

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS APÍCOLAS E DOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS NO MUNICÍPIO DE GARANHUNS-PE

Profile of bee products consumers and comercial establishments in Garanhuns-PE town

Resumo:

Objetivou-se avaliar o perfil dos consumidores de produtos advindos da apicultura, bem como de estabelecimentos comerciais no município de Garanhuns-PE. Foram entrevistados 150 pessoas e 22 estabelecimentos comerciais aptos à venda destes produtos entre os meses de abril e maio de 2015. Os resultados mostraram que o mel e a própolis são os produtos mais conhecidos e consumidos, 100% e 69,33% respectivamente, porém o consumo é baixo. A geleia real, juntamente com a cera são produtos apícolas menos conhecidos, em comparação ao mel e a própolis, sendo sua utilização de forma bastante restrita. Em relação ao pólen apícola e a apitoxina, seu uso é praticamente inexistente. No que se refere aos estabelecimentos comerciais, não há uma uniformidade em relação à disponibilidade e variedade dos produtos apícolas. Conclui-se que se faz necessária a divulgação e a adoção de medidas que incentivem o consumo e utilização dos produtos da apicultura.

Abstract:

The objective was to evaluate bee products consumers profile as well as commercial establishments. 150 consumers and 22 establishments able to sell these products were interviewed between the months of April and May in 2015. The results showed that honey and propolis are the best known and consumed products, by 100% and 69,33% of the interviewed, respectively, but this consumption is still little. Royal Jelly and wax are the worst known products, comparing to honey and propolis, and its use is very restrict. About bee pollen and apitoxin their use is almost nonexistent. There's no uniformity about the availability and variety os bee products at comercial establishments. The conclusion is that it's necessary to spread and adopt dissemination measures in order to encourage the use and consumption of beekeeping products



**Luigly Pereira de Barros Correia,
Marcelo Siqueira Pinto, Gislane
Mendes Galindo, Pedro de Assis
de Oliveira, Marcelo de Oliveira
Milfont**

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade
Acadêmica de Garanhuns. E-mail:
pedromanari@hotmail.com

Contato principal
Pedro de Assis de Oliveira



Palavras chave: cadeia apícola, consumo,
produtos da colmeia.

Keywords: Beekeeping chain, consumption,
beehive products.



INTRODUÇÃO

A apicultura pode ser definida como uma atividade agropecuária que visa, através da criação racional de abelhas do gênero *Apis*, extrair os denominados produtos apícolas. São classificados como tais produtos: o mel, a cera, o pólen apícola, a própolis, a geleia real, a apitoxina e também os serviços de polinização exercidos por estes insetos em diversas culturas agrícolas ao coletarem o pólen e o néctar das flores (CAMARGO, 2002).

Os produtos apícolas têm alcançado um importante mercado mundial e, hoje em dia, sob o conceito de produtos orgânicos, têm atraído um seletivo grupo de consumidores e vendedores. Além disso, seu consumo expande-se ano após ano, o que gera oportunidade para que empresas do segmento se especializem na produção desses produtos. Esse crescimento contínuo exige uma adoção e desenvolvimento de técnicas de manejo, por parte dos apicultores, para assim maximizar a produção por colônia (MARTINEZ e SOARES, 2012).

Neste contexto, torna-se imprescindível a identificação dos pontos fortes e fracos da cadeia da apicultura através da ótica do mercado consumidor e vendedor, uma vez que para preencher as lacunas que dificultam o crescimento deste setor é preciso primeiramente conhecê-las.

Portanto, este trabalho teve como objetivo, avaliar o perfil dos consumidores de produtos advindos da apicultura, bem como dos estabelecimentos comerciais aptos à venda destes produtos no município de Garanhuns-PE.

