ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DO MUNICÍPIO DE SÃO JOÃO DEL-REI SOBRE OVOS PROVENIENTES DO SISTEMA CAGE FREE

Luís Felipe Lacerda Freitas[1], Elaine Juliana Marcos[1], Vitória Aparecida Alves Barbosa[1], Bianca da Silva Nicodemos[1], Alexandre de Oliveira Teixeira[2], Renata de Souza Reis[2]

[1]Graduandos do curso de Zootecnia pela Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, Brasil.
[2]Docentes do Departamento de Zootecnia da Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, Brasil.
luislacerda2601@gmail.com

Resumo: O estudo avaliou a percepção dos consumidores de São João del-Rei, Minas Gerais, sobre ovos provenientes do sistema cage free. Observou-se conhecimento moderado sobre o sistema, porém o preço permanece como principal fator de decisão de compra. Apesar da valorização do bem-estar animal, a baixa disponibilidade e o custo elevado limitam o consumo desses produtos.

Palavras-chave: Cage free; Bem-estar animal; Consumidores; Ovos; Avicultura

INTRODUÇÃO

A produção de ovos desempenha papel relevante na segurança alimentar brasileira, por se tratar de uma fonte proteica acessível e amplamente consumida. O crescimento do setor avícola nas últimas décadas consolidou os ovos como um alimento de baixo custo e de expressiva importância econômica e social, alcançando, em 2024, uma produção nacional de 4.670.000.000 de dúzias (IBGE, 2025).

Paralelamente, observa-se um aumento do interesse dos consumidores pela qualidade dos alimentos e pelas condições de criação das aves, fazendo com que os sistemas de produção passem a influenciar as decisões de compra. Nesse contexto, Gałazka-Czarnecka et al. (2019) apontam que o tipo de criação das galinhas pode interferir nas características físico-químicas e nutricionais dos ovos, havendo diferenças entre sistemas em gaiolas e livres de gaiolas, frequentemente associadas à percepção de qualidade por parte do consumidor.

Apesar desse cenário, o conhecimento da população acerca dos sistemas de criação ainda é limitado, sendo o preço o principal fator determinante no momento da compra. Além disso, os maiores custos de produção e a menor disponibilidade de ovos oriundos de sistemas alternativos dificultam o acesso desses produtos no mercado consumidor (Schwartz & Gameiro, 2017).

O sistema cage free tem ganhado destaque sob a ótica do consumidor, sobretudo por estar associado à preocupação com o bem-estar das galinhas poedeiras. De acordo com Vieira et al. (2024), embora o sistema de criação em gaiolas ainda seja predominante no Brasil, uma parcela significativa dos consumidores demonstra sensibilidade às condições de vida das aves quando adequadamente informada. Os autores observaram que muitos consumidores desconhecem tanto o sistema de produção prevalente quanto a existência do selo cage free; contudo, após ações de conscientização, houve aumento expressivo na valorização do bem-estar animal e na disposição em adquirir ovos provenientes de galinhas livres de gaiolas, mesmo diante de acréscimo no preço.

Diante desse cenário, o presente trabalho teve como objetivo avaliar a percepção dos consumidores do município de São João del-Rei, Minas Gerais, em relação aos ovos produzidos em sistema cage free, analisando os critérios de compra, o nível de conhecimento sobre esse sistema e a percepção associada ao bem-estar das aves.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo foi conduzido no município de São João del-Rei, Minas Gerais. Para atingir os objetivos de identificar o perfil dos consumidores de ovos, considerando os atributos mais relevantes na decisão de compra, a percepção sobre o bem-estar animal e o conhecimento a respeito dos sistemas de produção de ovos.

A coleta de dados ocorreu por meio da aplicação de um questionário estruturado, elaborado na plataforma Google Forms, contendo perguntas objetivas de múltipla escolha. O link do questionário foi divulgado por meio de mídias sociais e aplicado presencialmente em redes de supermercados. A participação foi voluntária e anônima, sendo todos os

respondentes previamente informados sobre os objetivos da pesquisa, garantindo-se o sigilo e a confidencialidade das informações coletadas.

Os dados obtidos foram organizados em planilhas eletrônicas, tabulados e analisados por meio de estatística descritiva, com apresentação dos resultados em forma de tabelas e gráficos, permitindo a identificação de tendências no comportamento de compra e no nível de conhecimento dos consumidores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram obtidas 204 respostas válidas, sendo todos os participantes residentes no município de São João del-Rei, Minas Gerais. Observou-se que 50% dos participantes afirmaram conhecer o termo "cage free", enquanto 38% relataram nunca ter ouvido falar sobre o conceito e 12% indicaram já tê-lo ouvido, porém sem compreender seu significado. Esses resultados indicam que, apesar do aumento das discussões sobre sistemas alternativos de produção, o conhecimento dos consumidores locais ainda é limitado. Situação semelhante foi relatada por Correia et al. (2019), que também identificaram baixo grau de familiaridade dos consumidores com informações relacionadas aos sistemas de criação de galinhas poedeiras.

