

PERFIL DO CONSUMIDOR DE MEL DE NOSSA SENHORA DA GLÓRIA - SE

XIV Seminário Paranaense de Meliponicultura | Concurso Paranaense de Qualidade em Méis de Abelha-Sem-Ferrão., 1ª edição, de 14/04/2021 a 30/04/2021
ISBN dos Anais: 978-65-86861-68-6

SANTOS; Gabrielle do Nascimento¹, **FREITAS; Denise Ribeiro de**², **REIS; Maycon Fagundes Teixeira**³, **SANTOS; Válber William do Nascimento**⁴, **JUNIOR; Jailton Ribeiro dos Santos**⁵

RESUMO

O mel é um dos alimentos mais antigos do mundo, sendo utilizado pelo homem de várias maneiras, além de ser muito nutritivo, possui diferentes funções terapêuticas que auxiliam na saúde do consumidor, devido a grande importância e os grandes benefícios que este alimento traz, é de suma importância à avaliação e caracterização de sua qualidade, como também buscar informações em relação ao consumo e perfil do consumidor deste alimento. Diante disso o presente trabalho teve como objetivo estudar o perfil e os hábitos do consumidor de mel de *Apis Mellifera* do município de Nossa Senhora da Glória, Sergipe. Foram aplicados 253 questionários composto por 21 questões objetivas, de múltipla escolha e de resposta curta, relacionado aos seguintes aspectos: perfil socioeconômico do consumidor, consumo, frequência do consumo, formas de consumo, consumo do produto local, locais de aquisição, conhecimento sobre suas propriedades e sobre o consumo e compra do mel durante momento da pandemia Covid-19. A maioria dos entrevistados 52,2% era do sexo feminino, em relação à faixa etária dos entrevistados 67,9% possuíam entre 18-29 anos, 80,7% residiam na zona urbana, quanto a atividade profissional dos entrevistados 33,7% não trabalhavam e 36,8% recebiam até um salário mínimo por mês. No que diz respeito à relação de consumo de mel pelos entrevistados, 80,2% afirmaram consumir mel e 19,8% não consumiam mel com frequência, 38,8% dos indivíduos afirmaram consumir mel uma vez a cada dois ou três meses e 42,9% disseram adquirir o produto diretamente do produtor. A predominância da finalidade do consumo é como medicamento, isso se da muitas vezes pela falta de informação, até mesmo uma questão cultural, já que 63,5% dos entrevistados responderam que só conheciam as propriedades imunológicas do mel. Foram também investigadas as preferências dos consumidores em relação à cor do produto, preço e tipo de embalagem, 33,2% disseram ter preferência pelos méis mais escuros, 64,4% informaram achar o produto nem caro e nem barato e 35% mostraram ter preferência pela embalagem de vidro. Em relação ao consumo do produto e ao conhecimento da existência da Associação de Apicultores local, partes dos entrevistados não sabiam da existência desta associação e 47,3% não consumiam o produto local. Durante o período pandêmico alguns dos entrevistados pararam de comprar mel, afetando diretamente na economia da cidade, principalmente para os produtores e comerciantes do mel. A frequência de consumo do mel ainda é baixa no município, porém apresenta um potencial de crescimento, através de

¹ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, gabisantos914.gs@gmail.com

² Ufs - Universidade Federal de Sergipe, deniseribeirof@yahoo.com

³ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, mayconftreis@hotmail.com

⁴ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, valberwillian@outlook.com

⁵ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, juniorribeirodosantos@hotmail.com

ações de marketing e conscientização quanto às utilidades e propriedades do mel.

PALAVRAS-CHAVE: Hábitos de consumo, Mercado consumidor, Produto apícola.

¹ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, gabisantos914.gs@gmail.com
² Ufs - Universidade Federal de Sergipe, deniseribeirof@yahoo.com
³ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, mayconftreis@hotmail.com
⁴ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, valberwillian@outlook.com
⁵ Ufs - Universidade Federal de Sergipe, juniorribeirodossantos@hotmail.com