

## **PERFIL DO CONSUMIDOR DE OVOS DE GALINHA NO MUNICÍPIO DE AQUIDAUANA-MS**

**SANCHES, Danilo de Souza**<sup>1</sup> (danilorzt9@gmail.com); **GARCIA, Elis Regina de Moraes**<sup>2</sup> (ermgarcia@uems.br); **ÁVILA, Laura Ramos de**<sup>3</sup> (laura\_lavila@hotmail.com); **FERNANDES, Eduardo Dionísio**<sup>1</sup> (eduardodionisiofer@gmail.com); **FRANCO, Roberto Henrique Serra**<sup>1</sup> (rhsfranco@gmail.com); **ANDRADE, Gislaíne da Cunha de**<sup>1</sup>(andrade.gislaine.ga@gmail.com).

<sup>1</sup> Discente do curso de Zootecnia da UEMS- Aquidauana; PIBEX/ UEMS;

<sup>2</sup> Docente do curso de Zootecnia da UEMS- Aquidauana;

<sup>3</sup> Discente de pós- Graduação em Zootecnia da UEMS- Aquidauana.

O ovo é um produto oriundo de transformações biológicas realizadas pela galinha de postura que tem a capacidade de converter fontes alimentares de baixa qualidade, em um alimento de alto valor nutricional para consumo humano, fazendo dele o alimento mais completo para alimentação humana, apresentando uma composição rica em vitaminas, proteínas, minerais e ácido graxos. Com isso, o ovo tem um grande potencial para ser consumido, pois possui um preço acessível, além do seu alto valor nutricional, tornando-o um alimento mais disponível. No entanto, o consumo de ovos está diretamente ligado ao grau de conhecimento que as pessoas têm em relação ao produto que estão consumindo. O estudo foi realizado com o objetivo de avaliar o perfil dos consumidores de ovos do município de Aquidauana-MS. Foram entrevistadas diretamente 200 pessoas nos principais supermercados do município mediante a aplicação de um questionário previamente definido. A partir dos dados coletados verificou-se que a grande maioria dos entrevistados era do sexo feminino (72,5%), com idade entre 21 a 40 anos (47,5%), com grau de instrução referente ao ensino superior completo (28%) e renda individual de até três salários-mínimos (70%). Constatou-se que a maioria dos entrevistados consome ovos semanalmente (56,5%), preferencialmente fritos (44%) e avaliam a validade do produto na hora da compra (68,5%). A maior parte da população entrevistada optou pelos ovos de casca vermelha (65,9%), embora não achem que a cor da casca afete no seu valor nutricional (60,5%). Ainda que 54% dos consumidores entrevistados tenham afirmado que a cor da gema influencia o valor nutricional do ovo, 60,5% não tem preferência por essa característica. Observou-se percentual significativo (70,5%) de consumidores que não possuem conhecimento do valor nutricional, mas que afirmam que o consumo de ovos não faz mal a saúde (67,5%). Para aumentar o consumo dos ovos, os entrevistados relataram que a melhor apresentação do produto é essencial. Embora a população entrevistada não tenha conhecimento voltado ao sistema de criação e ao bem-estar das aves (70,8%), a maioria afirmou que essas informações são de suma importância para os consumidores (92,3%). Com base aos resultados da pesquisa conclui-se que no município de Aquidauana o consumo de ovos é relevante e que é importante levar informações aos consumidores sobre os benefícios dos ovos e sobre o sistema de criação voltado ao bem-estar das aves de produção, por meio dos rótulos das embalagens, assim como nos estabelecimentos de venda.

**Palavras-chave:** Alimentação. Consumo de ovos. Questionário.

**Agradecimento:** Ao Programa Institucional de Bolsas de Extensão PIBEX, vinculado à Pró-reitoria de Extensão, Cultura e Assuntos Comunitários - PROEC/UEMS pela concessão de bolsa de extensão.