

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE OVOS E PERCEPÇÃO DESTES SOBRE OS SISTEMAS ALTERNATIVOS DE PRODUÇÃO CONSIDERANDO O BEM-ESTAR ANIMAL

*PROFILE OF EGG CONSUMERS AND THEIR PERCEPTION ABOUT ALTERNATIVE
PRODUCTION SYSTEMS CONSIDERING ANIMAL WELFARE*

Renata Soares Tavares da Silva, Róbson Esteves Nóboa da Silva, Letícia Gonçalves Enne, Amélia Cristina Ferreira Caetano

RESUMO

O objetivo com o presente estudo consistiu em identificar o perfil do consumidor de ovos, considerando os atributos de maior relevância na decisão de compra e conhecimentos sobre os sistemas de produção praticados no Brasil. Para tal, a presente pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa, obtendo parecer favorável. Para analisar a percepção dos consumidores foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas, aplicado na modalidade online, utilizando a ferramenta gratuita “google forms”, entre os meses de junho à novembro de 2021. O questionário foi respondido por 100 consumidores, dos quais 8% tem hábito regular de consumir ovos de sistemas alternativos, como caipira ou orgânico. Constatou-se também que dentre aqueles que não os consomem, o maior impedimento consiste no preço destes ovos, embora considerem justo este valor mais elevado. O termo bem-estar animal na avicultura de postura tem sido outorgado à criação livre de gaiolas, entretanto, embora os consumidores se disponham a pagar mais por ovos produzidos considerando o bem-estar animal, o preço ainda se configura como fator decisivo na decisão de compra.

Palavras-chave: avicultura alternativa; ovos caipiras; ovos orgânicos; sustentabilidade ambiental.

ABSTRACT

The aim of the present study was to identify the profile of the egg consumer, considering the most relevant attributes in the purchase decision and knowledge about the production systems practiced in Brazil. For this purpose, this research was submitted to the Research Ethics Committee, obtaining a favorable opinion. To analyze the perception of consumers, a questionnaire was created with open and closed questions, applied online, using the free tool "google forms", between the months of June and November 2021. The questionnaire was answered by 100 consumers, of which 8% have a regular habit of consuming eggs from alternative systems, such as free-range or organic. It was also found that among those who do not consume them, the biggest impediment is the price of these eggs, although they consider this higher value to be fair. The term animal welfare in laying poultry has been given to cage-free breeding, however, although consumers are willing to pay more for eggs produced considering animal welfare, price is still a decisive factor in the decision to purchase.

Keywords: alternative poultry farming; free range eggs; organic eggs; environmental sustainability.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a avicultura de postura é uma atividade com caráter industrial, amplamente consolidada, em constante desenvolvimento e

modernização. A importância socioeconômica da atividade pode ser evidenciada pelo crescimento de 9% no volume produzido em 2020, atingindo o montante recorde de 52,5 bilhões de unidades de ovos, acompanhado pelo

aumento do consumo per capita, que saltou de 230 para 251 unidades, de acordo com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA, 2021). Estes dados referem-se à avicultura de postura convencional, chamada de industrial, devido ao seu caráter intensivo, que permite alcançar altos índices de eficiência, tornando possível a produção de ovos com custo acessível às diferentes classes econômicas (DEVI *et al.*, 2018).

Neste sistema as aves são criadas em gaiolas durante a totalidade ou maior parte da sua vida e também são empregados aditivos promotores de crescimento de base antibiótica, em conformidade com as normas sanitárias vigentes (ALVARADO HUALLANCO, 2004; DEMATTÊ FILHO; PEREIRA, 2017).

Entretanto, em função do desenvolvimento econômico e maior acesso à informação, consumidores atuais estão cada vez mais preocupados com a forma como os alimentos de origem animal são produzidos. Dentre os questionamentos suscitados na criação de aves estão o uso de hormônios, de promotores de crescimento de base antibiótica e substâncias sintéticas na ração, contaminações diversas e o respeito ao bem-estar animal (DEMATTÊ FILHO; MORUZZI MARQUES, 2011; BONAMINGO; BONAMINGO; MOLENTO, 2012).

