

## CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DE OVOS DE CODORNA NO MUNICÍPIO DE PATOS-PB

*Felipe Eduardo da Silva Sobral*

Médico Veterinário, Mestrando do Programa de Pós-Graduando em Zootecnia – UFCG; Rua Euclides Franco, Nº. 192, Bairro: Vitória,  
CEP: 58.706-190; Patos, PB; felipe\_eduardo\_med\_vet@hotmail.com

*Patrícia Araújo Brandão*

Engenheira Agrônoma, Doutora, Professora – Curso de Medicina Veterinária – Centro de Saúde e Tecnologia Rural da UFCG. Rua  
Aluizio Lima, Nº. 222, Bairro: Salgadinho, CEP: 58700-000; Patos-PB; patriciaaraujobrandao@bol.com.br

*Daniel Dantas Marques*

Médico Veterinário, Mestrando do Programa de Pós-Graduando em Medicina Veterinária – UFCG; Rua Nabor Wanderley, Nº. 165,  
Bairro: São Sebastião, CEP: 58.055-000; Patos, PB; prof\_daniel4@hotmail.com

*Iere Caíndre Andrade Brito*

Engenheiro Agrônomo, Mestrando do Programa de Pós-Graduando em Zootecnia – UFCG; Rua Guadalajara, Nº. 84, Bairro: São  
Sebastião, CEP: 58.706-370; Patos, PB; ierecaindre\_agro@yahoo.com.br

**RESUMO:** A finalidade deste trabalho foi caracterizar o perfil do consumidor de ovos de codorna no município de Patos-PB. Foram entrevistadas diretamente, mediante aplicação de um questionário com 22 perguntas fechadas, 200 pessoas residentes no município Patos. Os dados coletados foram analisados, utilizando-se o programa Microsoft Excel. Na análise dos dados observou-se que a maior frequência de consumidores é feminina (53,0%), com grau de instrução referente ao ensino superior incompleto e completo de 39,4% e 18,4% respectivamente. Constatou-se que 59,3% da população argüida consomem ovos de codorna. Os principais motivos apontados por eles vão desde o sabor (45,6%), o valor nutritivo (17,6%) e o hábito de consumo do ovo (5,6%). O consumo de ovos pela população entrevistada demonstrou maior ênfase em períodos superiores há seis meses (26,5%) e há um ano (17,6%). A maior dúvida a respeito dos ovos de codorna foi verificada no quesito diferença entre colesterol do ovo da galinha e do ovo da codorna (47,7%). Ficou claro que é necessário realizar campanhas de *marketing*, através de palestras, elaboração de panfletos, e outros, a fim de informar a população, e maximizar o consumo de ovos de codorna, mostrando os valores nutricionais e a sua importância através da difusão e socialização de novos conhecimentos para a nutrição humana.

**Palavras-chaves:** mercado, ovos, perfil consumidor

## CHARACTERIZATION OF THE CONSUMER OF EGGS FROM QUAILS OF THE MUNICIPALITY OF PATOS-PB

**ABSTRACT:** The purpose of this study was to characterize the profile of the consumers of the quail eggs in the city of Patos-PB. Were interviewed directly, by application of a questionnaire with 22 closed questions, 200 people residing in the city of Patos. The data were analyzed using the program Microsoft Excel. In the data analyzis showed that the consumer is often female (53,0%), level of education with regard to higher education incomplete and full of 39.4% and 18.4% respectively. It was found that 59.3% of the population consume eggs of quail defendant. The main reasons given by them range from the taste (45.6%), the nutritional value (17.6%) and the habit of consumption of eggs (5.6%). The consumption of eggs by the people interviewed showed greater emphasis on longer than six months (26.5%) and one year (17.6%) The biggest question about the eggs of quail was in question the difference between cholesterol egg the chicken and the quail egg (47.7%). It was clear that it is necessary to conduct marketing campaigns, through lectures, preparation of pamphlets, and others, to inform the population, and maximize the consumption of eggs of quail, showing nutritional values and their importance through the diffusion and socialization of new knowledge for human nutrition.

