
PERFIL DOS CONSUMIDORES DE OVOS NO MUNICÍPIO DE SANTO AMARO, BAHIA

JESUS, Ingridy Cruz Barreto de¹
COELHO, Bruno Emanuel de Souza²
BRAGA, Ana Carolina Dias³

Recebido em: 2024.07.1

Aprovado em: 2024.09.17

ISSUE DOI: 10.3738/1982.2278.4234

RESUMO: Objetivou-se avaliar o perfil dos consumidores de ovos do município de Santo Amaro - BA. A pesquisa foi realizada com consumidores, por meio de entrevistas semiestruturadas, com 68 potenciais consumidores de ovos. Utilizou-se um questionário eletrônico composto por perguntas que abordavam questões relacionadas às preferências adotadas pelos consumidores de ovos quanto a forma de aquisição; preparo; benefícios; qualidade; composição nutricional; e comercialização. A grande maioria dos entrevistados era do sexo feminino (82,35%), com idade entre 18 e 30 anos (58,82%), com grau de instrução referente ao ensino médio completo (26,47%), e renda familiar próxima a dois salários-mínimos (64,71%). A maioria dos entrevistados consome entre meia dúzia e uma dúzia ovos (30%) ao menos três vezes por semana (52%), e o preço na hora da compra é determinante (51,5%). A maior parte da população prefere ovos de casca branca (67,6%), embora ache que a cor da casca afete o seu valor nutricional (64,7%), e acreditam que o ovo possui elevado valor nutricional e biológico, por isso consomem (57,40%). A compra em carros que transitam nas ruas entre os consumidores (35,3%), seguida de supermercados (33,8%) e, por fim, mercadinhos de bairros (20,6%), predominam. Neste estudo foi observada preferência por ovos de poedeiras comerciais (79,4%) em relação aos ovos de galinha caipira (19,6%), em função da dificuldade de encontrar ovos de galinha caipira nos pontos de venda (40%), e a falta de costume (42,2%).

Palavras-chave: Alimentação, Avicultura, Consumo de ovos, Pontos de Venda.

PROFILE OF EGG CONSUMERS IN THE MUNICIPALITY OF SANTO AMARO, BAHIA

SUMMARY: The objective was to evaluate the profile of egg consumers in the municipality of Santo Amaro - BA. The research was carried out with consumers, through semi-structured interviews, with 68 potential egg consumers. An electronic questionnaire was used, consisting of questions that addressed issues relating to the choices demanded by egg consumers regarding the method of acquisition; preparation; benefits; quality; nutritional composition; and marketing. The vast majority of interviewees were female (82.35%), aged between 18 and 30 years old (58.82%), with a level of education corresponding to complete secondary education (26.47%), and family income close to two minimum intervals (64.71%). The majority of respondents consume between half a dozen and a dozen eggs (30%) at least three times a week (52%), and the price at the time of purchase is decisive (51.5%). The majority of the population prefers white-shelled eggs (67.6%), although they believe that the color of the shell affects their nutritional value (64.7%) and believe that the egg has a high nutritional and biological value, why they consume them (57.40%). Shopping in cars that travel on the streets predominates among consumers (35.3%), followed by supermarkets (33.8%) and, finally, neighborhood markets (20.6%). In this study, there was a preference for commercial free-range chicken eggs (79.4%) in relation to free-range chicken eggs (19.6%), due to the difficulty in finding free-range chicken eggs at points of sale (40%), and the lack of fantasy (42.2%).

Keywords: Food, Poultry farming, Egg consumption, Points of sale.

¹ Serviço Nacional de Aprendizagem Rural da Bahia - SENAR/AR BA, Polo Salvador, Salvador, BA, Brasil

² Universidade Federal do Vale do São Francisco, campus Ciências Agrárias, Petrolina, PE, Brasil

³ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano campus Petrolina Zona Rural, Petrolina, PE, Brasil

INTRODUÇÃO

O Brasil é responsável por 3% da produção mundial de ovos, ocupando a 6ª posição no ranking internacional e totalizando 54,9 bilhões de dúzias em 2021 (ABPA, 2022), sendo 51,67% maior quando comparado com ano de 2000, a região Norte é a que contou com maior incremento na produção (122,7%), seguida das regiões Sudeste (56,12%), Nordeste (50,54%) e Sul (41,98%) (Silva *et al.*, 2019). Os avanços no melhoramento genético, nutrição, sanidade e manejo, resultaram em um setor avícola com alta eficiência e organização, produzindo proteína animal de primoroso valor biológico para o consumo humano, a baixo custo (Pius *et al.*, 2021; Radwan *et al.*, 2020).

Nutricionalmente, e com alto valor nutritivo, o ovo é rico em diversos nutrientes como as proteínas de alto valor biológico, os minerais como fósforo, ferro zinco e selênio, o complexo vitamínico A, B, E, K e os carotenoides luteína, zeaxantina e colina (Bertechini, 2006; Réhault-Godbert *et al.*, 2019). Trata-se do alimento que possui maior quantidade de nutrientes essenciais ao organismo humano, com menor conteúdo calórico, se comparado a outras fontes proteicas, sendo de fácil digestão e absorção, fácil de preparar, barato e acessível a todos (Bertechini, 2006; Novello *et al.*, 2006; Réhault-Godbert *et al.*, 2019).

Com seu preço acessível, de alta qualidade e facilidade de oferta, é incontestável que o ovo é a fonte nutricional mais completa e barata de origem animal e que se encontra acessível para o consumo da população das diferentes classes sociais (Bertoncelo, 2019; Sedoski *et al.*, 2012). A utilização do ovo na alimentação se encontra difundida em diversas formas, sendo desde o ovo in natura, cozido, frito, em pó ou em receitas variadas, com seu uso como ingrediente (Sedoski *et al.*, 2012).

A qualidade do ovo é definida como conjunto de características que determinam a aceitação do consumidor, decisiva para a venda deste produto, sendo consideradas desde os atributos sensoriais relacionados ao sabor; os nutricionais quanto aos nutrientes contidos no ovo; os sanitários que consideram a segurança alimentar do consumidor; até os atributos relacionados a preservação ambiental durante seu processo de produção (Vieira *et al.*, 2021; Melo *et al.*, 2015).

