

AVALIAÇÃO DO CONSUMO DE OVOS DE GALINHA NO MUNICÍPIO DE RIO POMBA-MG

Camila Martins Rocha^{1*}; Kélvia Xavier Costa Ramos Neto¹; Marcelo Espósito²; Ícaro Luíz Castro Delage¹; Thaíse Mota Sátiro¹; Natália Barbosa Thomé¹;

¹Graduanda (o) em Zootecnia, IF Sudeste MG- Campus Rio Pomba, *camilamr91@gmail.com;

²Professor substituto do Departamento de Zootecnia, IF Sudeste MG- Campus Rio Pomba.

RESUMO

O ovo além de ser alimento nutritivo é excelente para a saúde humana, pois contém vários nutrientes como as proteínas, vitaminas e minerais, que são necessários para o bom funcionamento do organismo. A pesquisa teve como objetivo avaliar o perfil dos consumidores de ovos de galinha no município de Rio Pomba (RP), localizado na Zona da Mata Mineira. Foram entrevistados 140 indivíduos, utilizando questionários de forma virtual, com dez perguntas. O questionário foi aplicado entre os dias 08 a 27 de janeiro de 2018. Verificou se que o fator que mais influência na hora da compra é o preço, totalizando 40% dos indivíduos entrevistados, sendo que a maioria dos entrevistados 32,1% recebem até 3 salários mínimos. Em termos de ingestão, 52,9% relataram consumir um ovo por refeição; já quanto a preferência, 68,6% preferem consumir ovos de produção tipo caipira. Independente da qualidade dos ovos, o melhor preço proporcionou aos consumidores aumento na aquisição do produto alimentício, sendo esse o fator com maior influência na decisão de compra. Os consumidores expressaram aceitável consumo de ovos, somente 5% dos entrevistados não consomem o ovo de galinha. Portanto, é necessário sempre relatar os benefícios do consumo de ovos para a saúde humana, pois ainda existe o mito de que esse alimento traz malefícios ao consumidor. Conclui se que o ovo, no contexto socioeconômico apresentado em RP – MG, é alternativa para ingestão de proteína animal, por ser mais acessível.

Palavras-chave: Ingestão de ovos, preferência, mercado de ovos.

INTRODUÇÃO

O ovo é excelente alimento para o consumo humano, pois é rico em lipídios, proteínas, vitaminas e minerais, além de conter poucas calorias. Como contém vários nutrientes favoráveis à saúde humana, pode agir estimulando o sistema imune controlando diversas patologias, além de ter como vantagem, o preço acessível e disponibilidade na aquisição (AMARAL et al., 2016).

Além disso, o ovo também possui em sua composição diversos outros componentes benéficos, como: os carotenoides, os antioxidantes, o colesterol “bom” (HDL – lipoproteína plasmática) e colina que é iniciador do neuro transmissor acetil-colina, o qual possibilita a condução dos estímulos nervosos (NOVELLO et al., 2006).

Quando se discute a produção de ovos em determinada localidade, o principal responsável pelo estímulo à produção é a presença dos consumidores – relação da oferta e procura (SILVA, 2006). Segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO, 2013), o país de maior produção de ovos de galinha é a China, com 476 bilhões de ovos/ano, enquanto o Brasil fica na oitava posição entre os países latinos americanos, com cerca de 32 bilhões de ovo produzido por ano. Quanto ao consumo per capita, os três países que se destacam, são: México com 358 ovos/habitante/ano, Japão com 328 ovos/habitante/ano e Ucrânia com 305 ovos/habitante/ano (Revista Avicultura Industrial, 2016). O Brasil, segundo dados da Associação Brasileira de Proteína Animal (2016), possui consumo per capita de 190 ovos por habitantes ao ano.

No Brasil, a produção de ovos para consumo apresentou o crescimento de 3,3% ao ano de 2003 a 2013 (AMARAL, 2013). Nos dias atuais é crescente o desenvolvimento da atividade, observando grande avanço na produção de ovos para o consumo em relação às outras atividades da pecuária nacional.

Diante a demanda por produtos mais saudáveis na alimentação humana, a pesquisa de opinião objetivou caracterizar o consumo de ovos de galinha, sua relação com a situação socioeconômica e preferência na forma de ingestão do produto.

