

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA NA REGIÃO DE AQUIDAUANA-MS**Instituição:** Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade de Aquidauana**Área temática:** Ciências AgráriasGUERREIRO, Emanuely Klein¹(emanuelykleinguerreiro@hotmail.com);BATILANI, Daniela Cristina²(batilani-dani@hotmail.com);SASA, Aya³(aya@uems.br)¹Discente do curso de Zootecnia da UEMS-Aquidauana;bolsista pibic/uems²Discente do curso de Zootecnia da UEMS-Aquidauana;³Docente do curso de Zootecnia da UEMS-Aquidauana;

Resumo: A ovinocultura no Brasil está passando por diversas e diferentes transformações, dentre as quais destaca-se o setor produtivo, cujo preço da carne passa a ser de acordo com a qualidade do produto. A busca pela carne ovina ocorre por influências relacionadas com diversos fatores, tais como: idade, gênero, renda, dentre outros que possam interferir na decisão de aquisição do produto. O consumo de carne ovina vem sendo significativo nos últimos anos, sendo ele um dos grandes motivos do crescimento da ovinocultura no Brasil e no mundo. Essa pesquisa teve como objetivo analisar o perfil do consumidor de carne ovina no município de Aquidauana-MS, no ano de 2021/22 onde foram entrevistados 202 pessoas, para coleta de dados, através de um questionário com 15 perguntas, que buscou analisar o perfil socioeconômico (idade, bairro que vive, estado civil, sexo, renda familiar e escolaridade) e também sobre as preferências do consumidor na hora de escolher a carne (frequência de consumo, preferência por qual carne e por quê, a quantidade demandada, o que influencia na escolha da compra, qualidade para a saúde, valor comercial). Os questionários foram aplicados com 64,9% de pessoas do sexo feminino e 33,7% do sexo masculino masculino. Em relação a idade, 64,4% são adultos(20-59), 31,7% jovens(14-19) e os 4% outros são idosos. Quando avaliado a renda mensal, 60,9% ganham de 1-5 salários, 20,3% menos que um salário e 18,8% mais que 5 salários..Dentre os 202 entrevistados, 80,7% comem carne ovina e 19,3% não. A carne ovina é mais consumida em datas comemorativas com 73,8%. A aquisição é de 57,9% direto com o produtor, onde 47% compram do produtor por ser conhecido. O modo de preparo mais feito é o churrasco 71,3%. Entre os outros modos, o segundo mais utilizado é assado no forno(14,9%), em seguida outros(9,9%) e por fim, cozido com molhos(4%) apenas. Sobre o consumo ao ano, observamos que 48,5% dos entrevistados só não consomem mais que o habitual, por conta da falta de disponibilidade da carne ovina no mercado, o qual está relacionada com a falta de conhecimento sobre o animal, falta de marketing, falta de procura pela carne de ovelha. Do total de entrevistados 72,3% tem como preferência o consumo de carne bovina, seguido por 15,8% de carne avícola e 6,4% carne de peixe. Ressalta-se a importância da implementação de informações ao consumidor, tais como marketing, com intuito de que mercados e açougues passem a comercializar esse tipo de carne, com cortes e produtos diferenciados para o consumidor final.

PALAVRAS-CHAVE: consumo, ovinocultura, perfil.**AGRADECIMENTOS:** UEMS-Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul e PROPP-UEMS pela concessão de bolsa.