O bem-estar animal (BEA) tornou-se, atualmente, o principal alvo das críticas aos sistemas de produção (BONAMINGO; BONAMINGO; MOLENTO, 2012; HOWELL *et al.*, 2016; SOUSA *et al.*, 2016). Nos países em que estas demandas são mais intensas, foram desenvolvidas leis e normas mais rígidas para assegurar o bem-estar na produção animal. Este comportamento pode ser observado nos países da União Europeia e no estado da Califórnia, nos Estados Unidos (SOUSA *et al.*, 2016). Na União Europeia estas preocupações provocaram mudanças profundas na cadeia produtiva,

resultando na proibição no uso de antimicrobianos na dieta das aves em 2006 (DEVI *et al.*, 2018) e, em 2012, substituição de gaiolas convencionais por gaiolas enriquecidas ou por sistemas alternativos que melhor resguardassem o bem-estar das galinhas poedeiras, estabelecida pela Diretiva do Conselho Europeu 1999/74/CE (STRINGHINI *et al.*, 2014). E, em 2021, o Parlamento Europeu votou uma resolução em que o uso de gaiolas de quaisquer tipos, incluindo as enriquecidas utilizadas atualmente, deverá ser banido na produção de animais até o ano de 2027 (MCDOUGAL, 2021).

Estas preocupações relacionadas ao bem-estar animal, segurança alimentar e sustentabilidade têm impulsionado a implantação e consolidação de sistemas de produção de ovos alternativos no Brasil, dos quais destacam-se o sistema orgânico e o sistema caipira. Podem ser citados ainda o *Free-range* e *Cage-free*. Estes diferenciam-se do sistema convencional por proibir uso de gaiolas, de alimentos de origem animal e de antibióticos como promotores de crescimento na ração dos animais (BRASIL, 2003; DEMATTÊ FILHO; MORUZZI MARQUES, 2011; ABNT, 2016; DEMATTÊ FILHO; PEREIRA, 2017; BRASIL, 2021).

Entretanto, apesar destas 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 (GROOT; VIZÚ, 2021), sobre a definição bem-estar animal (LOURENÇO *et al.*, 2018) e que o fator preponderante na decisão de compra dos ovos ainda consiste no preço do produto (CORREIA *et al.*, 2019; GROOT; VIZÚ, 2021), o que contrapõe-se ao consumo de ovos provenientes de sistemas alternativos, uma vez que estes apresentam maior custo de produção como

resultado da menor densidade de alojamento, maior custo da alimentação e maior dispêndio com mão-de-obra em relação ao sistema convencional (SCHWARTZ; GAMEIRO, 2017).

Neste cenário, são necessários estudos no Brasil que avaliem a percepção dos consumidores em relação aos ovos produzidos em sistemas alternativos, a fim de gerar informações mais confiáveis que possam colaborar com a elaboração de políticas públicas para o setor, como salientaram Groot e Vizú (2021).

Desse modo, o objetivo com este estudo consistiu em identificar o perfil do consumidor de ovos, considerando os atributos de maior relevância na decisão de compra e conhecimentos sobre os sistemas de produção de ovos praticados no Brasil.

METODOLOGIA

O presente estudo foi realizado no Centro Universitário Serra dos Órgãos, no

Centro de Ciências da Saúde, no Curso de Medicina Veterinária, no ano de 2021. O projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), através da Plataforma Brasil, tendo sido aprovado com número CAE 29817020.8.0000.5247.

Para identificar o perfil de consumidores de ovos, considerando os atributos de maior relevância na decisão de compra de ovos, percepção de bem-estar animal e conhecimentos sobre os sistemas de produção de ovos praticados no Brasil, foi elaborado um questionário com perguntas abertas e fechadas, aplicado na modalidade online, utilizando a ferramenta gratuita “*google forms*”, entre os meses de março e novembro de 2021, cujo link foi divulgado através de mídias sociais. Os respondentes foram esclarecidos quanto aos objetivos da pesquisa e os mesmos não foram identificados, mantendo sigilo de identidade. O questionário pode ser visualizado na Figura 1.

Figura 1 – Questionário destinado aos consumidores de ovos.

