



CONSUMO DO MEL APÍCOLA NA BAHIA: UMA ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DOS ASPECTOS SOCIAIS, ECONÔMICOS E TÉCNICOS.

Angela dos Santos Lima¹
Raissa Osorio²

RESUMO

Este estudo utiliza uma revisão integrativa para explorar os desafios e as oportunidades da apicultura e do consumo de mel na Bahia, considerando aspectos técnicos, econômicos e sociais. Assim, foi identificado que a apicultura baiana é predominantemente composta por pequenos e médios produtores ligados à agricultura familiar, com produtividade média de 20 kg/colmeia/ano, inferior a padrões internacionais. Além disso, barreiras como a falta de manejo técnico, organização em cooperativas e acesso a selos de inspeção limitam o desenvolvimento do setor e influenciam no consumo do mel. Socialmente, o mel é percebido como um produto medicinal, e mitos como a cristalização do mel sendo um evento de adulteração do produto natural dificultam sua aceitação. No âmbito econômico, a ausência de dados estruturados dificulta a competitividade e a ampliação do consumo local.

Palavras-chave: APICULTURA; ABELHAS; MERCADO INTERNO; ECONOMIA LOCAL.

ABSTRACT

This study employs an integrative review to analyze the challenges and opportunities of beekeeping and honey consumption in Bahia, focusing on technical, economic, and social aspects. It was found that beekeeping in the state is predominantly composed of small and medium-scale producers linked to family farming, with an average productivity of 20 kg/hive/year, below international standards. Barriers such as the lack of adequate technical management, insufficient organization in cooperatives, and limited access to inspection seals

¹ Angela dos Santos Lima. Pós-graduação em Liderança Empreendedora e Inovação no Agronegócio, angelaagronomia692@gmail.com

hinder sector development and directly impact honey consumption. Socially, honey is mainly perceived as a medicinal product, and myths, such as the association of crystallization with adulteration, undermine consumer acceptance. Economically, the lack of structured data on production costs and scale reduces competitiveness and hampers the expansion of local consumption. Despite these challenges, the potential of Bahia's beekeeping sector is significant, given its biodiversity and the adaptive traits of local bees, highlighting the need for strategies that integrate technical, educational, and organizational advancements.

Keywords: BEEKEEPING; BEES; DOMESTIC MARKET; LOCAL ECONOMY.

INTRODUÇÃO

O mel é um dos alimentos mais antigos do mundo, com registros de seu consumo apontados em 8 mil a.C. Além de ser utilizado na alimentação, o mel serviu e serve até hoje a vários propósitos como para a medicina, embalsamentos, religião, cosmetologia, entre outras áreas. Durante muito tempo, o alimento foi a única fonte de açúcar para consumo humano. Além disso, o mel é uma das matérias-primas para a possível bebida alcoólica mais antiga do mundo, o hidromel (PETERSEN et al., 2019).

Segundo o MAPA (2000), entende-se por mel o produto alimentício produzido pelas abelhas melíferas, a partir do néctar das flores ou das secreções procedentes de partes vivas das plantas ou de excreções de insetos sugadores de plantas que ficam sobre partes vivas de plantas. Esses elementos são recolhidos pelas abelhas, transformados, combinados com substâncias específicas próprias, armazenados e deixados maturar nos favos da colmeia.

No Brasil, não havia consumo ou registro de abelhas do gênero *Apis* antes da chegada dos portugueses. A atividade apícola teve início no país em 1839, quando o padre Antônio Carneiro trouxe algumas colônias de abelhas da espécie *Apis mellifera* da região do Porto, em Portugal, para o Rio de Janeiro (SEBRAE, 2015). Contudo, a existência de outras abelhas nativas do Brasil, conhecidas como “Abelhas sem ferrão”, sendo apontadas em mais de 300 espécies, já propiciava a utilização do mel destas por meio dos indígenas.

O Brasil, conhecido como grande produtor de cana, também é um dos países com maior consumo de açúcar, ocupando a 4ª posição no ranking mundial (CRN3, 2023). Enquanto isso, a utilização do mel segue de forma tímida e bem abaixo na comparação com outros países. Assim, o consumo do mel no Brasil tem raízes históricas e passa por fatores



como a popularização do açúcar de cana. Além disso, outras condições acabam por influenciar o consumo do mel pelos brasileiros, como aspectos sociais, técnicos e econômicos.

A produção de mel na Bahia é bastante significativa, sendo o 5º produtor nacional e o 3º no ranking do Nordeste. Entretanto, muitos aspectos científicos não avançaram, e a falta de dados como o consumo per capita estadual é um limitante. Além disso, também falta um entendimento dos fatores que influenciam esse consumo e como tudo isso pode impactar na porcentagem de lucro que os apicultores têm com a atividade. Assim, este artigo se propõe a explorar e identificar as principais ações que vêm moldando e influenciando o consumo de mel na Bahia, considerando aspectos culturais, econômicos e técnicos que impulsionam ou limitam essa demanda.

