

VOLUME 15

N. 1  
2025



REVISTA  
**agro em questão**

**Promoção comercial do  
mel brasileiro no mercado  
internacional: A estratégia  
da agência brasileira de  
promoção de exportações  
(APEX BRASIL)**

## **Promoção comercial do Mel brasileiro no mercado internacional: a estratégia da Agência Brasileira de promoção de exportações (Apex Brasil)**

Andréia Pereira<sup>1</sup>

Ana Maria Santiago<sup>2</sup>

Marília Costa<sup>3</sup>

Thiago Masson<sup>4</sup>

<http://lattes.cnpq.br/7196233131687658>



## **Introdução**

Ao observar o setor da apicultura brasileiro entre os anos de 2013 e 2023, percebe-se um crescimento de 16,1 mil para 28,555 mil toneladas de mel in natura vendidas para o mercado exterior nesse período. Porém, no ano de 2022, o volume do produto exportado chegou a 36,888 mil toneladas (Agrosat, 2022). É importante ressaltar que em 2020 e 2021, esses números foram maiores entre 45,73 e 47,20 mil toneladas (MDIC, 2023). Este aumento está relacionado à pandemia da Covid-19, visto que o mel é considerado como benéfico para o sistema imunológico (MDIC, 2023).

Porém, mesmo com este crescimento, o setor enfrenta obstáculos como concorrência do mel importado, doenças, falta de infraestrutura tanto na armazenagem quanto no transporte, embargo da União Europeia ao mel brasileiro e o baixo consumo interno (Frente Parlamentar da Agropecuária, 2023).

Com o objetivo de aumentar as exportações de diversos produtos brasileiros e atrair consumidores internacionais, a Apex Brasil promove o programa Exporta Mais Brasil. A 8ª edição do evento realizou-se em outubro de 2023 e foi voltada para o setor apícola, que possui

grande potencial exportador. Oito compradores da Alemanha, China, Singapura e Suíça participaram de reuniões de negócios com 25 empresas brasileiras do setor e visitaram fazendas e cooperativas produtoras de mel, derivados e própolis (Apex Brasil, 2024).

Por ter grande parte de suas áreas preservadas, variedade climática e diversidade da flora, o Brasil é um grande produtor de mel orgânico que é valorizado e cobiçado nos mercados além-fronteiras. Grande parte do mel orgânico brasileiro é produzida na região Nordeste. Segundo dados do IBGE, mais de 90% dos produtores estão nesta região. Todavia, alguns estados têm se destacado no volume produzido como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Piauí, Bahia e Ceará (Apex Brasil, 2024).

Os Estados Unidos são os maiores importadores. Ao comparar o volume importado por este país entre os anos de 2013 e 2023, a quantidade salta de 11,893 para 22,717 mil toneladas (ABEMEL, 2024). Em seguida, a Alemanha importou 2,062 mil toneladas em 2023. O Canadá ocupa o posto de terceiro maior importador com 1,836 mil toneladas. Ressalta-se que o mel brasileiro também conquistou outros mercados como Austrália, Bélgica, Reino Unido, Países Baixos (Holanda), Panamá, China, Dinamarca e outros (ABEMEL).

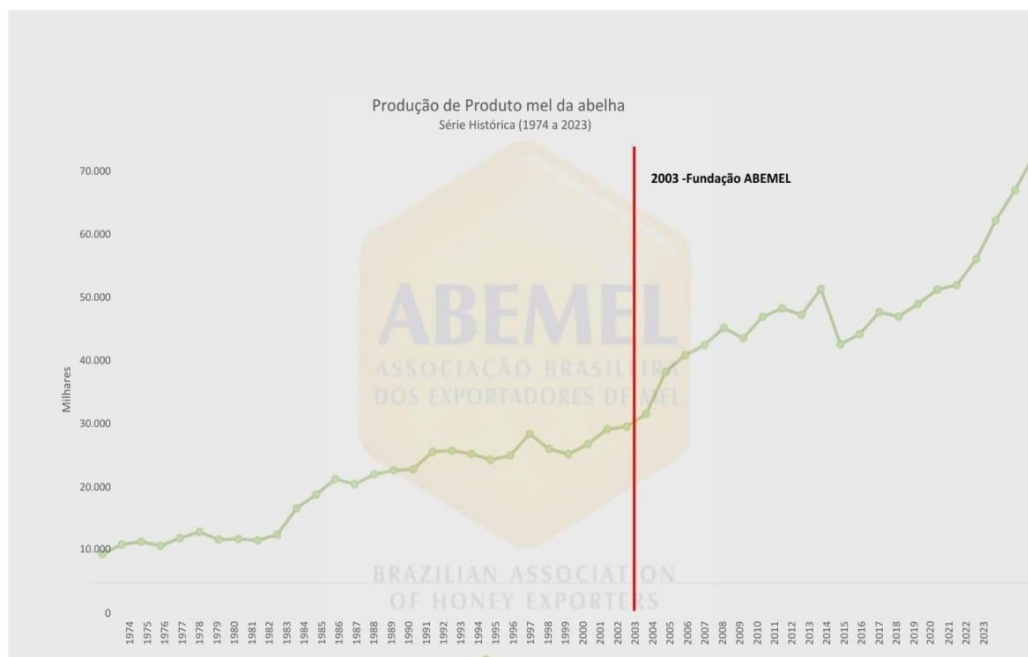
Observa-se que o setor apícola está em expansão, as exportações geraram um faturamento de US\$ 85,260 milhões de dólares em 2023. Mesmo com uma queda de 38,2% (Seab, Boletim Semanal, 2024) em relação ao ano anterior.

O crescimento do setor, nos últimos anos, ocorreu devido a fatores favoráveis como clima, diversidade da flora, extensão territorial. Entretanto, há desafios que a cadeia produtiva ainda enfrenta como falta de investimento em pesquisas, gestão comercial, sistema de financiamento inadequado e a falta de domínio de tecnologias, altas taxas de juros (Farias & Miranda, E&G Economia e Gestão, 2016).

