

INSTITUTO FEDERAL

Paraíba

Campus Guarabira

INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA

PRÓ REITORIA DE GRADUAÇÃO

CAMPUS GUARABIRA

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

LEIWTON BEZERRA DE SOUZA

A DEMANDA DO MERCADO DE MEL DE ABELHA SEM FERRÃO

EM GUARABIRA – PB

GUARABIRA

2023

Leiwton Bezerra de Souza

A DEMANDA DO MERCADO DE MEL DE ABELHA SEM FERRÃO EM
GUARABIRA – PB

Projeto de Pesquisa apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – Campus Guarabira, como requisito obrigatório qualificação para a disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

Orientador(a): Dra. Aline Nonato de Sousa.

GUARABIRA

2023

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

S729d Souza, Leiwton Bezerra de

A demanda do mercado de mel de abelhas sem ferrão em Guarabira - PB / Leiwton Bezerra de Souza.- Guarabira, 2023.
29f.: il.; Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2023.

“Orientador: Profa. Dra. Aline Nonato de Sousa”.

Referências.

1. Comportamento Consumidor
2. Pesquisa de Mercado.
3. Estratégias de Marketing.
4. Mel. I. Título.

CDU 658.89(0.067)

A DEMANDA DO MERCADO DE MEL DE ABELHA SEM FERRÃO EM
GUARABIRA – PB


Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso
Superior de Tecnologia em Gestão
Comercial do Instituto Federal da Paraíba
– Campus Guarabira, como requisito
obrigatório para a obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão Comercial.

Defendida em: 11 / 07 / 2023.

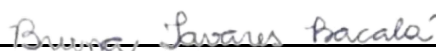
BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 ALINE NONATO DE SOUSA
Data: 31/07/2023 20:54:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Aline Nonato de Sousa (IFPB)
Orientador

Documento assinado digitalmente
 JOHNATAN FERREIRA MARQUES DO VALE
Data: 31/07/2023 13:13:06-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Johnatan Ferreira Marques do Vale
Membro Examinador Interno



Prof. Ma. Bruna Tavares Bacalá
Membro Examinador Externo

*Dedico a minha esposa Wanielle Gomes Bernardo de Souza por
toda força, apoio e incentivo.*

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar quero agradecer a Deus, que foi a minha maior fortaleza, fez com que eu enfrentasse as barreiras, persistisse e chegasse até aqui, dando-me forças e coragem pra luta.

Ao Instituto Federal da Paraíba, pela oportunidade e disponibilização de recursos, aulas e estrutura pra realização desse trabalho.

A minha excepcional orientadora Profa. Dra. Aline Nonato de Sousa pela orientação, ajuda, apoio, ensinamentos, paciência, por me guiar, tirar dúvidas e pela confiança a mim designadas.

Ao Prof. Me. Allisson Silva dos Santos por toda paciência em me guiar no meu projeto inicial.

A minha banca avaliadora composta pelo Prof. Dr. Johnatan Ferreira Marques do Vale e a Prof. Ma. Bruna Tavares Bacalá, pelas orientações, ensinamentos e palavras de apoio.

A Profa Dra. Lusía Mary Rolemberg Menacho pelo apoio, disponibilidade, ajuda, esclarecimentos, compreensão, por tirar dúvidas, pela paciência e empatia.

À minha maravilhosa Mãe Valdenise, meu Pai Luis e meus irmãos Lailson e Lenilson, por me ajudarem a não desistir de mim e me apoiar em todos os momentos.

Agradeço a todos aqueles que se prontificaram em ser entrevistados, sem vocês essa pesquisa não seria executada.

A todos que contribuíram de forma direta e indireta para a realização desse trabalho.

MUITO OBRIGADO!

“Uma abelha vive cerca de 40 dias, visita aproximadamente 1.000 flores e produz uma colher de chá de mel. Para nós uma colher de chá de mel, para as abelhas uma vida inteira de trabalho.”

