

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
DE RONDÔNIA – *CAMPUS* COLORADO DO OESTE

**CONSUMO DE PUPUNHA NO ESTADO DE RONDÔNIA**

**OSNAN BERLEZE BARRETO**

**OSNAN BERLEZE BARRETO**

**CONSUMO DE PUPUNHA NO ESTADO DE RONDÔNIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – *Campus* Colorado do Oeste, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia Agrônômica.

**Orientador:** Dr. Nélio Ranieli Ferreira de Paula

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO,  
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Barreto, Osnan Berleze.  
CONSUMO DE PUPUNHA NO ESTADO DE RONDÔNIA / Osnan  
Berleze Barreto, Colorado do Oeste-RO, 2023.  
24 f. : il.

Orientador(a): Prof. Dr. Nélio Ranieli Ferreira de Paula.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia  
Agronômica) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de  
Rondônia - IFRO, Colorado do Oeste-RO, 2023.

1. Pupunha. 2. Amazônia. 3. Consumidor. 4. Produção. 5.  
Inovação. I. Paula, Nélio Ranieli Ferreira de (orient.). II. Instituto  
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III.  
Título.

# CONSUMO DE PUPUNHA NO ESTADO DE RONDÔNIA

OSNAN BERLEZE BARRETO

Aprovado em: 06/07/2023

Nélio Ranieli Ferreira de Paula  
Orientador

Marcos Aurelio Anequine de Macedo  
Membro da Banca Avaliadora

Valdique Gilberto de Lima  
Membro da Banca Avaliadora

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Gênero dos entrevistados.	8
<b>Figura 2.</b> Grau de educação dos entrevistados.	9
<b>Figura 3.</b> Idade dos entrevistados.	10
<b>Figura 4.</b> Porcentagem de pessoas em residência.	10
<b>Figura 5.</b> Renda familiar.	11
<b>Figura 6.</b> Local onde o entrevistado reside.	11
<b>Figura 7.</b> Conhecimento dos entrevistados sobre a pupunha.	12
<b>Figura 8.</b> Preferência dos entrevistados.	13
<b>Figura 9.</b> Frequência de consumo.	13
<b>Figura 10.</b> Conhecimento de receita com pupunha.	14
<b>Figura 11.</b> Local onde adquirem o produto.	15
<b>Figura 12.</b> Influência durante a compra.	15
<b>Figura 13.</b> Conhecimento sobre os benefícios da pupunha.	16
<b>Figura 14.</b> Conhecimento sobre pessoas que plantam pupunha.	16
<b>Figura 15.</b> Análise de compra de pupunha nos comércios locais.	17
<b>Figura 16.</b> Conhecimento sobre plantas PANC.	18
<b>Figura 17.</b> Conhecimento dos entrevistados sobre pupunha ser planta PANC.	19
<b>Figura 18.</b> Conhecimento dos entrevistados sobre alimentos minimamente processados.	20
<b>Figura 19.</b> Conhecimento da venda de produto minimamente processado nos comércios locais.	20
<b>Figura 20.</b> Análise de compra de pupunha minimamente processada.	21

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. MATERIAL E MÉTODOS	8
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO	8
4. CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	23

