



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Consumo de mel de abelha por moradores do Programa Minha Casa Minha Vida em Santarém – Pará. A origem influencia na preferência?

*Bee honey consumption by Minha Casa Minha Vida Program residents in Santarém - Pará. Does the origin influence in the preference?*

PIRES, Adcleia Pereira<sup>1</sup>; SILVA, Alanna do Socorro Lima<sup>2</sup>; VIANA, Ana Paula da Silva<sup>3</sup>; ALVES-CHIBA, Helionora da Silva<sup>4</sup>; NETO, Jonival Santos Nascimento Mendonça<sup>5</sup>; COSTA, Marcelo Diniz<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Oeste do Pará (Ufopa), piresadcleia@gmail.com; <sup>2</sup> aslsilva@yahoo.com.br;

<sup>3</sup>anastm.paula@gmail.com; <sup>4</sup>helionora.alves@ufopa.edu.br; <sup>5</sup>;FIT/Unama, Jonival73@gmail.com;

<sup>6</sup>marcelodinizag@gmail.com

**Tema Gerador:** Estratégias Econômicas em Diálogo com Agroecologia

### Resumo

O objetivo conhecer o perfil dos consumidores de mel entre os moradores do Programa Minha Casa Minha Vida, em Santarém-PA, e identificar se a origem do mel tem influência na preferência. Foram aplicados de 400 questionários, esses questionários foram elaborados buscando identificar quais os critérios de escolha do mel usados pelos consumidores moradores do residencial. Com relação a origem dos moradores destes destaca-se que 53% pertencem a comunidades tradicionais ou ribeirinhas e 18% são de origem camponesa. A maioria dos entrevistados disseram ter o hábito de consumir mel (85%), sendo que 56,2% consomem duas vezes por mês e 23,1% uma vez por mês. Dos entrevistados, 62,8% compra diretamente do produtor, mercado local ou de vendedor ambulante, sendo que destes 28,3% optam em adquirir diretamente do produtor. Além disso, o fator espécie é determinante também para preferência, 84,3% que preferem mel de espécies nativas. A criação dessas espécies é feita por produtores dos assentamentos e comunidades rurais que se encontram nesta região, sendo para essas famílias uma importante fonte de renda. Os entrevistados dão preferência a mel oriundos de espécies nativas e produzidos por produtores locais.

**Palavras Chave:** Meliponicultura, Aceitabilidade do mel, mel amazônico, segurança alimentar do mel.

The goal was to know the profile of honey consumers among the Minha Casa Minha Vida Program residents of the in Santarém-PA, and to identify if the honey origin influences in the preference. A total of 400 questionnaires were applied, these questionnaires were elaborated to identify the honey selection criteria used by resident consumers in the residential area. About the resident's origin, 53% belong of traditional or riverside communities and 18% are of peasant origin. Most respondents reported having a habit of consuming honey (85%), with 56.2% consuming twice a month and 23.1% once a month. Of the respondents, 62.8% buy directly from the producer, local market or street vendor, which 28.3% choose to buy directly from the producer. In addition, the species type factor is also determinant for preference, 84.3% prefer honey from native species. The breeding of these species is done by producers of the local settlements and rural communities, being an important income source for these families. The interviewees prefer honey originating from native species and produced by local producers.

**Keywords:** Meliponiculture, honey's acceptability; Amazon's honey; honey's food safety;



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## **Introdução**

A necessidade de conhecer o perfil do consumidor e suas exigências faz com que as empresas, autônomos e produtores, busquem a melhoria dos seus produtos para a comercialização, a fim de atender as exigências do consumidor (Batalha, 2001).

Um produto de grande importância na alimentação humana é o mel de abelha, a Organização Mundial da Saúde, considera o mel o alimento mais rico dentre todos da natureza, destacando-se o produto obtido na meliponicultura, que é a arte de criar racionalmente as abelhas sem ferrão, esse mel vem ganhando mercado e o valor pago é 20 vezes a mais do que o valor do mel de abelhas com ferrão, visto que suas características são definidas conforme cada espécie de abelha e cada florada, além de que seus efeitos medicinais são superiores das abelhas com ferrão que é uma espécie exótica (NOGUEIRA-NETO,1997).