Kelli Rosse

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo verificar a demanda de mel comercializado no município de Guarabira - Paraíba. Foi realizado um questionário contendo dez questões sendo quatro socioeconômicas e as outras seis específicas sobre o tema. Participaram cinquenta respondentes, todos da cidade de Guarabira-PB e consumidores de mel. Nota-se que os consumidores possuem uma faixa etária entre 18 – 50 anos e a grande parte deles não possui conhecimento dos benefícios do mel das abelhas sem ferrão. Foi verificado que a compra de mel ocorre, geralmente, uma vez ao ano, sendo essa substância utilizada, principalmente, como remédio. A maioria dos respondentes também destacaram que o que influencia no momento da compra do mel é o fato deste possuir a garantia que é um item legítimo, sem adulterações. As informações obtidas com base nessa pesquisa apresentaram uma grande importância para os produtores e consumidores de mel, visto que gerou informações sobre o perfil do indivíduo que consome esse produto, desta forma os meliponicultores poderão gerar estratégias de marketing mais eficientes e sobretudo incentivou os consumidores a aumentarem o uso do mel.

Palavras-chave: Mel; Abelhas Sem Ferrão; Demanda de mel; Mercado de mel; Guarabira-PB.

ABSTRACT

The present work aims to verify the demand for honey sold in the municipality of Guarabira - Paraíba. A questionnaire containing ten questions was carried out, four of which were socioeconomic and the other six were specific to the subject. Fifty respondents participated, all from the city of Guarabira-PB and honey consumers. It is noted that consumers are aged between 18 - 50 years and most of them are not aware of the benefits of honey from stingless bees. It was verified that the purchase of honey generally occurs once a year, and this substance is mainly used as a medicine. Most respondents also highlighted that what influences when buying honey is the fact that it has the guarantee that it is a legitimate item, without adulterations. The information obtained based on this research was of great importance for honey producers and consumers, since it generated information about the profile of the individual who consumes this product, in this way the meliponiculturists will be able to generate more efficient marketing strategies and, above all, encourage consumers to increase the use of honey.

Keywords: Honey; Stingless Bees; Honey demand; Honey market; Guarabira-PB.

LISTA DE SIGLAS

ASF – Abelhas sem Ferrão

GBA - Guarabira

IFPB – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

APIS – *Apis mellífera*

INPA – Instituto Nacional de Pesquisas da Amazonia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1 Descrição das abelhas utilizada na meliponicultura.....	15
2.2 Benefícios do mel.....	15
2.3 Consumo de mel no Brasil.....	16
2.4 Hábitos de compra.....	17
3 METODOLOGIA.....	19
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	20
5 CONSIDERAÇÕES APÓS A PESQUISA	25
REFERÊNCIAS	26
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	28

1 INTRODUÇÃO

Em 1953, Nogueira Neto introduziu a meliponicultura no Brasil, essa prática se refere a criação de abelhas sem ferrão (ASF), com finalidade de extrair o mel para comercialização. Além da coleta do mel, a meliponicultura também permite a disponibilidade da comercialização de outros produtos, como o pólen das flores, o cerume e a própolis (VENTURIERI *et al.*, 2012).

As abelhas mais populares para a criação no Brasil é a *Apis mellifera* (Linnaeus, 1758), conhecida popularmente como abelha italiana ou a européia, que é considerada uma ASF. Enquanto a *Apis mellifera scutellata* Lepeletier, 1836, popularmente denominada de abelha africana. Esse inseto é globalmente temido devido ao seu ferrão com veneno, ao entrar em contato com um ser humano alérgico pode provocar até mesmo o óbito do indivíduo. Sua origem é no continente africano, mas foi introduzida na América através de ingleses e espanhóis. O grande interesse econômico nessa abelha é que diferente das ASF, a abelha africana possui uma grande capacidade de produção mel, obtendo-se até 12 litros por ano, enquanto uma ASF produz em média 500 ml de mel anualmente. Do ponto de vista econômico, a meliponicultura é uma atividade cujo mercado se mostra receptivo, devido à exclusividade e peculiaridade de seu produto, porém apreensivo, pela falta de padrões de produção e oscilação produtiva (VENTURIERI *et al.*, 2012).

A criação de ASF é praticada há séculos por populações rurais e comunidades tradicionais, como indígenas e quilombolas, principalmente, no norte e nordeste brasileiro. Essa prática em manusear ASF era exclusivamente desses povos tradicionais, mas com as pesquisas avançando na meliponicultura, outras pessoas estão tendo acesso a esses conteúdos, sendo ele por artigos ou até mesmo vídeos na internet mostrando como criar e manejar. Dessa forma espera-se um crescimento no meio urbano da criação das ASF (CARVALHO; MATTINS; MOURÃO, 2014).