Segundo o IBGE, 82% dos apicultores brasileiros são produtores da agricultura familiar. Há projetos advindos de parcerias dos setores público e privados que proporciona assistência técnica, equipamentos necessários para o desenvolvimento da atividade, cursos de capacitação voltados para o setor. Destaca-se a Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) da Apex-Brasil. Entretanto, sabe-se que há muitos apicultores que ainda não têm assistência técnica que poderia contribuir para o aumento da produção e conseqüentemente gerar mais lucros para estes produtores. Outro fator a ser destacado é a falta de conhecimentos

relacionados aos trâmites legais, mercado internacional, marketing entre outros gargalos enfrentados pelo setor (Apex-Brasil).

Este trabalho descreveu como a Apex Brasil tem atuado para promover as exportações de mel do Brasil a partir de observações qualitativas coletadas.



**Figura 1:** Volume produzido por toneladas de mel do Brasil - 2013 a 2023.  
**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2024).



**Figura 2:** O volume exportado por tonelada de mel do Brasil – 2013 a 2023  
**Fonte:** Abemel, 2024

O objetivo geral é analisar a evolução da estratégia de promoção comercial e o posicionamento da marca Mel do Brasil no mercado internacional entre os anos 2013 e 2023, e de maneira específica analisar a participação da Apex-Brasil, em parceria com o setor privado brasileiro, para fomentar as exportações do segmento apícola entre os anos 2013 e 2023.

## **2 Metodologia de Trabalho**

Neste trabalho foi utilizado o método de pesquisa secundária que, segundo Fachin (2005), compreende a bibliografia complementar, ou seja, aquela que serve de apoio para o assunto estudado. Dados secundários são aqueles que já foram coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados e que estão catalogados à disposição dos interessados. As fontes básicas de dados secundários são: a própria empresa, publicações, governos, instituições não governamentais e serviços padronizados de informações de marketing (MATTAR, 1996).

A análise qualitativa, também adotada neste estudo, pode ser chamada de abordagem qualitativa que se refere a conjuntos de metodologias, envolvendo, eventualmente, diversas referências epistemológicas. São várias metodologias de pesquisa que podem adotar uma abordagem qualitativa, modo de dizer que faz referência mais a seus fundamentos epistemológicos que propriamente a especificidades metodológicas (SEVERINO, 2007).

A análise qualitativa visa aspectos da realidade, ou seja, dedica-se em compreender e explicar a dinâmica das relações sociais. De acordo com Minayo & Deslandes (2002) a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

A coleta de dados é de suma importância no processo da pesquisa, pois traz todas as informações relevantes na produção de cada parte do trabalho. Segundo Prodanov & Freitas (2013), os dados acessíveis mediante pesquisa bibliográfica e/ou documental são chamados dados secundários. Ressaltam que há uma diversidade de fontes de dados secundários como jornais, registros estatísticos, periódicos, livros, cartas etc.

A pesquisa baseou-se, primordialmente, no site da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), foram coletados e analisados os dados referentes

ao papel da agência na promoção comercial do mel do Brasil. Ressalta-se que também foram pesquisados e analisados dados dos sites da Associação Brasileira de Exportadores de Mel (ABEMEL), Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA).

Para essa análise, foram coletados dados referentes à promoção comercial do mel brasileiro no mercado internacional. Os discursos avaliados nesse trabalho foram das instituições Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos); ABEMEL (Associação Brasileira Dos Exportadores De Mel); Brasil Let's Bee (Projeto de Promoção das Exportações); FPA (Frente Parlamentar Da Agropecuária); MDIC (Ministério de Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços); IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística); Seab (Secretária da Agricultura e do Abastecimento do Estado do Paraná); MAPA (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento); CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil); SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas); ICEV (Instituto de Ensino Superior) e SISCOMEX (Sistema de Comércio Exterior).

### **3 Referencial Teórico**

#### **3.1 Conceitos de Agronegócio**

A definição de agronegócio surgiu com os americanos Ray Goldberg e John H. Davis em 1957.

“Agribusiness era a soma total de todas as operações envolvendo a produção e distribuição de suprimentos agrícolas; as operações de produção dentro da fazenda; o armazenamento, processamento e distribuição de produtos agrícolas e dos itens produzidos a partir deles”.

Graziano (1998) define o agronegócio resumidamente como “um agregado de subsistemas inter-relacionados por fluxos de troca”.

Para a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), agência que busca erradicar a fome e a pobreza por meio da segurança alimentar e do desenvolvimento agrícola, o alimento produzido deve chegar ao consumidor de forma segura. ROMERO (2024), no artigo Agronegócio: uma proposta conceitual traz a seguinte reflexão:

“A FAO apresenta uma proposta de definição: [...] uma visão agregada de agricultura e atividades negociais correlatas, cobrindo as múltiplas funções e processos envolvidos na moderna produção e distribuição de alimento (...) [,] as atividades coletivas executadas desde a fazenda até a mesa. [...] [e] os fornecedores de insumos agrícolas, produtores, agro processadores, distribuidores, negociantes, exportadores, revendedores e consumidores (FAO, 2013, p. 5, tradução própria)”.

Para BARROS, Coordenador Científico do Cepea-Esalq/USP (2022), “agronegócio é a expressão que resulta da fusão de agricultura e negócio [...]. Considerando a origem do termo, agronegócio envolve necessariamente atividades econômicas relacionadas à agricultura [...]. Pode-se dizer que agronegócio inclui todas as atividades econômicas (industriais e de serviços) que não existiriam se a agropecuária não existisse”.

## **4 Análise e Desenvolvimento**

### **4.1 Sobre a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Associação Brasileira dos Exportadores de Mel (Brazil Let's Bee – Abemel).**

#### **4.1.1 Apex-Brasil**

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) passou por várias transformações nas suas características visuais desde a sua criação em 1997. A Instituição busca fortalecer e superar os obstáculos enfrentados no cenário internacional. A sua logomarca atual que tem como destaque as cores da bandeira nacional, busca ressaltar a essência e a sua conexão com o mercado internacional e assim representar de maneira eficiente os objetivos e valores da agência.



**Figura 3:** Logo da Apex-Brasil

**Fonte:** (APEX-BRASIL, 2024).

A Apex-Brasil promove os serviços nacionais em outros países e ainda motivar novos investimentos externos que contribuam com o crescimento da economia do Brasil. Ações como realização de diversas atividades de promoção comercial que possam promover não só as exportações, mas também a valorização dos produtos e serviços do país além de suas fronteiras a fim de fortalecer a marca Brasil. Dentre essas atividades, destaca-se a realização de rodadas de negócios, apoio à participação das empresas nacionais nas principais feiras internacionais, organização de visitas de compradores estrangeiros (Apex-Brasil).

