas para consumidores dos cursos noturnos.

A pesquisa foi realizada em três etapas. A primeira consistiu na elaboração e estruturação dos questionários, seguida da interação com os alunos em sala de aula. A segunda compreendeu a realização das entrevistas com os consumidores, com a utilização dos questionários previamente definidos. A terceira consistiu na tabulação das respostas dos entrevistados diretamente no Google Forms para obtenção dos resultados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Obtivemos um total de 179 entrevistas completas, o que se constatou que a maioria dos consumidores de ovos de galinha pertence ao sexo feminino (64,7%) em relação ao sexo masculino (35,8%), embora os padrões da sociedade venham mudando com os passar dos anos, no Brasil a mulher ainda é responsável pela compra do alimento, mesmo que o homem ainda seja o maior provedor. O IBGE (2022) declarou que a maior parte da população (51%) também é constituída por mulheres.

A faixa etária predominante entre os entrevistados está entre 21 e 30 anos (56,4%) e 31 a 40 anos (19,6%). O IBGE, (2022), indica que a maior população que possuem entre 25 a 29 anos é constituída por homens e mulheres similarmente, porém, a população a partir dos 30, as mulheres são mais numerosas. Todavia, levando em consideração a faixa etária, a maioria dos entrevistados encontram-se no grupo economicamente ativo.



Com relação ao grau de escolaridade dos participantes, é visto que 89,9% dos entrevistados possuem o ensino médio, 6,1% ensino superior e 2,8% ensino fundamental. Em relação a realidade os parâmetros brasileiros, os entrevistadores estão dentro do padrão de possuir a maior concentração de pessoas com o ensino básico completo. Todavia, pessoas com ensino superior completo no Brasil é de 19,2% (IBGE, 2023), mas a realidade de cidades de fronteira e ribeirinhas apresentam realidades paralela as zonas mais urbanizadas, o que proporciona a ida da população para os grandes centros em busca de qualificação superior.

No que se refere a quantidade de ovos consumidos, observou-se que 25,7% consomem de 3 a 4 ovos por semana, e 25,7% consomem acima de 7 ovos. Tal resultado é considerado satisfatório, já que este valor está dentro da média nacional (251 ovos/hab./ano) de acordo com os dados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA,2022).

Em relação a frequência do consumo, os resultados obtidos se assemelham com os encontrados por Silva et al. (2015). De acordo com os dados encontrados no presente trabalho, o elevado consumo de ovos pode estar relacionado com a baixa renda familiar da população do município, recorrendo assim, a produtos de preço mais acessível.

Foi observado que 35,2% dos entrevistados não possuem preferencias na escolha do ovo pela cor da casca, e com 3,4% de diferença, a escolha foi por ovos de coloração de casca branca. É importante destacar que a coloração da casca do ovo não tem influência no perfil nutricional do ovo, independe da cor, o ovo possui quantidades de nutrientes iguais, e o que influencia na coloração da casca é somente a genética da ave (Araújo & Albino, 2011). Essa característica é importante, pois em muitos mercados o preço do ovo é determinado pela coloração que apresenta, pois existe uma indução dos consumidores que os ovos de casca marrom são mais saudáveis por serem de animais caipiras, todavia, o que determina se um animal é tipo caipira é a forma de criação, que são estabelecidas pelo MAPA, então, o consumidor no momento da escolha deve pagar o mesmo valor do ovo de casca marrom ou branca quando esses são destinados de aves de granja.

Dos entrevistados, 42,5% tiveram preferência na escolha de ovos de granja, enquanto 38,5% preferem os ovos caipira e 19% não possuíam critério de escolha. Esse resultado é diferente em grandes centros, todavia, os ovos que chegam nas cidades mais afastadas, como São Gabriel da Cachoeira, os valores de ambos os ovos não são valores reais de cidades que



possuem rodovias. Sendo assim, o consumidor devido a renda reduzida, tem a preferência na escolha do produto de menor valor, no caso ovos de granja.