Perguntas	Respostas			
Sou maior de 18 anos e aceito a participar da pesquisa	Sim	Não		
Gênero	F	M	Outro	
Idade	Entre 18 e 30 anos			
	Entre 31 e 40 anos			
	Entre 41 e 50 anos			
	Entre 51 e 60 anos			
	Acima de 60 anos			
Estado em que reside?				
Nível de escolaridade:	Ensino Fundamental incompleto			
	Ensino Fundamental completo			
	Ensino médio incompleto			
	Ensino médio completo			
	Ensino Superior incompleto			
	Ensino Superior completo			
	Pós-graduação			
Quantas pessoas residem juntas?				
Renda mensal bruta	Até um salário mínimo			
	Entre 1 e 3 salários mínimos			
	Acima de 3 e abaixo de 5 salários mínimos			
	Acima de 5 abaixo de 15 salários mínimos			
	Acima de 15 salários mínimos			
	Prefiro não responder			
Você quem faz as compras de alimentos	Sim	Não		
Você compra ovos	Sim	Não		
Você consome ovos	Sim	Não		
Onde você compra ovos?	Padaria e pequenas mercearias			
	Supermercados			
	Feiras			
	Compra direta dos produtores			
	Delivery			
	Outros			
Quais os critérios que você adota para comprar ovos?	Marca			
	Menor preço			
	Data de validade			
	Sistema de criação			
	Galinhas livres de gaiolas			
	Galinhas felizes			
	Ovos orgânicos			
	Ovos caipiras			
	Você compra ovos de sistemas alternativos	Sim	Não	Às Vezes
Você gostaria de comprar estes ovos?	Sim	Não	Às Vezes	
Com que frequência você adquire ovos de sistemas alternativos?	Nunca	Sempre	Às Vezes	
Quais os fatores que te levaram a comprar alimentos produzidos nestes sistemas?				
Considera justo o preço mais elevado deste tipo de ovo?	Sim	Não		
Considera que ovos produzidos em sistemas orgânicos ou caipira possuem melhor valor nutricional?	Sim	Não	Não sei responder	
Considera que ovos produzidos em sistemas orgânicos ou caipira sejam mais saudáveis para o consumidor?	Sim	Não	Não sei responder	
Considera que ovos produzidos em sistemas orgânicos ou caipira sejam mais saborosos?	Sim	Não	Não sei responder	
Considera que ovos produzidos em sistemas orgânicos ou caipira estejam relacionados com a preservação do meio ambiente?	Sim	Não	Não sei responder	
Considera que ovos produzidos em sistemas orgânicos ou caipira possuem maior prazo de validade?	Sim	Não	Não sei responder	
Você sabe o que é bem-estar animal?	Sim	Não	Não sei responder	
Como você pode definir bem-estar animal?				
Dentre estas opções, o que você entende como sendo bem-estar animal?	Liberdade das aves expressarem comportamentos naturais da espécie			
	Ausência de medo ou estresse			
	Ausência de dor ou doenças			
	Ausência de desconforto			
	Livre de fome ou sede			
	Alojamento livre de gaiolas			
	Tipo de alimentação			
	Ausência de debicagem			

Fonte: elaborado pelos autores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Tabela 1 apresenta o perfil sociodemográfico dos 100 respondentes na pesquisa. Quanto ao gênero, a amostra caracteriza-se em sua maioria por pessoas do sexo feminino (78%), em que a maior parte delas (74%) assinalou que faz as compras

frequentemente (48%) ou às vezes (26%). Este resultado confirma o relato de Teixeira e da Silva (2015), de que as mulheres são as grandes responsáveis pelas decisões de compras de produtos alimentícios no Brasil e, portanto, a amostra no presente estudo representa as opiniões das pessoas que tomam decisões de compra nos domicílios.

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico dos consumidores

Características sociodemográficas	Amostra	
	N	Percentual
Gênero do consumidor		
Feminino	78	78%
Masculino	22	22%
Faixa etária do consumidor		
Entre 18 e 30 anos	36	36%
Entre 31 e 40 anos	18	18%
Entre 41 e 50 anos	14	14%
Entre 51 e 60 anos	18	18%
Acima de 60 anos	14	14%
Nível de escolaridade do consumidor		
Ensino Fundamental incompleto	1	1%
Ensino Fundamental completo	1	1%
Ensino Médio incompleto	2	2%
Ensino Médio completo	11	11%
Ensino Superior incompleto	24	24%
Ensino Superior completo	34	34%
Pós-graduação	27	27%
Renda familiar dos consumidores		
Até um salário mínimo	8	8%
Entre 1 e 3 salários mínimos	34	34%
Acima de 3 e abaixo de 5 salários mínimos	19	19%
Acima de 5 e abaixo de 15 salários mínimos	25	25%
Acima de 15 salários mínimos	7	7%
Prefiro não responder	7	7%
Estado dos consumidores		
Minas Gerais	1	1%
Pernambuco	2	2%
Rio de Janeiro	94	94%

São Paulo

3

3%

Fonte: elaborado pelos autores.

Quanto à faixa etária, a maioria (36%) dos respondentes caracteriza-se por ter entre 18 e 30 anos de idade, o que é interessante para a pesquisa uma vez que a mesma pertence às gerações Y e Z, caracterizados pelo fato de serem mais familiarizados com os meios digitais de comunicação, como pontuam Colet e Mozzato (2019) e que, desse modo, acredita-se que sejam mais sensíveis às discussões sobre a forma como os alimentos são produzidos. De fato, no presente estudo, estes representam 34,6% das pessoas que compram ovos de sistemas alternativos regularmente e 43,3% das pessoas que os compram às vezes.

