

## **Comercialização de Méis de Abelhas na Região da Costa Verde, Rio de Janeiro, Sudeste do Brasil\***

<sup>1</sup>Christiane dos Santos Rio Branco, <sup>2</sup>Leila Nunes Morgado,  
<sup>3</sup>Maria Cristina Lorenzon e <sup>4</sup>Marco Souza Ferreira

<sup>1</sup> Zoot, FAERJ, bolsista CNPq ITI-A, <sup>2</sup> DSc Ciências Biológicas, bolsita recém-doutor FAPERJ, UFRRJ, <sup>3</sup> Prof DSc UFRRJ, <sup>4</sup> Prof ICHS/UFRRJ,

\* pesquisa do Projeto CNPq Abelha-Natureza

O perfil do consumidor de produtos apícolas foi delineado no mercado da Região da Costa Verde no Rio de Janeiro, entre os meses de janeiro a julho de 2007. Os parâmetros avaliados no consumidor de produtos apícolas foram: a forma de consumo e os critérios de compra de mel, a identificação de pureza do mel, o conhecimento sobre as abelhas exóticas e nativas e o consumo dos demais produtos apícolas. E os analisados no mercado foram: origem das marcas, tipos de produtos, peso, preço, embalagens e florada. 250 pessoas foram entrevistadas e 102 estabelecimentos foram pesquisados. Verificou-se a presença de 25 produtos diferentes no mercado, sendo apenas um de mel de abelha nativa. Apesar da variedade de produtos, o mel foi o mais consumido, preferência estimada em 83,7% dos 95 estabelecimentos comerciais. Observou-se um maior percentual de produtos originários de outros estados, sendo Minas Gerais o maior fornecedor com 39%. Os produtos apícolas apresentam mercado no Estado, no entanto, existe carência de propaganda sobre a importância do consumo diário desses produtos. As soluções mais oportunas para melhoria da credibilidade dos produtos apícolas são táticas de *marketing*, que enfatizem o valor do mesmo como alimento conforme cada nicho de mercado.