O mercado consumidor vem sofrendo mudanças quanto as orientações sobre alimentação e saúde, assim, os consumidores a cada dia tornam-se mais exigentes com o produto adquirido, estando mais atentos sobre a qualidade. Por outro lado, a busca por uma fonte de proteína de menor custo aumentou de modo considerável, pressionando a demanda por ovos no mundo inteiro, em se tratar de um alimento rico em nutriente e de custo inferior a outras fontes, levando a oportunidade para empresas e produtores de ovos pelo mundo (Soares; Ximenes, 2022).

O consumo de ovos no Brasil e no mundo é bastante dinâmico, apresenta variações em função de diversos fatores, entre estes podemos citar o perfil econômico, social, cultural, entre outros

(Maia *et al.*, 2021; Almeida *et al.*, 2022). Além disso, aspectos externos e internos do ovo podem interferir diretamente na sua aceitação pelo consumidor e alguns fatores de determinação de qualidade, como valor nutricional, sabor, odor, cor da gema, palatabilidade e aparência, estão entre os principais aspectos (Almeida *et al.*, 2022).

Dessa maneira, podemos observar que o mercado e os consumidores são os agentes do processo produtivo e estão cada dia mais atentos e exigentes em relação ao levantamento da qualidade dos alimentos que comercializam e consomem, respectivamente. Segundo Mattar (1996), a melhor técnica para medir a atitude e conhecer as necessidades, desejos e características do consumidor é o autor relato, o qual pode ser obtido por meio de entrevistas pessoais.

Assim, o conhecimento das preferências e comportamento dos consumidores quanto ao produto adquirido, principalmente sobre o preço e qualidade são importantes para que os produtores e a agroindústria possam reajustar componentes da cadeia produtiva que possibilitem melhorar a qualidade e, conseqüentemente, a comercialização dos ovos para consumo (Sousa *et al.*, 2017; Maia *et al.*, 2021; Silva *et al.*, 2015).

É imprescindível que o mercado conheça a preferência dos consumidores e, assim, busquem atender as necessidades específicas da população alavancando a cadeia de produção de forma estratégica. Para tanto, estudos têm sido realizados buscando entender o perfil dos consumidores de produtos avícolas, bem como suas exigências quanto a produção, contribuindo com que as empresas possam desenvolver estratégias que garantam a competitividade e a sustentabilidade das cadeias de produção (Sousa *et al.*, 2017).

Segundo Faria *et al.* (2006), para as indústrias agroalimentares, conhecer as preferências e necessidades do cliente por meio da pesquisa de mercado é um meio de reduzir os riscos de investimento, minimizar erros nos planos de marketing e estabelecer estratégias de gestão.

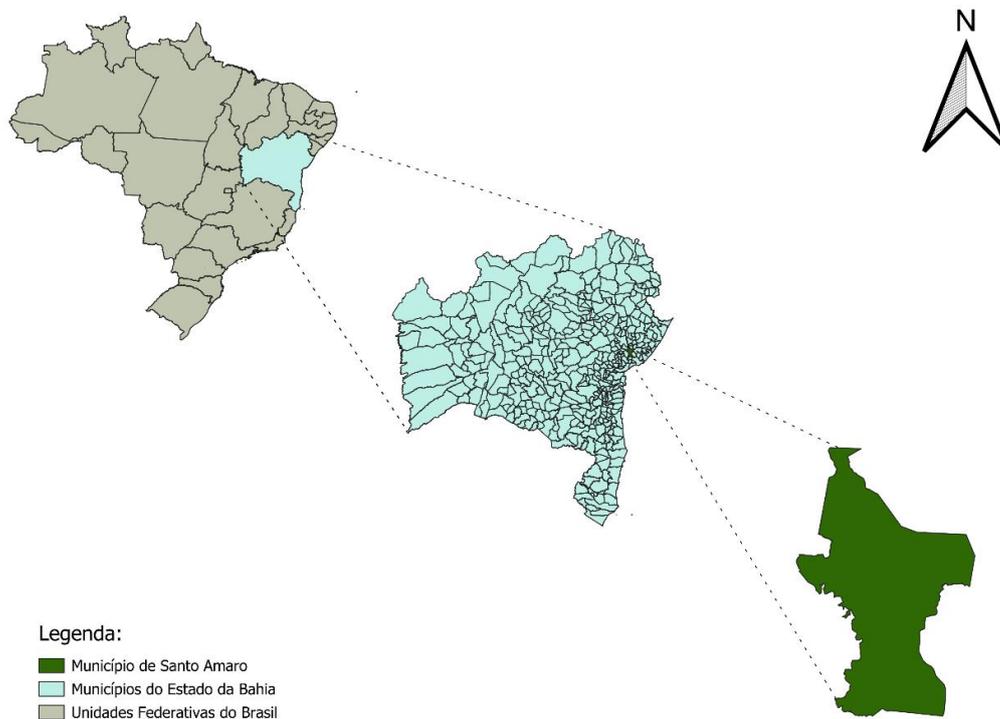
Sendo assim, é importante conhecer e entender a percepção do consumidor, e do mercado sobre os ovos comercializados, e assim nortear possíveis estratégias na cadeia produtiva de aves. Diante desse contexto, objetivou-se caracterizar o mercado e o perfil do consumidor de ovos comercializados no município de Santo Amaro, Bahia.

MATERIAL E MÉTODO

A pesquisa foi realizada no município de Santo Amaro localizada no recôncavo do estado da Bahia, com população estimada em 56.012 habitantes, extensão territorial de 494,502km², densidade demográfica de 113,27 hab.km², escolarização de 98,2 % (6 a 14 anos), Índice de desenvolvimento humano municipal (IDH) de 0,646, e PIB *Per capita* de R\$ 18.905,29, segundo o Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022.

O município em estudo, também conhecida pela denominação não oficial Santo Amaro da Purificação, está localizado sobre as coordenadas geográficas Latitude: 12° 32' 48" Sul, Longitude: 38° 42' 43" Oeste, possui 492 km² de área e uma população, resultando em uma densidade demográfica aproximada de 125 habitantes por quilômetro quadrado, localizada na mesorregião Metropolitana de Salvador e microrregião de Santo Antônio de Jesus (IBGE, 2022).

Figura 1. Mapa de localização do município de Santo Amaro - BA.



Fonte: Elaboração cartográfica: Autores (2023). Fonte: Limites municipais e unidades federativas do Brasil (IBGE, 2020). Sistema de Coordenadas Geográficas Datum SIRGAS 2000.