Destaca-se que o trabalho realizado pela Agência tem como parceira tanto com os setores públicos quanto privados, visando novos investimentos e expandir a participação do país no exterior; estimular o desenvolvimento sustentável, contribuir com as políticas públicas para que as empresas do país possam ter maior competitividade.

“Ser uma Agência digital e de excelência, reconhecida pelos seus clientes no Brasil e no mundo como principal parceira na promoção de negócios internacionais sustentáveis em termos econômicos, ambientais, sociais e de governança (APEX-BRASIL)”.

Há uma variedade de serviços ofertados pela Apex-Brasil para as instituições que buscam adentrar o mercado internacional:

- Inteligência de mercado;
- Qualificação Empresarial;
- Promoção Comercial;

- Expansão Internacional;
- Atração de Investimentos Estrangeiros.

#### 4.1.2 SOBRE A ABEMEL

A Associação Brasileira dos Exportadores de Mel é a representante das empresas que beneficiam e exportam produtos da apicultura brasileira. Sua logomarca representa sua missão e valores.



**Figura 4:** Logo da ABEMEL

**Fonte:** (ABEMEL, 2024).

A ABEMEL tem a incumbência de que os produtos da apicultura adentrem no mercado externo com mais facilidades e de maneira competitiva e que o mercado interno expanda suas produções de forma sustentáveis e lucrativas.

Por fim, a logomarca Let's Bee representa a “tradição e a paixão pela apicultura”. A abelha representa o elo com a natureza, enquanto as flores, o movimento dela. A imagem destaca a importância da sustentabilidade e também a “harmonia e interdependência entre as abelhas e as plantas” (Let's Bee).

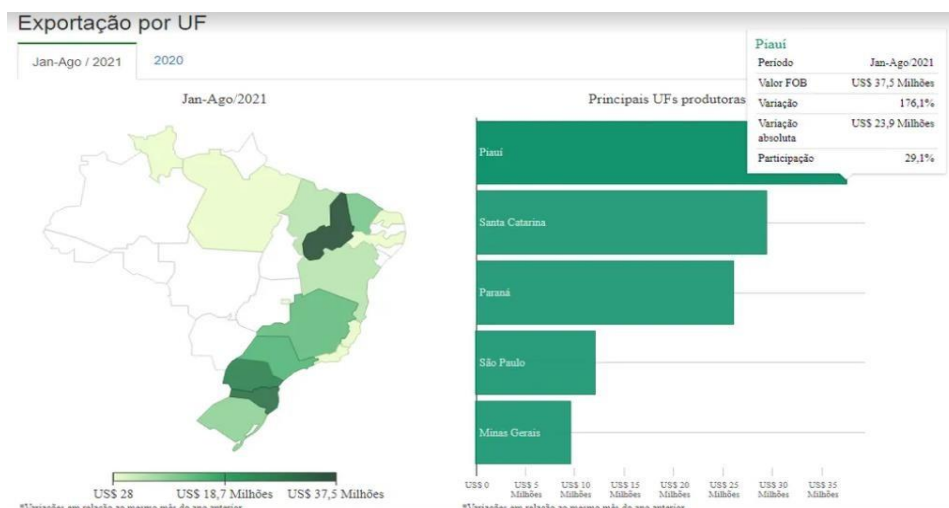


**Figura 5:** Logo da Brazil Let's Bee  
**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2024).

#### 4.2 Exportação de Mel e Acesso à Potencial de Mercados

Segundo dados do Sebrae (2014), o estado do Piauí está à frente como o principal exportador de mel, 2,3 mil toneladas embarcadas em 2021. Entre os principais consumidores, destacam-se os Estados Unidos, Alemanha, Canadá e Austrália.

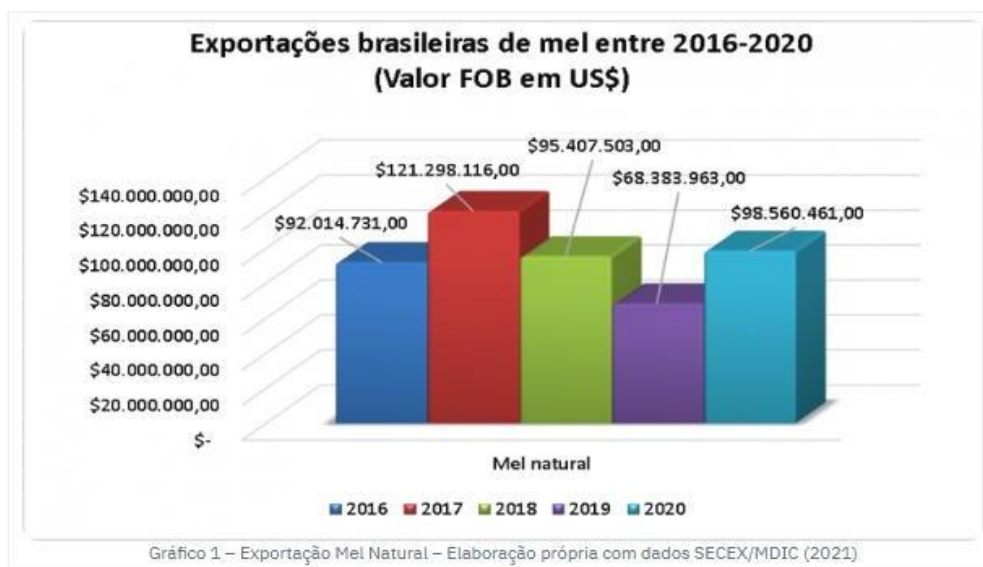
O Brasil utiliza apenas 15% de sua capacidade de produção o que indica que há grandes oportunidades de expansão deste mercado. Nesse mesmo período, o Brasil produziu 55,8 mil toneladas o que gerou um valor de R\$ 854,8 milhões de reais e o preço médio de R\$ 15,30/kg (Associação Brasileira de Estudos das Abelhas).