MATERIAIS E MÉTODOS

As entrevistas ocorreram no distrito-sede do município de Garanhuns-PE, entre os meses de Abril e Maio de 2015. Foi elaborado e aplicado um questionário composto por sete questões objetivas e de múltipla escolha, abrangendo os seguintes aspectos: conhecimento do produto, consumo, frequência de consumo, formas de utilização, motivos de uso e local de aquisição. A aplicação do questionário foi planejada de maneira que os 150 entrevistados estivessem distribuídos entre o comércio

principal do município, feiras e mercados da cidade e em academias, a fim de se obter uma distribuição homogênea da população.

Em relação aos estabelecimentos comerciais, aplicou-se um questionário com três questões objetivas em 22 pontos de venda que foram classificados como: loja especializada, mercado ou supermercado e farmácia, incluindo farmácias de manipulação. O questionário aplicado investigava sobre: produtos e derivados disponíveis à venda, aquisição dos produtos, aspectos desestimulantes a venda dos produtos apícolas. As unidades amostrais distribuíram-se em quatro bairros com o intuito de abranger diferentes públicos e garantir a representatividade da amostra.

Os dados coletados nas entrevistas foram tabulados com auxílio do programa Microsoft Excel 2010, e os resultados foram dispostos em gráficos elaborados no mesmo programa. Estes resultados foram então submetidos a uma análise descritiva.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Análise do comportamento dos consumidores de produtos apícolas

Das 150 pessoas entrevistadas, 143 afirmaram ser consumidoras do mel, destes, 53% o fazem apenas raramente, 12% aproximadamente uma vez ao mês, 11% em média uma vez por semana, 17% de duas a três vezes por semana e somente 7% afirmaram consumir o mel diariamente. Estes números mostram que apesar do mel ser um produto conhecido por todos, sua frequência de consumo ainda é baixa por não estar inserido na dieta cotidiana das pessoas (Figura 1). Já 57,34% afirmaram consumir o mel, também ou apenas, por considerar o sabor agradável. O sabor pode então ser considerado um ponto favorável à comercialização do mel, 49,65% dos entrevistados, afirmou adquirir o mel diretamente de apicultores. Já 43,36% afirmaram adquiri-lo em mercados ou supermercados, 10,49% em farmácias e apenas 4,9% adquirem o mel em lojas especializadas.

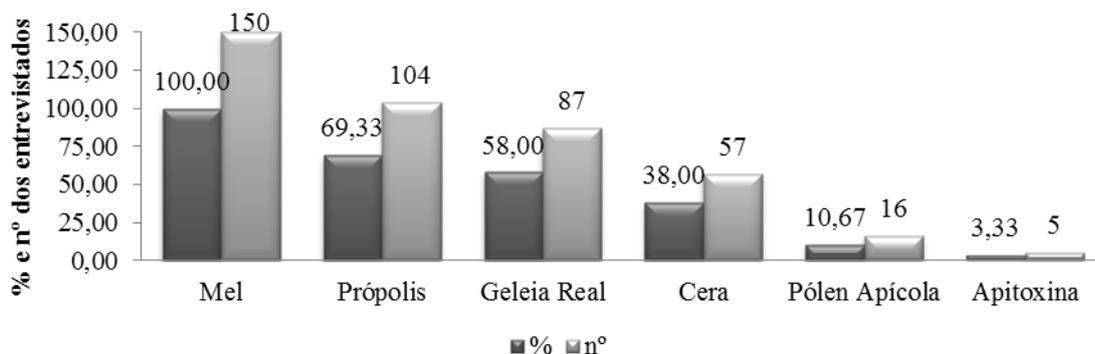


Figura 1. Conhecimento dos produtos apícolas: mel, própolis, geleia real, cera, pólen apícola e apitoxina pelos entrevistados no município de Garanhuns-PE entre Abril e Maio de 2015.

Em relação à própolis, 69,33% dos entrevistados se mostraram conhecedores do produto (Figura 1). Dos 150 entrevistados, 46% afirmaram consumir produtos a base de própolis, e destes, 100% o fazem como medicamento, por esse fato 96% dos que se declararam consumidores só utilizarem estes produtos raramente, quando apresentam algum problema de saúde. 98,55% adquirem tais produtos em farmácias, 2,9% também compram em mercados, quando disponível, e outros 2,9% os adquirem em lojas especializadas na venda de produtos naturais.

