

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE VETERINÁRIA**

**CONHECIMENTO E CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS COM ÊNFASE  
EM OVOS NO RIO GRANDE DO SUL**

**Autor: Samanta Cristina Souza Prunier**

**PORTO ALEGRE**

**2011/2**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE VETERINÁRIA**

**CONHECIMENTO E CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS COM ÊNFASE  
EM OVOS NO RIO GRANDE DO SUL**

**Autor: Samanta Cristina Souza Prunier**

**Trabalho apresentado como requisito  
parcial para graduação em Medicina  
Veterinária**

**Orientador: Andrea Troller Pinto**

**PORTO ALEGRE**

**2011/2**

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Laboratório de Inspeção e Tecnologia de Leite e Derivados, Ovos e Mel da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e a equipe de entrevistadores.

## RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi identificar o perfil do consumidor de alimentos orgânicos, principais alimentos consumidos e frequência; com ênfase em ovos. Os dados foram coletados aplicando-se questionário estruturado em 104 entrevistados durante Expointer 2010 no Rio Grande do Sul. Foi identificado que 79,8% dos participantes já consumiram algum alimento oriundo deste sistema, sendo que as hortaliças são apontadas por 68,26% e os ovos por apenas 15,38%. Quanto à periodicidade de consumo para 47% dos entrevistados os alimentos orgânicos possuem aceitação e frequência regular na dieta.

Muitos entrevistados caracterizaram a produção orgânica de aves poedeiras como aquela que não utiliza antimicrobiano (75%), as aves recebem alimentos naturais (68,2%), expressam comportamento ou são mais felizes (56,7%). A qualidade higiênica é considerada semelhante aos ovos produzidos de forma convencional por 65, 68% dos participantes e dentre os fatores que podem aumentar o consumo deste alimento estão a aumento dos pontos de vendas 51% e a redução no preço 43%.

**Palavras-chave: alimentos, orgânico, ovos, consumidor**

## ABSTRACT

The objective of this research was to identify the consumer profile of organic food, the main food consumed and frequency, with an emphasis on eggs. Data were collected applying structured questionnaire in 104 Expointer interviewed during 2010 in Rio Grande do Sul has been identified that 79.8% of participant shave consumed any food derived from this system, and the vegetables are mentioned by 68.26% and eggs for only 15.38%.As the frequency of consumption for 47% of respondents have accepted organic foods in the diet and regular attendance.

Many respondents characterized the production of organic laying hens as one that does not use antimicrobial (75%), the birds receive natural foods (68.2%), express or behavior are happier(56.7%). The hygienic quality is considered similar to eggs produced in a conventional manner by 65, 68% of the participants and among the factors that may increase the consumption of food are increasing sales points 51% and 43% reduction in price.

**Keywords: food, organic eggs, consumer**

## SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	2
RESUMO	3
1 INTRODUÇÃO	5
2 DESENVOLVIMENTO	6
3 CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12

## 1 INTRODUÇÃO

Para que um produto receba a denominação de orgânico, ele deverá ser proveniente de um sistema produtivo onde foram aplicados os princípios estabelecidos na regulamentação da produção orgânica. Esta prevê que as unidades produtivas disponham de um Plano de Manejo Orgânico contendo desde o histórico de utilização da área até ações que visem evitar contaminações, bem como procedimentos que apliquem as boas práticas de produção, o manejo da produção animal com ênfase na descrição do bem-estar animal, plano para a promoção da saúde animal, manejo sanitário, nutrição e instalações (BRASIL, 2011).

Para Mazzuco (2008), no futuro de médio e longo prazo, toda a cadeia produtiva de ovos deverá se ajustar a um novo cenário, no qual modificações e melhorias na infra-estrutura das instalações, novas práticas de manejo e manipulação das aves, novos índices de controle de produção e de monitoramento do plantel, novas responsabilidades sociais e ambientais entre outros serão os marcos referenciais de agregação de valor beneficiando o consumidor e garantindo sustentabilidade à atividade de postura comercial.