METODOLOGIA

A pesquisa de opinião foi realizada no município de Rio Pomba, na Zona da Mata Mineira, com latitude 21°16'29'' S e longitude 43°10'45'' W. Os questionários foram aplicados de forma virtual pelo aplicativo *Google* formulários, no período de 08 a 27 de janeiro de 2018. Os mesmos foram aplicados em única etapa. Esta fase refere-se a entrevista de 140 voluntários, amostrados aleatoriamente através das redes sociais.

Realizou-se a avaliação da população amostral de consumidores quanto ao sexo, faixa etária, grau de escolaridade, renda mensal e quantidade de habitantes na moradia. Em seguida, foram avaliados os fatores que influenciam na hora da compra do produto, o modo como o ovo é consumido, os fatores que interferem na ingestão, a quantidade de ovos que consomem por refeição e a preferência dos tipos de ovos, caipira e industrial.

Os dados foram tabulados e compilados pelo programa operacional *Microsoft Excel*® (2013), sendo os resultados expressos por meio de análise percentual, e apresentados na forma de figuras quando necessário.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre os 140 indivíduos entrevistados, 55% eram do sexo feminino e 45% do sexo masculino, com idade de entre 16 a 65 anos. A faixa etária que apresentou maior participação 46,4%, foi nas idades entre 18 a 35 anos, seguida por 25,7% com 36 a 45 anos, 12,1% de 46 a 65 anos e 15,8% para os menores que 18 anos.

No quesito grau de escolaridade, 38,6% relataram possuir o ensino médio completo, seguido por 27,1% superior completo, 20% pós-graduação concluída, 10,7% fundamental completo, e 3,6% fundamental incompleto. Corroborando com MENDES *et al* (2016), que observou 35,5% dos entrevistados possuíam ensino médio completo, 26,5% possuíam ensino superior completo, 17,4% possuíam ensino fundamental incompleto, 9,7% possuíam ensino médio incompleto, 5,8% ensino superior incompleto e 5,2% possuíam ensino fundamental completo.

Quanto a renda mensal familiar, 22,9% relataram receber um salário mínimo, 24,3% recebem até dois salários mínimos, 20,7% recebem entre quatro a dez, exibindo a maioria dos entrevistados 32,1%, recebendo até três salários mínimos.

A maioria dos voluntários, que compõem 25,7%, moram em cinco pessoas, 24,3% vivem em quatro pessoas, 17,9% em três pessoas, 20% em duas, 5,7% moram sozinhos e 6,4% vivem com mais de cinco pessoas na mesma residência.

Dos entrevistados, 95% relataram ingerir, em sua dieta, ovos de galinha, enquanto, 5% disseram não consumir. Desses indivíduos que não consomem, 42% acreditam que ovo faz mal à saúde; sendo o fator, presença de algum tipo de alergia alimentar, o que mais interfere na rejeição do consumo de ovos, com 58%. De acordo com (NIAD, 2010, SAMPSON, 2014; ABRAMS, 2016) já foram descobertos mais de 170 alergênicos alimentares, sendo poucos alimentos responsáveis por causar reações nos consumidores. Esses casos alérgicos podem ocorrer com o consumo de: ovos, leite, amendoim, trigo, soja, peixes e outros.

Ao avaliar os atributos que são analisados na hora da compra dos ovos (Figura 1) observa-se que o maior percentual, 40%, foi o preço, seguido por 25% dos entrevistados avaliam o prazo de validade, 20% analisam a coloração e 15% o tamanho do ovo. Mattar (2011), explica que o preço no ponto de vista do consumidor, é o atributo com maior possibilidade de comparação instantânea entre os concorrentes. Algumas pessoas acreditam que a coloração da casca indica o melhor ou pior valor nutricional do ovo, sendo isso um mito, pois a cor da casca depende da raça da poedeira, ou seja, é fator genético (MENDES, 2016). O prazo de validade é outro quesito importante, visto que, durante o armazenamento, mudanças nas características funcionais, físicas e químicas do ovo podem ocorrer devido ao tempo de armazenamento prolongado e a fatores climáticos, como temperatura e umidade relativa do ar. A deterioração dos ovos comercializados *in natura*, desprovido de refrigeração, começa após 15 dias da postura (ALCÂNTRA, 2012)