No que diz respeito à geleia real, 58% afirmaram ter ouvido falar em geleia real (Figura 1), na grande maioria, pela sua utilização na fabricação de cosméticos. Schinaider et al. (2014), encontrou resultado aproximado, de 64% em Palmeira das Missões-RS. Dos entrevistados que afirmaram conhecer a geleia real, apenas 13,33% de fato a consomem, 85% da utilização ocorre na forma adicionada a cosméticos e 10% a consome como medicamento (Figura 1). Apenas um entrevistado afirmou consumi-la diariamente na forma de hidratante labial, dois a consomem de duas a três vezes por semana sendo um como suplemento alimentar e outro como tratamento homeopático. 16% afirmaram utilizar a geleia real semanalmente, 11% mensalmente e 58% raramente, sendo todos como cosmético nas formas de shampoo ou máscaras de hidratação capilar. 45% dos entrevistados que se declararam consumidores afirmaram adquiri-los em lojas especializadas, incluindo lojas de produtos naturais e lojas de cosméticos, 40% em farmácias e 15% mercados e supermercados.

Em relação à cera um total de 38% afirmou já ter ouvido falar na utilização da cera de abelhas na fabricação de produtos de uso doméstico e cosméticos (Figura 1).

Quanto ao pólen, apenas 10,67% souberam diferenciar o pólen apícola do pólen das flores (Figura 1), o pólen das flores é a principal fonte de proteína para as abelhas que o transformam em pólen apícola com a adição de enzimas e vitaminas no processo de aglutinação. Apenas 16 dos 150 entrevistados afirmaram conhecer o pólen apícola e nenhum destes declarou consumir ou já ter consumido o produto. Um fator que pode ser responsável por estes resultados é o desconhecimento das propriedades

nutricionais e terapêuticas do produto. O pólen apícola é um dos poucos alimentos que possuem todos os aminoácidos essenciais, além de açúcares, vitaminas e minerais, podendo-se destacar também suas ações antioxidante, antibacteriana e antifúngica (ROCHA, 2013). A divulgação destas propriedades e indicação por parte dos médicos e nutricionistas aos seus pacientes, são essenciais para o aumento da adesão dos consumidores à utilização do pólen apícola.

No que se refere à apitoxina, somente 3,33% afirmaram conhecer o produto, resultado este, inferior ao de 20% encontrado por Schinaider et al. (2014), em Palmeira das Missões-RS. Esta diferença pode ser justificada pelo fato da pesquisa ter sido realizada entre alunos do curso de Zootecnia, ou pelo desenvolvimento da apicultura nessa região. Dos cinco entrevistados que afirmaram conhecer o produto, apenas um relatou tê-lo consumido, como medicamento, pelas suas propriedades terapêuticas e na forma de creme em um tratamento para verrugas, sendo este prescrito por um dermatologista e adquirido em uma farmácia de manipulação. A apitoxina possui propriedades anti-inflamatória, antinociceptiva, antitumoral, neuroprotetora e cicatrizante (DANTAS et al., 2013). No entanto, a mesma ainda tem suas propriedades terapêuticas pouco exploradas.

Desestímulos ao consumo dos produtos apícolas

Boa parte dos entrevistados, 46,67%, afirmaram consumir os produtos apícolas esporadicamente ou até mesmo não consumi-los simplesmente pela falta de hábito. Apenas 22,67% dos entrevistados alegaram considerar o valor de aquisição muito alto para um consumo frequente e 16,67% de difícil acesso a esses produtos. Já 25,33% assumiram desconfiar da qualidade e da originalidade dos produtos que encontram em farmácias e mercados, principalmente em relação ao mel, o que justifica a alta porcentagem dos que o adquirem diretamente de produtores (Figura 2). O principal fator responsável por esta desconfiança é a cristalização, que, entretanto, é um processo natural que ocorre em todo mel, com influência da temperatura ambiente e da relação glicose/água (CAMARGO et al., 2006).