Os dados utilizados no presente trabalho foram obtidos através de entrevistas semiestruturadas com 68 potenciais consumidores de ovos, localizados no município de Santo Amaro, Bahia, entre 01 e 27 novembro de 2023. Utilizou-se um questionário eletrônico (Google forms) composto por perguntas que abordavam questões relacionadas às preferências adotadas pelos consumidores de ovos quanto a forma de aquisição; preparo; benefícios; qualidade; composição nutricional; e comercialização.

O questionário foi respondido por 68 pessoas, com abordagem aos interessados no produto. A escolha dos consumidores foi realizada de forma aleatória, atingindo potenciais consumidores em diferentes bairros, como pode ser observado na distribuição a seguir que descreve o quantitativo de questionários aplicados, segundo classificação por gênero e faixas etárias (Tabela 1).

Tabela 1. Distribuição da população pertencente as zonas de localização na cidade de Santo Amaro – BA, e número de entrevistados por gênero.

Bairro	Número de entrevistados		
	Homem n (%)	Mulher n (%)	Total n (%)
2 de Julho	0 (0,00)	3 (4,41)	3 (4,41)
Avenida Ferreira Bandeira	1 (1,47)	3 (4,41)	4 (5,88)
Avenida Paulino de Andrade	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Avenida Viana Bandeira	0 (0,00)	3 (4,41)	3 (4,41)
Bonfim	4 (5,88)	12 (17,65)	16 (23,53)
Candolandia	0 (0,00)	7 (10,29)	7 (10,29)
Centro	1 (1,47)	3 (4,41)	4 (5,88)
Comunidade quilombola Baixa funda	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Conselheiro Paranhos	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Nova Santo Amaro	0 (0,00)	7 (10,29)	7 (10,29)
Oliveira dos Campinhos	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Praça da purificação	0 (0,00)	3 (4,41)	3 (4,41)
Rua da Linha	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Rua do Imperador	2 (1,47)	1 (1,47)	3 (4,41)
Sacramento	1 (1,47)	6 (8,82)	7 (10,29)
Salvador	1 (1,47)	0 (0,00)	1 (1,47)
Santa Luzia	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Sinimbú	0 (0,00)	1 (1,47)	1 (1,47)
Trapiche de Baixo	1 (1,47)	0 (0,00)	1 (1,47)
Outras localidades	1 (1,47)	1 (1,47)	2 (2,94)
Σ (Somatório)	12 (17,65)	56 (82,35)	68 (100)

Fonte: Dados da pesquisa.

As variáveis usadas para definir o perfil do consumidor de ovos, no município de Santo Amaro – BA, obtidas a partir das informações nas entrevistas foram: gênero (masculino/feminino); Faixas etárias de idade (1=18 a 30 anos; 2=31 a 40 anos; 3=41 a 50 anos; 4=51 a 60 anos; 5=acima de 60 anos); Renda mensal familiar, considerando o salário-mínimo de 1.320,00 (1=até um salário-mínimo. 2=até dois salários-mínimos; 3=até três salários-mínimos; 4=até quatro salários-mínimos; 5 =acima de quatro salários-mínimos); grau de escolaridade (1=ensino fundamental incompleto; 2=ensino fundamental completo; 3=ensino médio incompleto; 4=ensino médio completo; 5=ensino superior incompleto; 6=ensino superior completo; 6=pós-graduação – especialização; 7=pós-graduação – mestrado; 8=pós-graduação doutorado); Frequência de consumo de ovos (1=todos os dias; 2=três vezes na semana; 3=duas vezes na semana; 4=uma vez na semana; 5=raramente; 6=não consumo); Média de consumo de ovos per capita (por cabeça) por semana em sua residência (1= até meia dúzia; 2=entre meia dúzia e uma dúzia; 3=entre uma e 2 dúzias; 4 = entre 2 e 3 dúzias; 5 = mais que três dúzias; 6 = não consumo); Fatores que você considera importante na hora da compra dos ovos (1 = cheiro; 2 = temperatura de armazenamento; 3 = tipo de armazenamento; 4 = origem

de produção; 5 = marca do ovo; 6 = cloração da casca; 7 = validade; 8 = tamanho do ovo; 9 = preço). Preferência de ovos quanto a cor da casca (1 = ovos de casca branca; 2 = ovos de casca vermelha/marrom; 3 = não consumi ovos); Se acredita na existência de diferença nutricional entre ovos de casca branca e ovos de casca vermelha/marrom (sim/não); Principal motivo que leva ao consumo ovos (1 = preço; 2 = sabor; 3 = costume; 4 = valor nutritivo); Local onde costuma comprar ovos (1 = supermercado; 2 = mercadinho de bairro; 3 = carros que transitam pelas ruas; 4 = direto dos produtores; 5 = padaria; 6 = outros lugares); Consumo de ovos em função da espécie (1 = ovos de poedeiras(galinhas) comerciais(de granja); 2 = ovos de galinhas caipira; 3 = não consumo ovos); e Fatores que levam a acreditar que existe diferença entre ovos de poedeiras comerciais e galinhas caipiras (1 = alimentação diferenciada; 2 = ausência de hormônios; 3 = sistema de produção; 4 = manejo e higiene; 5 = sustentabilidade.).

Os dados coletados foram tabulados e distribuídos em tabelas com o auxílio do *software* Microsoft Excel® Office® 365 e, posteriormente, analisados para comparação, discussão e apresentação dos resultados.

RESULTADO E DISCUSSÃO

A Tabela 2 apresenta informações sobre o perfil demográfico dos entrevistados. Observou-se que 11% dos entrevistados são do sexo masculino, enquanto 58,8% estão na faixa etária dos 18 aos 30 anos. Embora 8,82% da população entrevistada tenha mais de 50 anos, os jovens representam uma proporção significativa de 58,8% da amostra, sugerindo que o interesse pelo consumo de ovos é observado em todas as faixas etárias, na cidade de Santo Amaro - BA.

Tabela 2. Perfil demográfico dos potenciais consumidores de ovos do município de Santo Amaro – BA.