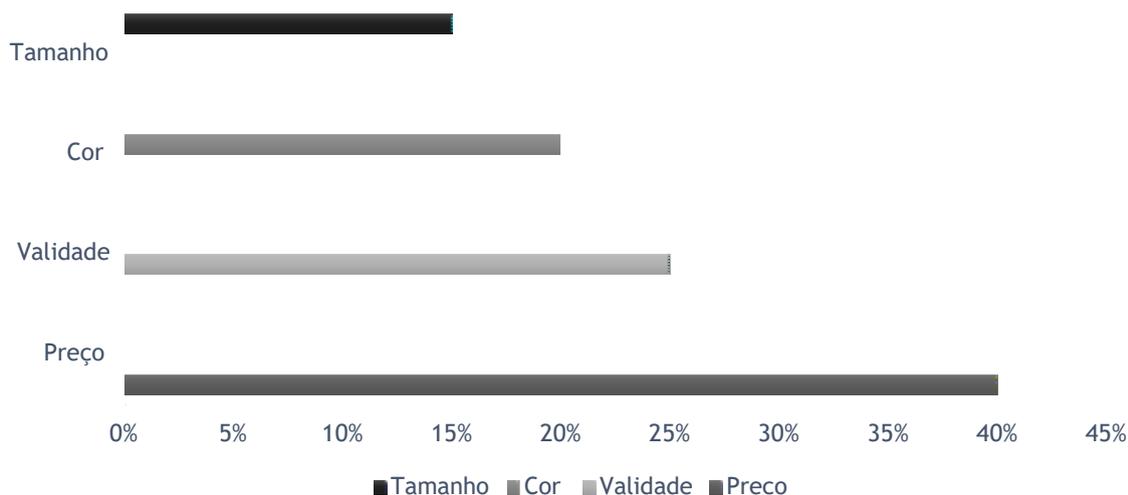


Figura 1- Relação dos fatores que influenciam na hora da compra do ovo para consumo, expresso em porcentagem.

Analisando como os ovos de galinha são consumidos (Figura 2), verificou-se que a maioria dos entrevistados, 47% preferem consumir o ovo frito, 35% possui a preferência pelo ovo cozido e 18% consomem em outros tipos de preparações. Porém essa preferência por ovos fritos pode oferecer riscos à saúde do consumidor, sendo capaz de provocar doenças cardiovasculares e também aumento da pressão arterial. A elevação na quantidade de calorias ingeridas, ocasionado geralmente, pelo mau uso do óleo em frituras, que através da reutilização excessiva origina substâncias que são nocivas ao organismo (TOMASI, 2014).

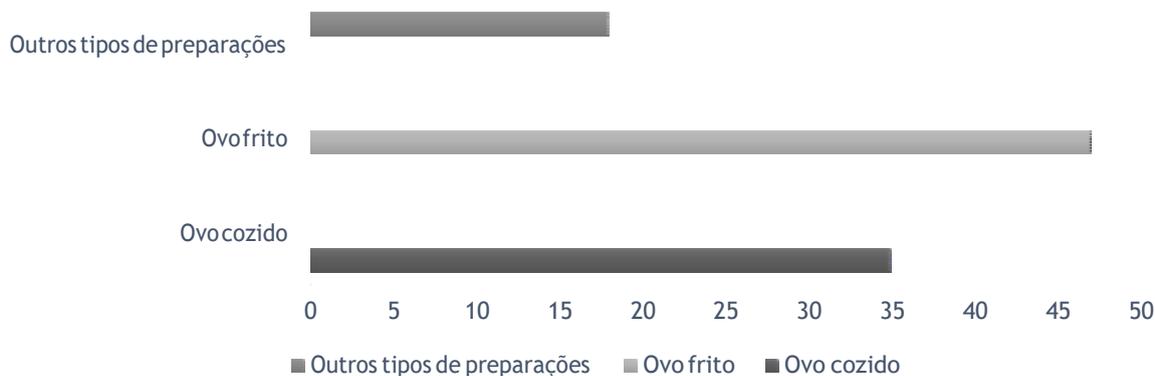


Figura 2: Relações de como os ovos de galinha são consumidos no município de Rio Pomba MG, expressos em porcentagem.