**Figura 6:** Valores adquiridos pelos estados nomeados referentes à exportação.  
**Fonte:** ( O Globo, 2024).

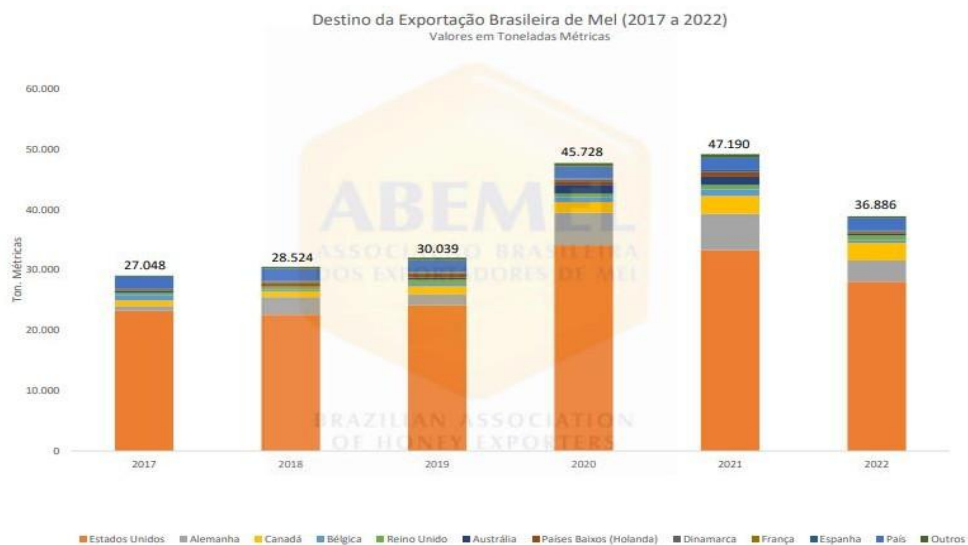
A apicultura faz parte de um dos setores do agro, por isso, é muito importante aplicar critérios de sustentabilidade: econômico, ou seja, uma administração eficiente dos recursos necessários; social, pois a geração de renda contribui com o desenvolvimento de uma sociedade com distribuição de renda mais igualitária visando à melhora na qualidade de vida dos indivíduos; ecológico, visto que o processo de polinização e a conservação ambiental são fundamentais, pois são quesitos apreciáveis aos olhos do mercado externo (Polo Sebrae Agro).

Enquanto o Piauí se destacou como principal exportador nesse ano, o Rio Grande do Sul saiu na frente como o maior produtor com uma produção de 9,2 mil toneladas. Embora o Piauí tenha liderado o ranking na exportação, o estado ocupa a terceira posição no quesito produção com 6,9 mil toneladas. Ao considerar a produção por município, a cidade de Arapoti (PR) saiu na frente como o maior produtor com um total de 925,6 toneladas.

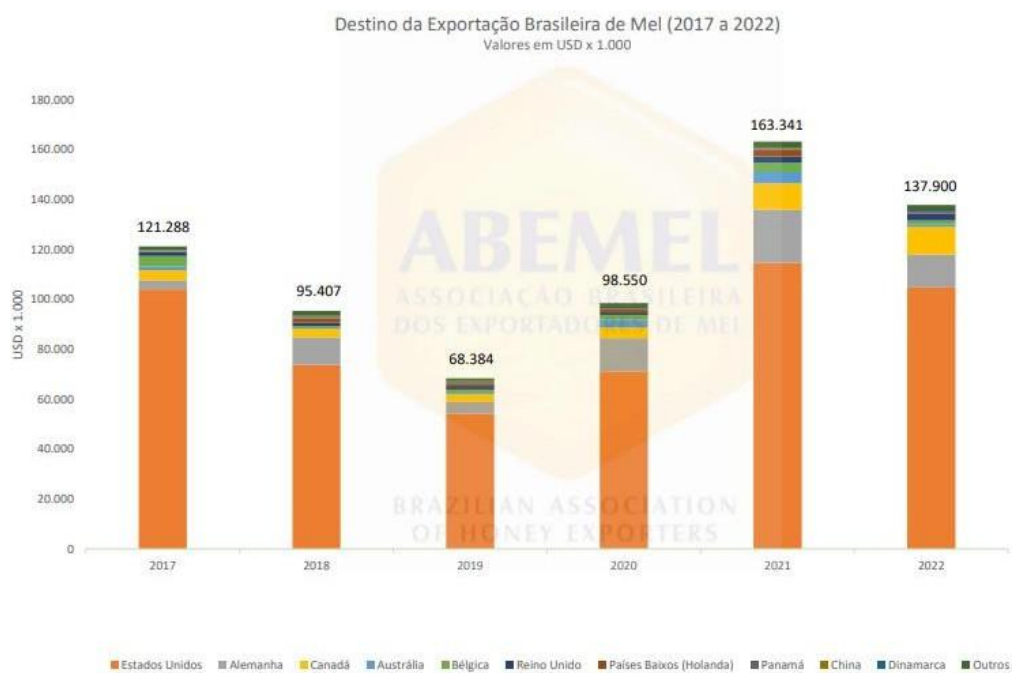


**Figura 7:** Valor das exportações do mel do Brasil entre 2016 e 2020  
**Fonte:** (ICEV – Instituto de Ensino Superior, 2024).

Porém, não basta apenas buscar novos mercados externos, os gestores precisam conhecer as principais etapas de exportação: avaliar a capacidade exportadora; classificar a mercadoria; formar o preço de exportação; promover o produto a ser exportado; negociar com o importador; operacionalizar a exportação. Estas informações encontram-se no site do Governo Federal ([www.gov.br/siscomex](http://www.gov.br/siscomex)).



**Figura 8:** Valores em mil US\$ mel do Brasil que os países nomeados importaram entre 2017 e 2022  
**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2024).



**Figura 9:** Valores em USDx1.000 de mel do Brasil que os países nomeados importaram entre 2017 e 2022.

**Fonte:** Brasil Let's Bee. Acesso em: 06 de julho de 2024.

### 4.3 Sustentabilidade

Produzir com sustentabilidade é um caminho sem volta diante dos fatores climáticos presenciados, além de enfrentar um consumidor cada vez mais exigente não só com a qualidade, mas também com o processo produtivo e se este segue os critérios ambientais legalmente exigidos.