**Key-words:** eggs, market, profile consumer

## INTRODUÇÃO

A criação de codornas tem merecido cada vez mais destaque ao longo dos anos, sua evolução tem sido constante e cada vez mais empresas do setor avícola tem mostrado interesse em melhorar a qualidade de seus produtos, produzirem a custos mais baixos e atender o consumidor da melhor forma possível (FUJIKURA, 2004).

Em 2005 o Brasil apresentava um plantel com 6.837.767 codornas, com a região Sudeste destacando-se na produção de ovos (IBGE, 2005).

Para Martins et al. (2006), a alimentação exerce um papel central na vida dos consumidores, por ser fonte de experiências hedônicas e de nutrição, além de suas funções sociais e culturais, já que uma parcela significativa da renda domiciliar é alocada para a compra de alimentos. Moura et al. (2008) afirmam mudanças no mercado consumidor, pois este ciente de que alimentação e saúde caminham juntos, vem exigindo produtos de qualidade diferenciada, higienizados, bem embalados e sem injúrias, disponibilizando se a adquirir e pagar mais por produtos que apresentam tais características.

O ovo é uma fonte alimentar abundante em nutrientes essenciais. Segundo Panda & Singh (1990), o ovo de codorna apresenta teor médio de 74,6% de umidade, 13,1% de proteína, 1,1% de minerais e 11,2% de lipídeos. Os teores de cálcio, fósforo, ferro, vitamina A e energia, em 100g de ovo, estão na faixa de 59mg, 220mg, 3,8mg, 300UI e 158kcal, respectivamente.

Assim, o consumo de seis ovos de codorna (10g/ovo) por dia, que equivalem a um ovo de galinha (60g), é suficiente para atender 4,4, 16,5 e 22,8% dos requerimentos nutricionais diários de cálcio, fósforo e ferro, respectivamente, de crianças na faixa etária de um a seis anos, baseado no consumo diário médio de cálcio e fósforo (800mg) e de ferro (10mg) do NRC (1989).

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 (FARIA et al., 2006).

Desta forma, o objetivo deste trabalho foi determinar quais são as principais características que fazem com que os consumidores apreciem ou não o ovo de codorna no município de Patos-PB e verificar as principais preferências destes consumidores, como também diagnosticar os pontos negativos relatados por eles, que fazem com que seja um entrave ao aumento do consumo local de ovos.

## MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi realizado no município de Patos no estado da Paraíba, no qual foram entrevistadas 200 pessoas residentes no mesmo. Segundo dados do IBGE (2007), Patos apresenta uma população de 97.271 habitantes.

Na elaboração dos questionários foi tratado inicialmente de se identificar e segmentar os consumidores de ovos de codorna na localidade, descrever as razões de maior consumo ou não, as ocasiões em que isso ocorreu e quais os critérios considerados pelos consumidores na escolha do produto. Foram realizadas entrevistas diretas, com questões fechadas realizadas pelo entrevistador.

A aplicação dos questionários foi planejada e controlada a fim de se obter uma distribuição homogênea da população, quanto aos parâmetros de classe social, gênero e idade.