## CONSUMO DE PUPUNHA NO ESTADO DE RONDÔNIA

**Resumo:** A pupunha é uma cultura que vem sendo explorada comercialmente no país desde a década de 90. Pertencente à família das *Arecaceae*, é uma palmeira nativa da região amazônica, possui desenvoltura para se adaptar em diversas condições do sistema ecológico. A parte mais utilizada da pupunha pelo consumidor é o fruto, sendo utilizado de diversas maneiras, principalmente após ser cozido em água e sal. Possui valor nutritivo alto, rico em grandes conteúdos de proteína, lipídeos, fibras, carboidratos e de carotenoides, entre eles o  $\beta$ -caroteno. Por ser uma tecnologia que garante maior tempo de vida útil, o processamento mínimo vem ganhando espaço nas prateleiras dos comércios locais e na mesa do consumidor, isso é devido a sua facilidade na hora do preparo de uma refeição. Tendo em vistas esses argumentos, o objetivo deste trabalho é avaliar e analisar o perfil consumidor e verificar a aceitabilidade da pupunha como produto minimamente processado. O presente trabalho foi elaborado através de um questionário aplicado de forma online através da plataforma do Google Forms, resultando em 65 entrevistados. A organização dos dados obtidos ocorreu por meio da criação de gráficos para melhor interpretação e visualização dos resultados adquiridos. Conclui-se que, os consumidores comprariam produtos à base de pupunha se este fosse disponibilizado no comércio local, também afirmaram que viessem a adquirir pupunha minimamente processada nos supermercados.

**Palavras-chave:** Pupunha, Amazônia, Consumidor, Produção, Inovação.

**Abstract:** The peach palm is a crop that has been commercially exploited in the country since the 1990s. Belonging to the *Arecaceae* family, it is a palm tree native to the Amazon region, and has the ability to adapt to various conditions of the ecological system. The most used part of peach palm by the consumer is the fruit, being used in different ways, especially after being cooked in salted water. It has a high nutritional value, rich in large contents of protein, lipids, fibers, carbohydrates and carotenoids, including  $\beta$ -carotene. As it is a technology that guarantees a longer shelf life, minimal processing has been gaining space on the shelves of local stores and on the consumer's table, this is due to its ease when preparing a meal. In view of these arguments, the objective of this work is to evaluate and analyze the consumer profile and verify the acceptability of peach palm as a minimally processed product. The present work was elaborated through a questionnaire applied online through the Google Forms platform, resulting in 65 respondents. The organization of the obtained data occurred through the creation of graphics for better interpretation and visualization of the acquired results. It is concluded that consumers would perhaps buy peach palm products if it were made available in the local commerce and, as a result of this result, they also stated that perhaps they would purchase peach palm products minimally processed in supermarkets.

**Keywords:** Peach palm, Amazon, Consumer, Production, Innovation.

## 1. INTRODUÇÃO

A pupunheira ou pupunha (*Bactris gasipaes* Kunth) é uma palmeira nativa da região amazônica, possui desenvoltura para se adaptar em diversas condições do sistema ecológico. Pertencente à família das *Arecaceae*, este fruto possui grande diversidade genética, devido a suas diferentes fases de domesticação e por sua facilidade de cultivo (Neves *et al.*, 2020; Santos *et al.*, 2018).

A pupunha é uma cultura que vem sendo explorada comercialmente no país desde a década de 90. Atualmente o Brasil é o maior produtor, consumidor e exportador de palmito do mundo, possuindo cerca de 30.000 hectares de área plantada, responsável por mais de 60% da área plantada de palmito no país, sendo a grande parte desta área com pupunha (Belniaki, 2020).

A parte mais utilizada da pupunha pelo consumidor é o fruto, sendo utilizado de diversas maneiras, principalmente após ser cozido em água e sal. A pupunheira é uma espécie de potencial produtivo elevado, por possuir em sua composição nutricional compostos bioativos que são de suma importância para a produção de alimentos funcionais (Santos *et al.*, 2018). Possui valor nutritivo alto, rico em grandes conteúdos de proteína, lipídeos, fibras, carboidratos e de carotenoides, entre eles o  $\beta$ -caroteno (Cardoso, 2021).

A definição de produtos minimamente processados, segundo a International Fresh-Cut Produções Association, é qualquer fruta ou hortaliças, que foi alterada fisicamente do seu estado natural fresco. Ou ainda que sofre o processo de padronização, seleção, lavagem, descascado/cortado, e por fim embalado para comercialização (Giannoni *et al.*, 2021; IFPA, 2021).