Variáveis	Descrição	n (%)
Sexo	Masculino	12 (17,65)
	Feminino	56 (82,35)
Faixa etária	18 a 30 anos	40 (58,82)
	31 a 40 anos	12 (17,65)
	41 a 50 anos	10 (14,71)
	51 a 60 anos	4 (5,88)
	> 60 anos	2 (2,94)
*Renda mensal familiar	Até um salário-mínimo.	28 (41,18)
	Até dois salários-mínimos	16 (23,53)
	Até três salários-mínimos	13 (19,12)
	Até quatro salários-mínimos	13 (11,76)
	Acima de quatro salários-mínimos	8 (11,76)
Grau de escolaridade	Ensino médio incompleto	1 (1,47)
	Ensino fundamental completo	3 (4,41)
	Ensino médio incompleto	3 (4,41)
	Ensino médio completo	18 (26,47)
	Ensino superior incompleto (graduação)	12 (17,65)
	Ensino superior completo (graduação)	16 (23,53)
	Pós-graduação <i>Lato Sensu</i> (especialização)	15 (22,06)
Pós-graduação <i>Stricto Sensu</i> (mestrado e doutorado).	0 (0)	

Fonte: Dados da pesquisa. *Considerando o salário-mínimo de R\$ 1.320,00.

Ao avaliar a faixa salarial para identificar a renda mensal familiar dos entrevistados, foi observado que a maioria deles (54,41%) possuíam renda entre dois e quatro salários-mínimos, todavia com esta pesquisa foi possível alcançar diferentes classes econômicas, pois 41,18% possuíam renda de um salário-mínimo e 11,76% recebiam acima de quatro salários-mínimos (Tabela 2).

Dos entrevistados 82,35% eram do sexo feminino, demonstrando que, em geral as mulheres foram mais receptivas e sensíveis em participarem de pesquisas, elas também foram em sua maioria as responsáveis pelas compras e alimentação da casa. Isto pode ser justificado pelo fato de a população brasileira de mulheres ser superior (51,03%) ao dos homens (49,97%) (IBGE, 2018).

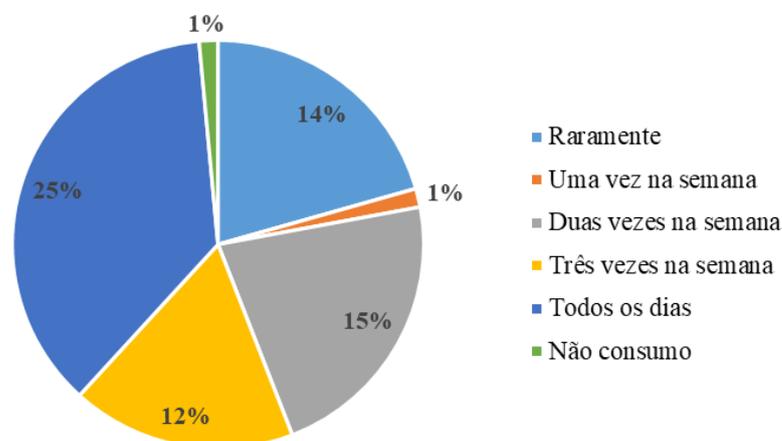
Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2018), as mulheres também apresentaram um grau de escolaridade superior. No presente trabalho, 23,53% dos entrevistados apresentaram ensino superior completo e 17,65% incompleto, além disso, 22,06% dos entrevistados possuíam além da graduação, ensino de pós-graduação ao nível de especialização.

A afirmativa de que o ovo é um alimento quase perfeito não é mera utopia, mas sim um reflexo de conhecimentos embasados sobre suas propriedades nutricionais. Como destacado por Iannotti *et al.* (2014), a composição nutricional do ovo, sua biodisponibilidade e a aceitação de seus componentes se alinham em um equilíbrio quase ideal, conferindo-lhe um valor biológico excepcional e destacando-o como uma fonte de proteína de qualidade superior, até mesmo quando

comparado ao leite e à carne. Por essa razão, o ovo tem sido proposto como padrão de referência para a avaliação da qualidade proteica dos alimentos.

Os dados obtidos na pesquisa demonstram que aproximadamente 37% dos entrevistados consomem ovos regularmente, enquanto 21% raramente o fazem (Figura 2). Esse comportamento pode estar relacionado a diversos fatores, como hábitos alimentares que influenciam o bem-estar físico, condições de saúde, idade e nível de renda, que podem influenciar na capacidade de adquirir outras fontes de proteína (Fernandes *et al.*, 2015). Devido ao seu valor nutricional, suas características digestivas e seu apelo gastronômico, é compreensível que o ovo seja um alimento tradicional em diversas culturas, integrando a dieta desde as fases mais precoces até as mais avançadas da vida (Iannotti *et al.*, 2014). Além disso, seu custo relativamente baixo em comparação com outras fontes proteicas de origem animal, como carne bovina, suína e peixes, torna-o ainda mais atrativo (Vieira *et al.*, 2021).

Figura 2 - Consumo de ovos *per capita* (por cabeça) semanal por domicílio, dos potenciais consumidores do município de Santo Amaro – BA.



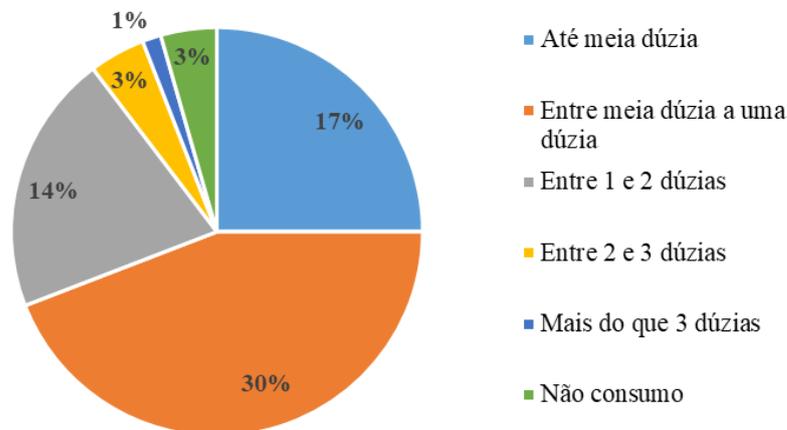
Fonte: Dados da pesquisa.

Silva *et al.* (2015), pesquisando sobre o perfil do consumidor de ovos de poedeiras comerciais no município de Teresina - PI, observaram que a maioria dos entrevistados, cerca de 15%, consumiam ovos apenas uma vez na semana, enquanto no presente estudo, 1% consumia ovos apenas uma vez por semana. Quando comparamos os valores obtidos do consumo diário de ovos, houve semelhança no comportamento destes consumidores, 24% dos entrevistados consumiam ovos diariamente, enquanto no presente estudo 25% dos entrevistados apresentaram este padrão de consumo (Figura 2).