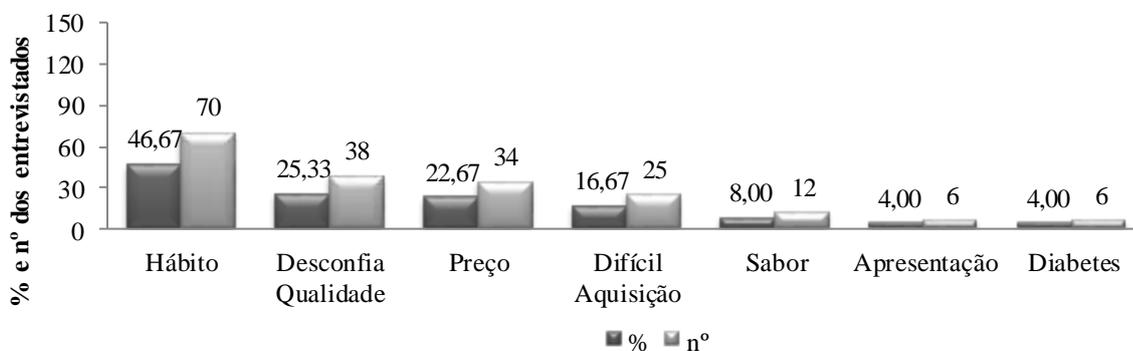


Figura 2. Fatores que desestimulam o consumo de produtos apícolas pelos 150 entrevistados no município de Garanhuns-PE entre Abril e Maio de 2015, em porcentagem e quantidade.

Somente 8% citou a baixa afinidade pelo sabor dos produtos apícolas como fator responsável pelo seu baixo consumo, em especial o mel e a própolis (Figura 2). Apenas 4% reclamaram das formas de apresentação dos produtos apícolas, afirmando que as embalagens, principalmente do mel, poderiam ser menores e de mais fácil utilização. Outros 4% disseram evitar o consumo de mel, devido apresentarem ou temerem apresentar problemas de saúde.

Análise dos estabelecimentos aptos à comercialização dos produtos apícolas

Produtos disponíveis à venda

Em contraste ao resultado obtido na análise dos consumidores, onde 43,36% afirmaram adquirir o mel em mercados ou supermercados, o produto só foi encontrado em 25% destes tipos de estabelecimentos. Apesar de apenas 10,49% dos consumidores afirmarem adquirir o mel em farmácias, este foi encontrado em 50% das mesmas, principalmente na forma de compostos medicinais, corroborando com Dziadzio et al. (2009) que analisou estabelecimentos comerciais em Irati-PR. Já nas lojas especializadas em produtos naturais ou regionais, o mel esteve disponível em todas, no entanto, este tipo de estabelecimento ainda é escasso no município e parece ser pouco freqüentado por consumidores desses produtos, como mostra o resultado de ter sido citado por apenas 4,9% dos entrevistados.

Produtos a base de cera de abelha não foram encontrados em nenhum dos estabelecimentos visitados, concordando com o consumo quase nulo de 1,33%, expresso na análise do público.

A própolis foi encontrada em 12,5% dos mercados e supermercados, mais especificamente em uma das grandes redes na forma de composto com o mel. 60% das farmácias apresentaram disponibilidade do produto, também na forma de compostos e principalmente na forma de sprays antissépticos, além do extrato de própolis. Já nas lojas especializadas, a própolis foi encontrada em 25%. Em relação ao pólen apícola, apesar de nenhum dos entrevistados ter afirmado consumir o pólen, o mesmo foi encontrado em 10% das farmácias.

A geleia real foi encontrada em 62,5% dos mercados e supermercados e em 60% das farmácias, apesar de apenas 13,33% dos entrevistados afirmarem consumi-la. Entretanto, com exceção de uma rede de farmácias que dispunha do produto liofilizado em cápsulas, todos os outros o vendiam apenas na forma adicionada a cosméticos, principalmente capilares, concordando com a forma de uso predominantemente citada por 85% dos consumidores. Produtos a base de apitoxina, não estavam disponíveis em nenhum dos estabelecimentos, sendo que o esperado era encontra-los nas farmácias de manipulação. O informado pelos farmacêuticos presentes nestes estabelecimentos é que não há procura dos clientes por este tipo de produto.