O ritmo de vida atual faz com que os consumidores tenham cada vez menos tempo para se dedicar à alimentação, preferindo alimentos que sejam saudáveis e, simultaneamente, de preparação fácil e rápida (Gardini *et al.*, 2020). E é devido a esses argumentos que a cada dia que passa os alimentos minimamente processados vem ganhando espaço nas prateleiras dos comércios locais e na mesa do consumidor, isso é devido a sua facilidade na hora do preparo de uma refeição (Lima *et al.*, 2020).

Diante do exposto, o presente trabalho teve por objetivo avaliar e analisar o perfil consumidor e verificar a aceitabilidade da pupunha como produto minimamente processado.

## **2. MATERIAL E MÉTODOS**

O presente trabalho foi concebido efetuando-se um estudo utilizando questionário estruturado baseado em metodologia de pesquisa qualitativa descrita por Malhotra 2011. O questionário foi aplicado de forma online pelo software de gerenciamento de pesquisas Google Forms, sendo autopreenchido por meio de celular, notebook, computador ou tablet com acesso à internet. O link de acesso foi disponibilizado pelo autor através das redes sociais (WhatsApp, Instagram, Messenger e Gmail) para diversas pessoas do estado de Rondônia, à vista disso obtendo o retorno de 65 entrevistados.

As perguntas realizadas aos participantes buscaram compreender: Gênero dos entrevistados, grau de educação, idade porcentagem de pessoas em residência, renda familiar, local onde o entrevistado reside e conhecimento dos entrevistados sobre a pupunha. Como também: Preferência dos entrevistados, frequência de consumo, conhecimento de receita com pupunha, local onde adquirem o produto, influência durante a compra, conhecimento sobre os benefícios da pupunha, conhecimento sobre pessoas que plantam pupunha.

E por fim: Análise de compra de pupunha nos comércios locais, conhecimento sobre plantas PANC, conhecimento dos entrevistados sobre pupunha ser planta PANC, conhecimento dos entrevistados sobre alimentos minimamente processados, conhecimento da venda de produto minimamente processado nos comércios locais e, análise de compra de pupunha minimamente processada.

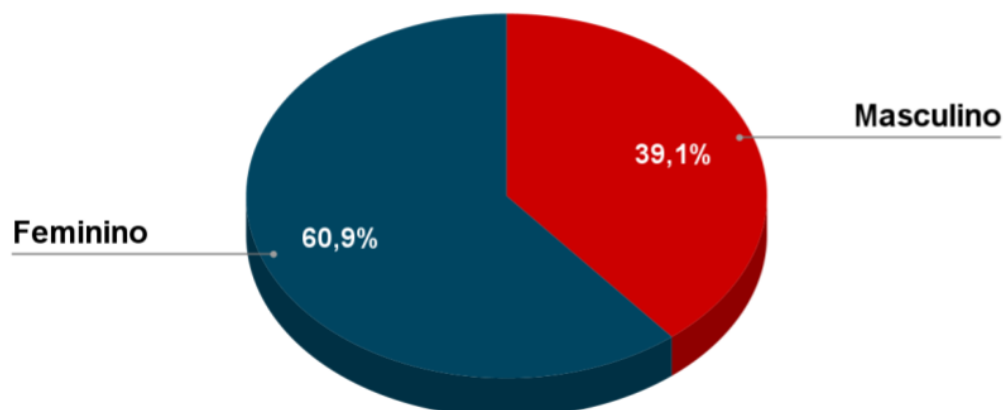
Posteriormente, os dados obtidos através do questionário online foram coletados e analisados para finalização, sua organização ocorreu por meio da criação de gráficos para melhor interpretação e visualização dos resultados adquiridos.

## **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Dentro da pesquisa, foram entrevistados diversos indivíduos, perfazendo uma amostragem com 65 pessoas, dentro do levantamento, temos que 60,9% dos entrevistados, são mulheres e os outros 39,1% indivíduos do sexo masculino. Brandão *et al.*, (2021) descreve em seu trabalho realizado com consumidores de fruto de pupunha na cidade de Belém do Pará, que 51% dos entrevistados eram do sexo feminino e 49% masculino, reforçando os dados desta pesquisa, como evidenciado na Figura 1.

