

DOI 10.30612/realizacao.v9i17.16043  
ISSN: 2358-3401

Submetido em 08 de junho de 2022  
Aceito em 07 de julho de 2022  
Publicado em 30 julho de 2022

## **CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES DE OVOS NO MUNICÍPIO DE DOURADOS – MS**

### **CHARACTERIZATION OF EGG CONSUMERS IN THE MUNICIPALITY OF DOURADOS – MS**

Alexander Alexandre de Almeida<sup>1</sup>  
Jean Kaique Valentim<sup>2</sup>  
Joyce Janella<sup>2</sup>  
Janáina Palermo Mendes<sup>3</sup>

**Resumo:** Por se tratar de um alimento completo, de alta qualidade e preço acessível, o ovo torna-se um alimento mundialmente consumido. O conhecimento das preferências e o comportamento dos consumidores são importantes para os produtores e mercado, visando atender as exigências deste público mais seletivo. Nesse sentido, objetivou-se com esta pesquisa estabelecer o perfil do consumidor de ovos de galinhas no município de Dourados - MS, e saber seus critérios e preferências na hora da compra. Para coleta dos dados foram aplicados questionários utilizando o Formulário *Google Forms* por sítios de mídia social (*WhatsApp, Facebook, e-mail*). O perfil do consumidor de ovos de galinha do município de Dourados – MS é representado em sua maioria por mulheres na faixa etária de 21 a 30 anos. O consumo no município foi expressivo, demonstrando o interesse da população em consumir este produto de grande valor nutricional para a saúde. A maioria da população entrevistada afirma consumir ovos de galinha pelo fato de ser saboroso e saudável, e não demonstram preferência pela coloração da casca.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

<sup>2</sup> Universidade Federal da Grande Dourados

<sup>3</sup> Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

**Palavras-chave:** avicultura, consumo de ovos, mercado avícola.

**Abstract:** As it is a complete, high quality and affordable food, the egg becomes a food consumed worldwide. Knowledge of consumer preferences and behavior are important for producers and the market, in order to meet the demands of this more select public. In this sense, the objective of this research was to establish the consumer profile of chicken eggs in the city of Dourados - MS, and to know their criteria and preferences at the time of purchase. For data collection, questionnaires were applied using the Google Forms through social media sites (WhatsApp, Facebook, e-mail). The consumer profile of chicken eggs in the city of Dourados - MS is mostly represented by women aged 21 to 30 years. Consumption in the city was expressive, demonstrating the population's interest in consuming this product of great nutritional value for health. The majority of the interviewed population claims to consume chicken eggs because they are tasty and healthy, and do not show a preference for the color of the shell.

**Keywords:** poultry farming, egg consumption, poultry market.

## INTRODUÇÃO

O ovo é um alimento rico em nutrientes como proteínas, minerais, ácidos graxos (linoleico, linolênico, DHA e EPA), carotenoides e colina, consideradas substâncias funcionais importantes para a saúde humana (MENDES et al., 2016). Os consumidores estão cada vez mais exigentes quando se refere a qualidade e procedência dos produtos que vão consumir; o sistema de criação o tipo de alimentação que os animais recebem estão entre os principais questionamentos. Essas mudanças do perfil do consumidor fez com que o marketing da avicultura brasileira se tornasse peça fundamental no agronegócio (FRANCISCO et al. 2007). No entanto, a qualidade do produto é atributo essencial para a satisfação do consumidor, podendo até superar suas expectativas iniciais.

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

visualizados. Diante disso, o principal objetivo é preservar ao máximo a qualidade original do ovo até que ele chegue ao consumidor (MAGALHÃES et al., 2012).

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 (DE 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. Portanto, objetivou-se com esta pesquisa estabelecer o perfil do consumidor de ovos de galinhas no município de Dourados – MS, e saber seus critérios e preferências na hora da compra.

## MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada no período de setembro a novembro de 2019, na cidade de Dourados – MS, localizada no sul do estado do Mato Grosso do Sul. A população é de 220.965 habitantes segundo o IBGE 2018, e sua extensão territorial é de 4.086,387 km<sup>2</sup>, polo de grandes empresas do Agronegócio.

