

SISTEMATIZAÇÃO DE IDEIAS DE NEGÓCIO ASSOCIADAS À APICULTURA

Ideia empreendedora - Linha de Méis Bio monoflorais “Save the bees”

1. Resumo da ideia de inovação

Nos últimos anos, o mel também está na moda e tem vindo a ser explorada a sua utilização enquanto aditivo para bebidas especiais, bebidas energéticas, bebidas espirituosas aromatizadas e bebidas destiladas.

No caso do mel, as inovações ao nível do embalamento, marketing ou a utilização de histórias de marketing que focalizem a origem, sabor, cor, a flora endémica e outras características distintas, são especialmente interessantes, nomeadamente para determinados nichos de mercado.

Esta ideia empreendedora propõe o desenvolvimento de uma linha específica de méis do Baixo Alentejo com embalagens pequenas e inovadoras (adequadas para bagagem de mão /cabine no avião). Esta aplicação é interessante para usar como reforço energético ou em substituição de



pacotes de açúcar, mas também como recordação regional. Deve contudo ser dada especial atenção ao embalamento, para não causar maior impacto ecológico.

Recomenda-se o desenvolvimento desta linha com méis monoflorais diferentes e menos conhecidos, que em conjunto definem a linha. Os méis monoflorais são produzidos por abelhas que recolhem o seu néctar principalmente a partir de um tipo específico de flor. Através da análise polínica em laboratório, é possível determinar se um mel pode ser comercializado como monofloral. Para muitos méis monoflorais, o pólen da principal fonte floral deve representar cerca de 40% do conteúdo total de pólen, contudo é variável para cada espécie.

Esta ideia aposta sobretudo em competências de *story-telling & marketing* e na credibilidade ao nível da sustentabilidade nas práticas apícolas, incluindo na gestão da flora silvestre.

O projeto pode incluir uma forte componente de comunicação associada à proteção das abelhas: por cada frasco vendido, uma percentagem é direcionada para um projeto de proteção das abelhas (regeneração do solo e plantação de arbustos/árvores no Baixo Alentejo com elevado valor apícola).

As linhas monoflorais menos conhecidas (cardo, medronho, figo da índia, etc.) têm um potencial muito interessante para esta ideia e são espécies adaptadas e fáceis de cultivar.

2. Categorização da ideia de inovação/Etapa de processamento na cadeia de valor

- a. Inovação embalagem,
- b. Inovação marketing,
- c. Inovação story-telling.

3. Necessidade que é satisfeita pela ideia

A ideia empreendedora pretende satisfazer a possibilidade de utilização do mel como bebida energética de reforço, que pode ser transportada facilmente em mala de mão. Contudo aposta num *packaging* e imagem diferenciadora que possibilite que seja também uma boa recordação regional, com comercialização em pontos turísticos e locais de entrada/saída do país (aeroportos, cidades de fronteira, vilas e cidades turísticas). O facto de apostar em méis monoflorais acrescenta este fator diferenciador, uma vez que associa o mel à flora emblemática da região.

4. Prova de Tecnologia e/ou de conceito

São referidos em baixo dois exemplos de projetos semelhantes, embora com algumas diferenças:

Promotores

Cofinanciado por:

- <https://drapis.com/> . Exemplo em baixo de embalagem de 75g. Ver outros produtos e story telling da marca. Produto português do Alentejo.
- <https://thenextbigidea.pt/startups/iellow> Start up que concorreu a uma ideia de negócio para mel vendido em embalagens unidose. Não é claro se a empresa chegou a ser formada. Um aspeto importante seria garantir que o tipo de material de embalamento fosse ecológico.



5. Desenvolvimento das etapas necessárias para implementação do processo.

Etapas 1: Definir quais as necessidades do cliente que esta ideia satisfaz, que necessidades ambientais ou sociais esta ideia satisfaz, tendências atuais do mercado, análises da concorrência.

Realização de um pequeno estudo de mercado.

Etapas 2: Análise do modelo de negócio

Determinação dos custos de investimento e estruturas de receitas relevantes e desenvolvimento de um modelo empresarial viável.

Planeamento e cálculo de custos (incluindo design, marca, comunicação, marketing, produção, embalagem...).

Avaliação, análises SWOT

Avaliação e interpretação dos resultados da etapa 1 &2. Decisão sobre a viabilidade.

Etapa 3: Teste de conceitos, para verificar a viabilidade do conceito: Fase piloto de lançamento no mercado.

Desenvolvimento de marca, design de marca;

Desenvolvimento de produtos e produção de uma pequena série;

Introdução de teste a um grupo-alvo selectivamente seleccionado;

Determinação do preço.

Avaliação dos resultados da fase piloto e adaptação do modelo de negócio, concepção, embalagem, preços e canais de distribuição/marketing.

6. Recursos

Recursos humanos: 1 gestor de projeto com qualificações comerciais adequadas
Desenvolvimento do *design* e da marca (custos externos)

Desenvolvimento da embalagem e criação de um protótipo (custos externos).

Produção (aquisição do mel e embalamento, em caso de não ser o próprio apicultor a desenvolver a ideia)

Desenvolvimento de canais de distribuição (*online* e *offline*, pontos de venda).