METODOLOGIA

Para contemplar diferentes fontes de informação e a natureza desta pesquisa, foi escolhida a metodologia de revisão integrativa, que permite a inclusão de estudos teóricos e empíricos, proporcionando uma visão abrangente sobre o mel produzido e consumido na Bahia. Assim, para entender o estado atual do consumo de mel na Bahia e identificar as principais ações envolvidas nesse processo, foi realizado um mapeamento sistemático da literatura.

A análise dos dados coletados foi organizada em três grupos de ações: técnicas, econômicas e sociais. Ao final, as informações foram comparadas com a hipótese inicial, de modo a validar ou ajustar as suposições, culminando em uma conclusão fundamentada sobre o tema.

REFERENCIAL TEÓRICO

O consumo de mel no Brasil é consideravelmente baixo. Enquanto a média mundial de consumo de mel per capita é de aproximadamente 240 gramas ao ano, o brasileiro consome, em média, apenas 60 gramas, um dos menores índices globais, totalizando cerca de 15 mil toneladas anuais. Desse volume, 53% são destinados ao consumo direto como mel de mesa, 35% para a indústria de alimentos como ingrediente e 11% para setores como cosméticos, tabaco e ração animal (ABELHA, 2021). Na Bahia, o cenário reflete esses desafios, permeado por questões culturais, técnicas e sociais que influenciam o baixo

consumo e a percepção sobre o mel.

Em 2023, o Brasil produziu mais de 64 mil toneladas de mel, o que, dividido pela população de 200 milhões, resultaria em um consumo per capita de pouco mais de 300 gramas, ainda abaixo da média mundial. Esse dado revela que somente 18% do mel produzido é consumido internamente, o que aponta um grande potencial de aumento de consumo, mas com desafios na cadeia produtiva.

O aumento do consumo poderia evidenciar um problema técnico de produção; uma vez que a produtividade média do Brasil é de 18 kg/colmeia/ano, muito inferior a países como a Argentina (35 kg/colmeia/ano) e a Austrália (105 kg/colmeia/ano) (CAVALCANTE, 2021). Isso indica que o Brasil tem um potencial significativo, mas a cadeia de apicultura precisa de avanços em produtividade e inovação para sustentar o aumento da demanda.

Na Bahia, existem 20 mil apicultores registrados no órgão de defesa agropecuária estadual, distribuídos em 87 Unidades de Beneficiamento do Mel (ADAB, 2021). Esses apicultores são, em sua maioria, oriundos da agricultura familiar e possuem sistemas produtivos de pequeno e médio porte.

Portanto, o mel brasileiro é um produto promissor para o agronegócio, e a aproximação entre pesquisa, mercado e produtores é essencial para estimular a produção e o consumo. Esses esforços podem contribuir para o desenvolvimento econômico e social, beneficiando tanto produtores quanto consumidores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Aspectos sociais:

O baixo consumo de mel no Brasil, assim como na Bahia, é influenciado por diversos fatores, sendo os aspectos sociais os mais determinantes. Os hábitos e costumes de uma população são construídos a partir das interações sociais e das repetições que aquelas pessoas fazem. Culturalmente, o Brasil utiliza o açúcar de cana como adoçante em suas refeições, um fenômeno que não se limita ao gosto pessoal, mas está relacionado a um processo histórico e cultural.

Além disso, a população brasileira não entende o mel como alimento, mas sim como um item medicinal. Um estudo sobre a caracterização do consumidor de mel no Brasil indica que 73,1% dos entrevistados consomem o mel, mas apenas 9,35% fazem uso do mel diariamente (SOUZA et al., 2024). Isso demonstra que o problema não é a falta de apreço pelo mel, mas sim a forma como ele é percebido pela população.

Em outro estudo, realizado em um município da Bahia (Porto Seguro), foi identificado que 68,8% dos entrevistados consumiam o mel, mas, quando questionados sobre a quantidade consumida em um ano, a maioria (55,2%) não ultrapassava 1 litro anualmente, o que equivale a menos de 3 g de mel por dia (NOVAIS et al., 2021).

Outros fatores sociais também influenciam o consumo do mel na Bahia, como o contraponto entre a apicultura e o extrativismo das abelhas. Parte da população acredita, erroneamente, que o mel puro é oriundo do extrativismo e que os apicultores alteram sua composição. Outro mito comum é o de que o mel cristalizado é adulterado, o que gera grandes dificuldades na comercialização do produto. Esses exemplos demonstram que a falta de informação é um fator social que impacta negativamente o consumo de mel.

Aspectos econômicos:

O mel possui dois preços de comercialização: varejo (mercado interno) e atacado (mercado externo). O mel negociado no atacado tem valor inferior e sofre variações que dependem do mercado internacional. Já o mel comercializado no varejo tem um valor mais alto (comparado ao atacado) e sofre variação local. Observa-se que o preço do mel no mercado interno vem aumentando nos últimos anos, um fenômeno normal, mas que ressalta um ponto importante, a "gourmetização" do mel. Não é suficiente criar estratégias de consumo do mel se o produto não for acessível para a maioria da população. Isso significa que os produtores precisam de mais que apenas a técnica para produzir.