No que se refere a frequência de consumo, observou-se que a maioria dos entrevistados consome entre meia a uma dúzia por semana (Figura 3). Tal resultado é considerado satisfatório, já que este valor está dentro da média nacional (212 ovos/hab/ano), de acordo com dados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABAPA, 2019). Esses dados evidenciam uma crescente busca por essa fonte de proteína

por parte da população, de modo geral, se compararmos com trabalhos anteriores a esse, como os de Silva *et al.* (2015), em Teresina – PI e Vivas *et al.* (2013), em Ilha Solteira – SP, sendo ambas pesquisas relacionadas a perfis de consumidores de ovos de galinhas poedeiras em seus respectivos municípios.

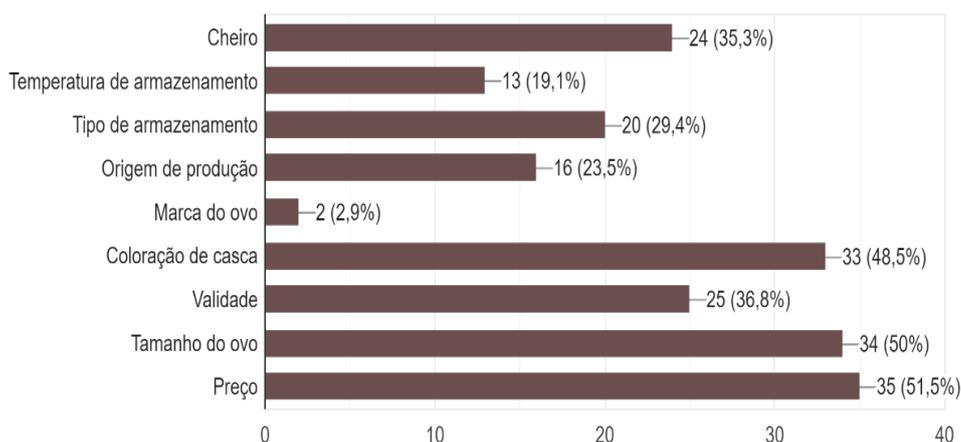
Figura 3 - Consumo de ovos semanal *per capita* em Santo Amaro - BA.



Fonte: Dados da pesquisa.

Sanches *et al.* (2021) aponta que, o consumidor se torna a cada dia mais exigente em relação a qualidade e formas de acesso ao alimento que consomem, pode-se observar que os consumidores da região são bastante criteriosos no momento da escolha do produto, pois os aspectos questionados como cheiro, temperatura de armazenagem, tipo de armazenagem, origem de produção, coloração da casca, validade, tamanho do ovo, e preço são levados em consideração no momento da compra (Figura 4). Enquanto apenas 2% pontuam que a marca do ovo é levada em consideração.

Figura 4 - Fatores que influenciam a compra de ovos pelos consumidores do município de Santo Amaro – BA.



Fonte: Dados da pesquisa.

Os autores Silva *et al.* (2015) identificaram que para a maioria dos consumidores entrevistados do município de Teresina-PI, respectivamente, o preço do produto foi mais importante, demonstrando que o valor econômico é mais relevante que a qualidade do produto nessas regiões. Por outro lado, na cidade de Ilha Solteira-SP, Vivas *et al.* (2013) observaram que o critério de escolha de ovos pelos consumidores é a procedência do produto. Esses estudos não diferem do presente trabalho, pois os santo-amarense também mostraram ser mais preocupados e exigentes quanto o preço (51,5%), que foi considerado o aspecto mais observado pela maioria dos consumidores (Figura 4), e a marca o aspecto menos observado (2%).

Os dados coletados demonstraram que 36,8% dos entrevistados conferem a validade do produto no momento da compra. Outro aspecto relevante, é que 35,3%, 48,5%, 50% dos entrevistados preocupam-se com o cheiro, coloração da casca e tamanho do ovo, respectivamente (Figura 4). Groot e Vizú (2021) entrevistaram 65 consumidores na cidade de Dracena, em São Paulo, e verificaram que os atributos de maior relevância no que se refere à qualidade dos ovos para consumo são, em ordem de prioridade, tamanho, cor da casca, data de validade, preço e limpeza.

Quanto a validade do produto, conforme a legislação vigente no país, o decreto nº 56.585 de 20 de julho de 1965 respalda que é obrigatório conter no rótulo das embalagens as informações básicas como: tipo de ovo, classe, grupo, data de classificação, prazo de validade e identificação do lote (Brasil, 1965). Como todos os produtos naturais de origem animal, o ovo também é perecível e começa a perder seu valor nutritivo após a postura, caso não sejam tomadas medidas adequadas para sua conservação.

A temperatura de armazenamento é um importante aspecto a ser considerado na aquisição do ovo, pois segundo Freitas *et al.* (2011), em temperatura ambiente, a validade máxima de um ovo sem deteriorar a qualidade interna varia de quatro a quinze dias após a data de postura. Apenas 19,1% dos santo-amarense atentam-se a temperatura de armazenamento quando fazem a aquisição de ovos (Figura 4).

Na Tabela 3 estão dispostos os resultados do questionário referente a preferência dos ovos quanto a cor da casca. Constatou-se que a preferência por ovos brancos foi mais elevada (67,6%) comparada aos ovos vermelhos/marrons (30,9%). Segundo os entrevistados, a preferência por um tipo de ovo em relação ao outro ocorre com maior frequência em virtude de acreditarem que o ovo, dependendo da cor da sua casca, não apresenta equivalência nutricional (64,7%).

Observaram, Silva *et al.* (2015), dados semelhantes quanto a preferência dos consumidores por ovos de cor de casca branca (61%) em relação aos de casca vermelha (39%) para os consumidores de ovos de galinha do município de Teresina, PI. Mendes *et al.* (2016), ao avaliarem

o perfil do consumidor de ovos e carne de frango do Município de Janaúba-MG, observaram que a preferência dos consumidores por ovos de cor de casca branca (46,45%) em relação aos de casca vermelha (34,19%), enquanto 17,42% afirmaram não ter preferência. Segundo Silva *et al.* (2015), é bastante interessante, pois a maioria dos consumidores acredita que ovos de casca vermelha são mais nutritivos, sendo que essa referência não é verdadeira, tendo em vista que o valor nutricional é equivalente para os dois.