Quanto a forma de armazenamento dos ovos, a maioria dos entrevistados (41%) armazenam seus ovos dentro da geladeira, enquanto boa parte dos demais deixam os ovos fora de resfriamento. O tempo de validade do ovo dependerá das condições de armazenamento. Portanto, o consumidor deve conservar os ovos refrigerados em um compartimento interno da geladeira para melhor preservação de sua qualidade e peso. O tempo máximo ideal para o consumo dos ovos é de 30 dias a partir da postura da ave (EMATER, 2022).

A maioria dos entrevistados 65% disseram que higienizam os ovos antes de armazenarem, o que demonstra a falta de informação pelos consumidores, haja vista, que os ovos antes de serem comercializados passam por processo de higienização apropriada com equipamentos específicos para o procedimento, atendendo todas as normas. Todavia, quando a granja realiza tal processo, elas repõem a película impermeabilizante que o ovo contém, naturalmente é adquirido pela ave no ato da postura. Dessa forma, quando o consumidor faz a lavagem em sua residência e retira tal película, expõe o ovo, que é completamente composto com poros, a risco de contaminação, principalmente por salmoneloses, que provocam intoxicações e risco à saúde.

É evidente a falta de conhecimento da população sobre assuntos básicos referente ao ovo, assim a divulgação e esclarecimento dessas por meio dos rótulos das embalagens dos ovos, *marketing* criativos nos estabelecimentos de venda e criação de páginas virtuais que possibilitem um maior conhecimento a respeito do produto é essencial.

CONCLUSÕES

A partir desse trabalho pode-se concluir que o consumidor do município de São Gabriel da Cachoeira – AM é representado em sua maioria por mulheres com idade entre 21 a 40 anos de idade, com escolaridade básica completa, renda familiar menor que 1 salário-mínimo, famílias com mais de 4 pessoas, e frequência de consumo elevada. A maioria não possui preferência de ovos em relação à cor da casca, mas preferem ovos de granja. O preço foi considerado caro pela maioria, o que justifica a renda mensal familiar das famílias do município. Os consumidores de ovos do município acreditam que o ovo faz bem para saúde e



consomem por ser de fácil preparo. O maior número de entrevistados armazena os ovos dentro da geladeira e a maioria lavam os ovos antes de armazenar.

REFERÊNCIAS

ABPA - Associação Brasileira De Proteína Animal. Relatório anual 2022. Disponível em: <http://abpabr.com.br/setores/avicultura/publicacoes/relatoriosanuais>. Acesso em: 17 ago. 2022.

BRISOLA, M. V.; CASTRO, A. M. Consumidor de carne bovina: preferências e confiança no açougueiro. **Revista de administrações FACES Journal**. v. 4, p. 43-58. 2005.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2022. Cidades e Estados, Belém (PA). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pa/belem.html>. Acesso em: 15 ago. 2022.

GEIKER, N. R. W.; LARSEN, M. L.; DYERBERG, J.; STENDER, S.; ASTRUP, A. Eggs do not increase the risk of cardiovascular disease and can be safely consumed. **Ugeskr Laeger**. v. 15, V11160792, 2017.

MATTAR F, N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas; 1996. (Edição completa).

MENDES, L. J.; MOURA, M. M. A.; MACIEL, M. P. Perfil do consumidor de ovos e carne de frango do Município de Janaúba-MG. **The Ars Veterinaria jornal**, v 32. p. 081-087, 2016

OLIVEIRA, C. Alimentação. Ovo: consumo com segurança. **A Lavoura**, v.115, n. 691, p. 54 - 57, 2012.

PIRES, F. M.; PIRES, S. F.; ANDRADE, C. L.; CARVALHO, D. P.; BARBOSA, A. F. C.; MARQUES, M. R. Fatores que afetam a qualidade dos ovos de poedeiras comerciais: armazenamento, idade, poedeira. **Nutritime Revista Eletrônica**, Viçosa, v. 12, n. 6, p. 4379-4385, 2015.

SILVA, M. B; RAPOSO, J. D. A. S.; RAMOS, L. S. N. Consumidores de ovos de galinha do município de Teresina, PI. **Revista Brasileira Pesquisa em Alimentos**, v, 6 p. 56-63, 2015.