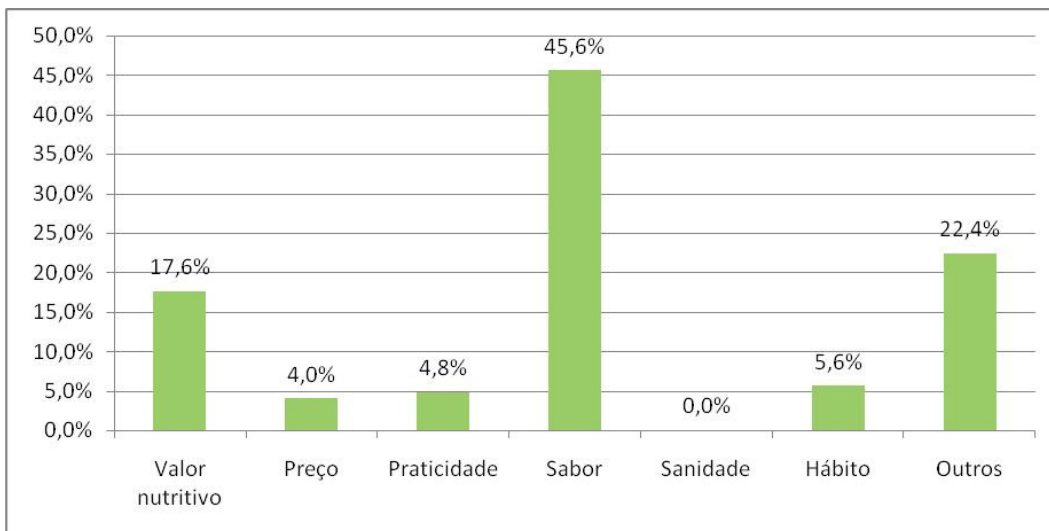
Os dados coletados foram analisados, utilizando-se o programa Microsoft Excel.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Verificou-se que 47,0 e 53,0% dos consumidores de ovos de codorna pertencem ao sexo masculino e feminino respectivamente, com uma frequência mais pronunciada de pessoas com nível de escolaridade de 39,4% para o ensino superior incompleto, seguido por superior completo (18,4%) e ensino médio incompleto (15,2%), com escolaridade do chefe da família predominante de 32,2% para o ensino médio completo e 28,6% para o superior completo, com renda familiar variando entre R\$ 501,00 – 1.500 (46,9%) e R\$ 201,00-500,00 (20,3%).

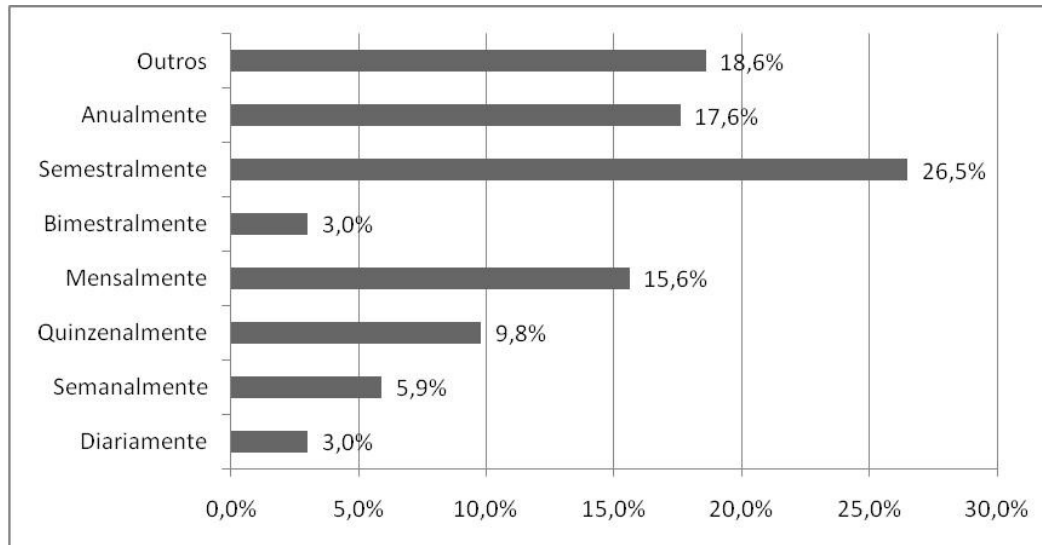
Dentre os entrevistados, 59,3% afirmaram consumir ovos de codorna e dos 40,7% restantes não consomem porque não gostam (45,2%), não conhecem (15,0%), acham o produto caro (5,5%), relatam possuir algum problema de saúde, em específico o colesterol (2,8%) ou outros motivos quaisquer (31,5%). Fujikura (2004) em pesquisa de mercado constatou que 31,3% dos entrevistados não gostam ou não costumam consumir o ovo de codorna e destes 6,3% apontaram problemas de saúde relacionados ao colesterol.