Em relação aos critérios que influenciam a decisão de compra, o preço foi apontado como o fator predominante, tendo sido escolhido por 71,1% dos participantes, seguido pela qualidade do produto (30,4%) e pela cor da gema (21,1%). O bem-estar animal foi mencionado por uma parcela reduzida dos entrevistados (13,2%), evidenciando que aspectos econômicos e sensoriais continuam exercendo maior peso na escolha do consumidor (Figura 1).



Figura 1. Fatores considerados pelos consumidores no momento da compra de ovos

Resultados semelhantes foram observados por Souza et al. (2025), que verificaram que, mesmo entre consumidores que demonstram preocupação com questões éticas, o preço ainda se mantém como o principal determinante no momento da compra.

A disposição para pagar um valor adicional por ovos provenientes do sistema cage free mostrou-se restrita. 57% dos participantes aceitaria um acréscimo de até 10% no preço, enquanto 17% dos entrevistados declarou não aceitar nenhum aumento. Além disso, 8% dos consumidores considera que os ovos cage free não deveriam apresentar preço superior aos convencionais, o que indica uma baixa percepção dos custos adicionais associados a esse sistema de produção. Esse comportamento pode ser compreendido através do estudo de Schwartz & Gameiro (2017), que demonstraram que sistemas livres de gaiolas apresentam custos de produção significativamente mais elevados, fator que impacta diretamente o preço final do produto no varejo.

O preço elevado e a dificuldade de encontrar ovos cage free no comércio local foram apontados como os principais entraves ao consumo (Figura 2), reforçando a influência da disponibilidade e do custo sobre a decisão de compra. Esse resultado também está em consonância com os achados de Correia et al. (2019), que destacam a limitação da oferta como um fator relevante para a baixa adesão a produtos diferenciados no mercado de ovos.

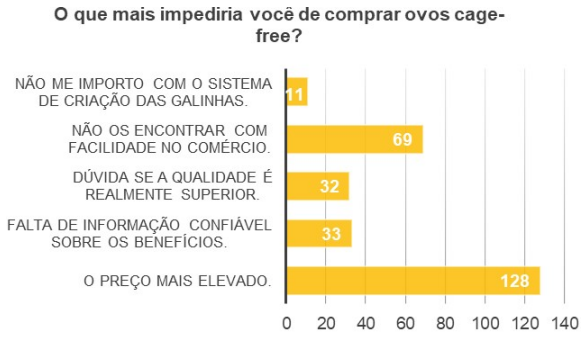


Figura 2. Principais fatores que impedem a compra de ovos provenientes de sistemas cage free

Quanto à rotulagem, a indicação "Livre de Gaiolas" foi considerada relevante por 78% dos entrevistados, não sendo suficiente, de forma isolada, para determinar a escolha do produto. De maneira semelhante, Souza et al. (2025) observaram que informações sobre o sistema de produção tendem a influenciar a confiança do consumidor, mas não se traduzem necessariamente em intenção imediata de compra.

Por fim, a intenção de consumo futuro indica uma adoção gradual dos ovos cage free, com 51% dos consumidores preferindo por alternar entre produtos convencionais e alternativos, enquanto apenas 14% dos consumidores demonstrou interesse em substituição total. Esse comportamento reforça que a ampliação do consumo de ovos cage free tende a ocorrer de forma progressiva, condicionada principalmente à redução de preços, maior disponibilidade no mercado e ampliação do acesso à

informação.

CONCLUSÃO

Os consumidores de São João del-Rei apresentam conhecimento moderado sobre o sistema cage free, mas ainda priorizam o preço no momento da compra. A baixa disponibilidade no comércio e a pouca disposição em pagar preços mais elevados limitam o consumo desses produtos.

Entretanto, observa-se potencial de crescimento gradual do mercado de ovos cage free, especialmente mediante maior acesso à informação e ampliação da oferta.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos participantes da pesquisa, pela colaboração e disponibilidade em responder ao questionário. Aos docentes e colegas envolvidos, pelo suporte técnico e científico durante a realização do estudo.

REFERÊNCIAS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2024 registra recorde no abate de bovinos, frangos e suínos. Agência IBGE Notícias, 2024.

GAŁĄZKA-CZARNECKA, I.; KORZENIEWSKA, E.; CZARNECKI, A.; et al. Evaluation of quality of eggs from hens kept in caged and free-range systems using traditional methods and ultra-weak luminescence. Applied Sciences, 2019.

CORREIA, Y. M.; SILVA, J. M. V.; PIRES, L. C.; et al. Avaliação da percepção dos consumidores de ovos frescos no município de São Luís de Montes Belos. 2018.

SOUZA, L. F. A.; SANTOS, L. P. F.; MENDES, L. M. D.; et al. Ovos produzidos em sistemas livres de gaiolas comercializados em estabelecimentos varejistas de Recife-PE. Revista Econômica do Nordeste, 2025.

SCHWARTZ, F. F.; GAMEIRO, A. H. Análise de custo-benefício de sistemas de produção de ovos em gaiolas e sem gaiolas. 2017.

VIEIRA, A. B. S.; et al. Campanha de conscientização de consumidores quanto ao selo cage-free e pesquisa quanto à importância dada pelos consumidores ao bem-estar das galinhas poedeiras. Ciências Agrárias, 2024.