



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Centro de Pesquisa Agropecuária do Meio-Norte
Ministério da Agricultura e do Abastecimento

CADEIA PRODUTIVA DO MEL NO ESTADO DO PIAUI

Organização de:

Sérgio Luiz de Oliveira Vilela

Embrapa Meio-Norte

Teresina, PI

2000

Exemplares desta publicação podem ser solicitados à:

Embrapa Meio-Norte

Av. Duque de Caxias, 5650

Telefone: (86) 225-1141

Fax: (86) 225-1142. E-mail: publ@cpamn.embrapa.br.

Caixa Postal 01

CEP 64006-220 Teresina, PI

Tiragem: 1.000 exemplares

Comitê de Publicações:

Paulo Henrique Soares da Silva - Presidente

Antonio Boris Frota

Valdenor Queiroz Ribeiro

Expedito Aguiar Lopes

Edson Alves Bastos

Tratamento Editorial:

Lígia Maria Rolim Bandeira

Diagramação Eletrônica:

Erlândio Santos de Resende

1ª edição

1ª impressão (2000): 1.000 exemplares

VILELA, S. L. de O. (org.). Cadeia produtiva do mel no Estado do Piauí.
Teresina: Embrapa Meio-Norte, 2000. 121 p. il.

ISBN 85-88388-01-4

Termos para indexação: mel; abelha; produção; Brasil; Piauí.

CDD: 638.1

© Embrapa 2000

A PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES

Sérgio Luiz de Oliveira Vilela
Fábia de Mello Pereira

A pesquisa do estudo da cadeia produtiva do mel procurou investigar todos os elos conhecidos, como previsto na estrutura metodológica, elencando-se como atores principais os apicultores e os consumidores. Entrevistaram-se 115 consumidores nos 30 municípios visitados. Para facilitar a factibilidade dos resultados, a maioria dos entrevistados (60) residiam em Teresina, conforme distribuição já apresentada anteriormente (Quadro 1, capítulo 1). Houve ainda, a preocupação em estratificar os entrevistados, por faixas de renda mensal (Figura 25).

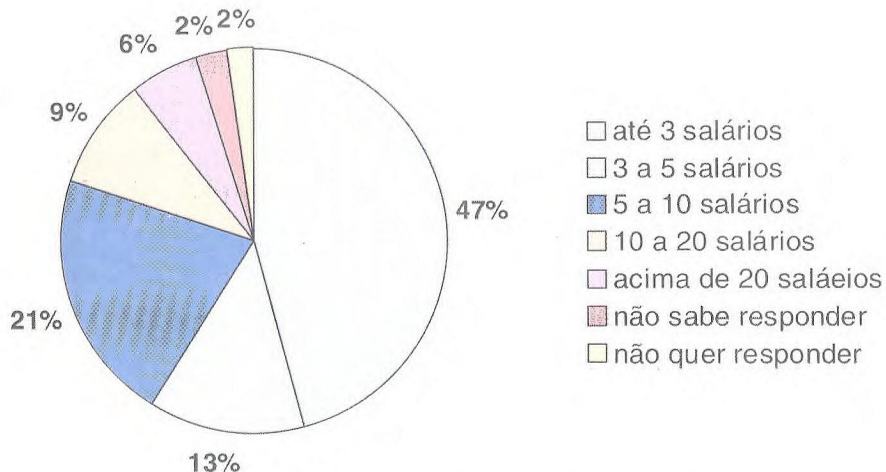


Figura 25. Faixa de renda mensal dos entrevistados sobre o consumo de mel no Piauí em 2000 (valor do salário mínimo: R\$ 151,00).

Os resultados indicaram que a maioria dos entrevistados (70%) têm o hábito de consumir mel, não se podendo afirmar, entretanto, que estes níveis de consumo sejam satisfatórios, uma vez que somente 23% dos entrevistados declaram consumi-lo diariamente, e 46% ocasionalmente (Figura 26).