O mercado consumidor apontou como principais motivos para consumo do produto (Gráfico 01): o sabor do ovo (45,6%), seu valor nutritivo (17,6%) e o hábito de consumo (5,6%), dados estes que corroboram com Fujikura (2004) ao analisar o mercado consumidor paulistano que observou 66,0% de aceitação dos consumidores dos ovos de codorna no tocante ao seu sabor e valor nutritivo. 95,2% dos entrevistados afirmaram desconhecer algum tipo propaganda de *marketing* incentivando o consumo de ovos de codorna, e a minoria expressiva a qual afirmam ter visto campanhas publicitárias (4,8%), viram estas em rede aberta televisiva (44,5%), em jornais (11,1%) e em revistas (11,1%).



**GRÁFICO 01.** Principais motivos que levam ao consumo de ovos de codorna no município de Patos-PB.

A frequência de consumo de ovos pela população (26,5%) e há um ano (17,6%) foram os mais apontados, entrevistada demonstrou uma oscilação de consumo demonstrando que a maioria do público não tem hábitos de consumo superiores há seis meses consumo.



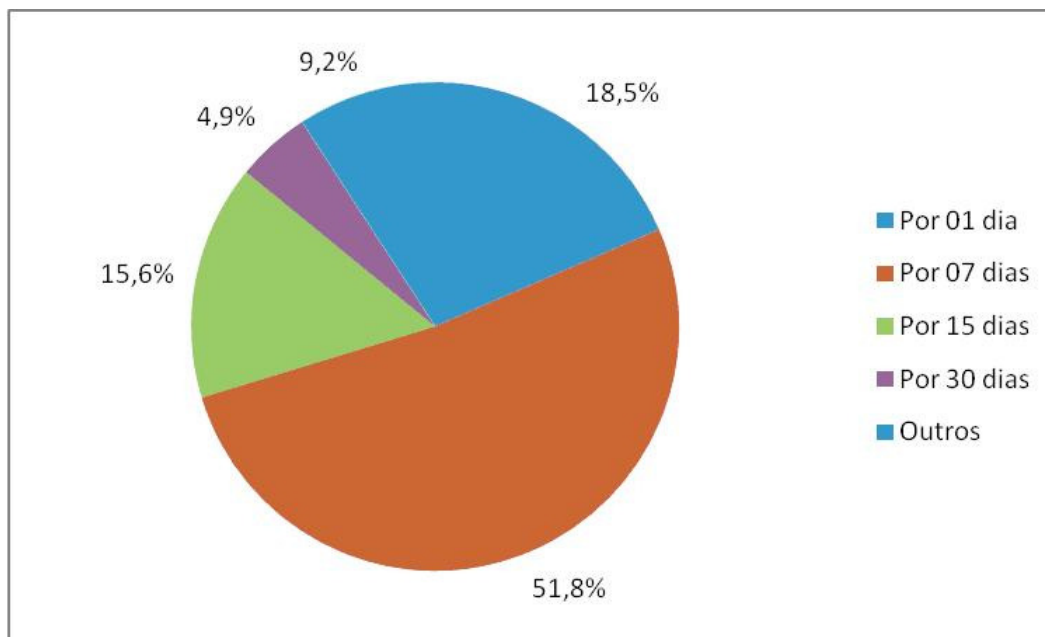
**GRÁFICO 02.** Frequência em que a população de Patos consome ovos de codorna.

Constatou-se que apenas 24,4% dos entrevistados (28,2%). No ato do armazenamento, os entrevistados costumam incluir ovos de codorna em suas listas de compras e dos 75,6% que não incluem, os adicionam antes de festas ou confraternizações em família e/ou amigos (41,0%) e ao observarem nas prateleiras dos supermercados ou feiras et al., 2004; PICCININ et al., 2004) afirmam que a

conservação de ovos estocados sob refrigeração é melhor quando comparada a estocagem sob temperatura ambiente.