**Figura 1.** Gênero dos entrevistados.

**Qual seu gênero?**

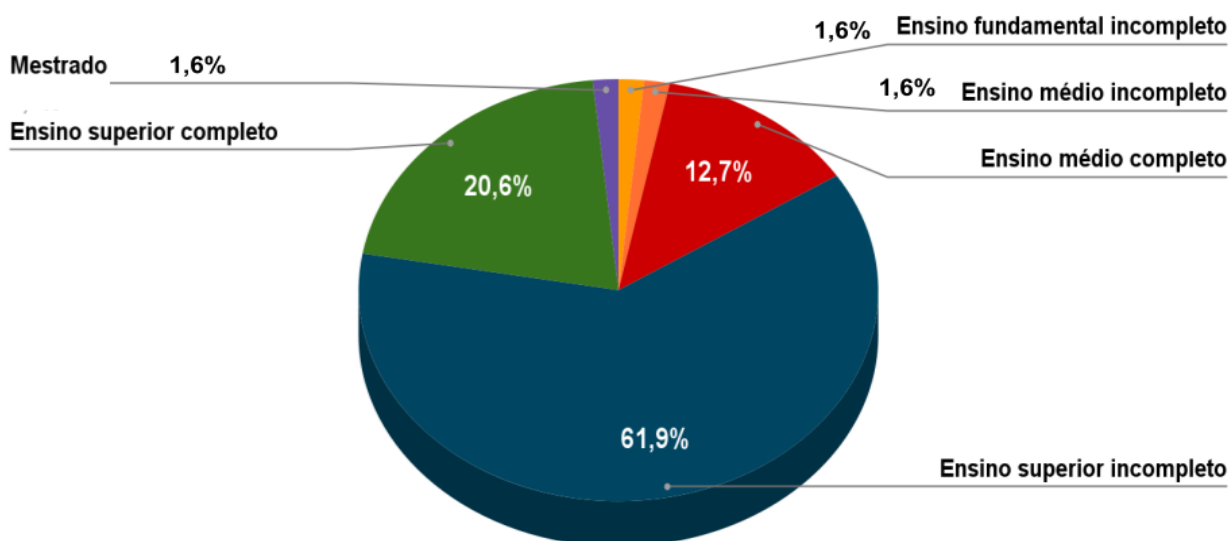


**Fonte:** Barreto (2022).

Questionando os indivíduos amostrados quanto ao grau de escolaridade destes, pode-se notar (Figura 2) que 61,9% dos entrevistados possuem ensino superior incompleto, seguido respectivamente por 20,6% dos indivíduos tendo ensino superior completo, e 12,7% com ensino médio completo. As menores porcentagens correspondem à indivíduos que possuem mestrado, ensino fundamental incompleto e ensino médio incompleto, ambos representando 1,6% do montante amostrado.

Conforme relatado por Brandão *et al.*, (2021) Em relação ao nível de escolaridade 38% respondeu possuem o ensino médio completo, 23% informaram ter ensino superior completo, 16% possuem o ensino fundamental completo e 11% apenas o ensino fundamental incompleto, enquanto 7% relataram ter o ensino médio incompleto e 5% afirmaram ter apenas o ensino superior incompleto.

