

## **Perfil Mercadológico dos Produtos Apícolas dos Municípios de Corumbá e Ladário, MS<sup>1</sup>**

***Lenir Pedroso de Barros<sup>2</sup>, Fabiana Tavares Pires de Souza Sereno<sup>3</sup>, Vanderlei Doniseti Acassio dos Reis<sup>4</sup>***

O Brasil é atualmente um dos maiores produtores mundiais de mel e, a partir da primeira década do século 21, passou a também exportar quantidades significativas desse produto apícola. Dessa forma, se faz necessário o estudo do perfil dos consumidores locais com vistas ao desenvolvimento e a consolidação do mercado de produtos apícolas nas diferentes regiões do país. A apicultura na região de Corumbá e Ladário, no Pantanal Sul-Mato-Grossense é uma atividade produtiva do meio rural ainda pouco representativa, porém apresenta grande potencial econômico, podendo contribuir significativamente para a geração de emprego, o aumento de renda e da qualidade de vida dos apicultores. Este trabalho teve como objetivo identificar e avaliar o consumo de produtos apícolas nas áreas urbanas de Corumbá e Ladário, MS. O trabalho foi realizado em 2005 por meio da aplicação de questionários aos consumidores finais, sendo 160 em Corumbá e 80 em Ladário, e estabelecimentos que comercializavam produtos apícolas (oito e quatro, respectivamente) nessas cidades. Nas entrevistas procurou-se identificar o perfil dos consumidores e tipos de produtos apícolas mais demandados; preferência por marcas comerciais; forma de utilização dos mesmos; frequência de aquisição e principais pontos comerciais utilizados para a sua aquisição. Observou-se que cerca de 57,50% e 52,50% dos entrevistados possuíam o hábito de consumir produtos apícolas, os quais eram adquiridos no comércio (65,62% e 65%), direto do produtor (20,62% e 28,75%), feiras livres (18,75% e 26,25%) e em outros locais como, por exemplo, através da extração amadora = “meleiros” (11,25% e 21,25%), respectivamente para Corumbá e Ladário nos resultados anteriormente apresentados. Verificou-se também que a compra era realizada de forma mensal ou anual, principalmente no período do inverno. Dentre os produtos mais consumidos destacavam-se o mel, os compostos de produtos apícolas com outros materiais, a cera bruta de abelha, a própolis, a geléia real, o pólen e em menor escala os xampus, os sabonetes, os desodorantes, a cera revitalizadora para cabelos, as bolachas e os iogurtes com mel. Evidenciou-se que a maioria (61,87% em Corumbá e 60,00% em Ladário) dos consumidores de ambas as áreas urbanas desconhece no que consiste um produto apícola orgânico e quais seriam as possíveis vantagens de sua aquisição. No momento da aquisição de um determinado produto apícola, os consumidores mostraram-se interessados com relação à procedência, ao sabor, à cor, ao tipo de embalagem, ao preço acessível e ao aroma, indicando que estas características eram relevantes nessa fase da comercialização. Os responsáveis pelos estabelecimentos comerciais também destacaram, além das características anteriormente mencionadas, que os consumidores priorizavam uma marca comercial previamente conhecida. Pode-se concluir que os consumidores de produtos apícolas das áreas urbanas de Corumbá e Ladário se preocupavam com a qualidade e a idoneidade dos itens que adquiriam, utilizando-os principalmente como remédio e/ou alimento. Além disso, algumas pessoas buscavam produtos diferenciados como, por exemplo, favos com mel em embalagens que destacassem essa característica.

<sup>1</sup> Parte da monografia de graduação da primeira autora

<sup>2</sup> Zootecnista, 79331-01, Corumbá, MS (lennamel\_@hotmail.com)

<sup>3</sup> Analista em Ciência e Tecnologia da CAPES, 70040-020, Brasília, DF (fabiana\_sereno@yahoo.com.br)

<sup>4</sup> Pesquisador da Embrapa Pantanal, Caixa Postal 109, 79320-900, Corumbá, MS (reis@cpap.embrapa.br)