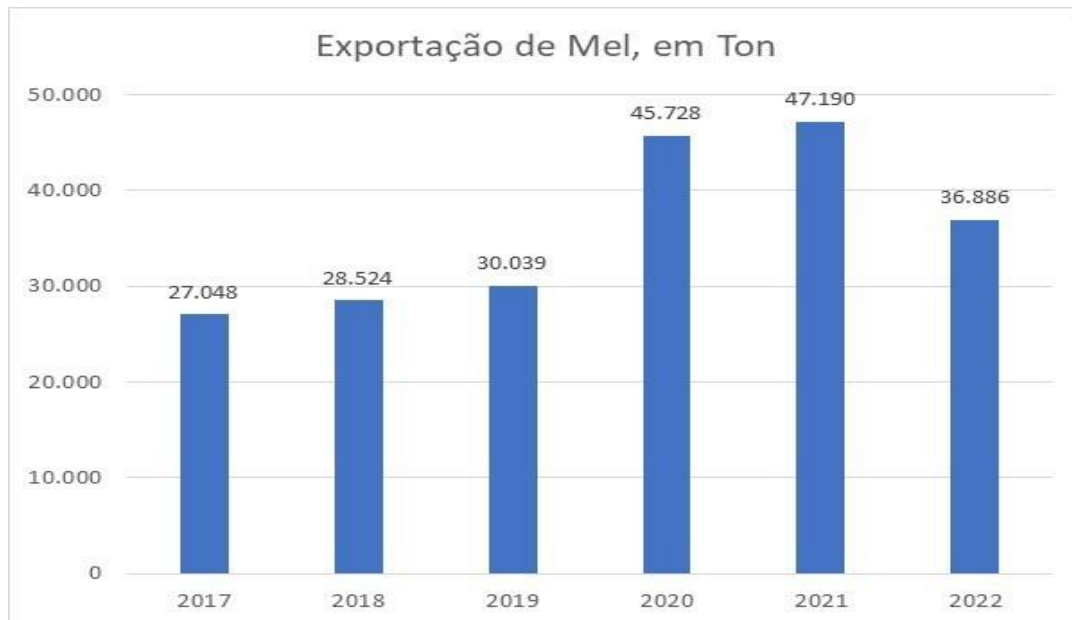
Critérios esses que fazem do projeto Arranjo Abelhas prezar pela “Conservação e uso sustentável dos recursos genéticos de abelhas em agros ecossistemas e impactos no agronegócio brasileiro” (SEBRAE). Ressalta-se que o conhecimento científico é de suma importância para a inserção de tecnologias que ajudem na conservação e no uso sustentável dos recursos naturais e assim preservar o meio ambiente, além de estimular os negócios do setor em questão.

### 4.4 Efeito Pandemia – Covid-19

Embora o Brasil possua grande potencial em expandir sua produção e que o mel produzido aqui é muito valorizado por ser de alta qualidade, o consumo interno ainda segue a “cultura” de que este néctar dos deuses tenha fins “medicinais”, o que reduz o consumo diário do produto pelos brasileiros. Todavia, no período da pandemia, o consumo interno obteve uma alta.

Portanto, após o caótico período da pandemia da Covid-19, houve baixa nos preços do mel que pode estar relacionada à várias causas – redução da demanda, estabilização do mercado, antidumping nos Estados Unidos e oscilações da taxa de câmbio segundo a ABEMEL.

Diante dos variados obstáculos que precisam ser superados, os apicultores podem buscar estratégias como diversificar os produtos derivados do mel, analisar novos nichos de mercado, investir em marketing e assim divulgar seus produtos a fim de despertar interesse de novos consumidores, automaticamente, ampliar sua carteira de clientes.



**Figura 10:** Comportamento das exportações do mel do Brasil entre 2017 a 2022. Com aumento entre 2020 e 2021, período da Pandemia da Covid-19

**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2024).

#### **4.5 Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), Programa Exporta Mais Brasil e os principais eventos realizados pelo mundo.**

A Apex-Brasil com parceria de outras instituições lidera o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) que desde 2008 é comandado pela Agência. Programa já atendeu mais de 25 mil empresas nas diversas regiões do país com o objetivo de qualificá-las para que as mesmas possam ser inseridas no mercado externo (Apex-Brasil).

Núcleos operacionais compostos por equipes técnicas que são especializadas em comércio internacional oferecem diversas ferramentas fundamentais como: adequação de embalagem e produto ou serviço, identificação de oportunidades internacionais e de barreiras de acesso a mercado, precificação e frete para os empresários que almejam o mercado externo (Apex-Brasil). No processo de capacitação é construído um Plano de Exportação com os participantes onde são inseridas informações sobre como o produto deve ser exportado para os mercados desejados (Apex-Brasil).

A Apex-Brasil oferece missões internacionais específicas para as empresas que participam do Programa com o intuito de terem um primeiro contato com os mercados externos. Ao concluir o programa, as empresas possuirão conhecimentos fundamentais para adentrarem no mercado internacional com destaque para o Japan Própolis Conference em 2013 no Japão, a Apex-Brasil uma parceria com a ABEMEL onde o professor DRº Masahau Ikegaki e o apicultor e exportador Cezar Ramos Junior ministraram palestras. O primeiro destacou a variedade da própolis do Brasil devido à riqueza da flora nacional e o segundo ressaltou que o manejo das abelhas é de suma importância, o que influencia no aumento da produtividade (Apex-Brasil).

Outro evento importante para o setor da apicultura é a Feira APIMONDIA que em 2023, foi realizada no Chile. Ressalta-se que este evento é considerado a “vitrine mundial do setor apícola”. A Apex-Brasil tem um papel fundamental, pois oferece serviços aos empresários brasileiros que desejam participar nesses eventos como reserva do espaço e montagem do Pavilhão Brasileiro; inserção das informações da empresa no catálogo oficial da delegação brasileira entre outros (Apex-Brasil).

Outro programa promovido pela Apex-Brasil é o Programa Exporta Mais Brasil que é considerado o elo entre as empresas brasileiras com o comércio internacional e assim contribuir com o fortalecimento das exportações nas regiões do Brasil, pois organiza reuniões com consumidores internacionais que buscam produtos de setores específicos. Em 2023, a agência realizou na cidade de São Paulo um evento do programa onde destacou o crescimento do setor no país e ainda contou com a participação de compradores da China, Alemanha, Suíça e Singapura.