**Figura 2.** Grau de educação dos entrevistados.  
**Qual seu grau de educação?**



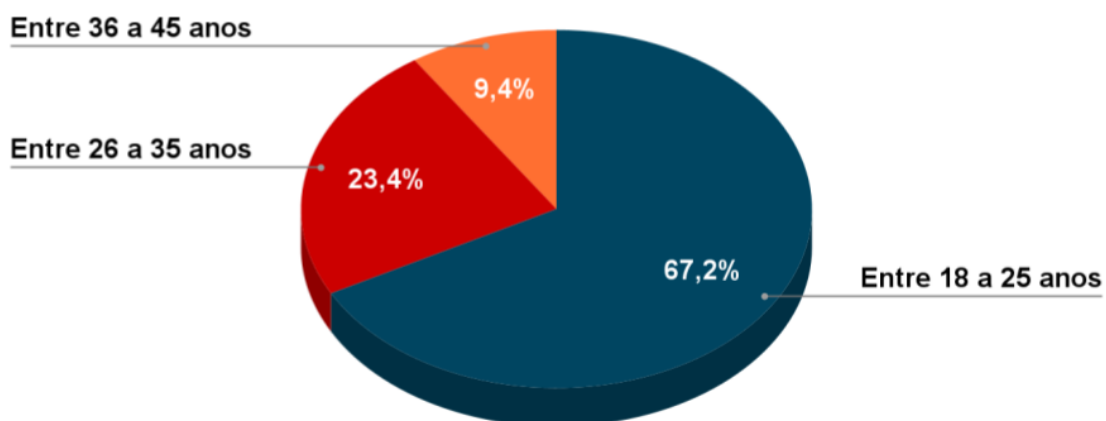
**Fonte:** Barreto (2022).

Buscando entender o nível de idade dos indivíduos amostrados, verifica-se que a grande maioria dos entrevistados, 67,2% estão na faixa etária de 18 a 25 anos, esta observação pode estar atrelada a maior informatização dentro desta faixa etária, sendo assim os indivíduos dessa população podem vir a ter maior acesso a pesquisas. Obteve-se na amostra 23,4% dos indivíduos posicionados na faixa etária de 26 a 35 anos e o restante 9,4% dentro da faixa etária de 36 a 45 anos.

Segundo os dados obtidos por Brandão *et al.*, (2021), a faixa etária predominante em sua pesquisa foi entre 41 e 60 anos, correspondendo a 35% dos entrevistados, seguida pela faixa de mais de 60 anos, totalizando 19% e com participação de apenas 13% na faixa de 18 a 24 anos. Mediante esta análise, verifica-se que os dados se diferem dos obtidos no gráfico abaixo (Figura 3).

Figura 3. Idade dos entrevistados.

**Qual a sua faixa etária?**

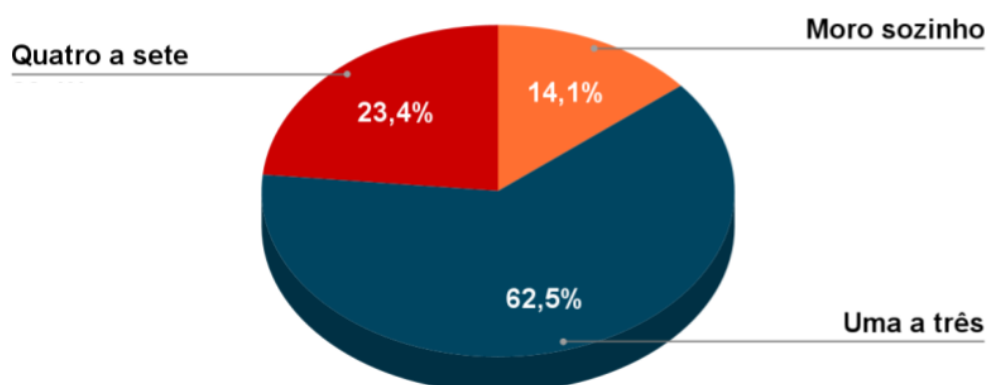


Fonte: Barreto (2022).

Questionando a população amostral, quanto ao número de indivíduos presentes dentro de sua unidade familiar, observa-se no gráfico abaixo (Figura 4) que a grande maioria dos entrevistados, ou seja, 62,5% encontram-se com uma a três pessoas dentro de sua residência, 23,4% da amostra possui dentro de casa entre quatro e sete indivíduos, e apenas 14,1% moram sozinhos.

Figura 4. Porcentagem de pessoas em residência.