O consumo de produtos orgânicos cresce no país. Não se conhece o perfil do consumidor deste tipo de produto nem os produtos mais freqüentemente consumidos. Ovos são produtos freqüentemente citados como importantes na composição dos itens adquiridos de produção orgânica. Buscando sanar estas questões o objetivo do trabalho foi caracterizar o conhecimento do consumidor de produtos orgânicos, as principais preferências de consumo e sua freqüência. Deu-se ênfase em ovos orgânicos, buscando saber qual a percepção dos entrevistados sobre produção e qualidade higiênica destes.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **Material e métodos**

O objetivo do trabalho foi pesquisar a percepção dos consumidores da Região de Porto Alegre quanto aos alimentos orgânicos; com ênfase em ovos produzidos desta forma. Elaborou-se questionário dirigido com questões fechadas, sendo este aplicado ao entrevistado individualmente, os dados obtidos através da aplicação de questionário foram tabulados e analisados em Excel.

O questionário continha perguntas quanto ao entendimento do termo “orgânico”, tipo de produtos consumidos e a frequência; e perguntas específicas sobre ovos. Dentre as questões específicas o entrevistado deveria assinalar as características que melhor se enquadravam na forma de produção e/ou características intrínsecas ao produto. Também foi questionada a opinião do entrevistado sobre a qualidade higiênica e o que o faria aumentar o consumo deste alimento.

O perfil dos entrevistados foi feito a partir da idade, nível de escolaridade e renda familiar.

A pesquisa foi realizada no Parque de Exposições Assis Brasil (RS), durante a EXPOINTER – 2010, no período de agosto a setembro. O local foi escolhido tendo em vista a grande afluência e variabilidade do público visitante. Os entrevistados foram selecionados aleatoriamente.

### **Resultados e discussão**

Dos entrevistados 57,69% são do sexo feminino e 42,30% são do sexo masculino e estão divididos na faixa etária dos 20 aos 30 anos (49%), dos 31 aos 50 (32,7%) e acima dos 50 anos (18,27%). A renda familiar identificada em 55,76% das entrevistas, sendo que estava entre 1 a 10 salários para 77,58% dos entrevistados e superior a 10 salários para as demais (22,41%). O nível de escolaridade foi questionado, identificando-se que 15,38% dos participantes possuem até o ensino primário, 27,88% até o ensino secundário e os demais entrevistados cursam ou já concluíram o ensino superior.

Quanto ao conhecimento sobre os alimentos orgânicos, 82,69% dos entrevistados responderam que conheciam produtos orgânicos, sendo que 79,80% já consumiram algum tipo

de alimento produzido desta forma e 20,19% nunca consumiram. A tabela 1 caracteriza o entrevistado que consome alimentos orgânicos.

Tabela 1. Caracterização dos consumidores de alimentos orgânicos participantes do questionário

Sexo	Consumidor de Orgânicos	Ensino. Primário	Ensino Secundário	Ensino Superior	Ren-da (NI)	1-5 Salários	5-10 Salários	>10 Salários
Feminino	40	5	10	25	20	13	5	2
Masculino	32	3	10	19	15	9	5	3
Total	72	8	20	44	35	22	10	5

NI=Não identificados; Ens. 1º, 2º = Ensino primário, Ensino secundário.

Dos participantes que nunca consumiram alimentos orgânicos, identificou-se que 33,3% desconhecem o que sejam estes alimentos. Sendo recente este sistema de produção, muitas dúvidas cercam produtores, consumidores e demais agentes da cadeia, tendo sido tema de pesquisas de mercado e evidenciando a necessidade de esclarecimentos a população sobre os benefícios dos alimentos orgânicos e seus conceitos como forma de promover o consumo e produção (Momesso et. al, 2009).

Dos alimentos consumidos, as hortaliças foram apontadas por 68,26% dos entrevistados, o leite por 23,07% e os cereais por 16,34%. Os ovos orgânicos estão presentes nas mesas de apenas 15,38% dos participantes e apresentam o menor consumo dentre os alimentos apontados.