A preocupação cada vez maior com a saúde, faz com que o consumidor busque a ingestão de alimentos naturais com o mínimo de resquícios de produtos fitossanitários químicos e a procura por produtos orgânicos tem aumentado. Nos últimos anos vem crescendo o interesse por parte dos consumidores do mel orgânico ou agroecológico (MORAIS & BORGES, 2010).

A criação de abelhas sem ferrão é uma importante atividade na agricultura familiar, abrangendo boa parte dos produtores dos assentamentos e comunidades rurais que se encontram nesta região (FREITAS et al., 2004).

O mercado de produtos oriundo de abelhas demonstra um elevado potencial, porém a qualidade do produto final deve satisfazer as necessidades do consumidor. Os estudos do comportamento do consumidor de alimentos e o conhecimento de suas necessidades revelam informações importantes para o arranjo da cadeia produtiva (CHEUNG & GERBER, 2009). Considerando esses aspectos, este trabalho teve como objetivo conhecer o perfil dos consumidores de mel entre os moradores do Programa Minha Casa Minha Vida, em Santarém-PA, e identificar se a origem do mel tem influência na preferência.

## **Metodologia**

A pesquisa foi realizada em Santarém, na região oeste do estado do Pará, Brasil, os dados foram coletados no Residencial Salvação do Programa Minha Casa Minha Vida, com número de 3.081 casas. Foram aplicados de 400 questionários, esses questionários foram elaborados buscando identificar quais os critérios de escolha do mel usados pelos consumidores moradores do residencial. Optou-se por questionário semiestrutu-



ra com questões fechadas e abertas. A pesquisa foi realizada dos dias 12 a 18 de outubro de 2016, com pessoas de idade igual ou superior a 18 anos, mulheres e homens, escolhidos de forma aleatória. Os dados obtidos foram sistematizados no software Microsoft Excel for Windows, sendo submetidos à estatística descritiva simples.

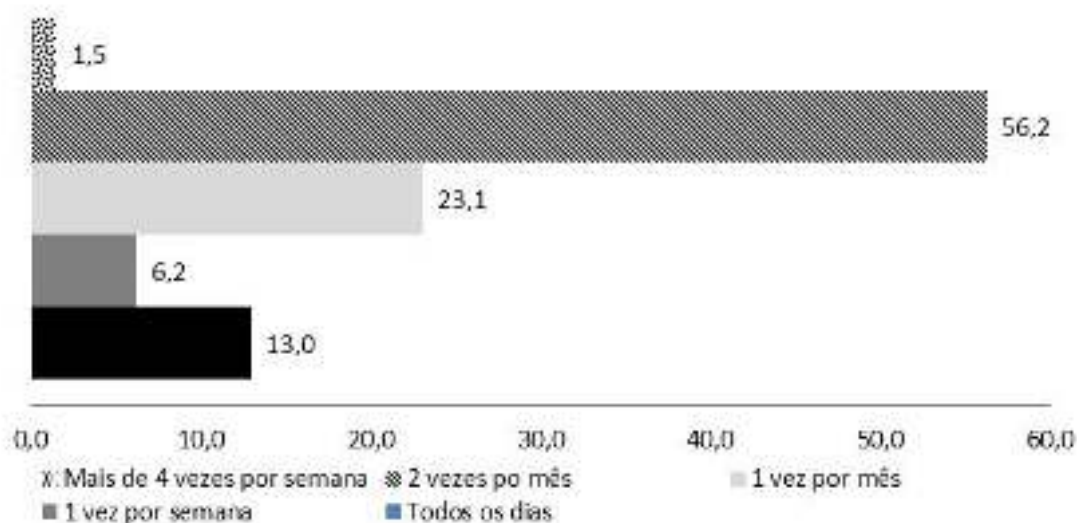
## Resultados e Discussões

Os resultados para o perfil socioeconômico estão representados na Tabela 1, dentre os 400 entrevistados no Residencial Salvação, metade dos entrevistados eram do sexo feminino e metade do sexo masculino, a maioria eram da faixa etária de 18 a 40 anos de idade. A origem dos moradores são 53% de comunidades tradicionais ou ribeirinhas e 18% camponeses e 10% de cidades vizinhas e 19% da periferia da cidade e de invasões. Em relação à renda média familiar em salários mínimos, a maioria tem renda familiar de 1 a 2 salários mínimos. Entre os entrevistados 30,3% estudaram até o ensino médio. A estrutura familiar é composta por mais de duas pessoas em 85% das casas.