Tabela 3 - Preferência da cor da casca de ovos dos consumidores do município de Santo Amaro – BA.

Variáveis	Descrição	n (%)
Preferência	Ovos de casca branca	46 (67,6)
	Ovos de casca vermelha/marrom	21 (30,9)
	Não consome ovos	1 (1,5)
Valor nutricional	O consumidor acredita que existe diferença nutricional em ovos de casca branca e vermelha/marrom	44 (64,7)
	O consumidor não acredita em diferença nutricional em ovos de casca branca e vermelha/marrom	24 (35,3)

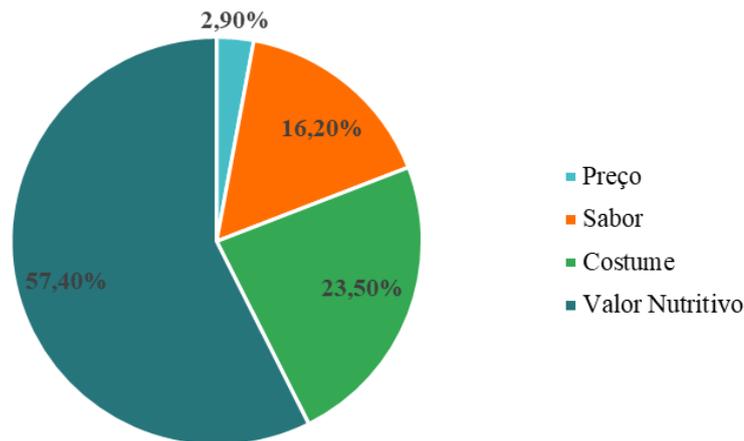
Fonte: Dados da pesquisa.

A preferência dos consumidores por ovos de casca branca é considerada interessante para Schiavone *et al.* (2022), pois muitos dos consumidores acreditam que os ovos que apresentam a coloração marrom na casca são oriundos de galinha caipira, e que estes ovos apresentam um valor nutricional maior quando comparado com os brancos.

Um dos mitos que existem, relacionados aos ovos de consumo é que a coloração da casca do ovo é indicação de melhor ou pior conteúdo nutricional. Porém, segundo Benites *et al.* (2005) a coloração é típica da raça, ou seja, é determinada pela herança genética e, contrário à crença popular, a cor da casca do ovo não tem relação alguma com a qualidade comestível ou o valor nutricional dos ovos (Hawthorn, 1983).

Com relação aos fatores que influenciam o consumo de ovos dos munícipes de Santo Amaro – BA que foram entrevistados nesse estudo, a grande maioria (57,40%) afirma consumir ovos em função do seu valor nutricional (Figura 5). Segundo Sobrinho & Fonseca (2007), o ovo é um alimento de grande potencial de consumo, devido ao preço acessível, além do alto valor nutricional. Porém, o consumo ainda é baixo devido às questões culturais e à mistificação de ser um produto pobre em nutrientes, sendo apenas uma alternativa para carnes (Mendes *et al.*, 2016).

Figura 5 - Fatores que influenciam o consumo de ovos pelos consumidores do município de Santo Amaro – BA.

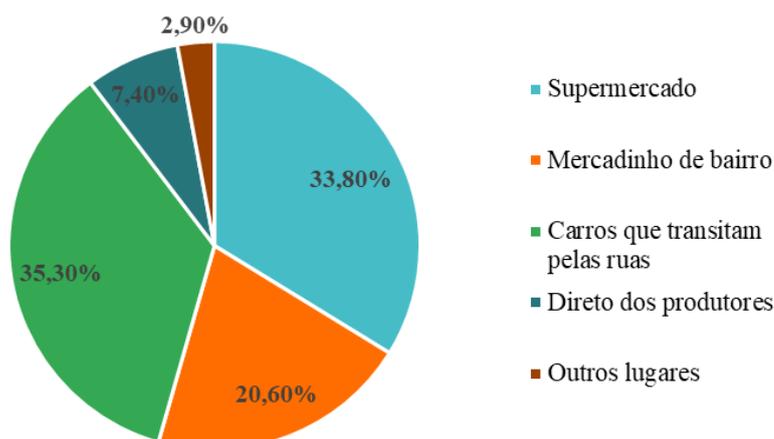


Fonte: Dados da pesquisa.

A maciça campanha sobre o alto teor de colesterol encontrado na gema do ovo, também é outro ponto negativo, transformando-o no grande vilão da manutenção da saúde da população (Mendes *et al.*, 2016). Entretanto, estudos têm demonstrado que as recomendações dadas nas últimas décadas sobre a restrição do consumo devido aos níveis de colesterol não são válidas (Zhao *et al.*, 2022). Atualmente, há evidências de que não existe uma relação significativa entre o consumo de ovos e o aumento do colesterol no sangue.

Quanto aos locais de compra de ovos, as opções apontadas pelos consumidores podem ser visualizadas na Figura 6. A compra em carros que transitam nas ruas entre os consumidores, seguida de supermercados e, por fim, mercadinhos de bairros, predominam. Silva *et al.* (2021), ao avaliarem o perfil dos consumidores de ovos e percepção destes sobre os sistemas alternativos de produção considerando o bem-estar animal, constataram que, a compra de ovos em supermercados predomina entre os consumidores, seguida de padarias ou pequenas mercearias e, por fim, diretamente de produtores rurais.

Figura 6 - Local de compra dos ovos pelos consumidores de ovos pelos consumidores do município de Santo Amaro – BA.



Fonte: Dados da pesquisa.

Neste estudo foi observada preferência por ovos de poedeiras comerciais (79,4%) em relação aos ovos de galinha caipira (Tabela 4). Correia *et al.* evidenciaram um cenário diferente quanto a preferência por ovos caipiras na cidade de São Luís de Montes Belos – GO, por 67,75% dos entrevistados. Já Vieira *et al.* (2021) ao Perfil do consumidor e análise sensorial de ovos, industriais e caipiras comercializados no município de Parintins/AM, verificaram que cerca de 13% dos potenciais consumidores demonstraram sua preferência em consumir ovos do tipo caipira, resultado semelhante ao do presente trabalho.

Com relação aos fatores que limitam o consumo de ovos de galinha de caipira, foi diagnosticado que, a dificuldade de encontrar ovos de galinha caipira nos pontos de venda, e a falta de costume são os principais elementos que levam estes consumidores a optarem por ovos de poedeiras comerciais (Tabela 4).