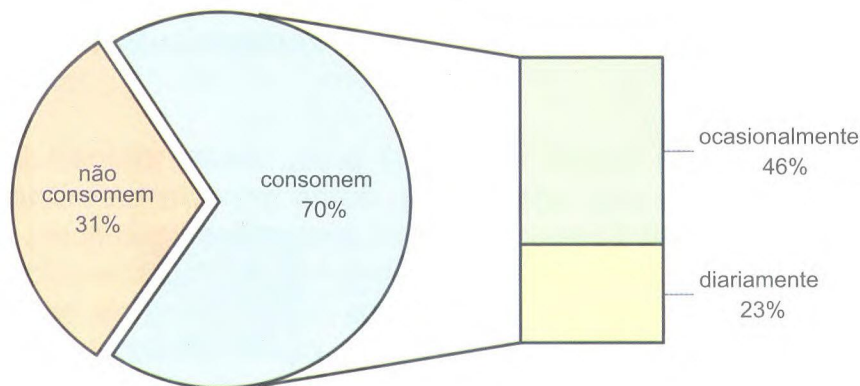


Figura 26. Frequência do consumo de mel segundo os entrevistados (%).

Os entrevistados que afirmaram não ter hábito de consumir mel (31%) declararam que não o fazem por achar o sabor demasiadamente doce e desagradável (66%), por serem diabéticos (17%) ou simplesmente por não terem mesmo o hábito (17%) (Figura 27). Estes dados demonstram que, embora seja possível aumentar o número de consumidores de mel no estado, o incremento atingiria apenas 17% da população. É, por isso, mais factível trabalhar a elevação do consumo *per capita*, através de campanhas publicitárias estimuladoras do uso freqüente do produto, gerando novos mercados consumidores e reduzindo um dos maiores problemas da cadeia produtiva: a comercialização.

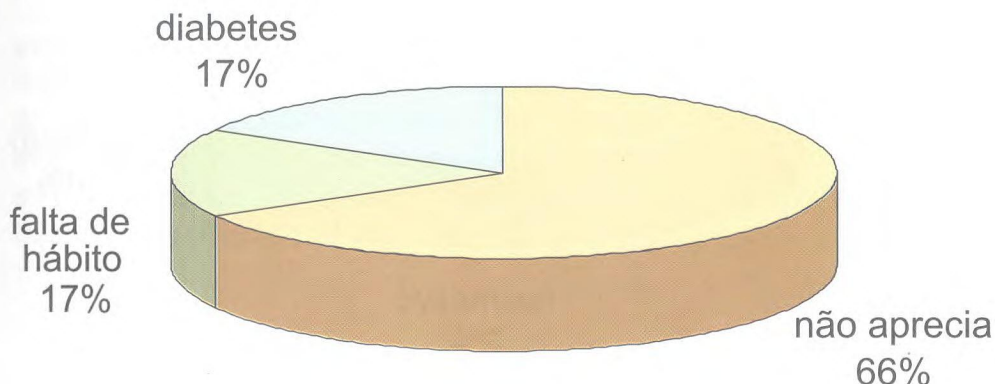


Figura 27. Motivo de não consumo de mel por parcela dos entrevistado (%).

Campanhas publicitárias têm, contudo, resposta demorada, sendo necessário resolver-se o problema da comercialização a curto prazo. Uma sugestão é a inclusão de mel na merenda escolar de colégios municipais e estaduais, pois, além de se oferecer um produto de reconhecido valor nutricional, se ampliaria o mercado instantaneamente, solucionando o problema dos apicultores, a curto prazo, e criando-se o hábito do consumo de mel entre os estudantes, o que expandiria o mercado a longo prazo. Porém, para que isto ocorra, é necessário união, organização e mobilização dos apicultores, com pressão sobre as entidades responsáveis.

