

PRODUÇÃO DE MEL EM ITAQUI-RS: REALIDADES E DESAFIOS

Ederson da Silva Messa¹

Paulo Roberto Cardoso da Silveira²

Resumo:

O Brasil é considerado um dos principais fornecedores de alimentos do mundo, destacando-se a produção de mel no setor primário brasileiro. O estado do Rio Grande do Sul comparado aos outros dois estados da região sul, é responsável por 48% da produção desta região; o estado é também o maior produtor de mel no país. O objetivo deste trabalho é realizar uma análise da produção de mel e o marketing a ele relacionado na região de Itaqui-RS, visando propor intervenções para o melhoramento do produto e inovações no processo de comercialização. Nesse sentido, foi aplicado um instrumento de coleta de dados (questionário) diretamente com os produtores da APROMI (Associação dos Apicultores de Itaqui-RS) com as seguintes estratégias: identificar as principais dificuldades na produção, equipamentos, maquinários, rotulagem, além de buscar informações sobre as vendas. A apicultura pode ser classificada quanto ao tamanho da exploração e sua finalidade, de acordo com seu estágio de desenvolvimento tecnológico, dividindo-se em três etapas, apicultura de passatempo, apicultura complementar e apicultura comercial. De acordo com o diagnóstico, na região apresenta-se uma grande dificuldade de vendas por motivos de não estabelecerem uma estratégia de marketing e por ser uma apicultura complementar, onde a atividade já é praticada com fins econômicos, porém, o apicultor não dedica tempo integral à atividade. Levando em consideração os aspectos mencionados conclui-se que o município de Itaqui-RS é um grande produtor de mel, entretanto, é necessário um aprimoramento em equipamentos, maquinários, rotulagem e estabelecer uma estratégia de marketing, para que esse produto chame à atenção do consumidor. Nesse sentido proponha-se um novo rótulo (buscando maior apelo diante do consumidor) e diversificando os tipos de embalagens, visando atender a segmentação de mercado; também evidencia-se a necessidade a educação dos consumidores, buscando esclarecer diferentes usos do mel, além da alimentação.

Palavras-chave: Apicultura; Agricultura familiar; Marketing; Inovações.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

PRODUÇÃO DE MEL EM ITAQUI-RS: REALIDADES E DESAFIOS

¹ Aluno de graduação. edersonmessa@gmail.com. Autor principal

² Docente. paulosilveira@unipampa.edu.br. Orientador



PRODUÇÃO DE MEL EM ITAQUI-RS: REALIDADES E DESAFIOS

O Brasil é considerado um dos principais fornecedores de alimentos do mundo, destacando-se a produção de mel no setor primário brasileiro. O estado do Rio Grande do Sul comparado aos outros dois estados da região sul, é responsável por 48% da produção desta região; o estado é também o maior produtor de mel no país. O objetivo deste trabalho é realizar uma análise da produção de mel e o marketing a ele relacionado na região de Itaqui-RS, visando propor intervenções para o melhoramento do produto e inovações no processo de comercialização. Nesse sentido, foi aplicado um instrumento de coleta de dados (questionário) diretamente com os produtores da APROMI (Associação dos Apicultores de Itaqui-RS) com as seguintes estratégias: identificar as principais dificuldades na produção, equipamentos, maquinários, rotulagem, além de buscar informações sobre as vendas. A apicultura pode ser classificada quanto ao tamanho da exploração e sua finalidade, de acordo com seu estágio de desenvolvimento tecnológico, dividindo-se em três etapas, apicultura de passatempo, apicultura complementar e apicultura comercial. De acordo com o diagnóstico, na região apresenta-se uma grande dificuldade de vendas por motivos de não estabelecerem uma estratégia de marketing e por ser uma apicultura complementar, onde a atividade já é praticada com fins econômicos, porém, o apicultor não dedica tempo integral à atividade. Levando em consideração os aspectos mencionados conclui-se que o município de Itaqui-RS é um grande produtor de mel, entretanto, é necessário um aprimoramento em equipamentos, maquinários, rotulagem e estabelecer uma estratégia de marketing, para que esse produto chame a atenção do consumidor. Nesse sentido proponha-se um novo rótulo (buscando maior apelo diante do consumidor) e diversificando os tipos de embalagens, visando atender a segmentação de mercado; também evidencia-se a necessidade a educação dos consumidores, buscando esclarecer diferentes usos do mel, além da alimentação.

PALAVRAS-CHAVE: Apicultura; Agricultura familiar; Marketing; Inovações.

Referências

COUTO, R. H. N; COUTO, L. A. **Apicultura: manejo e produtos**. Jaboticabal: FUNEP, 2006. 193p.
FEEBURG, J. B. **Técnica e prática de apicultura**. Porto Alegre: Ed. do autor, 1989. 144p.