

PERFIL DO CONSUMIDOR DE MEL DE ABELHA SEM FERRÃO EM MARINGÁ, PARANÁ, BRASIL

30º Zootec, 1ª edição, de 10/05/2021 a 14/05/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-12-8

CARNEIRO; Maria Eduarda Tostes¹, BANKUTI; Ferenc Istvan²

RESUMO

A meliponicultura é a criação de abelhas sem ferrão (ASF). No Brasil sua produção vêm crescendo ao longo dos anos. O interesse no consumo aumenta cada vez mais devido às suas propriedades terapêuticas e valorização de produtos naturais. Quando comparada as abelhas *A. mellifera*, o mel das ASF possuem um valor comercial superior. Estudar como os compradores agem auxilia os produtores e comerciantes definirem técnicas comerciais realistas ao longo da cadeia, agregando valor ao produto. O instrumento de coleta de dados utilizado foi a plataforma online “Google Forms”, enviados à população do município através de aplicativos virtuais. A primeira parte do questionário buscou caracterizar o perfil geral do consumidor. Das 140 respostas válidas 63,57% (89) dos respondentes eram do sexo feminino. Quanto ao estado civil, 86,43% (121) eram solteiros, 11,43% (16) eram casados e, 2,14% (3) eram divorciados. Referente ao nível de escolaridade, 63,57% (89) possuíam graduação completa e incompleta, 23,57% (33) possuíam pós-graduação completa ou incompleta, e 12,86% (18) cursaram ensino médio completo. A maioria dos participantes alegou ter renda familiar de 1 a 3 salários mínimos ao mês (37,86%), seguindo das pessoas com renda de 3 a 6 salários mínimos (28,57%), pessoas com renda de 6 a 10 salários (18,57%), pessoas com renda superior a 10 salários mínimos (12,14%) e pessoas com renda de até um salário mínimo (2,86%). A segunda parte do questionário buscava maiores informações sobre o consumo de mel de abelha sem ferrão. Dentre os respondentes, 75,7% (106) já tinham conhecimento sobre as abelhas sem ferrão. Referente ao consumo do produto, 34,3% (48) já consumiram ao menos uma vez, 20,7% (29) nunca consumiram, e 45% (63) não sabem dizer se já consumiram ou não. Entre os principais motivos para o consumo, estão o sabor característico (21,4%), pelos benefícios à saúde (10%), pelo valor nutricional (1,4%), por ser um produto considerado “gourmet” (0,7%), e os demais respondentes não fazem consumo (66,4%). Já os principais motivos para o não consumo, estão não possuir o costume (32,1%), não saber onde comprar (17,1%), não saber identificar um bom mel no momento da compra (16,4%), não achar o preço acessível (5%) e não gostar do gosto (2,1%). Quanto a quantidade consumida por ano, 21,4% (30) consomem de 10 a 50 gramas, 5,7% (8) consomem de 51 a 100 gramas, 3,6% (5) 101 a 200 gramas e 2,9% (4) mais que 200 gramas. Referente ao consumo de mel de jataí, mandaçaia, tubuna, tiúba ou uruçu, 44,3% (62) já consumiram, 17,1% (24) nunca consumiram e 38,6% (54) não sabem dizer. Quando comparamos as questões sobre o consumo do mel de forma geral com o consumo de abelhas específicas, notamos que muitas pessoas consomem os méis de ASF sem saber o que é. As pessoas consomem principalmente pelo sabor característico, e não consomem por não possuir o costume, e seu consumo ainda é baixo, se fazendo necessária disseminação de conhecimento sobre essas abelhas, já que muitas pessoas jamais sequer ouviram falar, e divulgação sobre os benefícios do consumo do produto.

PALAVRAS-CHAVE: Agronegócio, Abelhas nativas, Hábitos de consumo, Meliponicultura, Produtos melipônicos

¹ Graduando em zootecnia - Universidade Estadual de Maringá/UEM, mariaedtostes@gmail.com
² Professor - Universidade Estadual de Maringá/UEM, fibankuti@uem.br