A pesquisa, detectou que 48% dos entrevistados crêem no poder terapêutico do mel e recorrem com muita freqüência a ele para debelar patologias para as quais tem reconhecido efeito. São crenças e experiências passadas de pai para filho e construídas a partir ou da inexistência, em outras épocas, de medicamentos, ou mesmo da inacessibilidade a eles até os dias atuais. Como pode ser visto na Figura 28, o mel é usado para produção de cosméticos caseiros (2%), como apiterápico (48%) e como alimento (50%).

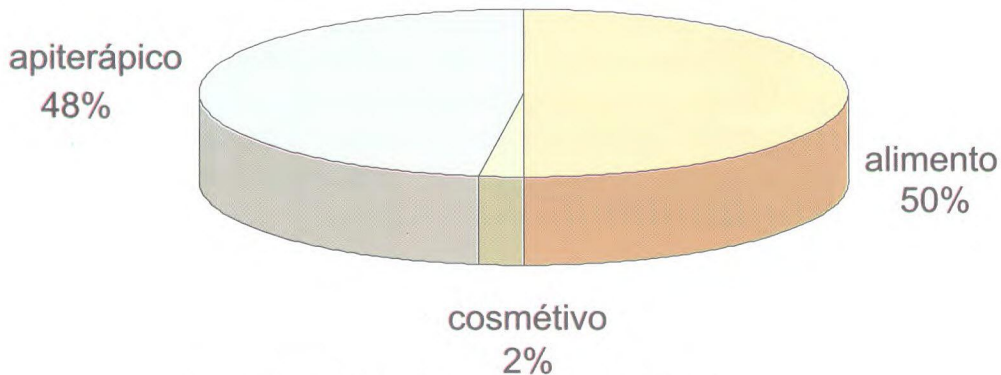


Figura 28. Finalidades do consumo de mel (%).

Estes resultados reforçam a idéia de que é necessário o aumento do consumo *per capita* do mel. Era de se esperar que o nível de consumo de mel com misturas, em especial o mel com própolis e com extratos de plantas medicinais, fosse significativo, devido à quantidade de consumidores que declararam consumir mel com fins terapêuticos (48%). No entanto, esta tendência não se confirmou, já que somente 21% dos que declararam consumir mel, o fazem com algum tipo de mistura e para 79% ele é consumido *in natura* (Figura 29).

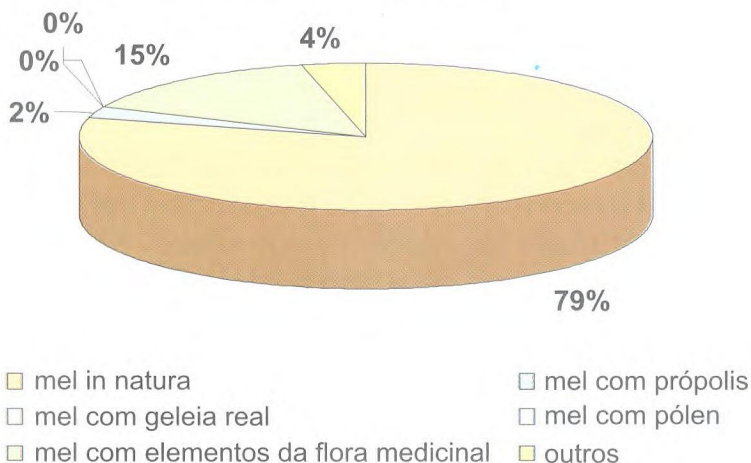


Figura 29. Formas de consumo de mel pelos entrevistados (%).

Pode-se afirmar, a partir de uma interpretação dos dados colhidos pela pesquisa, que umas das explicações para este fato está no custo significativamente mais alto do mel com misturas quando comparado ao mel *in natura*, diferença que chega, em alguns casos, a 200%. Isto é incompatível com a renda da maior parte dos entrevistados (60%) que se acha na faixa de até 5 salários mínimos, sendo que, 47% ganham até três salários (Figura 25).