**Quantas pessoas moram com você? (Incluindo filhos, irmãos, parentes e amigos (Marque apenas uma resposta))**



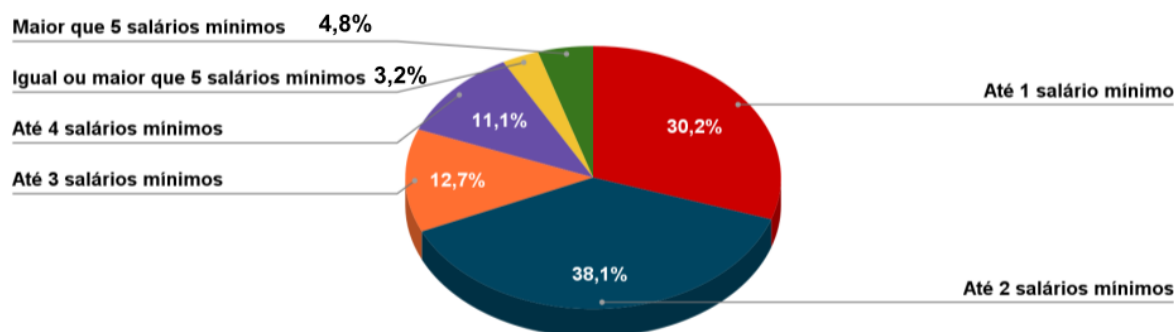
Fonte: Barreto (2022).

Buscando entender o nível econômico e o potencial de compra da população amostrada, abordou-se no questionário a renda familiar, variando de 1 salário-mínimo (R\$ 1.302,00) até renda maior que 5 salários. Portanto observa-se no gráfico abaixo (Figura 5) que mais de 50% da população recebe entre 1 e 2 salários-mínimos, sendo

que 30,2% recebem até 1 salário-mínimo e 38,1% recebem até 2 salários-mínimos, outra parcela da população amostral recebem em torno de 3 a 4 salários-mínimos, perfazendo 23,8% somados, e uma menor parte, 8%, recebem valores de salários igual 5 ou maior que 5 salários-mínimos.

De acordo com a pesquisa realizada por Freitas *et al.*, (2008) os dados obtidos demonstraram que 35% das consumidoras apresentaram faixa salarial entre 10 e 20 salários-mínimos, e cerca de 17% acima de 20 salários-mínimos.

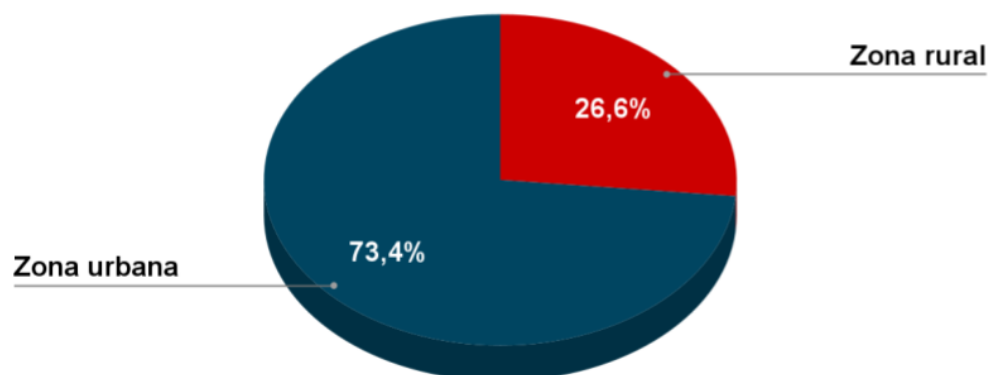
**Figura 5.** Renda familiar.  
**Qual a sua renda familiar?**



Fonte: Barreto (2022).

Visando entender a localização dos indivíduos amostrados, o gráfico abaixo (Figura 6) apresenta que, a grande parcela da população amostral, fica sediada nas zonas urbanas (73,4%), sendo o restante localizado na zona rural (26,6%).