Muitos dos meliponicultores criam suas ASF em casa, sem perigo algum, pois, por ter o ferrão atrofiado, as abelhas não causam nenhum dano. Esses criadores geralmente manuseiam ASF pelos alguns motivos como: hobby, comércio das caixas de abelhas povoada, consumo de mel e dos derivados das abelhas (BÔAS; MALASPINA, 2012).

O mel da ASF, mesmo tendo uma produção menor do que da abelhas com ferrão, possui uma vantagem especial, considerando que as ASF são nativas Brasil estão muito mais adaptadas na polinização e na coleta do néctar existente no país (BÔAS; MALASPINA, 2012). O mel das ASF obtém melhor preço no mercado em relação as abelhas com ferrão, por se tratar de um produto especial, orgânico e raro. O sabor desse mel possui característica única, além de seu benefício medicinal (VENTURIERI, 2008).

O comércio da cidade de Guarabira, localizada na Paraíba, possui uma carência sobre os méis que estão inseridos em suas feiras e supermercados. É perceptível que a maior parte do mel que é distribuído ou vendido nesses locais é o da abelha com ferrão, por isso, os méis da ASF, criadas em meio à cidade tem uma dificuldade em distribuir sua produção para o mercado consumidor.

Apesar de sua popularidade, o mel é um produto facilmente adulterado com açúcar ou xarope, por isso é fácil encontrar imitações no mercado. O mesmo vale para o mel das ASF, cujos compradores desconhecem o sabor original, alimentando a venda de produtos falsificados. Não é incomum ouvir relatos de mel falso, assim como de outras abelhas com ferrão (BÔAS; MALASPINA, 2012).

Os criadores de ASF têm uma dificuldade em garantir as vendas do mel dessas abelhas devido alguns fatores como: há muitas falsificações no mercado da cidade; falta de conhecimento do benefício do mel e seus derivados; preço elevado em comparação com as abelhas com ferrão e o fato da produção ser em pequena escala. A fim de preencher essas lacunas o presente trabalho irá responder a seguinte pergunta: Qual o nível de demanda do mercado de mel de abelha sem ferrão em Guarabira – PB?

Considerando que o autor desta pesquisa possui um meliponário e cria ASF há vários anos, este estudo será de grande importância, tendo em vista a possibilidade de conhecer o comportamento e características de clientes em potencial no consumo do mel, lidando melhor com os mecanismos de oferta do produto. Além disso, os produtores de mel da região vão poder se beneficiar com os resultados da pesquisa.

Diante desse cenário o objetivo geral desse trabalho é compreender o perfil dos consumidores de mel de abelha sem ferrão em Guarabira – PB, por meio de uma pesquisa de mercado. Enquanto os objetivos específicos são: a) identificar o

perfil dos clientes do mel de abelha sem ferrão da cidade de Guarabira – PB; b) analisar a percepção dos clientes de mel de ASF sobre o consumo na cidade de Guarabira – PB e c) verificar a existência de fatores limitantes no consumo de mel de ASF no município de Guarabira – PB.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Descrição das abelhas utilizadas na meliponicultura

As abelhas são insetos importantes para o ecossistema, elas são fundamentais na polinização das plantas. Esses insetos estão divididos em abelhas com ferrão útil e as abelhas sem ferrão útil. As abelhas que possuem o ferrão são os membros da família Apidae, como a abelha-africana, *Apis mellifera scutellata*, uma das principais características deste tipo de abelha é que ela possui um ferrão que contém uma substância venenosa como mecanismo de defesa, e quando uma abelha dessa ferroa um ser humano, o ferrão fica alojado na pele provocando dor, inchaço e em pessoas alérgicas pode gerar até a morte (MAPA, 2000).

Já as abelhas consideradas sem ferrão são membros da família Meliponidae, apesar de muito acreditarem que esse tipo de abelha não possua ferrão, na realidade há um ferrão, no entanto ele é atrofiado e dessa forma não pode ser utilizado como um mecanismo de defesa, desse modo as ASF utilizam apenas dos aparatos bucais para defesa e alimentação. As ASF também são menores que as abelhas com ferrão e possui uma coloração diferente, além disso as abelhas com ferrão são caracterizadas por possuírem um maior comportamento agonístico quando comparadas com as ASF (DIAS; BUSSAB 2014).