De acordo com os objetivos do trabalho, optou-se por uma pesquisa descritiva-exploratória proposta por Gil (1999), que visa caracterizar e mensurar uma determinada população ou fenômeno estabelecendo, desta forma, relações entre variáveis de natureza quali-quantitativa em decorrência da interdependência nas demandas impostas neste estudo, face à complexidade da realidade social do público alvo.

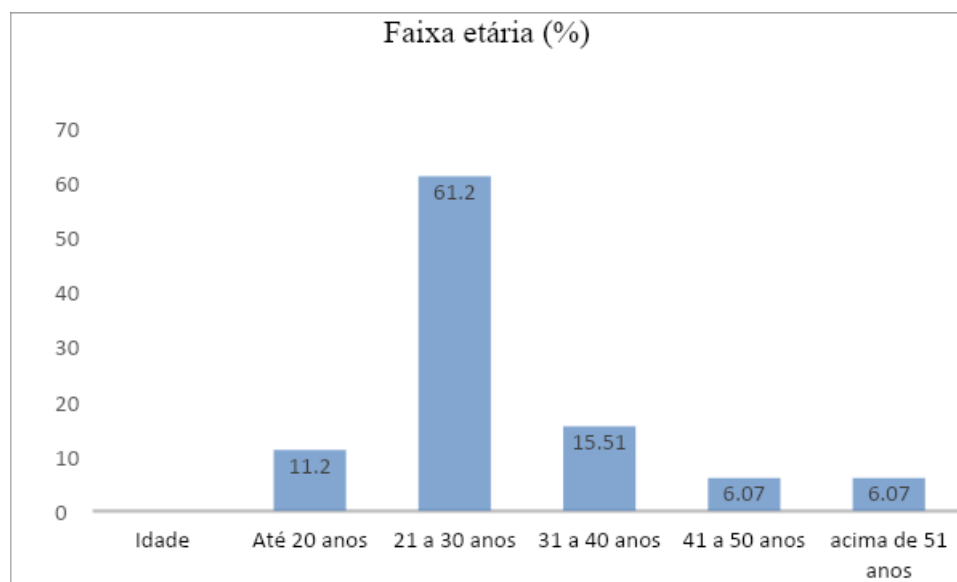
Para coleta dos dados foram aplicados questionários utilizando o Formulário *Google Forms* por sítios de mídia social (*WhatsApp, Facebook, e-mail*). Participaram do questionário 265 moradores do município, e foram obtidas informações sobre faixa etária (abaixo de 20; de 21 a 30; 31 a 40; 41 a 50; e acima de 51 anos), sexo, escolaridade, frequência de consumo de ovo, preferência entre ovo de galinha e ovo de codorna, a razão para o consumo do ovo (saboroso, saudável ou ambos), e qual a preferência da coloração da casca do ovo (branca,

marrom ou sem preferência).

O instrumento de coleta de dados foi pré-elaborado e incluiu perguntas de múltipla escolha, havendo a possibilidade de obtenção de mais de uma resposta em algumas questões. A análise dos dados foi realizada com o auxílio de planilhas eletrônicas, utilizando o Microsoft Office Excel® 2007. Os dados provenientes dos questionários foram tabulados e transformados em valores percentuais; a partir destes, foram construídos gráficos com o objetivo de facilitar a interpretação dos resultados obtidos, conjugando, portanto, a estatística descritiva dos dados obtidos.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