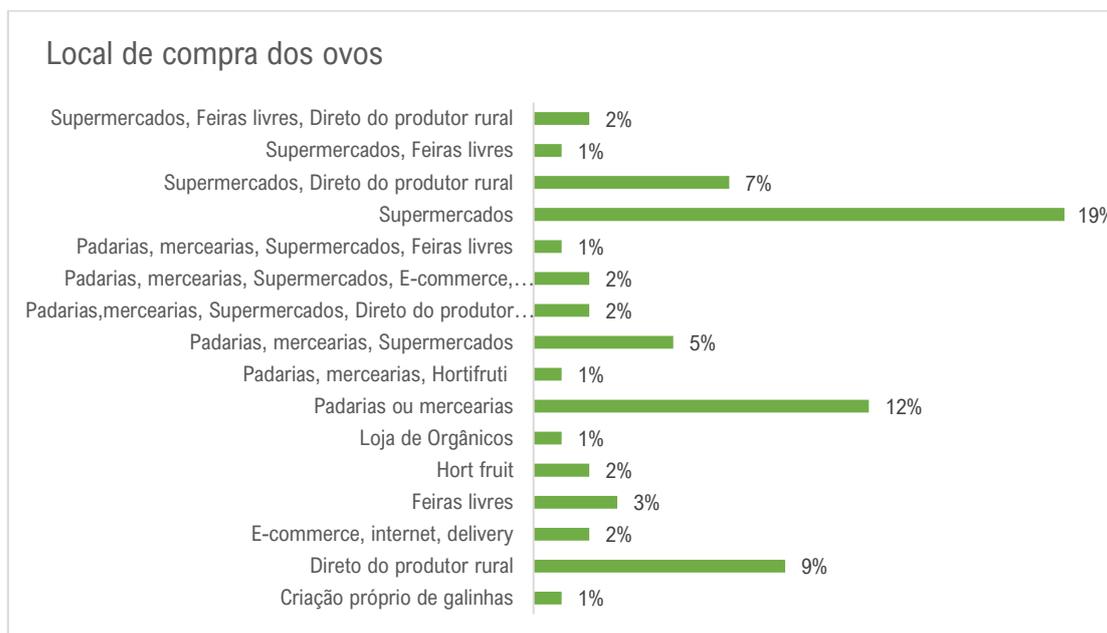
Quanto ao nível de escolaridade, a maioria apresenta ensino superior completo (34%) ou incompleto (24%). Estes dados apresentam discrepância quando comparados às médias estabelecidas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo IBGE (2019) para a população nacional, de que para pessoas com idade acima de 25 anos, 17,4% da população apresentam ensino superior completo e 4% ensino superior incompleto. O maior nível de escolaridade observado neste estudo pode estar relacionado ao fato de que a pesquisa foi aplicada através de meios digitais.

No que se refere à classe social, embora 7% dos respondentes não tenham assinalado o nível de renda, a maioria (61%) pertence às classes C/D/E com renda de até 5 salários mínimos (critério adotado no presente estudo).

Gráfico 1 – Local de compra dos ovos pelos consumidores

Dentre estes, 16,6% apontou que adquire ovos de sistemas alternativos com regularidade e 21,7% o faz raramente. Considerando unicamente estas classes na pesquisa, quando questionados quanto aos critérios adotados para compra de ovos (pergunta aberta), o preço do ovo aparece em 55,7% das respostas. A menor proporção de consumo destes ovos em relação àquele apontado pelas classes A e B (de 68,75% considerando consumo regular e raramente) deve-se possivelmente ao maior custo destes. De fato, Demattê Filho e Moruzzi Marques (2011) pontuaram de que o preço do ovo orgânico ainda dificulta sua maior difusão entre consumidores.

Quanto aos locais de compra de ovos, as opções apontadas pelos consumidores podem ser visualizadas no gráfico 1. A compra em supermercados predomina entre os consumidores, seguida de padarias ou pequenas mercearias e, por fim, diretamente de produtores rurais. Um aspecto interessante é a compra desse gênero alimentício através de canais de vendas virtuais, como E-commerce, que foi listado na opção “outros” pelos respondentes, associado ou não a outros tipos de comércio. Isto pode ser explicado pelo crescimento desta modalidade comercial frente à sua comodidade, venda de produtos diferenciados e também pelo isolamento social provocado no ano de 2020, devido a pandemia de Covid 19.



Fonte: elaborado pelos autores.

Quando questionados quando ao fato de comprarem ovos provenientes de sistemas alternativos, 44% dos respondentes não os adquire, seguido de 36% que os compram às vezes e 20% declarou que os compra com regularidade. Quando questionados quanto à frequência, 8% declarou comprar sempre este tipo de ovo. Esta parcela de 8% do mercado consumidor deve ser vista como um aspecto positivo para o desenvolvimento destes sistemas no Brasil e, em especial, no Estado do Rio de Janeiro, cujas condições de produção de ovos em escala são menos atrativas e viáveis economicamente se comparadas aos estados de maior produção de grãos para alimentação dos animais. Diante disso, estes sistemas alternativos de produção configuram-se como uma opção aos pequenos produtores rurais, devido ao maior valor agregado dos seus produtos, permitindo que estes se mantenham na atividade como pontuaram Oliveira *et al.* (2019).