A frequência de consumo de alimentos orgânicos está apresentada no Gráfico 1. Um percentual de 27,8% faz o consumo ao menos uma vez por semana, ou diariamente (19,2%); mostrando que para 47% dos entrevistados os alimentos orgânicos possuem aceitação e frequência regular na dieta. Para 20,2% o consumo é eventual e para 9,7% o consumo é feito uma ou duas vezes por mês. Não foi informada a frequência em 2,9% das entrevistas.

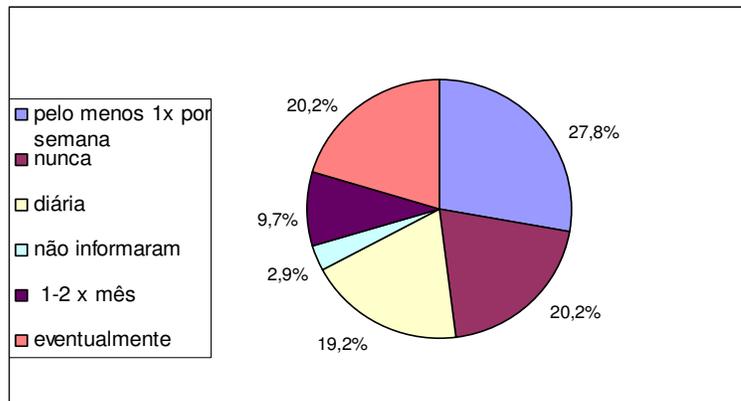


Gráfico 1: Frequência de consumo de alimentos orgânicos dos participantes na pesquisa

No que se refere a ovos orgânicos, os entrevistados foram submetidos a afirmações que indicavam o conhecimento sobre o produto, sendo que duas afirmações indicavam erros conceituais, quais sejam – ovos orgânicos seriam enriquecidos com Omega-3 e Ovos orgânicos seriam produzidos sem inspeção sanitária. Respectivamente, 30,7 e 23% dos entrevistados consideraram estas informações verdadeiras, indicando equívocos no conhecimento do consumidor.

A produção orgânica prevê a produção da alimentação na própria unidade produtiva ou a aquisição de matérias-primas de origem orgânica, sendo permitido o uso de 20% de alimentos não-orgânicos na proporção da ingestão diária. Todos os animais preferencialmente são criados em regime de vida livre, onde os ambientes devem dispor de áreas que assegurem a estes assumirem seus movimentos naturais, o contato social, descanso, ritual reprodutivo, a saúde, o bem-estar animal, o acesso a pastagem ou área de circulação ao ar livre. Não é permitida a retenção permanente em gaiolas e galpões e a prática da muda forçada (BRASIL, 2011).

Quanto à sanidade das aves, a produção orgânica deve atender a legislação no uso de vacinas e exames, preferencialmente a terapêutica usada nos animais deve ser aquela permitida na IN 46. Contudo em casos necessários o uso de medicamentos não permitidos poderão ser usados respeitando o intervalo de três meses e três vezes ao longo da vida do animal. Os animais assim medicados devem ficar isolados e durante o período de carência estipulado o produto produzido não pode ser comercializado na categoria de orgânico. Nesta produção não se permite usar medicamentos para estimular crescimento ou produção, bem

como qualquer medicamento proveniente de organismos geneticamente modificados (BRASIL, 2011). Os entrevistados caracterizaram a produção orgânica de aves poedeiras como aquela que não utiliza antimicrobiano (75%), as aves recebem alimentos naturais (68,2%), expressam seu comportamento natural, ou são mais felizes (56,7%), criadas soltas (54,8%) e provenientes da agricultura familiar (50%).

O selo de certificação de um alimento orgânico garante ao consumidor um produto isento de contaminação química e resultado de uma agricultura que assegura a qualidade do ambiente natural, nutricional e biológica de alimentos e qualidade de vida para quem vive no campo e nas cidades. A importância estratégica da certificação para o mercado de orgânicos é permitir ao agricultor orgânico diferenciar e obter uma melhor remuneração dos seus produtos e protege consumidores de possíveis fraudes, tornar a produção orgânica tecnicamente mais eficiente, a medida em que exige planejamento e documentação criteriosos por parte do produtor (Planeta Orgânico, 2011). Nesta pesquisa observou-se que 66,3% dos entrevistados conhecem a certificação orgânica e que 50% caracterizam o produto como oriundo de produção familiar.