Formas de aquisição e desestímulos à venda dos produtos apícolas

Os gerentes de todas as farmácias e mercados afirmaram adquirir diretamente de distribuidores. Já nas lojas especializadas, 50% afirmaram também aderir à mesma forma de aquisição dos mercados e farmácias, enquanto que os outros 50% declararam dar preferência à aquisição direta de produtores ou associações. Em relação aos motivos responsáveis por desestimular estes estabelecimentos a disponibilizarem os produtos apícolas aos seus clientes, a baixa procura dos consumidores pelos mesmos foi recorrente em todos os tipos de estabelecimento e em relação a todos os produtos. Até onde determinados produtos tiveram as vendas classificadas como frequente, como no caso da própolis em farmácias e do mel em lojas especializadas, por exemplo, foi alegado pelos gerentes que se trata de produtos facilmente substituídos por outros, sendo muito pequeno o público fiel a estes produtos.

CONCLUSÃO

O mel e a própolis apesar de serem os produtos mais conhecidos e consumidos no município de Garanhuns-PE, ainda não estão devidamente inseridos no cotidiano de consumo das pessoas. A geleia real, juntamente com a cera de abelha são produtos apícolas menos conhecidos, sua utilização ocorre de forma bastante restrita. Praticamente inexistente o uso de pólen apícola e apitoxina. Vários são os fatores desestimulantes ao consumo dos produtos apícolas. A falta de hábito, seguida da desconfiança da qualidade e do preço foram os aspectos mais mencionados pelos entrevistados.

Dentre os diversos estabelecimentos comerciais visitados, verificou-se que não há uma uniformidade em relação à disponibilidade e variedade dos produtos apícolas. É importante a adoção de medidas que incentivem o consumo e utilização dos produtos da apicultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO, R. C. R., PEREIRA, F. M., LOPES, M. T. R., WOLF, L. F. **Mel, características e propriedades**. In: Ricardo Costa Rodrigues de Camargo. Teresina: Embrapa Meio Norte, 2006.

CAMARGO, R. C. R.; PEREIRA, F. M.; LOPES, M. T. R. **Sistemas de produção: produção de mel**. In: Ricardo Costa Rodrigues de Camargo. Teresina: Embrapa Meio Norte, 2002. p.133.

DANTAS, C. G.; NUNES, T. L. G. M.; NUNES, T. L. G. M.; GOMES, M. Z.; GRAMACHO, K. P. Apitoxina: Coleta, Composição química, Propriedades biológicas e Atividades terapêuticas. **Revista Ibero-Americana de Ciências Ambientais**, v.4, nº 2, p.127-150, 2013.

DZIADZIO, M., NADOLNY G. A., ADENESKY FILHO,

E., ELMÔR, T. A., GOMES, G. S. Análise do perfil de comercialização de mel, subprodutos e derivados na região de Irati-PR. In: I SEMANA DE INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO- SIEPE, 2009, Irati. **Anais...** Irati: Semana de integração ensino, pesquisa e extensão 2009.

MARTINEZ, O. A.; SOARES, A. E. E. Melhoramento genético na apicultura comercial para produção da própolis. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v.13, p.982-990, 2012.

ROCHA, J. F. M., **Avaliação do efeito do armazenamento na qualidade do pólen apícola**. 2013. 96f. Dissertação (Mestrado em Qualidade e Segurança Alimentar) - Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, 2013.

SCHINAIDER, A. D., SCHINAIDER, A. D., PUCCI, L. E. A., SILVA, D. F., REHFELD, C. O comportamento do consumidor de mel: Um estudo de caso aplicado aos acadêmicos do curso de Zootecnia da UFSM-Campus Palmeira das Missões. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO – ADM, 2014, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: Congresso Internacional de Administração, 2014.