



XV FESTIVAL DO MEL DE SÃO JOSÉ DOS CORDEIROS  
XV SEMINÁRIO DE INTEGRAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA DA APICULTURA E  
MELIPONICULTURA DO CARIRI PARAIBANO  
VIII EVENTO TÉCNICO-CIENTÍFICO  
(18,19 e 20 de setembro de 2025)



*Comportamento de consumo e a visão de consumidores sobre o mel de abelha no território do Cariri  
Paraibano*

*Beekeeping activity and consumer perceptions in the Cariri region of Paraíba*

*Dayanne Sthefane Marques Almeida<sup>1</sup>; Maria Nayara Mesquita de Sena<sup>1</sup>; Lucas Almeida de Santana<sup>1</sup>; Dayane da Silva Lima<sup>2</sup>; Edson da Silva Araújo<sup>2</sup>; Samuel da Silva Leite<sup>2</sup>; Adriana de Fátima Meira Vital<sup>3</sup>*

**Resumo:** O mel é o principal produto da apicultura, sendo o resultado do processamento do néctar e da seiva pelas abelhas e do seu armazenamento nas células das colmeias. O mel é principalmente alimento para as abelhas, e apenas o que é extraído é utilizado na alimentação humana e, por vezes, reintroduzido como alimento para as abelhas, mas é popular entre os consumidores por sua composição e propriedades alimentícias e curativas. Embora o mel seja o produto mais conhecido da apicultura, existem também vários outros produtos apícolas, como cera de abelha, pólen, geleia real e própolis. A apicultura condiz com o tripé da sustentabilidade: o social, o econômico e o ambiental, por apoiar a geração de emprego e renda, especialmente aos agricultores familiares, proporcionando bem estar e desenvolvimento das pessoas do campo, ajudando a fomentar o polo de desenvolvimento local. Para além disso, a atividade contribui para o equilíbrio do ecossistema e manutenção da biodiversidade. De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) os países em desenvolvimento lideram o consumo de mel. Em 2024, o Brasil produziu 61 milhões de quilos de mel, destacando-se como um dos maiores produtores mundiais. O Piauí é o maior produtor regional, com destaque para o município de Conceição do Canindé, que possui uma alta produção per capita. A produção de mel no Nordeste brasileiro é uma importante atividade na complementação da renda dos pequenos produtores rurais, principalmente no Semiárido, onde se concentra a produção. A produção de mel é uma atividade que vem crescendo na Paraíba, devido a sua viabilidade operacional e econômica, mesmo em regiões

- 1- Graduandos em Engenharia de Biosistemas CDSA/ UFCG/ Campus de Sumé PB
- 2- Graduandos em Tecnologia em Agroecologia CDSA/ UFCG/ Campus de Sumé PB
- 3- Docente, CDSA/ UFCG/ Campus de Sumé PB

**Caderno Verde** - ISSN 2358-2367- (Pombal - PB) v. 14 n. 2 (2025) – 01-04p: XV Festival do Mel de Sao Jose dos Cordeiros – PB – Brasil - (18,19 e 20 de setembro de 2025)

semiáridas, por propiciar um bom retorno econômico, além de apresentar grande mercado. O Estado produziu 364.192 kg de mel em 2021, com um valor de produção de R\$ 7.697.000, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O estado ocupa posição de destaque na produção de mel na região Nordeste. A produção de mel na Paraíba em 2024 tem se destacado, com eventos como o Festival do Mel em São José dos Cordeiros, que celebram a tradição apícola local e atraem turistas. O estado também está recebendo investimentos para estruturar a cadeia produtiva do mel, visando o desenvolvimento sustentável do semiárido paraibano. Diversas pesquisas enfatizam que o mel pode ser considerado um superalimento associado a várias propriedades benéficas para a saúde, possuindo nutrientes valiosos, tais como aminoácidos fisiologicamente significativos e substâncias bioativas, como vitaminas, fenóis, flavonóides, ácidos graxos e ácidos orgânicos, que influenciam seu valor nutricional e suas propriedades promotoras da saúde. Essas propriedades terapêuticas e nutricionais são um apelo ao consumo. De maneira geral os produtos apícolas, reconhecidamente benéficos para a saúde humana, são bem conhecidos, todavia, alguns consumidores preferem comprar e consumir o mel devido às suas funções alimentares, que são principalmente energéticas. O objetivo deste estudo foi examinar a intenção e verificar a visão dos consumidores sobre a atividade melífera e as diferenças nas preferências por mel. O estudo baseia-se em dados primários obtidos por meio de uma pesquisa online com uma amostra de 150 pessoas dos municípios da região do Cariri no estado da Paraíba, sendo 73% do sexo feminino e 27% masculino. Desses, 87% disseram consumir mel frequentemente, contra 13%. A razão de consumo do mel é como alimento (44%), remédio (45%) e ambos (11%). Os consumidores entrevistados têm uma visão positiva da apicultura e dos seus produtos, especialmente do mel. Muitos consideram o mel um produto saudável e saboroso, preferindo comprá-lo diretamente dos apicultores (72%), em feiras livres (17%), lojas de produtos naturais (14%), supermercados (13%) e farmácias (7%). Para saber se os consumidores valorizam a qualidade, a origem (especialmente local ou regional) foi perguntado se costumam ler os rótulos das embalagens de mel e apenas 37% dos entrevistados afirmaram que têm essa preocupação. O fator de importância no uso do mel é in natura (53%) processado (24%), os demais entrevistados não tem preferência (10%) ou não soube responder (13%). Os resultados apresentados podem inspirar os produtores locais, gestores e técnicos a buscar oportunidades para otimizar a atividade de modo a estimular o comportamento de compra dos consumidores.