Em termos da quantidade de ovos por refeição, 17,9% manifestaram não consumir ovos todos os dias, 2,8% relataram consumir mais de dois ovos por dia, sendo que 52,9% dos entrevistados disseram consumir pelo menos um ovo ao dia. Segundo (ESCOBAR, 2014) cada consumidor possui a quantidade individual e única de ovos permitida por dia, portanto, não existe única regra que sirva para todos.

Ao levantar a preferência pelo tipo de ovo, 68,6% preferem consumir ovos tipo caipira e 31,4% dos entrevistados optaram pelos ovos brancos. Grande parte dos consumidores que optaram pelo ovo caipira, disseram ter preferência por ser mais saboroso ou por acreditarem que ele seja mais saudável que os ovos brancos.

É possível observar a extrema importância em se realizar estudos que avalie e apoie o consumo de ovos, de forma que muitas informações sobre o produto sejam levantadas e discutidas com visão holística, demonstrando e elucidando a importância do consumo de ovos para a saúde humana.

CONCLUSÃO

O fator preço contribui muito para o consumo de ovos, visto que a maioria dos grupos familiares são compostas por até cinco pessoas, chegando a renda total da família de três salários mínimos. O ovo, neste contexto socioeconômico, se torna alternativa para ingestão de proteína animal, por ser mais acessível. A forma de ingestão mais utilizada foi o ovo frito mesmo esse oferecendo risco à saúde, o que demonstra a necessidade do aumento de informações sobre o valor nutritivo desse alimento.

REFERÊNCIAS

ABRAMS, E. M.; SICHERER, S. H. Diagnosis and management of food allergy. **Canadian Medical Association Journal**, Ottawa, v. 188, n. 15, p. 1087-1093, 2016.

ALCANTRA, J. B; **Qualidade físico-química de ovos comerciais: avaliação e manutenção da qualidade**. Universidade federal de Goiás. Goiânia, 2012.

AMARAL et al. **Avicultura de postura: estrutura da cadeia produtiva, panorama do setor no Brasil e no mundo e o apoio do BNDES**. 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL – ABPA. **Relatório Anual 2017**. Disponível em: <http://abpa-br.com.br/> . Acesso em: 03 fev. 2018.

ESCOBAR, A. Saúde e físico determinam quantos ovos podem comer ao dia. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/blog/doutora-ana-responde/post/saude-e-fisico-determinam-quantos-ovos-voce-pode-comer-por-dia.html>. Acesso em 02. mar. 2018.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION - FAO. China se mantém como o maior produtor de ovos em 2013. Disponível em: <http://ovosite.com.br/noticias/index.php?codnoticia=13537>. Acesso em 04/02/2018 às 15:30 hs

MATTAR, F.N. **Administração de varejo**. Rio de Janeiro. Ed.Elsevier, 2011.

MENDES, L.J; et al. Perfil do consumidor de ovos e carne de frango do município de janaúba-MG. **Arm Veterinária**, Jaboticabal, SP, v.32, n.1, 081-087, 2016.

NIAID- Sponsored Expert Panel. Guidelines for the diagnosis and management of food allergy in the United States: Report of the NIAID-sponsored expert panel. **Journal of Allergy and Clinical Immunology**, St Louis, V. 126, N. 6, S1-58, 2010.

NOVELLO, D.; FRANCESCHINI, P.; APARECIDA Q. D.; OST, P. R. (2006). Ovo: Conceitos, análises e controvérsias na saúde humana. **SciELO**, Caracas, v.56, n.4. dez.

Boas práticas de produção em granjas de ovos comerciais. **Revista Avicultura Industrial**. Disponível em <https://www.aviculturaindustrial.com.br/imprensa/boas-praticas-de-%20producao-nas-granjas-de-ovos-comerciais/20161219-192423-o168> Acesso em 12/03/2018 às 14:26

SAMPSON H. A. et al. Food allergy: a practice parameter update-2014. **Journal of Allergy and Clinical Immunology**, St. Louis, v. 134, n. 5, p. 1016-1025, 2014.

SILVA, P.J. **Escolhas e influências dos consumidores de alimentos na modernidade flexiva: um estudo em supermercados**. 2006. 149 p. Dissertação (Mestrado em sociologia) - Faculdade de Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

TOMASI, K. et al. Perfil do consumo e descarte de óleo comestível no município de Ijuí – RS. **Revista Contexto e Saúde**. V 14. N 27. JUL.DEZ.2014. p 54-64. Editora Unijuí. 2014.