Quando estes consumidores foram questionados se gostariam de comprar estes

ovos, considerando apenas os que nunca os compram e que os compram às vezes, 48,64% destes afirmou que sim. E relacionaram que o principal fator que os impede de consumir este tipo de ovo consiste no seu custo mais elevado em relação aos ovos convencionais, embora 52% do total de respondentes considere justo pagar mais por eles. Os outros fatores mencionados por alguns respondentes que os impedem de consumi-los foram a disponibilidade e acesso a este tipo de ovo, a falta de hábito, pelo fato de desconhecer procedência ou saber se são produzidos com higiene e se são bem armazenados e, por fim, alguns mencionaram que nada os impede.

Com relação aos aspectos importantes na escolha dos ovos, 40% das respostas continham as expressões “galinhas livres de gaiolas ou galinhas felizes, ovos produzidos em sistemas orgânicos ou ovos produzidos em sistema caipira” de forma isolada ou associada a outros aspectos (pergunta com mais de uma opção possível). Esse alto percentual demonstra que a população, apesar do menor consumo

regular destes ovos, está mais familiarizada com os termos inerentes aos sistemas de produção alternativos, cujos preceitos de produção consideram as questões de bem-estar animal, segurança alimentar e preservação ambiental (DEMATTÊ FILHO; MORUZZI MARQUES, 2011; ABNT, 2016; DEMATTÊ FILHO; PEREIRA, 2017; BRASIL, 2021), o que demonstra que de fato existe uma preocupação quanto ao assunto, como exposto por Bonamingo, Bonamingo e Molento (2012), HOWELL *et al.* (2016) e SOUSA *et al.* (2016). Porém, o preço dos ovos ainda é o fator que prevalece na escolha dos ovos, estando presente em 50% das respostas (e, conseqüentemente, na decisão de compra). O prazo de validade é considerado em 30% das respostas, seguido pelo atributo marca (5%) e outros aspectos apenas mencionados consistem na confiança no vendedor e que não há nenhum critério para escolha.

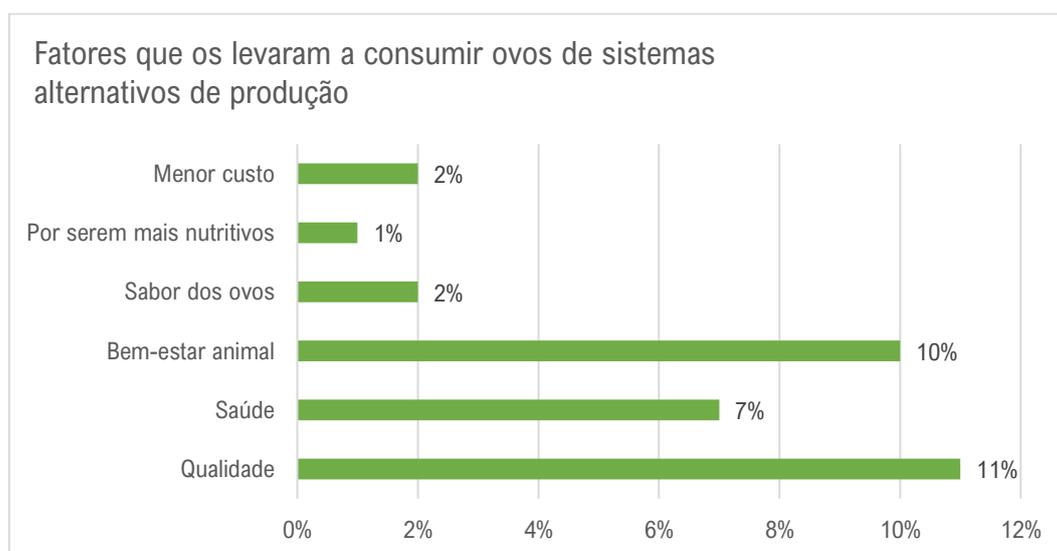
A preferência por ovos caipiras foi observada por Correia *et al.* (2019) na cidade de São Luís de Montes Belos – GO, por 67,75% dos entrevistados, no entanto, os fatores preponderantes na escolha do ovo foram o preço (70,96%), a integridade (para 87% dos entrevistados) e a aparência do produto (74,19% dos entrevistados), resultado semelhante àquele observado no presente estudo.