2.2 Benefícios do mel

O mel é um alimento gerado a partir do néctar das flores ou das secreções de partes vivas das plantas, em que as abelhas recolhem e incorporam com substâncias próprias do seu corpo (MAPA, 2000). De acordo com PEREIRA (2007) o mel de abelhas sem ferrão tem muitos benefícios para o ser humano alguns deles são antimicrobianas, imunomoduladoras, anti-inflamatórias e cicatrizantes.

O composto antimicrobiano encontrado no mel das ASF através de análises é que uma droga que tem a capacidade de inibir o crescimento dos microrganismos encontrados em algumas patologias nos humanos (PEREIRA,2007) Já as

substâncias imunomoduladoras atuam no sistema imunológico e potencializam a resposta orgânica a determinados microrganismos, incluindo vírus, bactérias, fungos e protozoários. Já os anti-inflamatórios impedem ou amenizam essa reação e minimizam sintomas comuns da inflamação, esse item apresenta ação antipirética (redução da febre) e como a inflamação pode causar dor, eles também apresentam ação analgésica (NUNES, 2020). Por fim, os cicatrizantes são substâncias com propriedades anti-inflamatórias, calmantes e/ou hidratantes, que ajudam a diminuir a inflamação e estimulam a regeneração da pele (PEREIRA, 2007).

2.3 Consumo de mel no Brasil

O Brasil possui a maior capacidade de produção de mel orgânico do mundo, considerando que a região Nordeste, em particular, tem elevada competitividade no mercado mundial de produtos derivados das abelhas (BÖHLKE, PALMEIRAS 2006) O diferencial do mel nordestino está na baixa contaminação por pesticidas e por resíduos de antibióticos, pois grande percentual do mel produzido na região é proveniente da vegetação nativa (VIDAL, 2020).

O mercado do mel caracteriza-se pela presença de dois produtos bem diferenciados: o mel de mesa consumido *in natura* e o mel industrial utilizado para fabricação de biscoitos, cosméticos e na medicina. (BÖHLKE; PALMEIRA, 2006). Apesar da produção ser menor em áreas de cultivo de pequeno porte, esses criadores têm a disponibilidade em ter o mel em todos os produtos que as abelhas produzem, por criarem as ASF e produzirem o mel delas de forma orgânica há um valor agregado enorme para vendas dos produtos (DANTAS, 2011).

O valor do mel irá depender da qualidade, apresentação e origem botânica, atualmente, o fato de ser certificado como produto orgânico também agrega valor adicional, podendo elevar o preço em até 50%. Para a comercialização, o mel deve ser envasado em vasilhames de vidro ou plástico, sendo os potes de vidro os melhores e mais indicados, porém os de plástico predominam por serem de menor custo (OLIVEIRA *et al.*, 2009), logo, a boa apresentação do mel para venda é indispensável. Quando o cliente tem o desejo de comprar mel, o que conta muito no final da venda é a sua origem botânica que nada mais é, flores disponíveis no campo para elas coletarem o néctar.

No território brasileiro o consumo de orgânicos ainda está em crescimento, diferentemente do que ocorre no mercado europeu e norte-americano (ZAMBERLAN; SANTOS 2010). A comercialização dos produtos de origem orgânica, até meados da década de 90, era restrita às lojas de produtos naturais e às feiras de produtos orgânicos. No entanto, as grandes redes de supermercados surgem como uma importante via de comercialização, apresentando esses alimentos de forma selecionada, classificada, rotulada e embalada, exigindo maiores quantidades de produtos (ORMOND *et al.*, 2002).

O mercado de mel das ASF na cidade de Guarabira ainda é muito escasso, acredita-se que a pequena presença de criadores dessas abelhas na região possa ser um dos motivos.

2.4 Hábitos de compra

Para entender alguns hábitos de consumo é necessário conhecer o comportamento do consumidor, ou seja, realizar um estudo que evidencie quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem necessidades e desejos (SOLOMON, 2016). Existem vários tipos de consumidores em nosso Brasil, desde uma inocente criança a um determinado executivo que decide comprar itens de alto valor. O comportamento do consumidor surgiu em meados dos anos 60, demonstrando assim a implementação de vários fatores a serem estudados sobre o comportamento do consumo.