**Figura 6.** Local onde o entrevistado reside.  
**Onde sua casa está localizada?**



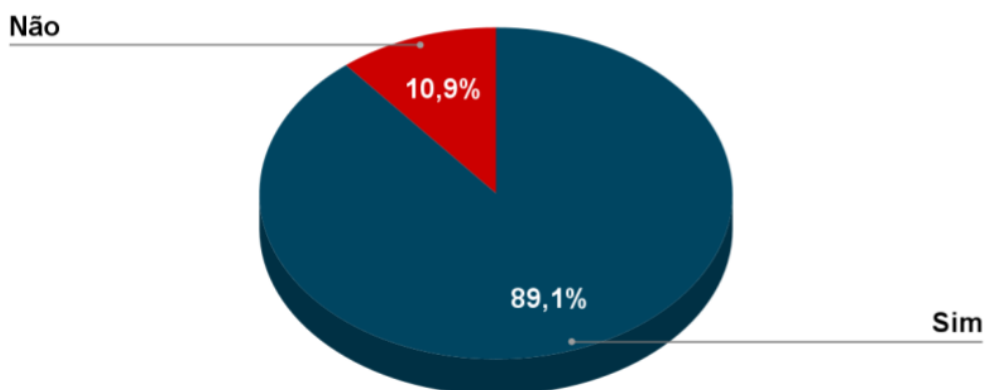
Fonte: Barreto (2022).

O intuito desta pesquisa é entender, o quanto uma pequena parte da população, conhece, come ou já experimentou a fruta pupunha, tipicamente da região norte, assim ao questionar os indivíduos, nota-se no gráfico abaixo (Figura 7) que 89,1% dos entrevistados conhecem o fruto, e apenas 10,9% não possuem conhecimento sobre o fruto.

Os principais países de cultivo dessa palmeira estão localizados no norte da América do Sul e na América Central, seu crescimento no Brasil se dá devido a produção de palmito e fruto, cultivo este, oriundo da agricultura familiar (Lima *et al.*, 2020).

**Figura 7.** Conhecimento dos entrevistados sobre a pupunha.

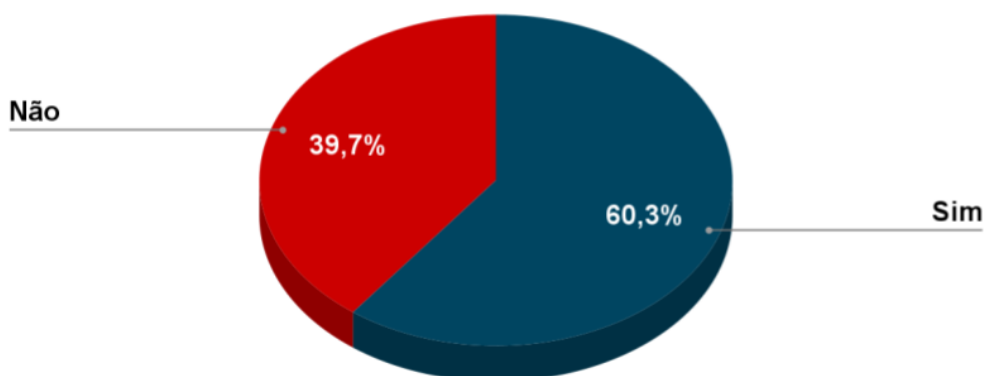
**Você conhece ou já ouviu falar sobre a pupunha?**



**Fonte:** Barreto (2022).

Ao questionar a população pesquisada, se estes gostavam de pupunha, pode-se observar no gráfico abaixo (Figura 8) que 60,3% dos entrevistados alegaram gostarem do produto em natura, e 39,7% disseram que não gostam do fruto. Esta questão foi levantada, para verificar a aceitação do produto ao público em geral, visando estimar seu potencial comercialização.

