

## Perfil dos consumidores de mel em feira livre de Porto Seguro, Bahia

Ruan Júnior Batista de Oliveira<sup>1</sup>, Jailson Santos de Novais<sup>2</sup>

1. Estudante do Bacharelado Interdisciplinar em Ciências no *Campus* Sosígenes Costa – UFSB, Porto Seguro, BA. Bolsista FAPESB. e-mail: \*ruanjr.oliveira@gmail.com

2. Professor do IHAC no *Campus* Sosígenes Costa – UFSB, Porto Seguro, BA. e-mail: jailson.novais@ufsb.edu.br

Palavras Chave: *Apicultura, consumidor, meliponicultura.*

### Introdução

Entender o perfil do consumidor de mel subsidia estratégias que ampliem a comercialização e a valorização desse e de outros produtos apícolas e meliponícolas.

No Brasil, já existem diversas pesquisas sobre o perfil do consumidor de mel (COSTA JÚNIOR *et al.*, 2006; DANTAS *et al.*, 2009). No entanto, inexistem dados já publicados relacionados ao consumo de mel na região do Extremo Sul baiano.

Desta forma, o objetivo desse trabalho é traçar o perfil do consumidor de mel na principal feira livre de Porto Seguro, Bahia.

### Resultados e Discussão

Foram aplicados 80 questionários na principal feira livre de Porto Seguro (BA), localizada no bairro Campinho. As entrevistas foram realizadas com pessoas que transitaram pela referida feira, abordadas aleatoriamente.

O questionário abordou temas como: formas de consumo e local de aquisição do mel, critérios usados no momento da compra, perfil socioeconômico dos sujeitos, dentre outras questões (POCOL e BOLBOACĂ, 2013; COSTA JÚNIOR *et al.*, 2006).

Dos 80 entrevistados, 34 são do sexo masculino e 46 do sexo feminino. A maior parte dos entrevistados (36%) possui faixa etária entre 30 e 45 anos e possui renda entre 1 e 3 salários mínimos (44%) (Fig. 1 e 2). A família de 38% dos entrevistados é composta por quatro pessoas.

Observou-se que 55 entrevistados (69%) declararam consumir mel. Dentre os 25 entrevistados (31%) que não consomem o produto, 40% alegam o não uso por problemas de saúde.

Dentre aqueles que consomem mel, 67% preferem fazê-lo *in natura* (Fig. 3). Ainda dentre os consumidores, 36% fazem uso de 1 a 3 litros do produto por ano e 33% usam até meio litro ao ano.

Dos entrevistados, 17,5% avaliaram a aparência do mel como sendo o fator mais importante na hora da escolha do produto (Fig. 4). Para 40% dos sujeitos, o mel mais confiável é aquele adquirido diretamente com o produtor (Fig. 5).

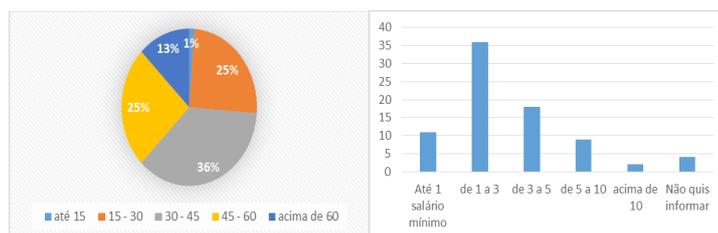


Fig. 1. Faixa etária dos sujeitos.

Fig. 2. Renda familiar dos sujeitos.

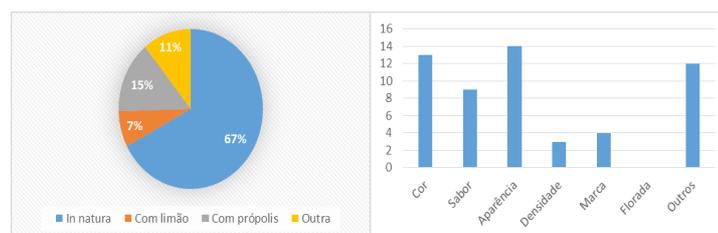


Fig. 3. Formas de consumo do mel.

Fig. 4. Critérios na escolha do mel.



Fig. 5. Local de aquisição do mel.

### Conclusões

É preciso incentivar o consumo do mel na região, haja vista o baixo uso, comparado a outros locais.

### Agradecimentos

À FAPESB por financiar a pesquisa por meio de bolsa de estudo ao primeiro autor. A Fernando Silva dos Santos e Victor Leon Rocha Araújo pelo auxílio durante algumas visitas à feira livre.

#### Referências

- COSTA JÚNIOR, M.P.; SILVA, L.P.; SOUSA, E. P. Comportamento do consumidor de mel de abelha nas cidades cearenses de Crato e Juazeiro do Norte. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza - CE. *Anais...* Fortaleza: SOBER, 2006.
- DANTAS, P.C.; CORREIA-OLIVEIRA, M.E.; PODEROSO, J.C.M.; GONÇALVES, F.B.; FERREIRA, A.F.; RIBEIRO, G.T.; ARAÚJO, E.D. Preferências da população da Região Metropolitana da Grande Aracaju (SE), sobre o consumo de produtos apícolas. *Scientia Plena*, v. 5, n. 12, 2009.
- POCOL, C.B.; BOLBOACĂ, S.D. Perceptions and trends related to the consumption of honey: a case study of North-West Romania. *International Journal of Consumer Studies*, v. 37, p. 642-649, 2013.