O estudo do comportamento do consumidor é definido como a investigação das atividades diretamente envolvidas em obter, consumir e dispor de produtos e serviços, incluindo os processos decisórios que antecedem e sucedem estas ações. Na verdade, é o estudo do processo vivido pelos indivíduos ao tomarem decisões de empregar seus recursos disponíveis em itens relacionados ao consumo, fazendo assim uma vinculação com os propósitos dos profissionais de marketing, que buscam identificar as necessidades e induzir o cliente a consumir o produto (VIEIRA, 2002, p. 1).

Quando se propõe a estudar o comportamento do consumidor, busca-se refletir sobre o que motiva os consumidores a comprar, como tomam suas decisões de compra, quais fatores externos e internos exercem influência sobre essas decisões, como produtos ou serviços são adquiridos, consumidos e posteriormente avaliados, e como realizam o descarte dos produtos adquiridos (MERLO; CERIBELI, 2013). Com isso deve haver um planejamento eficaz junto ao pessoal de marketing em relação as propagandas, para que tal informação sobre o produto seja transmitido para o consumidor.

3 METODOLOGIA

Para se atingir os objetivos desse estudo foi realizada uma pesquisa com abordagem quantitativa, que se baseia na medição numérica e análise estatística para estabelecer padrões e do tipo descritiva, que observa, registra, analisa e correlaciona fenômenos sem manipulá-los (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO 2013).

Os dados foram coletados a partir da aplicação de questionários online, utilizando a ferramenta de formulário online, *Google Forms*. As perguntas foram elaboradas seguindo o modelo de Santos (2020).

O formulário esteve disponível para preenchimento do dia 15 de maio a 02 de junho de 2023, foi divulgado em grupos de Wathassap.

O questionário disponibilizado era composto por duas partes tendo um total 10 perguntas, a primeira parte era composta por quatro questões socioeconômicas e a segunda parte possuía seis questões relacionadas aos objetivos da pesquisa.

A análise dos dados coletados foi realizada por meio do agrupamento dos dados de cada questão, gerando gráficos e tabelas com os resultados em porcentagens, utilizando a plataforma do *Google Forms*.

4 RESULTADOS E DISCURSÃO

São apresentados a seguir os resultados obtidos para o estudo da demanda de mel de ASF no município de Guarabira. Dentre os cinquenta entrevistados, 20 eram do sexo feminino (40%) e 30 do sexo masculino (60%), quanto à faixa etária há predominância foi de pessoas de 35 a 50 anos (32%), seguida de indivíduos de 25 a 35 anos (28%). A maioria dos entrevistados possuíam ensino médio completo (44%) e com renda familiar entre R\$ 1.201,00 e R\$ 1.450,50 (36%). Outras informações socioeconômicas sobre os participantes da pesquisa podem ser conferidas na Tabela 1.

Tabela 1. Distribuição de frequência de sexo, faixa etária, nível de escolaridade e renda mensal dos entrevistados.

Variável	%
Sexo	
Masculino	60
Feminino	40
Faixa etária	
18 até 25 anos	28
25 até 35 anos	38
35 até 50 anos	32
Acima de 50 anos	2
Nível de escolaridade	
Ensino Fundamental completo	2
Ensino Fundamental incompleto	4
Ensino médio completo	44
Ensino médio incompleto	8
Ensino superior	42
Renda mensal	
Nenhuma	8
Inferior a R\$ 200,00	6
Entre R\$ 201,00 e R\$ 400,00	6
Entre R\$ 401,00 e R\$ 600,00	4
Entre R\$ 601,00 e R\$ 800,00	2
Entre R\$ 801,00 e R\$ 1.000,00	2

Entre R\$ 1.001,00 e R\$ 1.200,00	10
Entre R\$ 1.201,00 e R\$ 1.405,50	36
Superior a 1.405,50	26