**Tabela 1.** Perfil socioeconômico dos no Residencial Salvação.

Variáveis	Total de entrevistados	
	N=400	%=100
<b>Gênero</b>		
Feminino	200	50%
Masculino	200	50%
<b>Faixa etária</b>		
De 18 a 25	97	24,3
De 26 a 30	136	34,0
De 31 a 40	116	29,0
Mais de 40	51	12,8
<b>Escolaridade</b>		
Analfabeto	38	9,5
Fundamental completo	61	15,3
Médio completo	121	30,3
Superior completo	17	4,3
Fundamental incompleto	69	17,3
Médio incompleto	72	18,0
Superior incompleto	22	5,5
<b>Renda Familiar</b>		
Menos que 1 salário	85	21,3
1 a 2 salários	220	55,0
2 a 3 salários	71	17,8
3 a 5 salários	24	6,0
Mais de 5 salários		
<b>Dimensão do núcleo familiar</b>		
Duas pessoas	60	15,0
Mais que duas pessoas	340	85,0

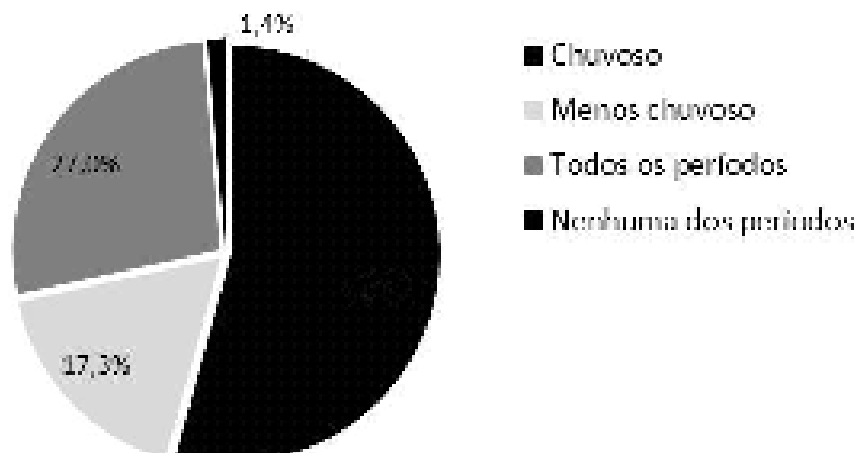
A maioria dos entrevistados disseram ter o hábito de consumir mel (85%), sendo que 56,2% consomem duas vezes por mês e 23,1% uma vez por mês, conforme representado na figura 1.



**Figura 1.** Frequência de consumo de mel pelos entrevistados no residencial Salvação.

Sendo que no presente trabalho todas as mulheres responderam que são consumidoras de mel. Rivera (2005) afirma que o gênero é uma variável que tem relação com o consumo do mel, devido a mulher ser a grande responsável pela aquisição de bens alimentares para o lar e apresentar o maior cuidado parental. E Pérez *et al.* (2001) relata que com o aumento da idade da dona de casa, aumenta também a frequência de compra de mel.

Dos consumidores, 88,3% consome apenas para fins terapêuticos, o que reflete na época que é mais consumido, 54,3% relata que consome mais mel no período mais chuvoso (Figura 2), que inicia em dezembro e segue até fim de junho, considerado o inverno amazônico e com maior índice de doenças respiratórias. Os indivíduos utilizam o mel como substituto dos medicamentos, sobretudo, quando estão constipados, registrando-se um maior consumo em épocas de chuvas intensas (Villanueva *et al.*, 2002; Júnior *et al.*, 2006). Perosa *et al.*, (2004), relaciona esse perfil com a falta de consciência da amplitude alimentar, o que acaba refletindo nos números relacionados ao consumo de mel, local de compra e da origem do mel relacionado a espécie. O mel é visto pela maioria dos entrevistados (88,3%) não como um alimento, mais sim como uma substância que pode curar diversos tipos de doenças, é visto como um medicamento natural, sendo que para os entrevistados o mel das abelhas nativas tem esse potencial terapêutico mais elevado.