Segundo Pasian e Guameiro (2007), as produções alternativas de aves de postura têm atenção maior ao bem-estar animal, utilizam alimentos apenas de origem vegetal na ração e produzem produtos com valor agregado superior. No entanto esse é ainda um mercado incipiente no Brasil e enfrenta dificuldades como falta de informação, tanto de produtores como dos consumidores, que não sabem quais são os diferenciais de cada produto e porque os preços variam tanto de um para o outro.

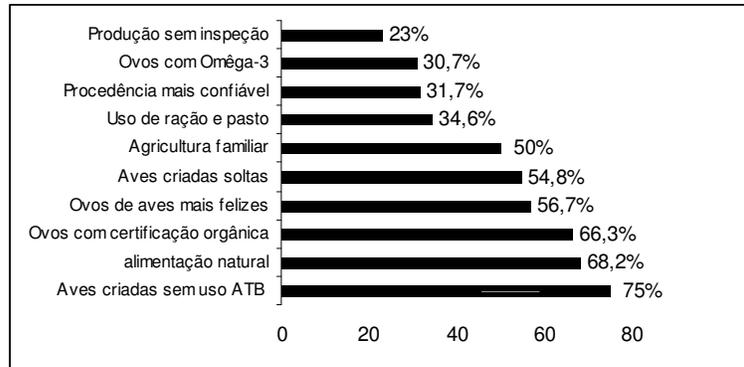


Gráfico 2: Atributos característicos da produção orgânica de ovos segundo os entrevistados. Quando questionados sobre a percepção de qualidade higiênica dos ovos orgânicos comparados aos ovos industriais, 65,68% dos entrevistados consideram a qualidade semelhante, os demais (34,31%) acreditam que a qualidade é diferente.

Dos entrevistados 51% acreditam que o aumento na quantidade de pontos de venda pode aumentar o consumo. Características como preço (43%), oferta (30,76%) e a propaganda (29,80%) foram os fatores mais importantes e frequentemente citados para que ocorra o aumento do consumo. Sylvander apud Momesso (2009) identificou as causas para o baixo consumo de produtos orgânicos em países da Comunidade Européia, dentre elas estão o preço, a oferta e incerteza da origem. Estes resultados reforçam o que foi encontrado na pesquisa.

## CONCLUSÃO

O consumo de alimentos orgânicos é alto entre os entrevistados e a maioria dos consumidores afirmam conhecer estes alimentos. As hortaliças foram os alimentos mencionados pelo maior número de entrevistados, enquanto os ovos foram pouco mencionados.

Dentre as características de produção das aves poedeiras criadas em sistema orgânico e seu produto, as mais conhecidas pelos participantes é o não uso de antimicrobianos na produção, a utilização de alimentação natural, a certificação orgânica, o produto ser oriundo de aves mais felizes e criadas soltas, bem como a origem na propriedade familiar. Os atributos que podem promover o consumo são o aumento de pontos de venda e o menor preço na compra. A qualidade deste alimento é semelhante independente do sistema produtivo para a maioria dos entrevistados.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa n.º46 de 07 de out. 2011**. Diário Oficial [da] União, Brasília, DF. Disponível em:<> acesso em: 24 de Nov de 2011.

MAZZUCO, H. Ações sustentáveis na produção de ovos. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.37, suplemento especial p.230-238, 2008

MOMESSO, C. M. V. et al. Levantamento do potencial de comercialização de produtos orgânicos para o estado de Mato Grosso do Sul. **Interações**, v.10, n.1, p. 55-62, jan./jun. 2009.

PASIAN, I. M; GAMEIRO, A. H. Mercado para a criação de poedeiras em sistemas do tipo orgânico, caipira e convencional. "Conhecimentos para Agricultura do Futuro". In: XLV Congresso da SOBER. Londrina, p1-20, 2007.

PLANETA ORGÂNICO. **Saiba mais sobre orgânicos- Quem certifica**. Disponível em:<<http://www.planetaorganico.com.br/qcertif.htm>>. Acesso em 30 de Nov. de 2011.