Após adquirir os ovos 51,8% levam uma semana para consumir todo produto, 18,5% consomem em um dia e

15,6% consomem por quinze dias (Figura 03). Os pratos rotineiramente preparados com ovos de codorna vão desde: aperitivos (51,2%), saladas (26,5%) e pratos frios (11,8%).



**GRÁFICO 03.** Tempo de armazenagem dos consumidores patoenses, em dias.

O mito da “comida carregada”, ou seja, a comida que deve ser evitada em situações pós-cirúrgicas ou no transcorrer de reabilitação de enfermidades não foi tão fortemente verificado, 78,5% não acreditam e 21,5% dos entrevistados ainda acreditam.

A maior dúvida a respeito dos ovos de codorna foi verificada no quesito diferença entre colesterol do ovo da galinha e do ovo da codorna (47,7%), seguidos pela qualidade sanitária do produto (23,3%), a forma em que é realizada a coturnicultura de postura (20,9%) e como se prepara o produto em casa (8,1%). Albino & Barreto (2003) relatam teores de 9,49g de lipídeos nos ovos de codorna e 11,66g de lipídeos para galinhas de granja.

A apresentação do produto (28,9%) é o maior empecilho para aumentar o consumo de ovos de codorna, tendo como outros empecilhos a disponibilidade (27,1%), o preço (25,9%) e a qualidade do produto (6,4%).

## CONCLUSÕES

O reduzido consumo de ovos de codorna está diretamente relacionado à falta de divulgação e esclarecimento dos consumidores sobre questões simples, como o colesterol. Desta forma, faz-se necessário a realização de campanhas de divulgação, de oficinas, e

realizações de mini-cursos e palestras para melhor informá-los.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBINO, L. F. T.; BARRETO, S. L. T. **Criação de codornas para produção de ovos e carne**; Viçosa – MG; Aprenda Fácil; 268p., 2003.

BRITO, A. B.; JACKSON FILHO, R. M.; STRINGHINI, J. H. **Avaliação do período de estocagem dos ovos de poedeiras comerciais de 33 e 87 semanas de idade sobre a qualidade interna**. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 40., 2004, Campo Grande, MS. Anais... Campo Grande: SBZ, 2004. CD-ROM.

FARIA, I. G.; FERREIRA, J. M.; GARCIA, S. K. **Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte**. Arq. Bras. Med. Vet. Zootec., v.58, n.2, p.251-256, 2006

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. MG. Anais... Lavras, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – (IBGE.), 2005. Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br), acessado em 17 de Fevereiro de 2009.

MARTINS, T.D.D.; et al. **Análise sócio-econômica dos comerciantes de carne “in natura” e víscera suínas do brejo paraibano.** In: IV CONGRESSO NORDESTINO DE PRODUÇÃO ANIMAL, 2006, Petrolina – PE. Anais... Petrolina. 2006.

MOURA, A. M. A. de et al. **Efeito da temperatura de estocagem e do tipo de embalagem sobre a qualidade interna de ovos de codornas japonesas (*Coturnix japonica*).** Ciênc. Agrotec., Lavras, v. 32, n. 2, p. 578-583, mar./abr., 2008

NATIONAL RESEARCH COUNCIL. **Recommended dietary allowances.** 10. ed. Washington, DC: National Academy, 1989. 283 p.

PANDA, B.; SINGH, R. P. Developments in processing quail meat and eggs. **World s Poultry Science Journal**, London, v. 46, p. 220-234, 1990.

PICCININ, A.; ONSELEN, V. J. V.; MALHADOS, C. H. M. **Técnicas de conservação da qualidade de ovos de codornas (*Coturnix coturnix japonica*).** In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ZOOTECNIA, 40., 2004, Campo Grande, MS. Anais... Campo Grande: SBZ, 2002. CD-ROM.