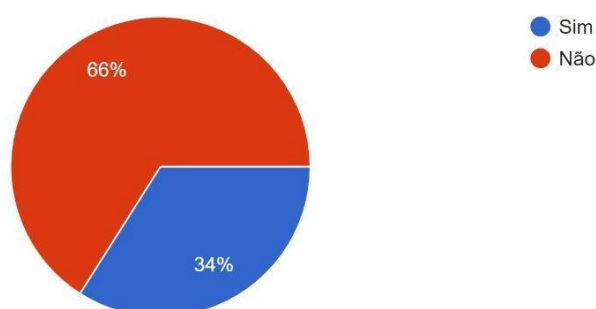
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A grande parte dos entrevistados (66%) desconhecem os benefícios fornecidos pelo mel da ASF, indicando que para eles não há distinção entre os tipos de abelhas, conseqüentemente, não compreendem os benefícios que contém em cada tipo de mel (Figura 1). Tal fato, provavelmente, ocorre devido a pequena divulgação dos meliponicultores. Com isso, sugerimos que os produtores de mel, divulgasse mais as informações a respeito desse produto, visto que eles possuem uma ampla visão e conhecimento dos benéficos que o mel.

Figura 1. Porcentagem de entrevistados que conhecem ou não os benefícios do mel.

Conhece os benefícios do mel das abelhas sem ferrão ?

50 respostas



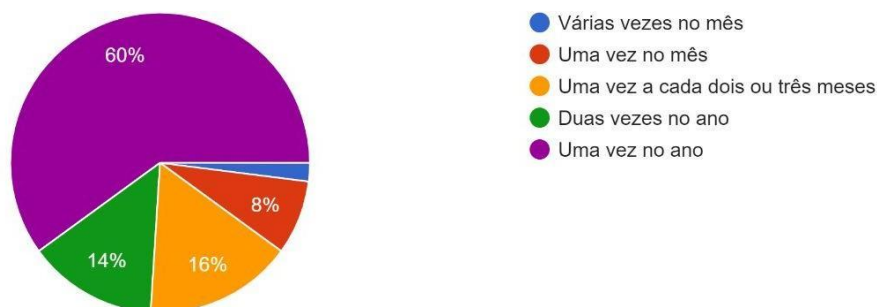
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Com relação a compra do mel a pesquisa indica que 60% dos consumidores compram o mel apenas uma vez durante o ano, enquanto 16% dos entrevistados compram com uma maior frequência, sendo entre uma vez, a cada dois ou três meses (Figura 2). Uma pesquisa realizada por Santos (2020) em Nossa Senhora da Glória – Sergipe também evidenciou a baixa frequência na compra de mel. Acreditamos que mesmo o mel sendo o um produto muito popular a compra é baixa devido a falta do conhecimento ou até mesmo a ausência desse item nas dietas do ser humano.

Figura 2. Frequência de compra de mel respondida pelos entrevistados.

Com qual frequência você compra mel?

50 respostas



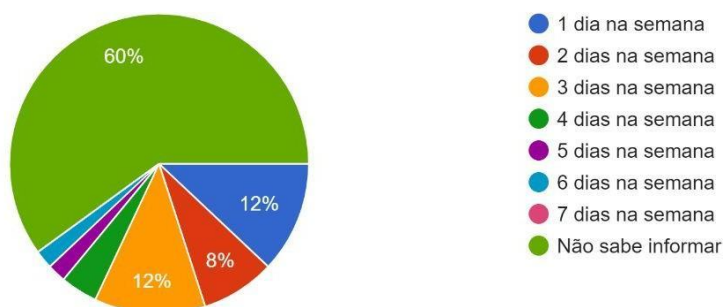
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A grande parte dos entrevistados (60%) não quantificam o consumo de mel período de um mês. Entretanto, 12% dos consumidores afirmam que utilizam o mel um a três dias na semana (Figura 3).

Figura 3. Frequência de consumo de mel respondida pelos entrevistado no período de um mês.

Com qual frequência você consome mel no período de um mês?

50 respostas



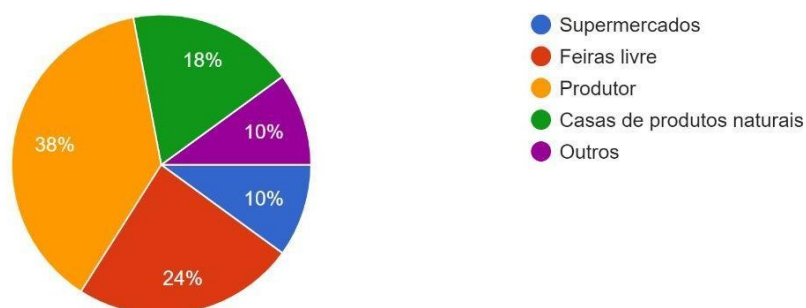
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A princípio a maioria das pessoas compram o mel diretamente com o produtor, (Figura 4), outro local procurado para a compra da substância são as feiras livres com um vendedor informal, tendo 24% dos entrevistados comprando nesses locais (Figura 4)

Figura 4. Preferência de locais de compra de mel.