E o setor apícola tem sido contemplado com o programa, visto que é um importante gerador de renda e o Brasil é um grande produtor de mel orgânico, principalmente na região do Nordeste. O Programa contribui com o aumento e diversidade dos mercados, já que os consumidores buscam cada vez mais por produtos naturais e com qualidade.

Os trabalhos realizados pela Apex-Brasil e outras instituições já têm gerado importantes “frutos” para o país no setor da apicultura, pois no INTERNATIONAL APICULTURAL CONGRESS (APIMONDIA) de 2017, realizado em Istambul, na Turquia, o Brasil marcou presença com a participação de 14 empresas associadas à ABEMEL e ganhou 08 prêmios no World Beekeeping Awards. Medalhas de ouro, prata e bronze foram conquistadas pelas empresas brasileiras. Entretanto, a Prodapys Organic Honey trouxe para o país o pentacampeonato o que resultou da qualidade dos produtos apícolas nacionais e assim

aumentar o prestígio do setor no cenário internacional. Ressalta-se que essa participação gerou negócios de US\$ 1,1 milhão.

Entre 2013 e 2023, o Brasil participou de eventos internacionais importantes devido à parceria da Apex-Brasil e a ABEMEL (Brazil Let's Bee). Eventos como Japan Propolis Conference e Tokyo Health Industry Show realizado em Tóquio. No mesmo ano, 14 empresas brasileiras marcaram presença na APIMONDIA (Federação Internacional de Apicultores) na Ucrânia o que gerou um valor de US\$ 1.120.080,00 em negócios. O país também esteve presente Natural Expo West nos Estados Unidos onde as empresas brasileiras que participaram do evento poderiam obter negócios em torno de US\$ 2,2 milhões.



**Figura 11:** Natural Expo West. Anaheim, Califórnia, Estados Unidos.  
**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2023).

O Tokyo Health Industry Show de 2014 gerou US\$ 1,1 milhão de novos negócios o que renderam 137 novos contatos. Já no Natural Expo West 2014 nos Estados Unidos, as empresas brasileiras fecharam com negócios no valor de US\$ 350 mil. Destaca-se que os Produtos apícolas brasileiros fizeram sucesso na Tokyo Health 2015. O volume de negócios

atingiu US\$ 250.000.000. “As oito empresas que participaram da feira fizeram contatos comerciais importantes com distribuidores, lojistas e atacadistas não só do próprio Japão, mas também de Taiwan, China, Coreia do Sul e Malásia.” (Brasil Let’s Bee).

Outro evento de destaque para o setor da apicultura foi a Rodada de Negócios BRAZIL LET’S BEE sediada na cidade de São Paulo em 2015, com participação de compradores da Arábia Saudita, Líbano, Marrocos, China, EUA e Canadá o que geraria US\$ 700 mil em negócios ao longo de 12 meses. Eventos como este comprovam que o Brasil não só é um grande produtor de mel, mas também pode ser anfitrião de eventos internacionais fundamentais para a geração de novos negócios para o setor. Nesse mesmo ano, na 44ª Apimondia, os empresários fecharam negócios que resultou no valor de US\$ 5,4 milhões no decorrer do evento com a previsão desses valores chegarem a US\$ 9,5 milhões nos 12 meses seguintes. E para fechar o ano, na Expo Milão 2015, os participantes conheceram a qualidade e a diversidade do mel brasileiro.

Por causa da Pandemia da Covid-19, os vários eventos internacionais foram adiados em 2020. Porém, THAIFEX – Anuga Ásia 2020 realizado na Tailândia, proporcionou que as empresas nacionais obtivessem “oportunidades de contatos comerciais, negócios e abertura de mercados às empresas brasileiras, com o consequente aumento do fluxo de comércio entre o Brasil e o amplo mercado da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN)” (Brasil Let’s Bee). Outro evento realizado em 2020 foi a SIAL Paris, considerado uma das mais importantes plataformas de negócios em relação à qualidade e quantidade de oferta do setor alimentício, pois participam compradores de todos os lugares do mundo.



**Figura 12:** Empresas brasileiras do setor apícola, marcam presença na WorldFood Istanbul, 2022.

**Fonte:** (Brasil Let's Bee, 2024).

Todos os eventos da Apex-Brasil e da ABEMEL (Brasil Let's Bee) foram de suma importância para que as empresas brasileiras pudessem não só participar, mas também expor seus produtos e ganharem importantes prêmios, superando grandes empresas internacionais. Percebe-se que os valores negociados e as parcerias firmadas comprovam que o setor apícola está no caminho certo. O que leva o Brasil a expandir sua produção e galgar por novos mercados.



**Figura 13:** Estande institucional da Apex-Brasil na Apimondia Santiago, Chile, 2023.

**Fonte:** (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA, 2024).

## 5 Conclusão

Pode-se afirmar que o setor da apicultura tem crescido na última década tanto nos quesitos produção quanto exportação visto que o Brasil utiliza apenas 15% de sua capacidade produtiva, porém tem grande potencial de aumentar a sua produtividade devido à diversidade de suas florestas, extensão territorial e variedade climática o que propiciam uma produção durante o ano todo. De acordo com a Food and Agriculture Organization (FAO), “o Brasil se tornou o 11º produtor mundial de mel e o 5º maior exportador em 2017” (Globo Rural).

Conforme os dados coletados foram constatados que o maior importador de mel do Brasil é os Estados Unidos, ou seja, entre 2016 e 2020, 80% da produção brasileira foram enviadas para a terra do “Tio Sam”. Porém, a busca por novos mercados é de suma importância, assim o setor apícola não fica à mercê de números restritos de clientes internacionais, visto que a apicultura brasileira tem crescido e as características que o país possui, contribuem para que o mel seja produzido em todas as estações do ano. Entretanto, há gargalos que precisam ser enfrentados como falta de assistência técnica para os apicultores da agricultura familiar; falta de conhecimentos relacionados aos trâmites legais, mercado internacional, marketing, entre outros.