Considerando apenas os consumidores que têm por hábito o consumo de ovos de sistemas alternativos, ao serem questionados quanto aos atributos que os levaram a consumi-

los, a qualidade foi mencionada como sendo o fator mais importante (11%), seguido do bem-estar animal inerente a estes sistemas produtivos, como pode ser observado no Gráfico 2. Isso demonstra que de fato o bem-estar animal tem sido uma questão relevante para parte dos consumidores, como pontuaram HOWELL *et al.* (2016).

Apenas 16% dos respondentes assinalaram não ter conhecimento sobre o que é bem-estar animal, enquanto 84% declarou saber no que consiste. Quando os mesmos foram questionados em relação ao que consideram como sendo bem-estar animal, 31% das respostas valeram-se das cinco liberdades estabelecidas no Conselho de Bem-Estar Animais de Fazenda (FAWC, 2009) ou Council (2012), as quais compreendem: 1) livres de fome ou sede; 2) ausência de desconforto; 3) capacidade de expressarem comportamentos naturais da espécie; 4) livre de medo ou estresse e; 5) livre de dor ou doenças. Além dos fatores apontados acima, 62% das respostas consideram relevante o tipo de alimentação; 33% das respostas listam a ausência de medicamentos como garantia de bem-estar animal e ausência de debicagem foi considerada em 30% das respostas (apenas 48% dos respondentes declaram saber o que é debicagem). A expressão livre de gaiolas, entretanto, foi o item de maior relevância para o bem-estar animal, tendo aparecido em 77% das respostas.

Gráfico 2 – Fatores considerados importantes na preferência dos consumidores de ovos alternativos.



Fonte: elaborado pelos autores.

Quanto à percepção dos consumidores sobre os ovos produzidos em sistemas alternativos e sobre o conhecimento em relação a estes sistemas, as respostas podem ser observadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Percepção dos consumidores quanto aos sistemas alternativos de produção de ovos.

Percepção em relação aos sistemas alternativos	Amostra	
	N	Percentual
Consideram que ovos produzidos em sistema orgânico ou caipira apresentem melhor valor nutricional		
Sim	68	68%
Talvez	19	19%
Não	13	13%
Consideram que ovos produzidos em sistema orgânico ou caipira sejam mais saudáveis		
Sim	69	69%
Talvez	23	23%
Não	8	8%
Consideram que ovos produzidos em sistema orgânico ou caipira sejam mais saborosos		
Sim	75	75%
Talvez	16	16%
Não	9	9%
Consideram que ovos produzidos em sistema orgânico ou caipira apresentam maior data de validade		
Não	49	49%
Talvez	28	28%
Sim	23	23%
Conhecimento sobre o sistema orgânico de produção		
Sim	75	75%
Talvez	15	

Não	10	10%
Conhecimento sobre o sistema caipira de produção		
Sim	65	65%
Não	19	19%
Talvez	16	16%

Fonte: elaborado pelos autores.

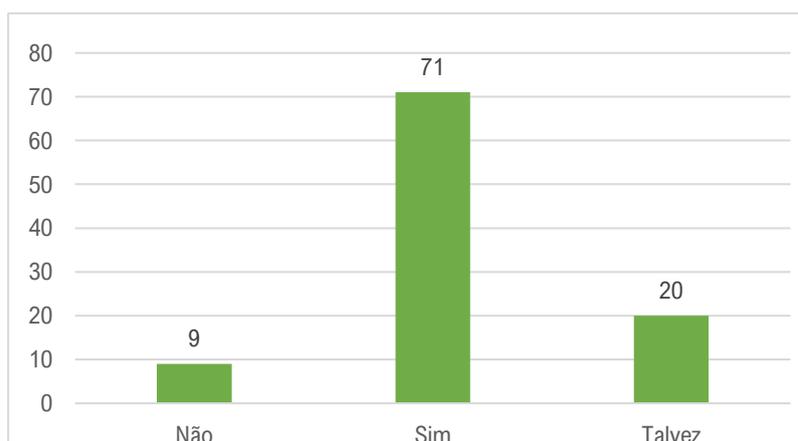
Como pode ser observado, os consumidores consideram que os ovos provenientes destes sistemas apresentam maior valor nutricional, sejam mais saudáveis e mais saborosos. Do ponto de vista nutricional, o valor nutricional dos ovos está relacionado com a alimentação e saúde das galinhas, de modo que o sistema *per se* não seja garantia de melhor valor nutricional. O fato de serem mais saudáveis pode ser atribuído às restrições no uso de antibióticos e de alimentos convencionais na ração das aves no sistema orgânico de produção, como estabelecido pela Portaria de nº 52 do MAPA (BRASIL, 2021) e de antibióticos no sistema de produção caipira conforme a NBR – 16437 (ABNT, 2016). O sabor, por sua vez, é de percepção individual, mas tem sido de fato um fator considerado pelos consumidores que

preferem este tipo de ovo como salientado por Santos *et al.* (2011).