**Palavras Chaves:** Apicultura; Comercialização; Atividade apícola.

**Abstract:** Honey is the main product of beekeeping, resulting from the processing of nectar and sap by bees and its storage in the cells of beehives. Honey is mainly food for bees, and only what is extracted is used for human consumption and sometimes reintroduced as food for bees, but it is popular among consumers for its composition and nutritional and healing properties. Although honey is the best-known product of beekeeping, there are also several other bee products, such as beeswax, pollen, royal jelly, and propolis. Beekeeping is consistent with the three pillars of sustainability: social, economic, and environmental, as it supports job and income generation, especially for family farmers, providing well-being and development for rural people and helping to foster local development. In addition, the activity contributes to the balance of the ecosystem and the maintenance of biodiversity. According to the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), developing countries lead the way in honey consumption. In 2024, Brazil produced 61 million kilograms of honey, standing out as one of the world's largest producers. Piauí is the largest regional producer, with the municipality of Conceição do Canindé standing out for its high per capita production. Honey production in northeastern Brazil is an important activity in supplementing the income of small rural producers, primarily. Piauí is the largest regional producer, with the municipality of Conceição do Canindé standing out for its high per capita production. Honey production in northeastern Brazil is an

- 1- **Caderno Verde** - ISSN 2358-2367- (Pombal - PB) v. 14 n. 2 (2025) – 01-04p: XV Festival do Mel de Sao Jose dos Cordeiros – PB – Brasil - (18,19 e 20 de setembro de 2025)

important activity in supplementing the income of small rural producers, especially in the Semi-Arid region, where production is concentrated. Honey production is a growing activity in Paraíba, due to its operational and economic viability, even in semi-arid regions, as it provides a good economic return and has a large market. The state produced 364,192 kg of honey in 2021, with a production value of R\$ 7,697,000, according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). The state occupies a prominent position in honey production in the Northeast region. Honey production in Paraíba in 2024 has stood out, with events such as the Honey Festival in São José dos Cordeiros, which celebrate the local beekeeping tradition and attract tourists. The state is also receiving investments to structure the honey production chain, aiming at the sustainable development of the semi-arid region of Paraíba. Several studies emphasize that honey can be considered a superfood associated with various health benefits, containing valuable nutrients such as physiologically significant amino acids and bioactive substances such as vitamins, phenols, flavonoids, fatty acids, and organic acids, which influence its nutritional value and health-promoting properties. These therapeutic and nutritional properties are an appeal to consumption. In general, bee products, recognized as beneficial to human health, are well known, however, some consumers prefer to buy and consume honey due to its nutritional functions, which are mainly energetic. The objective of this study was to examine the intention and verify consumers' views on honey production and differences in honey preferences. The study is based on primary data obtained through an online survey with a sample of 150 people from municipalities in the Cariri region in the state of Paraíba, 73% of whom were female and 27% male. Of these, 87% said they consume honey frequently, compared to 13%. The reason for consuming honey is as food (44%), medicine (45%), and both (11%). The consumers interviewed have a positive view of beekeeping and its products, especially honey. Many consider honey to be a healthy and tasty product, preferring to buy it directly from beekeepers (72%), at open-air markets (17%), natural product stores (14%), supermarkets (13%), and pharmacies (7%). To find out if consumers value quality, the origin (especially local or regional) was asked if they usually read the labels on honey packaging, and only 37% of respondents said they were concerned about this. The most important factor in the use of honey is whether it is raw (53%) or processed (24%), with the remaining respondents having no preference (10%) or unable to answer (13%). The results presented may inspire local producers, managers, and technicians to seek opportunities for optimize the activity in order to stimulate consumer purchasing behavior.

**Keywords:** Beekeeping; Marketing; Beekeeping activity.