Um dos maiores gargalos na determinação do preço do mel é a ausência de dados econômicos dos apiários, dificultando a visualização dos ganhos em escala. Além disso, os produtores precisam se organizar em cooperativas para atender determinados segmentos do mercado, considerando que são, em sua maioria, pequenos e médios produtores.

Aspectos técnicos:

Em relação ao consumo do mel, não se pode deixar de mencionar os aspectos técnicos, sendo o principal deles a baixa produtividade. A média nacional é de 20 kg/colmeia/ano (EMBRAPA, 2021). Na Bahia, o quinto maior produtor de mel do Brasil, a produção em 2023 foi de 4,8 toneladas (IBGE, 2024). Ao dividir esse volume pelos 20 mil apicultores registrados, a produção anual por apicultor não ultrapassa 240 kg, um volume considerado baixo.

Esse dado torna-se ainda mais preocupante ao considerar que o tripé básico da apicultura ainda não é praticado com excelência: troca e manejo de cera, alimentação



suplementar e genética dos enxames. Apesar de o Brasil possuir uma das abelhas mais produtivas do mundo e uma abundância de florada invejável, a produção é limitada.

Além disso, é essencial que o produto atenda à legislação, e esse é outro entrave, pois os selos de inspeção municipal, estadual ou federal ainda não são amplamente adotados pelos apicultores baianos, que enfrentam dificuldades em caminhar sozinhos. Assim, a organização em cooperativas e associações torna-se essencial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que, apesar da baixa produtividade, a ausência de dados econômicos, o problema de organização social da classe produtora o potencial de produção e consumo de mel do estado da Bahia é significativo, especialmente considerando a diversidade de flora e a adaptabilidade das abelhas africanizadas. Contudo aspectos sociais atravessam os apicultores e sobretudo os consumidores de mel, indicando que o baixo consumo de mel no Brasil é um fator histórico e cultural, e é preciso melhorar a comunicação acerca do mel produzido na Bahia e no Brasil.

Diante disso, estratégias integradas que alinhem produção, mercado e educação do consumidor podem transformar o mel em um vetor de desenvolvimento econômico e social para a Bahia. Ademais, ressalta-se que este trabalho se apresenta como estímulo para novas pesquisas envolvendo o mel baiano, principalmente estudos que possa indicar o consumo per capita estadual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABELHA (Brasil). 21 de junho – **Dia do Mel – O salto do mel brasileiro passa pela ampliação da produtividade das colmeias**. 2021. Disponível em: <https://abelha.org.br/o-salto-do-mel-brasileiro-passa-pela-ampliacao-da-produtividade-das-colmeias/>. Acesso em: 29 out. 2024.

BRASIL. IBGE. **Produção de Mel de abelha**. 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/mel-de-abelha/br>. Acesso em: 29 out. 2024.

CAVALCANTE, Daniel Augusto. **O salto do mel brasileiro passa pela ampliação da produtividade das colmeias**. 2021. Disponível em: <https://globorural.globo.com/Noticias/Opinio/Vozes-do-Agro/noticia/2021/06/o-salto-do->



mel-brasileiro-passa-pela-ampliacao-da-productividade-das-colmeias.html. Acesso em: 29 out. 2024.

EMBRAPA. **O gigante do açúcar é um anão no mel.** 2021. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1131806>. Acesso em: 29 nov. 2024.

CRN3. **O Brasil é o 4º maior consumidor de açúcar no mundo.** 2023. Disponível em: <https://www.crn3.org.br/noticia/o-brasil-e-o-4o-maior-consumidor-de-acucar-no-mundo#:~:text=Enquanto%20a%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20Mundial%20da,atin%20patamares%20pr%C3%B3ximos%20aos%2016%25>. Acesso em: 29 nov. 2024.

PETERSEN, Tomás Mayer. **Humanos consumiam mel há mais de 10 mil anos: o que você precisa saber sobre esse alimento.** Revista GALILEU. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2019/10/humanos-consumiam-mel-ha-mais-de-10-mil-anos-o-que-voce-precisa-saber-sobre-esse-alimento.html>. Acesso em: 29 nov. 2024.

ADAB. **Estruturação da apicultura na Bahia é tema de audiência pública.** 2021. Disponível em: <http://www.adab.ba.gov.br/noticias/estruturacao-da-apicultura-na-bahia-e-tema-de-audiencia-publica/>. Acesso em: 29 nov. 2024.

SOUZA, *et al.* Tipificação e considerações sobre consumidores de mel e seus hábitos de consumo utilizando a internet como ambiente de entrevista. **Brazilian Journal Of Development**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 820-836, 11 jan. 2024. South Florida Publishing LLC. <http://dx.doi.org/10.34117/bjdv10n1-052>.

NOVAIS, Jaílson Santos de *et al.* Perfil dos consumidores de mel em feiras livres de Porto Seguro, Bahia, Brasil. **International Journal Of Business & Marketing (Ijbmk)**. São Paulo, p. 45-57. Não é um mês valido! 2021.