

O comportamento do consumidor compreende as atividades envolvidas na aquisição e consumo de alimentos. Nesse sentido, é fundamental conhecer e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores, bem como atendê-los de forma a garantir a inocuidade dos alimentos. Neste contexto, este trabalho faz parte de um projeto de pesquisa que objetiva compreender o perfil do consumidor de ovos e os riscos associados a transmissão de salmonelose. O estudo iniciou com uma pesquisa inicial tipo *survey* em Porto Alegre que contextualizou os aspectos de qualidade e o manuseio do produto, identificando os potenciais riscos de transmissão de doenças. Tendo em vista a variabilidade da população que visita a EXPOINTER, aproveitou-se a feira para realizar uma pesquisa de caracterização dos consumidores, objetivando avaliar o perfil do consumidor de ovos, caracterizando as características de qualidade desejadas e significativas. Para alcançar o objetivo proposto, foram aplicados 100 questionários. Os questionários foram aplicados de maneira aleatória, aos visitantes da feira. Todos eles afirmaram ser consumidores do produto. Perguntados sobre as razões de consumo, o sabor foi opção escolhida para 53% dos entrevistados, ser de preparo rápido e preço foi escolhido por 1% . Quanto a frequência de consumo, 86% dos entrevistado consome pelo menos um ovo por semana. Os entrevistados, quando questionados sobre quais as estratégias que eles reagiriam aumentando seu consumo, a maioria respondeu que maior divulgação do produto e diminuição no preço do mesmo. Os resultados apontam que há desconhecimento sobre a qualidade nutricional do produto. Sugere-se a implementação de campanhas de cunho educativo, e maior divulgação do produto, esclarecendo aos consumidores as vantagens do consumo do ovo, bem como informar sobre suas diversas formas de preparo e uso, visando estimular um maior consumo.