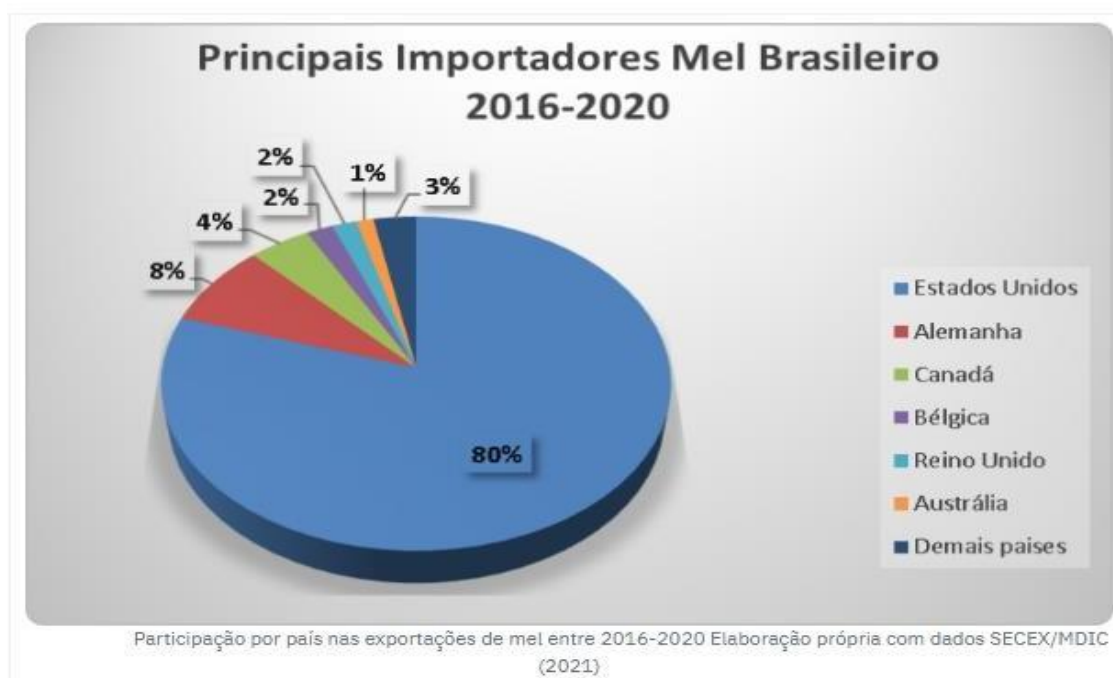


Figura 14: Principais importadores do mel brasileiro – 2016 a 2020.  
Fonte: (ICEV, 2024).

A Apex-Brasil promove serviços nacionais em outros países o que contribui com o crescimento da economia interna e as parcerias com instituições privadas só tem a somar, pois possibilitam a participação de empresários brasileiros em eventos realizados ao redor do mundo onde estes podem apresentar seus produtos apícolas. Além disso, a agência facilita a inserção das empresas no mercado internacional. Essa parceria estimula o desenvolvimento sustentável,

contribui com as políticas públicas e assim possibilita que as empresas brasileiras sejam mais competitivas.

Para que a apicultura brasileira alcance novos mercados é importante que este setor implante sistemas sustentáveis e que utilize de forma responsável os recursos naturais, preserve o meio ambiente e promova a saúde e do bem-estar humano (Food Connection). Ressalta-se que os consumidores, cada vez mais exigentes, não só buscam por qualidade, mas também por alimentos produzidos de maneira sustentável. Outro quesito muito importante é ter conhecimento do processo de exportação e não só buscar por novos mercados (Apex-Brasil).

Após a pandemia da Covid-19, os preços do mel reduziram, mas essa queda pode ser vista como um fator positivo, pois possibilita aos empresários do setor buscar novas estratégias para manter-se ou expandir para outros mercados e com uma gestão eficiente, parcerias com instituições podem ser fatores fundamentais para essas empresas superarem os grandes desafios que o setor apícola ainda enfrenta.

A Apex-Brasil, por meio de parcerias, lidera programas como o PEIEX que não só contribuem para a inserção no mercado internacional, mas também qualifica empresas de diversas regiões. Essas parcerias têm gerado frutos para o setor apícola, pois o Brasil tem marcado presença em vários eventos internacionais e não só para apresentar o mel brasileiro, mas também tem trazido novos investimentos, novos consumidores e ainda ganhado prêmios importantes o que comprova que o mel nacional possui requisitos como qualidade e segurança e que pode concorrer de forma igualitária com outros países.



Empresa de Araranguá levou cinco medalhas na Turquia por melhor mel — Foto: Faasc/Divulgação

**Figura 15:** Mel catarinense conquista título de melhor do mundo pela quinta vez na APIMONDIA, TURQUIA - 2017.

**Fonte:** (Globo, 2024).

Pode-se afirmar que o modelo brasileiro utiliza a parceria entre o setor público e o setor privado, visto que esta é de suma importância para que o mel brasileiro seja apresentado ao mercado externo, pois a participação dos empresários brasileiros em feiras, seminários e nos variados eventos realizados pelo mundo comprova que este setor tem contribuído de forma significativa para a economia do Brasil. Ressalta-se que a ABEMEL, grande parceira da APEX-Brasil, é a maior instituição representante das empresas beneficiadoras e exportadoras de produtos apícolas do Brasil. E as ações conjuntas desenvolvidas por ambas contribuem para que o mel do Brasil seja cada vez mais reconhecido e consumido em todos os lugares do mundo.

Porém, não basta apenas dizer que o setor da apicultura tem grande potencial de expansão é preciso buscar por novos mercados, pois o mel brasileiro possui qualidade ímpar. Qualidade que é muito apreciada pelo consumidor internacional. E a promoção comercial do mel é fundamental não só para apresentar esse “néctar dos deuses” aos consumidores internacionais, mas que também alcance novos mercados e possibilite mais investimentos externos para o setor. Por isso, é de suma importância o governo criar políticas públicas que incentivem os empresários do setor a buscarem por novos investimentos que possam contribuir tanto na parte produtiva como também na lucratividade de sua produção.

