

O conhecimento dos fatores de escolha do consumidor pode ser uma importante ferramenta de marketing para aumentar o consumo e atender as perspectivas de mercado. O objetivo desse trabalho foi caracterizar o consumidor de mel de Porto Alegre e verificar quais os aspectos considerados importantes na compra do produto, entre eles a necessidade de inspeção. Foi elaborado um questionário contendo perguntas objetivas de simples e múltipla escolha, a respeito do consumo de mel e outros produtos apícolas, que foi aplicado na região central da cidade de Porto Alegre/RS, próximo a 3 pontos de comercialização de alimentos. Considerou-se na escolha dos locais: fluxo de pessoas; facilidade de acesso de diversas regiões da cidade; diversidade socioeconômica dos entrevistados e possuir comercialização de mel. Entre janeiro e abril de 2009, foram aplicados 150 questionários sempre através do mesmo entrevistador. Os entrevistados foram selecionados por amostragem aleatória sistematizada, determinando-se previamente ponto de observação e direção, para só então fazer a abordagem. Os resultados de algumas das perguntas realizadas foram: com relação ao consumo, 85,3% dos entrevistados consomem mel, 25,3% própolis, 1,3% geléia real e 0,7% cera. Na preferência dos consumidores o produto é adquirido em feiras ou direto do produtor 66%, supermercados 22,7%, outros 15,3%. As características que levam a escolha do mel são: confiança na origem 58,7%, aspecto do produto 27,3% ser inspecionado 18%, preço 9,3% e outros 14,7%. A frequência de consumo de mel é diária para 26% dos entrevistados, 30,7% consomem de 1 a 4 vezes por semana e 24% consomem raramente. Esses dados demonstram que o mel é um produto amplamente consumido, entretanto, os consumidores ainda acreditam que o melhor mel é o comprado “direto do produtor”, não se preocupando com a garantia de qualidade e inspeção do produto.