ÁREA TEMÁTICA: TECNOLOGIA

A Apicultura no Assentamento Estrela: Planejamento para a inserção do mel no mercado.

Jean Elizeu Sauka[1]
Nelci Catarina Chiquetto[2]
Daniele Bach[3]
Rosana Milock de Freitas[4]
Ana Paula Liebel[5]
Alessandra Cristina Pedro[6]

RESUMO – O município de Ortigueira está localizado no estado do Paraná, possui uma economia voltada à agricultura, pecuária e apicultura, sendo um dos maiores produtores de mel do estado. Possui o menor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do Estado (IPEA/PNUD 2002). O trabalho está inserido no Projeto de Extensão "Segurança na produção de alimentos: a apicultura no Assentamento Estrela", que faz parte do Programa Universidade Sem Fronteiras, promovido pela Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná, promovendo a integração entre a Universidade e a comunidade do Assentamento Estrela, visando gerar mais renda para as famílias inseridas na Associação Coletiva de Produção do Assentamento Estrela (ACOPRASE). O assentamento já possui uma Casa do Mel, mas uma das maiores dificuldades encontradas é que a comunidade atendida não dispõe de recursos financeiros suficientes para fazer as modificações necessárias na planta e comprar os equipamentos necessários, e esse investimento viria da venda do mel e de outros produtos agrícolas produzidos no assentamento. A equipe executora do projeto atuará de forma a proceder à implantação do plano de ação chegando até o produto final, e inserindo no mercado consumidor, destacando-o com um marketing diferenciado dos demais concorrentes. Com as ações previstas em plano, busca-se a geração de mais empregos, fomentando o desenvolvimento sustentável local e regional.

PALAVRAS CHAVE – Agricultura Familiar, Mel, Extensão.

[1] Autor e apresentador - egresso economia – jann@uepg.br
[2] Coordenadora do projeto - nelcichic@yahoo.com.br
[3] Graduada, egressa engenharia de alimentos - danizinha_bach@hotmail.com
[4] Graduada, egressa zootecnia - rosana.milock@hotmail.com
[5] Graduanda, estagiária engenharia de alimentos.
[6] Graduanda, estagiária engenharia de alimentos.

Introdução

A ACOPRASE (Associação Coletiva de Produção do Assentamento Estrela), organizada para amparar juridicamente e administrar o projeto do assentamento, conta com uma vasta extensão de terras dedicadas exclusivamente ao mel, sendo possível aumentar o número de sua produção e chegar ate o mercado consumidor, além do mel, com vários produtos apícolas diversificados; possui também um local especifico para o recebimento e manuseio do mel, para que assim haja uma segurança alimentar maior, conservando o produto e o mantendo com suas riquezas naturais.

De acordo com o SEBRAE (2008), a exportação de mel no Brasil, teve volume de 18.271 toneladas, tendo assim uma receita de US$ 43,571 milhões e um preço médio de US$ 2,38/kg, reafirmando o estado do Paraná como o 5º maior exportador nacional. A produção média de mel nos anos de 2007/2008 no assentamento Estrela foi de 12 kg/colméia/ano, utilizando-se de técnicas de manejo adequadas pode-se aumentar essa média para 30 a 40 kg/colméia/ano.

A entrada em um mercado, já de certa forma ocupado por concorrentes, vai requerer estratégias bem definidas e bem trabalhadas de vendas e marketing, portanto, ter um produto de qualidade e com apresentação igual ou superior as marcas já comercializadas, é de fundamental importância para abrir e manter espaço de sobrevivência econômica no mercado.

A concorrência no mercado apicultor deve ser ganha através da apresentação e da qualidade do produto. O mercado do mel é ainda reduzido, por questões de hábitos alimentares e outras questões culturais, o mel possui qualidades suficientes para ser classificado como um remédio natural, pois não é tóxico, não causa distúrbios ao organismo, e pode ser associado a outros remédios, além do que, o mel fortalece o organismo, melhora o estado geral e eleva o potencial de energia do corpo, ajudando a combater e eliminar doenças. Por tudo isso, é necessário que o mel passe a fazer parte da merenda escolar, como forma de apoio aos produtores, assim como e de levar aos alunos os mais ricos hábitos alimentares.

Objetivo

Realizar um planejamento estratégico de marketing para a inserção do mel produzido pelo Assentamento Estrela no mercado consumidor, destacando suas principais características e qualidades naturais.

Metodologia

Nos primeiros meses de funcionamento da Casa do Mel, já com o produto final, a partida para a demanda do produto, é investir maciçamente em propagandas, para assim poder fixar a marca no mercado consumidor.

Pretende-se tornar o mel do Assentamento Estrela uma referência no ramo, devido ao sistema diferenciado de produção, mantendo o produto com muito mais sabor e riquezas naturais.

A localização, o design do produto (já que a ‘aparência estética’ do produto tem que agradar todas as classes sociais) e a facilidade no transporte (já que existem cidades vizinhas como Telêmaco Borba, com potencial de mercado a ser explorado), serão as principais estratégias de marketing. Outra diferenciação será a diversificação de produtos, onde existe a possibilidade de inserir no mercado além do mel: a cera, geléia real, a própolis e o mel com novas adições.

Para poder inserir o produto no mercado, antes será necessário identificar os compradores potenciais, visitando estabelecimentos comerciais perceber como funciona o mercado, e fazer uma sondagem sobre o tamanho do mercado, e por quanto é vendido por cada um desses estabelecimentos, assim como realizar um levantamento direto a alguns apicultores, ou e até a associação do município, para conhecer seu potencial de consumo, e o nível de preço compatível com a sua venda esperada.