Tabela 4 - Preferência dos consumidores de ovos do município de Santo Amaro - BA, quanto a espécie.

Variáveis	Descrição	n (%)
Espécie	Ovos de poedeiras comerciais	54 (79,4)
	Ovos de galinha caipira	12 (19,6)
	Não consome ou não tem preferência	2 (2,9)
Fatores que limitam o consumo de ovos de galinha de caipira	Dificuldade para encontrar	18 (40)
	Não gosta do sabor e/ou odor	8 (17,8)
	Falta de costume	19 (42,2)
Fatores que levam o consumidor a acreditar que existe diferença entre ovos de poedeiras comerciais e galinha caipiras.	Alimentação diferenciada das aves	41 (60,3)
	Ausência de hormônios	29 (42,3)
	Sistema de produção	20 (29,4)
	Manejo e higiene	14 (20,6)
	Sustentabilidade	22 (32,4)

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação a alimentação diferenciada, sistemas de produção, manejo e higiene, e sustentabilidade. Segundo Silva *et al.* (2021), preocupações em relação às práticas de alojamento e manejo nos sistemas convencionais na produção de ovos, tem sido observado pouco conhecimento dos consumidores acerca dos diferentes sistemas de criação, sobre a definição bem-estar animal e que o fator preponderante na decisão de compra dos ovos ainda consiste no preço do produto.

Com relação aos fatores que levam o consumidor a acreditar que existe diferença entre ovos de poedeiras comerciais e galinha caipiras, destaca-se a alimentação diferenciada das aves (60,3%) e a ausência de hormônios (42,3%). Pode-se afirmar a falta de conhecimento dos consumidores com relação à proibição da utilização de hormônios em criação de aves. No Brasil, existe a regulamentação que proíbe o uso por qualquer meio, na alimentação e produção de aves, de substâncias com efeitos tireostáticos, androgênicos, estrogênicos ou gestagênicos, bem como de substâncias bagonistas, com a finalidade de estimular o crescimento e a eficiência alimentar de aves (Brasil, 2004).

CONCLUSÃO

O consumidor de ovos do município de Santo Amaro - BA é representado em sua maioria por mulheres com idade entre 18 e 30 anos, com escolaridade ensino médio completo, renda familiar ao redor de dois salários-mínimos e uma frequência de consumo elevada, com pelo menos três a duas vezes na semana, entre meia e uma dúzia *per capita*.

São consumidores exigentes no momento da compra, verificando a validade do produto, embora não possuam conhecimento sobre o serviço de inspeção sanitária. Além disso, preferem ovos de casca branca, acreditam que o ovo possui elevado valor nutricional e biológico; por isso, consomem. A compra em carros que transitam nas ruas entre os consumidores, seguida de supermercados e, por fim, mercadinhos de bairros, predominam.

Neste estudo foi observada preferência por ovos de poedeiras comerciais em relação aos ovos de galinha caipira, em função da dificuldade de encontrar ovos de galinha caipira nos pontos de venda, e a falta de costume.

REFERÊNCIAS

ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório Anual 2022**. São Paulo: ABPA. Disponível em: <<https://abpa-br.org/relatorios/>> Acesso: 17 novembro de 2023.

ABPA - Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório anual 2019**. São Paulo: ABPA. Acesso em: <<http://abpa-br.org/mercados/#relatorios>> Acesso: 17 novembro de 2023.

BENITES, C. I.; FURTADO, P. B. S.; SEIBEL, N. F.; SOUZA-SOARES, L.; SIEWERDT, F. Características e aspectos nutricionais do ovo. In: SOUZA-SOARES, L. A.; SIEWERDT, F. **Aves e ovos**. Pelotas: UFPEL, 2005, p.57-64.

BERTECHINI, A. A. **Nutrição de monogástricos**. Lavras. Ed. UFLA, p 301, 2006.

BERTONCELO, E. Classe social e alimentação: padrões de consumo alimentar no Brasil contemporâneo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 2019, 34, e3410005, <https://doi.org/10.1590/3410005/2019>

BRASIL. Decreto nº 56.585, de 20 julho 1965. Aprova as novas especificações para a classificação e fiscalização do ovo. **Diário Oficial da União**. 22 Jul 1965; Sec. 1, p. 6954.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária Abastecimento. Instrução Normativa 17/2004. Proíbe a administração, por qualquer meio, na alimentação e produção de aves, de substâncias com efeitos tireostáticos, androgênicos, estrogênicos ou gestagênicos, bem como de substâncias β -agonistas, com a finalidade de estimular o crescimento e a eficiência alimentar. 2004. **Diário Oficial da União**. 21 Jul 2004.

CORREIA, Y. M.; SILVA, J. M. V.; PIRES, L. C.; MARTINS, A. V.; PELISER, J. R.; ROCHA, F. R. T.; COELHO, K. O. Avaliação da percepção dos consumidores de ovos frescos no município de São Luís de Montes Belos. In: CONGRESSO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS (CEPE/UEG): Ciência para redução de desigualdades, 5. 2018. Goiás. **Anais [...]** Goiás: UEG, 2019. 5p.

ALMEIDA, A. A.; VALENTIM, J. K.; ZANELLA, J.; MENDES, J. P. Caracterização dos consumidores de ovos no município de Dourados-MS. **Revista on line de Extensão e Cultura-Realização**, v. 9, n. 17, p. 21-29, 2022. <https://doi.org/10.30612/realizacao.v9i17.16043>

FREITAS, L. W.; PAZ, I. C. D. L. A.; GARCIA, R. G.; CALDARA, F. R.; DE OLIVEIRA SENO, L.; FELIX, G. A.; FERREIRA, V. M. O. DOS S.; CAVICHIOLO, F. Aspectos qualitativos de ovos comerciais submetidos a diferentes condições de armazenamento. **Agrarian**, v. 4, n. 11, p. 66-72, 2011.

FARIA, I. G.; FERREIRA, J. M.; GARCIA, S. K. Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte. **Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia**, v. 58, p. 251-256, 2006.