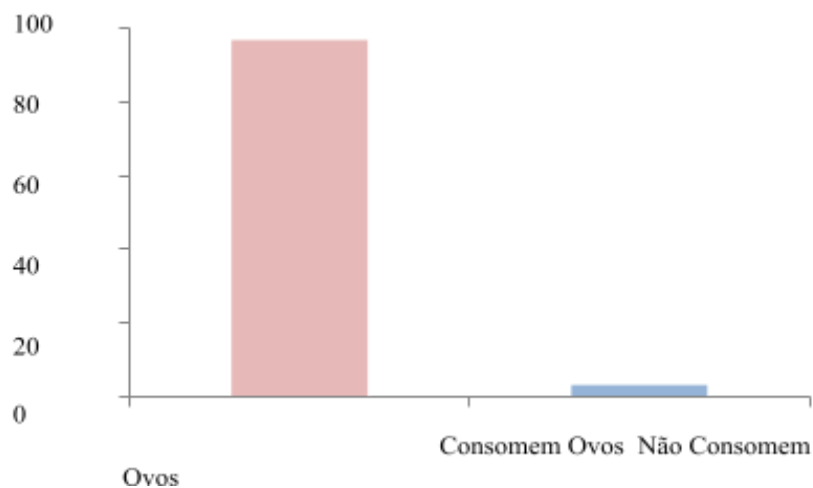
Por meio do resultado dos questionários, constatou-se que a maioria dos entrevistados se encontra na faixa etária de 21 a 30 anos (61,2%), seguido de 31 a 40 anos (15,51%), até 20 anos (11,2%), de 41 a 50 anos (6,07%) e acima de 51 anos (6,07%), conforme a Figura 1. Os resultados se diferem dos achados por Fernandes et al. (2018), que constataram que a faixa etária é de 31 a 40 anos (22%), acima de 60 anos (21%), de 21 a 30 anos (19%). Depreende-se que o fator idade se alterna de acordo com a cidade ou região e a cultura local onde se realiza a pesquisa.



**Figura 1.** Faixa etária dos consumidores de ovos no município de Dourados – MS.

Já com relação ao sexo, 73,1% destes são do sexo feminino e 26,9% declaram-se do sexo masculino. Sobral et al. (2009), avaliando o perfil dos consumidores de ovos em Patos na Paraíba, encontraram resultados semelhantes, onde a maioria dos consumidores também era do sexo feminino, em torno de 53%. Isto pode ser justificado pelo fato da população brasileira de mulheres ser superior (51,03%) ao dos homens (49,97%) (IBGE, 2018), conforme também foi relatado por Maia et al., (2021). Os valores permitem afirmar que as mulheres, por serem as responsáveis dos lares e realizarem as compras para a família, ficam encarregadas da compra dos ovos (SANCHES et al., 2021).

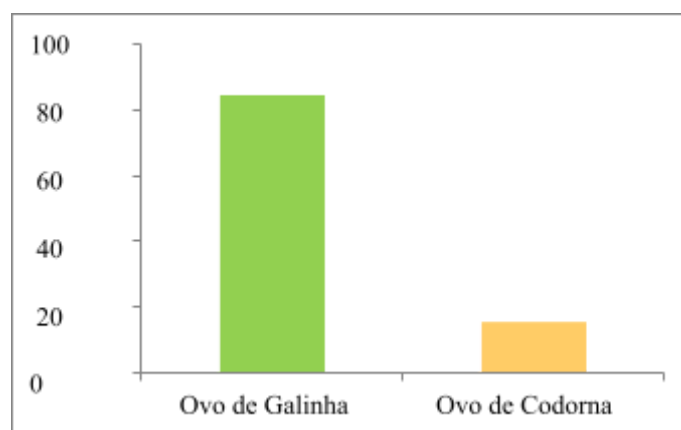
Dos entrevistados, 96,67% afirmaram ser consumidores de ovos, já 3,33% não consomem por não gostar (Figura 2). Estes números mostram uma relação satisfatória no consumo de ovos por semana pelos entrevistados. Apesar dos resultados em relação ao consumo de ovos obtidos pela pesquisa, Mendes et al. (2016) relatam que o consumo semanal no Brasil ainda é baixo, feito em torno de três vezes durante a semana, e que as formas mais comuns de consumo desses ovos são durante as refeições da seguinte forma: ovos fritos (31,61%), uso em receitas diversas (30,32%) e cozidos (29,68%).