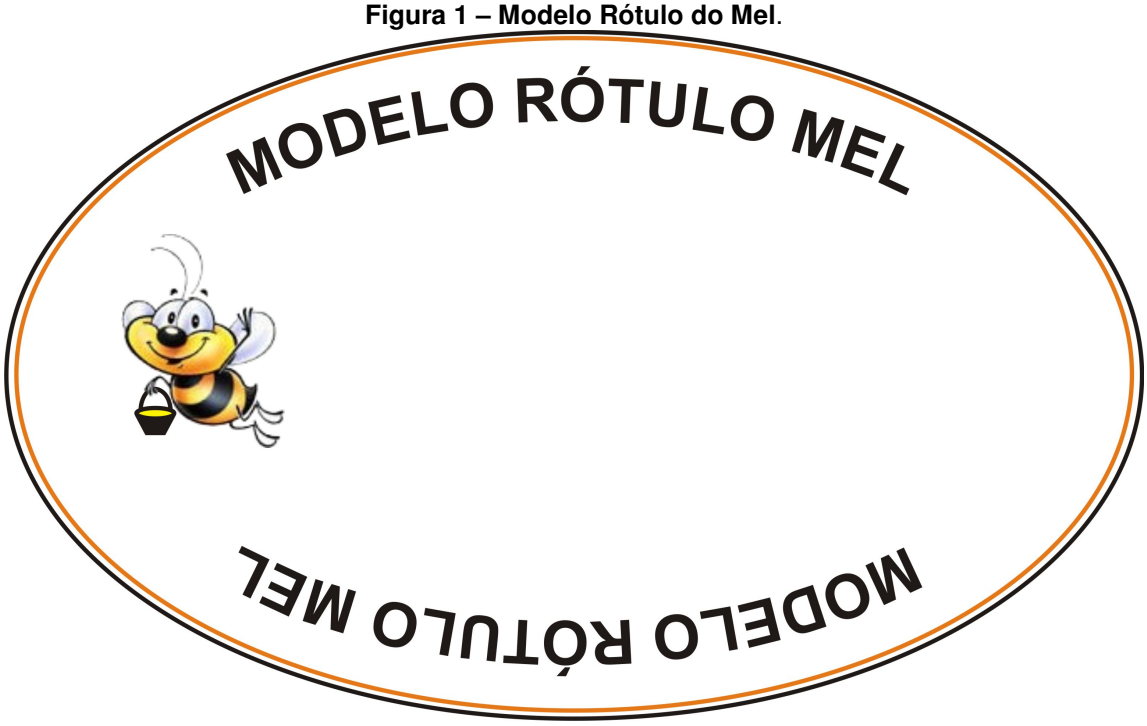
Sabe-se que a venda dos produtos do mel e seus derivados podem ser efetuados a supermercados e pequenos comércios existentes no município de origem como também em municípios vizinhos. Existe também a possibilidade da venda direta ou antecipada a programas

governamentais já existentes em convênios com a associação dos assentados, como Programa Fome Zero, do governo federal e em programas do governo estadual. Como o mel é considerado um alimento rico em nutrientes para o organismo, há também a possibilidade de se realizar contratos de venda dos produtos com entidades institucionais (escolas, creches, prefeitura, igreja, hospital, pastorais, etc.) tanto em Ortigueira como em outros municípios vizinhos: Imbaú, Telêmaco Borba, Reserva, Tibagi, Mauá da Serra, Tamarana, Faxinal e até mesmo em Londrina.

A divulgação do produto final pode ser feita através de meios de comunicação de massa, como o rádio (o assentamento leva uma vantagem, já que possui uma rádio comunitária, na qual atinge grande parte da região vizinha do município), também através de uma 'Cooperativa Virtual' (é uma Cooperativa Virtual de Produtos e Serviços na internet, e que pode se buscar permanentemente a plena satisfação de clientes mais distantes, pois o produto fica visível para todo o Brasil, sem falar no fácil acesso a comunicação e comercialização do produto ali mostrado, com uma cooperativa virtual, a divulgação dos produtos torna-se maior no âmbito nacional e até mesmo mundial, por estar ligada a rede mundial de computadores).

Outro fator bastante relevante é o marketing boca a boca, feito de forma expressiva, além de não ter custos para a empresa, deve-se primar pela qualidade do atendimento e dos produtos oferecidos, tornando os próprios clientes divulgadores da empresa.

Figura 1 – Modelo Rótulo do Mel.



Legenda: Modelo realizado pelos egressos, da estética do rótulo do mel para o produto envasado.

Conclusões

Este artigo teve como objetivo demonstrar como o projeto extensionista pretende alcançar metas de inserção para o produto apícola dentro do Assentamento Estrela, observando o quanto é importante inserir uma diferenciação no layout dos produtos, destacando-o entre os concorrentes já existentes no mercado apícola da região.

Por fim, conclui-se que haverá uma grande potencialidade em tornar-se o produto final em um forte concorrente dentro do mercado consumidor, proporcionando aos assentados um aumento na renda e uma melhor qualidade de vida.

Referências

CBA. **Confederação Brasileira de Apicultura**. Disponível em: < http://www.brasilapicola.com.br/ >. Acesso em 19 abril, 2010.

GAIGER, L. I. **Sentidos e experiências da Economia Solidária no Brasil**. Edição da UFRGS. Porto Alegre, 2004.

PNUD Brasil. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento**. Disponível em: < http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/ >. Acesso em 06 maio, 2010.

Portal do Agronegócio. Disponível em: < http://www.portaldoagronegocio.com.br >. Acesso em 21 abril, 2010.

SEBRAE-PR. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: < http://www.sebraepr.com.br/ >. Acesso em 01 maio, 2010.

SINGER, P. **A Economia Solidária no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2000.