FERNANDES, R. T. V.; DA SILVA MELO, A.; DE MORAIS OLIVEIRA, V. R.; DE QUEIROZ, J. P. A. F.; DIAS, F. K. D.; DE SOUZA, R. F.; SOUZA, A. O. V.; DOS SANTOS FILHO, C. A. Características físico-químicas e sensoriais de aves e ovos. **PubVet**, v. 9, n. 12, p. 536-543, 2015. <https://doi.org/10.22256/pubvet.v9n12.526-535>

GROOT, E.; VIZÚ, J. B. Z. Preferência dos consumidores por sistemas de produção de ovos com diferentes condições de bem-estar animal. **Revista de Economia e Agronegócio**, v. 19, n.1, p. 01 – 24, 2021. <https://doi.org/10.25070/rea.v19i1.11450>

HAWTHORN, J. **Fundamentos de ciência de los alimentos**. Zaragoza: Acribia. p.114-122. 1983.

IANNOTTI, L. L.; LUTTER, C. K.; BUNN, D. A.; STEWART, C. P. Eggs: the uncracked potential for improving maternal and young child nutrition among the world's poor. **Nutrition Reviews**, v. 72, n. 6, p. 355-368, 2014. <https://doi.org/10.1111/nure.12107>

- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Nova proposta de classificação territorial mostra um Brasil menos urbano**. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/notici/2017-07/nova-proposta-de-classificacao-territorial-do-ibge-ve-o-brasil-menos-urbano>>. Acesso em: 02 dez. 2019.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil – Bahia – Santo Amaro. População. 2022**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/santo-amaro.html>> Acesso em: 01 de abr. 2024.
- INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Mulheres São Maioria na Educação Superior Brasileira. 2018**. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206>. Acessado em: 02 dez. 2019.
- MAIA, K. M.; DE OLIVEIRA GRIESER, D.; TOLEDO, J. B.; PAULINO, M. T. F.; DE AQUINO, D. R.; MARCATO, S. M. Caracterização dos consumidores de ovos na cidade de Maringá–Paraná. **Brazilian Journal of Development**, v.7, n.1, p.6489-6501, 2021, <https://doi.org/10.34117/bjdv7n1-440>
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas; 1996. (Edição completa).
- NOVELLO, D.; FRANCESCHINI, P.; APARECIDA QUINTILIANO, D.; OST, P. R. Ovo: Conceitos, análises e controvérsias na saúde humana. **Archivos Latinoamericanos de Nutrición**, v. 56, n. 4, p. 315-320, 2006.
- PIUS, L. O.; STRAUSZ, P.; KUSZA, S. Overview of poultry management as a key factor for solving food and nutritional security with a special focus on chicken breeding in East African countries. **Biology**. v.10, n. 8, p. 810, 2021. <https://doi.org/10.3390/biology10080810>
- RADWAN, L. M. Genetic improvement of egg laying traits in Fayoumi chickens bred under conditions of heat stress through selection and gene expression studies. **Journal of Thermal Biology**, v. 89, p. 102546, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jtherbio.2020.102546>
- RÉHAULT-GODBERT, S.; GUYOT, N; NYS, Y. The golden egg: nutritional value, bioactivities, and emerging benefits for human health. **Nutrients**, v.11, n.3, p. 684, 2019. <https://doi.org/10.3390/nu11030684>
- SCHIAVONE, T.; RAMOS, G. L. D. P. A.; DA HORA, I. M. D. C.; DE MIRANDA WALTER, E. H. Consumo e produção de ovos no Brasil: um panorama sobre as legislações relacionadas. **Alimentos: Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente**, v.3, n.2, p.78-89, 2022.
- SEDOSKI, H. D.; BEAMER, S. K.; JACZYNSKI, J.; PARTINGTON, S.; MATAK, K. E. Sensory evaluation and quality indicators of nutritionally-enhanced egg product with ω -3 rich oils. **Food Science and Technology International**, v.47, n.2, p.459-464, 2012. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2012.02.006>
- SILVA, L.; SANTOS, M. A.; REBELLO, F.; BEZERRA, A.; MARTINS, C. Comportamento da produção e dos preços de ovos de galinha no estado do Pará, Brasil. **Agrarian Academy**, v. 6, n.11, p.113 - 122, 2019.
- SILVA, M. B., RAPOSO, J. D. A. S., RAMOS, L. S. N. Consumidores de ovos de galinha do município de Teresina, PI. **Revista Brasileira de Pesquisa em Alimentos**, v.6, n.1, p.56 – 63, 2015.

SILVA, R. S. T.; DA SILVA, R. E. N.; ENNE, L. G.; CAETANO, A. C. F. Perfil dos Consumidores de ovos e percepção destes sobre os sistemas alternativos de produção considerando o bem-estar animal. **Revista da JOPIC**, v. 7, n. 11, p. 17 – 19, 2011.

SOBRINHO, J. K.; FONSECA, R. A. Análise econômica da produção de ovos de galinhas poedeiras no município de Toledo - PR. **Revista Eletrônica Lato Sensu**, v. 2, n.1, p.1-20, 2007.

SOARES, K. R.; XIMENES, L. F. **Produção de ovos**. Ed. Caderno Setorial Etene, Nº 214 de Março 2022. 14 p.

SOUSA, A. F.; PORTELA, G. L. F.; DE MOURA, R. L. Perfil do consumidor de ovos de codorna da cidade de Timon-MA. **Revista IESM**, v.1, n.1, p.1-10, 2017.

VIEIRA, R. B.; DA COSTA LOPES, C.; SOUZA, T.; SANTOS, G. C.; CALIXTO, E. S.; SILVA, T. A. S.; SILVA, H. J. Perfil do consumidor e análise sensorial de ovos, industriais e caipiras comercializados no município de Parintins/AM. **Brazilian Journal of Development**, v.7, n.10, p.95038-95050, 2021.

VIVAS, D.; PANTOLFI, N.; DINIZ, R. Perfil do consumidor de ovos de poedeiras comerciais no município de Ilha Solteira – SP. In: ENCONTRO DE CIÊNCIAS DA VIDA, 7. [Anais...], 2013. Disponível em: [ANAIS VII ENCIVI 2013.pdf \(unesp.br\)](#) . Acesso em: 15 dez. 2020.

ZHAO, B.; GAN, L.; GRAUBARD, B. I.; MÄNNISTÖ, S.; ALBANES, D.; HUANG, J. Associations of dietary cholesterol, serum cholesterol, and egg consumption with overall and cause-specific mortality: systematic review and updated meta-analysis. **Circulation**, v.145, n.20, p.1506-1520, 2022. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.121.057642>