Com relação ao conhecimento sobre estes sistemas, a maioria afirma saber o que são. Logo, no presente estudo, pode se inferir que a falta de conhecimento sobre o sistema de produção não se configura como sendo um fator que infere negativamente na aquisição deste tipo de ovo.

Quando questionados se estariam dispostos a pagar um preço maior por ovos produzidos priorizando o bem-estar animal, 71% declarou que sim, como pode ser observado no gráfico 3. Esta maior disposição em pagar mais por este tipo de ovos está centrada em pessoas do gênero feminino e que apresentam idade entre 18 e 30 anos.

Gráfico 3 – Disposição em pagar mais por um ovo produzido em sistemas que consideram o bem-estar das aves.



Fonte: elaborado pelos autores.

Esta tendência de disposição em pagar mais pelos ovos produzidos em sistemas que

consideram o bem-estar animal também foi observada nos estudos de Lourenço *et al.* (2018)

no Município de Varjota no Ceará (80%) e por Groot e Vizú (2021), em Dracena, SP. 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. O sistema de produção foi considerado como tendo 7 a 8º em uma escala de prioridade na decisão de compra pelos respondentes, o que foi atribuído ao baixo conhecimento destes pelos tipos de sistemas de produção, comprovado pelo fato de que apenas 7,7% deles declararam conhecimento sobre o sistema free-range. Entretanto, uma vez esclarecidos sobre os diferentes sistemas, estes consumidores se dispõem a pagar um maior valor aos ovos produzidos em melhores condições de bem-estar animal, estando esta maior disposição à aquisição de ovos alternativos nas mulheres e jovens entre 18 e 25 anos de idade.

CONCLUSÕES

No presente estudo 8% dos consumidores estão habituados ao consumo regular de ovos de sistemas alternativos e dentre as motivações para o consumo estão, em ordem de prioridade, a qualidade e o bem-estar animal. Para aqueles que não os consomem com regularidade, os maiores impedimentos consistem no valor mais elevado e o acesso aos mesmos.

Para a maioria dos consumidores o bem-estar animal está relacionado com as cinco liberdades que devem dispor os animais e estes declaram conhecer os sistemas de produção desenvolvidos sob este preceito, o que demonstra que de fato as pessoas estão mais informadas sobre o assunto. Entretanto, apesar deste atributo configurar-se como uma preocupação e dos consumidores estarem dispostos a pagar valores mais elevados por

alimentos que sejam produzidos sob esta ótica, o que prevalece atualmente na atitude de compra, consiste no preço dos ovos.

REFERÊNCIAS

- ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). Avicultura - Produção, classificação e identificação do ovo caipira, colonial ou capoeira. ABNT NBR 16437: 2016. 9p.
- ABPA (Associação Brasileira de Proteína Animal). Relatório 2021. São Paulo: ABPA, 2020. 75 p.
- ALVARADO HUALLANCO, M. B. Aplicação de um sistema de classificação de carcaças e cortes e efeito pós abate da qualidade de cortes de frango criados no sistema alternativo. Piracicaba. 2004. 82f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) - Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2004.
- BONAMIGO, A.; BONAMINGO, C. B. dos S. S.; MOLENTO, C. F. M. Atribuições da carne de frango relevantes ao consumidor: foco no bem-estar animal. Revista Brasileira de Zootecnia, v.41, n.4, p.1044-1050, 2012.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº 10831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF, 23 dez. 2003. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo. Seção 1, p. 8.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Portaria nº 52, de 15 de março de 2021. Estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção e as listas de substâncias e práticas para o uso nos Sistemas Orgânicos de Produção. Diário Oficial da União, Brasília, 23 de março de 2021. Seção 1, p. 10.
- COLET, D. S.; MOZZATO, A. R. “Nativos digitais”: características atribuídas por gestores à Geração Z. DESENVOLVE: Revista de

Gestão do Unilasalle, Canoas, v. 8, n. 2, p. 25-40, jul. 2019.

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: V CONGRESSO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS (CEPE/UEG): Ciência para redução de desigualdades. 2018. Goiás. Anais [...] Goiás: UEG, 2019. 5p.

COUNCIL, F. A. W. Farm Animal Welfare: Five freedoms. 10 out. 2012. Disponível em: <<https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121010012427/http://www.fawc.org.uk/freedoms.htm>>. Acesso em: 19 dez. 2021.