**Figura 2.** Consumo de ovos na cidade Dourados – MS.

Dentre eles, 84,33% preferem ovo de galinha e 15,66% preferem ovo de codorna. Isso se deve ao fato do ovo de codorna ter um custo mais elevado que o ovo de galinha (Figura 3). O mesmo foi relatado por Fujikura (2004), que em sua pesquisa constatou que 31,3% dos entrevistados não gostam de ovo de codorna. Sobral et al. (2009) em sua

pesquisa, obtiveram os resultados que 40,7% não consomem ovos de codornas por não gostarem, 15% não conhecem e 5,5% relatam que o valor do produto é alto. O que reflete na baixa difusão de conhecimento sobre o valor nutricional de ovos de codornas e falta de propaganda para haver comercialização do produto.



**Figura 3.** Preferência dos consumidores ovos de Dourados – MS.

Dentre os que consomem ovos de galinha, 23,29% consideram este alimento saboroso, 11,42% acham saudável e 61,27% apreciam o ovo pelos dois motivos. De acordo com Sobrinho e Fonseca (2007), existem, ainda, problemas em relação ao consumo de ovos, devido a mistificação sobre sua qualidade, onde o ovo é definido como um alimento como pobre sendo usado como alternativa em caso de falta de carnes. Porém, o ovo é um alimento com grande teores de proteína, minerais e vitaminas, sendo um alimento acessível devido ao baixo custo e uma ótima alternativa para que se possa alternar a alimentação. Parte dos consumidores (73,13%), em sua pesquisa, relatam que consumiriam mais ovos caso esses tivessem algum tipo de enriquecimento nutricional.

Sobre a coloração da casca, 18,89% preferem o ovo branco, 21,75% vermelhos e 59,25%, qualquer um, muitos consumidores associam ovos de casca vermelha com ovos mais fortes, ou até mesmo do tipo caipira (Figura 4). Segundo Sanches et al. (2021), um dos grandes fatores sobre a preferência dos ovos brancos seria devido a falta de conhecimento do ovo e o menor valor agregado ao produto.

Souza et al. (2017) relatam que, ao questionar qual a preferência no que refere ao consumo de ovos, verifica-se que 41% preferem ovos de galinha caipira, 36% ovos de

codorna e 23% ovos de galinhas convencionais, devido aos consumidores declararem que os ovos caipiras possuem maior teor nutricional. Sanches et al. (2021) descrevem em sua pesquisa uma maior preferência de consumo de ovos oriundos de sistema caipiras em função do sabor, sistema de criação, maior valor nutricional e intensidade de cor.

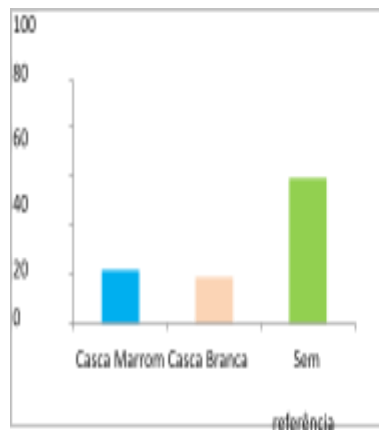


Figura 4. Preferência dos consumidores de ovos em relação a cor da casca.

Conforme exposto por Maia et al. (2021), um parâmetro importante na hora da compra e escolha dos ovos pelos brasileiros é a coloração da casca dos ovos, característica essa, que varia entre as regiões no país. A produção de ovos de casca branca é mais difundida no Brasil. Porém, na região Sul nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a produção maior é de ovos de casca marrom. Já Salvador et al. (2002) mencionam que os ovos produzidos por diferentes categorias de aves (caipiras e convencionais) possuem a mesma qualidade nutricional.

Santos et al. (2019) concluem, em seu trabalho de “Caracterização e avaliação do perfil consumidor de ovos de galinha no município de Santa Cruz – PE”, ser necessário um trabalho de extensão para esclarecer à população informações quanto à qualidade nutricional e sanitária do ovo de galinha, como também nortear os produtores sobre as preferências de mercado da região, devido a vários mitos que ainda rondam a produção, principalmente em relação a cor da casca.