**Figura 2.** Época do ano do consumo de mel pelo entrevistado no residencial Salvação

Dos entrevistados 62,8% compra diretamente do produtor, mercado local ou de vendedor ambulante, sendo que destes 28,3% optam em adquirir diretamente do produtor, segundo Júnior *et al.* (2006) os consumidores acreditam que, adquirindo o mel diretamente do produtor, conseguem reduzir as possibilidades de adulteração da qualidade. E segundo relato dos entrevistados a opção de comprar por essas formas apresentadas anteriormente reflete na garantia de ter um produto com menos agrotóxico de origem orgânica, principalmente quando comprado diretamente do produtor. Além disso, o fator espécie é determinante também para preferência, 84,3% que preferem mel de espécies nativas. A criação dessas espécies é feita por produtores dos assentamentos e comunidades rurais que se encontram nesta região, sendo para essas famílias uma importante fonte de renda. Os entrevistados dão preferência a mel oriundos de espécies nativas e produzidos por produtores locais.

Outro fator que os entrevistados levam em consideração é a qualidade sensorial do mel. O mel de abelhas nativas, diferente das exóticas, tem sua qualidade sensorial depende da origem flora, sendo assim podem apresentar cores e aroma variáveis. A cor (32,2%) e o aroma (51,2%) foram os que mais influenciaram na preferência do consumidor consultado. Sendo uma das características da criação de abelhas sem ferrão no município de Santarém e municípios próximos e a localização das caixas ficarem dentro dos quintais agroflorestais o que fornece uma gama variada de floradas, resultando em cor e aroma diferentes o que agrada o consumidor, sendo um diferencial do mel de abelhas exóticas, agregando assim maior valor ao mel produzido no sistema de quintais agroflorestais, devido o interesse por parte dos consumidores do mel orgânico ou agroecológico.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Conclusão e Considerações

Os consumidores demonstraram que tem preocupação com origem do mel dando preferência ao meu oriundo de abelhas nativas e produzidas por produtores rurais da região. Sendo assim, espera-se que esse estudo dê uma contribuição aos produtores rurais que comercializem o mel de abelha nativas na região amazônica, no sentido de apresentar as preferências e desejos dos consumidores, que demonstraram que a origem de quem produz e qual mel têm influência na preferência na escolha do mel que será consumido.

## Referência Bibliográfica

- BATALHA, M. O. Gestão Agroindustrial (GEPAI). São Paulo: Editora Atlas, 2001.
- CHEUNG, T. L.; GERBER, R. M. Consumo de mel de abelhas: Análise dos comportamentos de Comensais do Estado de Santa Catarina. *Informações Econômicas*, SP, v.39, n.10, out. 2009.
- FREITAS, D. G. F.; KHAN, A. S.; SILVA, L. M. R. Nível tecnológico e rentabilidade de produção de mel de abelha (*Apis mellifera*) no Ceará. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 42, n. 01, p.171-188, 2004.
- JÚNIOR, M., Et. Al. Comportamento do consumidor de mel de abelha nas cidades Cearenses de Crato e Juazeiro do Norte. *Anais do XILV Congresso da Sociedade de Economia e Sociologia Rural*, Fortaleza. 2006.
- MORAIS, L.; BORGES, A. (organizadores). *Novos paradigmas de produção e consumo: experiências inovadoras*. São Paulo: Instituto Pólis, 468p, 2010.
- NOGUEIRA-NETO, P. Vida e criação de abelhas indígenas sem ferrão. São Paulo: *Nougeirapis*, 1997.257 – p. 444 a 446.
- PÉREZ, J.; CASIELLES, R.; LANZA, A. Los productos agroalimentarios tradicionales: hábitos de compra y consumo de miel. *Estudios sobre consumo* 59, 4: 63-85. 2001.
- PEROSA, J.; ARAUCO, E.; SANTOS, M. ALBARRACIN, V. Parâmetros de competitividade do mel Brasileiro. *Revista Informações Económicas*, SP 34, 3: 41-48. 2004.
- RIVERA, M. Análisis de los factores demográficos en el consumo de miel de abeja en las familias de la ciudad de Aguascalientes. *Memorias do 1º congresso Estatal La Investigación en el Posgrado*. Universidad Autonoma de Aguascalientes. 28 a 30 de Novembro de 2005.
- VILLANUEVA, M.; PRIETO, A.; GONZÁLLEZ, M.; ABELLÁN, G. Hábitos de consumo de productos apícolas en un colectivo de ancianos. *Archivos Latino Americanos de Nutrición* 52, 4: 362-367. 2002.