Este trabalho apresentou dados de instituições como a Apex-Brasil, ABEMEL – Brasil Let's Bee relacionado à promoção comercial do mel brasileiro no mercado internacional. Destaca-se que foi considerada nesse estudo, a exportação do mel in natura. Porém, é de suma importância que outras linhas de pesquisas sejam realizadas sobre o mercado de produtos derivados do mel como própolis, pólen, geleia real, hidromel, cosméticos, mel orgânico e monoflorais, visto que é um setor que está em crescimento e investir em outros nichos do setor não só agrega valor ao produto como também possibilita a abertura de novos mercados e o que contribui com maiores rendas para os produtores.

Sabe-se que o setor do agronegócio tem um papel fundamental na economia do Brasil. Destaca-se o período da pandemia da Covid-19 o que causou o fechamento de muitos empreendimentos, mas o agro manteve-se em ação e um grande contribuinte para a economia do país.

Atualmente, com alta demanda do mercado e novas tendências, o país tem a oportunidade de expandir a sua produção além dos 15% de sua capacidade produtiva, pois o mel e seus derivados estão inseridos não apenas no setor alimentício, mas em outros setores importantes para a economia e o desenvolvimento do país e os estudos realizados no setor contribui de forma significativa para esse mercado que ainda tem muito a oferecer.

O setor da apicultura se encontra diante do cenário promissor o que proporciona a busca por novos mercados. E as feiras internacionais são canais importantes que geram oportunidades para as empresas brasileiras. Sabe-se que a promoção comercial do mel brasileiro no exterior faz parte do plano de marketing cujo objetivo é informar, persuadir e lembrar os clientes sobre a empresa e seus produtos. Ressalta-se que esses eventos proporcionam contato direto com grande número de potenciais clientes; publicidade para os produtos da empresa; realizar vendas; aumentar cadastro de clientes efetivos ou potenciais; ter a reação imediata dos clientes em relação ao mel o que leva a realização de mudanças adequadas ao gosto dos potenciais clientes (Siscomex, 2024).

## Referências bibliográficas

ABELHA. **Apicultura Brasileira: Produção de Mel bate recorde no Brasil**. Disponível em: <https://abelha.org.br/apicultura-producao-de-mel-bate-recorde-no-brasil/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

BARROS, G. S. C. **Agronegócio: Conceito e Evolução**. Disponível em: [https://cepea.esalq.usp.br/upload/kceditor/files/agro%20conceito%20e%20evolu%C3%A7%C3%A3o\\_jan22\\_.pdf](https://cepea.esalq.usp.br/upload/kceditor/files/agro%20conceito%20e%20evolu%C3%A7%C3%A3o_jan22_.pdf). Acesso em: 09 jun. 2024.

COMEX DO BRASIL. **Rodada do Exporta Mais Brasil gera R\$ 12 milhões em negócios para a cadeia de mel**. Disponível em: <https://comexdobrasil.com/rodada-do-exporta-mais-brasil-gera-r-12-milhoes-em-negocios-para-cadeia-de-mel/>. Acesso em: 22 jul. 2024.

CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (CNA). Disponível em: <https://cnabrasil.org.br>. Acesso em: 19 mai. 2024.

DOMANIC CONSULTORIA. **Mercado Internacional do Mel: Tendências, Desafios,**

**Oportunidades e Fluxos.** Disponível em: <https://www.domaniconsultoria.com/post/mercado->

internacional-do-mel-tend%C3%A2ncias-desafios-oportunidades-e-fluxos. Acesso em: 23 jul. 2024.

FAO Brasil. Disponível em: <https://www.fao.org/brasil/pt>. Acesso em: 12 jun. 2024.

FARIAS, J. S.; MIRANDA, L. M. S. **Ações coletivas para a promoção de exportações do setor apícola brasileiro: o caso da Associação ABEMEL**. E&G – Economia de Gestão. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2016v16n42p116/9412>. Acesso em: 10 mai. 2024.

FACHIN, O. **Fundamentos da Metodologia**. 5. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

G1. **Mel catarinense conquista título de melhor do mundo pela quinta vez**. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/campo-e-negocios/noticia/mel-catarinense-conquista-titulo-de-melhor-do-mundo-pela-quinta-vez.ghtml>. Acesso em: 23 jul. 2024.

GOMES, C. C. **Análise da cadeia produtiva do leite na bacia leiteira do Sertão Alagoano no período de 1990 a 2010**. Disponível em: <https://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/4279/1/An%c3%a1lise%20da%20cadeia%20produtiva%20do%20leite%20na%20bacia%20leiteira%20do%20sert%c3%a3o%20alagoano%20no%20perodo%20de%201990%20a%202010.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2024.

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR (ICEV). Disponível em: <https://www.somosicev.com>. Acesso em: 30 mai. 2024.

MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S. F. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 29. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010. Disponível em: <https://bibliocetas.fct.unesp.br/>. Acesso em: 14 mai. 2024.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA (MAPA). Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br>. Acesso em: 19 mai. 2024.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. F. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa**. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 19 mai. 2024.

ROMERO, G. **Agronegócio: Uma proposta conceitual**. Disponível em: <http://www.cecs.unimontes.br/index.php/pt/agronegocio/o-que-e>. Acesso em: 09 jun. 2024.

SECRETARIA DA AGRICULTURA E ABASTECIMENTO DO ESTADO DO PARANÁ (SEAB). **Boletim Semanal 09/2024 – 29 de fevereiro de 2024**. Disponível em: <https://www.agricultura.pr.gov.br/Boletins-Informativos>. Acesso em: 12 mai. 2024.

SEBRAE. Disponível em: <https://sebrae.com.br>. Acesso em: 21 mai. 2024.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Editora Cortez. Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br>. Acesso em: 14 mai. 2024.

SILVA, G J. **A nova dinâmica da agricultura brasileira. Universidade Estadual de Campinas.** 2. ed. 1998. Disponível em: <https://www.eco.unicamp.br/images/publicacoes/Livros/30anos/anovadinamicadaagriculturabrasileira.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2024.

SISTEMA DE COMÉRCIO EXTERIOR (SISCOMEX). Disponível em: <https://www.gov.br/siscomex/pt-br>. Acesso em: 09 jun. 2024.

VIAL, L. A.; SETTE, T. C. C.; SELLITO, M. A. **Cadeias Produtivas – Foco na Cadeia Produtiva de Produtos Agrícolas.** Disponível em: <https://ensur2009.paginas.ufsc.br/files/2015/09/CADEIAS-PRODUTIVAS-UNISINOS.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2024.