Quais são os principais locais que você compra mel?

50 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O mel é um produto com diversas utilidades e benefícios, onde segundo o estudo cerca de 68% dos entrevistados o utilizam para remédio (Figura 5). Esse resultado é confuso visto que a maioria dos entrevistados assumirem desconhecem os benefícios do mel. Desta forma, acreditamos que as pessoas utilizam o mel como remédio como uma crença e não como algo de fato científico e comprovado.

Figura 5. Forma em que os entrevistados utilizam o mel.

Como você utiliza o mel?

50 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

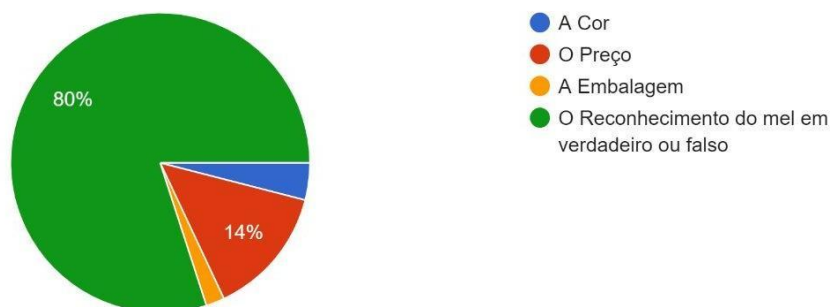
A maioria das pessoas (80%) preferem comprar o mel diretamente do produtor, por ter a confiança que o mel é de fato verdadeiro (Figura 6). Tal resultado corrobora com o de Santos (2020), isso, provavelmente, se deve ao fato de que os

entrevistados preferem ter a garantia que o mel seja de boa qualidade. Entretanto, é necessário ressaltar que o preço também é um agente modulador no momento da escolha do mel.

Figura 6. Fatores que influenciam os entrevistados no momento da compra do mel.

O que lhe chama mais atenção na hora de comprar o mel?

50 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De uma forma geral, notamos que a ausência do marketing dos produtores é uma das maiores dificuldades para a venda do mel e que apesar disso muitos consumidores possuem gosto e preferência ao adquirir o mel das ASF.

5 CONSIDERAÇÕES APÓS A PESQUISA

Os resultados desse estudo possuem uma grande importância para os meliponicultores da cidade e região próximo a Guarabira, visto que a partir da realização dessa pesquisa foi possível obter informações sobre o perfil do consumidor de mel.

Destacamos que a frequência do consumo de mel encontrada na pesquisa ainda é baixa, principalmente, pelo fato dos produtores desconhecerem as preferências do consumidor. Sendo assim, sugerimos que os produtores realizem um planejamento estratégico a fim de maximizar as vendas e o consumo de mel na cidade.