Maia et al. (2021), caracterizando os consumidores de ovos na cidade de Maringá – PR, referiram que o consumo de ovos (unidade/pessoa/ano) do brasileiro apresentou um aumento expressivo no ano de 2018, sendo este aumento de 10% quando comparado ao ano anterior (ABPA, 2019), aumentando mais no ano de 2019 em que o consumo de ovos passou

de 212 de 2018 para 230 unidade/pessoa/ano. Dessa forma, de acordo com Silva et al. (2015), o consumo de ovos está intimamente ligado com o poder aquisitivo dos entrevistados. Estes autores observaram que o consumo aumentava quando a renda econômica era menor, pois, o preço do ovo é relativamente menor quando comparado a outros alimentos ricos em proteínas.

## **CONCLUSÃO**

O perfil do consumidor de ovos de galinha do município de Dourados – MS é representado em sua maioria por mulheres na faixa etária de 21 a 30 anos. A maioria da população entrevistada afirma consumir ovos de galinha pelo fato de ser saboroso e saudável, e não demonstram preferência pela coloração da casca.

## **REFERÊNCIAS**

ABPA – Associação Brasileira de Proteína Animal. Annual Report. 2019.

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**, Escola de Veterinária - UFMG, Belo Horizonte, v. 58, n. 2, p. 251-256, 2006.

FERNANDES, R. M. et al. Perfil do consumidor de podeiras comerciais no município de Machado – MG. *In*: 28º CONGRESSO BRASILEIRO DE ZOOTECNIA, 2018, Goiânia. **Anais eletrônicos**. Goiânia: Sociedade Brasileira de Zootecnia/Associação Brasileira de Zootecnistas, 2018.

FRANCISCO, D. C. et al. Caracterização do consumidor de carne de frango de Porto Alegre. **Ciência Rural**, UFSM - Santa Maria, v. 37, n. 1, p. 253-258, 2007.

FUJIKURA, W.S. A posição de São Paulo no mercado nacional de ovos de codorna e o perfil do consumidor paulistano. *In*: II SIMPÓSIO INTERNACIONAL E I CONGRESSO BRASILEIRO DE COTURNICULTURA, 2004, Lavras. **Anais eletrônicos**. Lavras, 2004.

GERALDO, A. et al.. Perfil dos produtores e consumidores de carne de frango caipira na região do Alto São Francisco–MG. **RealizAção**, UFGD - Dourados, v. 7, n. 14, p. 81-93, 2020.

SILVA, G. Mulheres são maioria na educação superior brasileira. Educa Mais Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/noticias/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira>>. Acesso em: 02 dez. 2019.



MAGALHÃES, A. P. C. *et al.* **Qualidade de ovos comerciais de acordo com a integridade da casca, tipo de embalagem e tempo de armazenamento.** 2007, 56 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Zootecnia, Área de Concentração em Produção Animal, Rio de Janeiro, 2007.

MAIA, K. M. *et al.* Caracterização dos consumidores de ovos na cidade de Maringá-Paraná. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 1, 2021.

MENDES, L. J. *et al.* Perfil do consumidor de ovos e carne de frango do município de Janaúba-MG. **ARS Veterinaria**, UNESP - Jaboticabal, v. 32, n. 1, p. 81-87, 2016.

NUNES, A. S.; FERREIRA, B. J. M.; MENDES, A. M. de P. Caracterização e avaliação do perfil consumidor de ovos de galinha no município de Santa Cruz - PE. *In*: XIV JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E EXTENSÃO, 2019, Pernambuco. **Anais eletrônicos**. Pernambuco: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambuco, 2019.

SALVADOR, M.; SANTA, P. D. Teores de macronutrientes e de colesterol em diferentes tipos de ovos. **Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos**, UFPR - Curitiba, v. 20, n. 1, 2002.

SANCHES, D. S. *et al.* Perfil do consumidor de ovos de galinha no município de Aquidauana – MS. **Veterinária e Zootecnia**, UNESP - Botucatu, v. 28, n. 1, p. 1-10, 2021.

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**, UTFPR - Campo Mourão, v. 6, n. 1, p. 56-63, 2015.

SOBRAL, F. E. S. *et al.* Caracterização do consumidor de ovos de codornas no município de Patos - PB. **Agropecuária Científica no Semi-Árido**, UFCG - Campina Grande, v. 5, n. 1, p. 62-66, 2009.

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

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