DEMATTE FILHO, L. C.; MORUZZI MARQUES, P. E. Dinâmica tecnológica da cadeia industrial da avicultura alternativa: multifuncionalidade, desenvolvimento territorial e sustentabilidade. Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, v. 18, n. 2, p.1-11, 2011.

DEMATTE FILHO, L. C.; PEREIRA, G. V. O mercado de frangos e ovos orgânicos e caipira - Potencial de mercado. In: XXI Seminário Nordestino de Pecuária. Fortaleza, CE, 2017. Disponível em: <<http://www.cpmo.org.br/cms/publicacoes/1.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2020.

DEVI, P. C.; SAMANTA, A. K.; DAS, B; KALITA, G.; BEBERA, P. S.; BARMAN, S. Effect of plant extracts and essential oil blend as alternatives to antibiotic growth promoters on growth performance. Indian Journal of Animal Nutrition, v. 35, n. 4, p. 421-427, 2018.

FARM ANIMAL WELFARE COUNCIL. Farm Animal Welfare in Great Britain: past, present, and future. Londres: FAWC, 2009. Disponível em: <<https://assets.publishing.service.gov.uk/gover>

ment/uploads/system/uploads/attachment_data/file/319292/Farm_Animal_Welfare_in_Great_Britain_-_Past__Present_and_Future.pdf.>

Acesso em: 20 dez. 2021.

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.

HOWELL, T. J.; ROHLF, V. I.; COLEMAN, G. J.; RAULT, J. L. Online Chats to Assess Stakeholder Perceptions of Meat Chicken Intensification and Welfare. Animals, v. 6. n. 67, p. 1-14, 2016.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Conheça o Brasil: Educação. 2019. Disponível em:

<<https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html>>.

Acesso em: 27 dez. 2021.

LOURENÇO, C. L. C. M.; COSTA, A. C.; LIMA, A. C.; PEREIRA, K. A.; VICENTE, S. L. A.; JÚNIOR, A. S. R.; MARTINS, F. M. P.; MARTINS, F. G. L. Análise do perfil do consumidor de ovos de poedeiras no Município de Varjota, Ceará. In: 55ª REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA E 28º CONGRESSO BRASILEIRO DE ZOOTECNIA, 2018. Goiânia – GO. Anais [...] Brasília, DF: Sociedade Brasileira de Zootecnia/ Associação Brasileira de Zootecistas, 2018. 6p. Disponível em:<

<http://www.adaltech.com.br/anais/zootecnia2018/trabalhos.htm>>. Acesso em: 22 dez. 2021.

MCDOUGAL, T. European Parliament votes to ban the use of cages by 2027. Poultry World, 14 junho de 2021. Disponível em: <<https://www.poultryworld.net/Eggs/Articles/2021/6/European-Parliament-votes-to-ban-the-use-of-cages-by-2027-758070E/>>. Acesso em: 27 dez. 2021.

OLIVEIRA, R.; SILVA, H. L.; MIRA, L. B.; SILVA, L. V.; JESUS, S. F. P. Bem-estar das galinhas poedeiras. *Anais Santagro*, v. 11, n.1, p. 98-104, 2019.

SCHWARTZ, F. F.; GAMEIRO, A. H. Análise de custo-benefício de sistemas de produção de ovos em gaiolas (em bateria) e sem gaiolas (caipira) nos estados de São Paulo e Paraná. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, v. 6, n. 6, p. 132-147, Mar. 2017.

SANTOS, F. R.; PEREIRA, L. C. M.; MINAFRA, C. S.; SANTOS, P. A.; SANTOS, A. L.; OLIVEIRA, P. R. Qualidade e composição nutricional de ovos convencionais e caipiras comercializados em Rio Verde, Goiás. *PUBVET, Londrina*, v. 5, n. 35, Ed. 182, Art. 1228, 2011.

SOUSA, G. P. PEREIRA, D. F.; WATANABE, K.; CATANEO, P. F. Comparison of National and International Standards of Good Egg Production Practices. *Brazilian Journal of Poultry Science, Campinas*, v. 18, n. 4, p. 581-588, dez. 2016.

STRINGHINI, J. H.; ANDRADE, M. A.; CUNHA, M. I. R.; VIANA, E. F.; CAFÉ, M. B.; ROYER, A. F. B.; REZENDE, P. M. Aspectos sobre cria e recria de poedeiras comerciais. In: ALBINO, L. F. T.; CARVALHO, B. R.; MAIA, R. C.; BARROS, V. R. S. M. *Galinhas poedeiras: criação e alimentação*. Viçosa, MG; Aprenda Fácil, 2014, p. 75 – 98.

TEIXEIRA, M. M.; DA SILVA, V. B. Comportamento de compra dos consumidores em mercados de bairros. *Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia*, v. 16, p. 62-85, 2015.