REFERÊNCIAS

- BÔAS, J. K.; MALASPINA, O. **Parâmetros físico-químicos propostos para o controle de qualidade do mel de abelhas indígenas sem ferrão no Brasil**. Centro de Estudos de Insetos Sociais/Departamento de Biologia, IBRC, UNESP. 2014
- BÖHLKE, P. B.; PALMEIRA, E. M. Inserção competitiva do pequeno produtor de mel no mercado internacional. **Revista acadêmica de economia**. n. 71, dez. 2006.
- CARVALHO, R. M. A. de; MARTINS, C. F.; MOURÃO, J. da S. Meliponiculture in quilombola communities of ipiranga and gurugi, paraíba state, brazil: an ethnoecological approach. **Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine**, v. 10, n. 1, 10 jan. 2014.
- DANTAS, P. C.; CORREIA-OLIVEIRA, M. E.; PODEROSO, J. C. M.; GONÇALVES, F. B.; FERREIRA, A. F.; RIBEIRO, G. T.; ARAÚJO, E. D. Preferências da população da Região Metropolitana da Grande Aracaju (SE), sobre o consumo de produtos apícolas. **Scientia Plena**, v. 5, n. 12, 2011.
- MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Mel**, n. 8, 2000.
- MERLO, E. M.; CERIBELI, H. B. **Comportamento do consumidor**. Grupo Gen-LTC, 2013.
- NUNES, C. M. G. **Evidência científica para o uso do mel farmacêutico no tratamento de feridas crônicas**. Lisboa, 2020.
- OLIVEIRA, J. T. et al. **O mercado de mel e produtos apícolas no município de Garanhuns-PE**. IX Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão-JEPEX, 2009.
- ORMOND, J. G. P.; PAULA, S. R. L. ; FILHO, P. F. ; ROCHA, L. T. M. **Agricultura orgânica: quando o passado é futuro**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, 2002.
- PEREIRA, P. J. M. F. **Propriedades anti-bacterianas do mel monografia**. 36 f. Universidade do Porto, Porto Alegre-MG, 2007.
- SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- SANTOS, G. do N. **Qualidade do mel e perfil do consumidor do município de Nossa Senhora da Glória – SE**. 2020. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Agroindústria) - Universidade Federal de Sergipe, Nossa Senhora da Glória, SE, 2020.
- SILVA, T. A.; FELIPPSSEN, E. A.; MANDOTTI, S. M.; SIMÃO, D. F.; GIMENES, G. M. O “Quintais de mel”: a criação de abelhas sem ferrão como ferramenta de educação ambiental. **Revista Extensão & Cidadania**, v. 9, n. 15, p. 187-198, 2021.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

VENTURIERI, G. C. et al. **Meliponicultura no Brasil: situação atual e perspectivas futuras para o uso na polinização agrícola**. Polinizadores no Brasil: contribuição e perspectivas para a biodiversidade, uso sustentável, conservação e serviços ambientais. São Paulo, SP: EDUSP, 2012.

VENTURIERI, G. C. **Criação de abelhas indígenas sem ferrão**. 2 ed. Belém-PA: Embrapa Amazônia Oriental, 2008.

VIEIRA, V. A. As Tipologias, Variações e Características da Pesquisa de Marketing. **Revista FAE**, v.5, n.1, 2002.

VIDAL, M. de F. Evolução da produção de mel na área de atuação do BNB . **Caderno Setoria ETENE**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 5, n.112, abr. 2020.

ZAMBERLAN, L. ; SANTOS, D. Mi. **O comportamento do consumidor de mel: um estudo exploratório**. Um estudo exploratório, 2010.

APÊNDICE – A – Questionário

1) Qual é o seu Gênero?

Masculino Feminino

2) Qual é a sua faixa etária?

de 18 até 25 anos

de 25 até 35

anos de 35 até

50 anos Acima

de 50 anos

3) Qual seu nível de escolaridade?

Ensino Fundamental completo

Ensino Fundamental incompleto

Ensino Médio completo

Ensino Médio incompleto

Ensino Superior

4) Qual sua renda mensal individual?

Nenhuma

Inferior a R\$ 200,00

Entre R\$ 201,00 e R\$

400,00 Entre R\$ 401,00 e

R\$ 600,00 Entre R\$ 601,00

e R\$ 800,00

Entre R\$ 801,00 e R\$ 1.000,00

Entre R\$ 1.001,00 e R\$

1.200,00 Entre R\$ 1.201,00 e

R\$ 1.405,50

Superior a R\$ 1.405,50 (superior a um salário mínimo e meio vigente)

5)

Conhece os benefícios do mel das abelhas sem ferrão ?

Sim

Não

6) Com qual frequência você compra mel?

Várias vezes no mês

Uma vez no mês

Uma vez a cada dois ou três meses

Duas vezes no ano

Uma vez no ano

7) Com qual frequência você consome mel no período de um mês?

1 dia na semana

2 dia na semana

3 dia na semana

4 dia na semana

5 dia na semana

6 dia na semana

7 dia na semana

Não sabe informar

8) Quais são os principais locais que você compra

mel? Supermercados

Feiras livre

Produtor

Casas de produtos naturais

Outros

9) Como você utiliza o

mel? Remédio

Substituto do açúcar

Misturado com iogurte, frutas, verduras ou outros alimentos

Em receitas culinárias, como bolos, pão de mel, entre outros

Cosmético, como esfoliam-te de mel com açúcar, entre outros

1

0

)

O que lhe chama mais atenção na hora de comprar o mel?

A Cor

O Preço

A Embalagem

() O Reconhecimento de falso ou verdadeiro