**Figura 8.** Preferência dos entrevistados.  
**Você gosta de pupunha?**

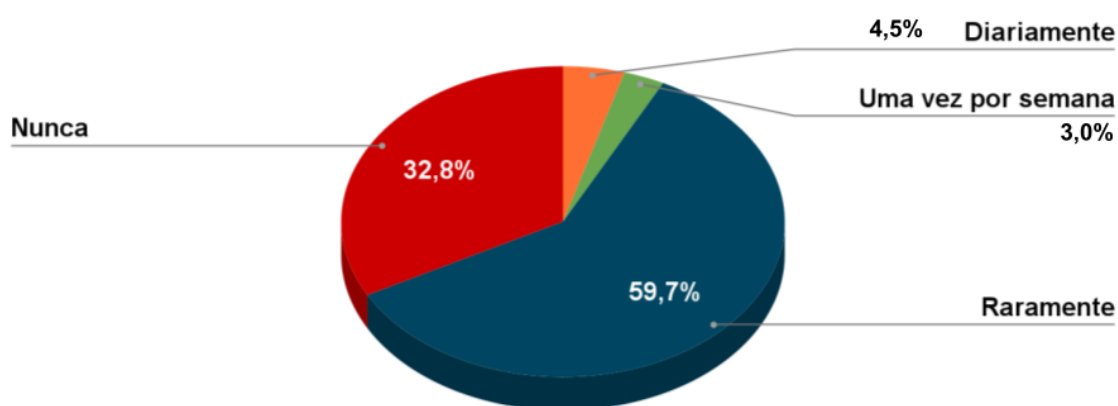


**Fonte:** Barreto (2022).

Para entender a frequência com que os indivíduos entrevistados consomem a pupunha, foi indagado quantas vezes eles consumiam pupunha. Pode-se observar no gráfico abaixo (Figura 9) que, 59,7% das pessoas entrevistadas raramente consomem o fruto, 32,8 % nunca consumiram o produto. Uma pequena porcentagem, 4,5% consomem diariamente e 3,0% disseram que pelo menos 1 vez na semana comem pupunha.

Os dados dessa pesquisa se diferem com os encontrados por Brandão *et al.*, (2021), onde é relatado que 31% dos entrevistados consomem pupunha semanalmente, 26% mensalmente, 22% diariamente, 14% raramente ou anualmente e 7% afirmaram que quinzenalmente consomem o fruto.

**Figura 9.** Frequência de consumo.  
**Se sim, com que frequência você consome pupunha?**

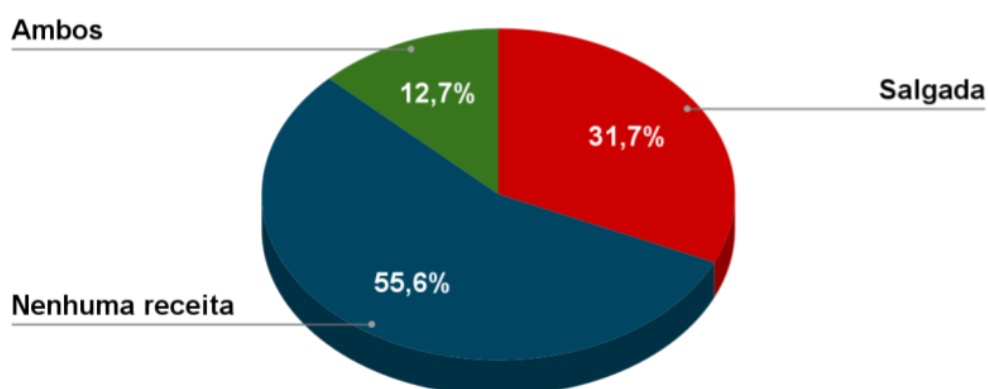


**Fonte:** Barreto (2022).

Seguindo a mesma linha para entender sobre o consumo da pupunha, buscou-se compreender o quanto a população pesquisada conhece alguma receita feita com o fruto. O gráfico abaixo (Figura 10) aponta que 55,6% dos indivíduos não conhecem nenhuma receita, 31,7% possuem conhecimento da receita salgada e 12,7% disseram que conhecem tanto receitas doces como salgadas.

**Figura 10.** Conhecimento de receita com pupunha.

### **Você conhece alguma receita de pupunha?**

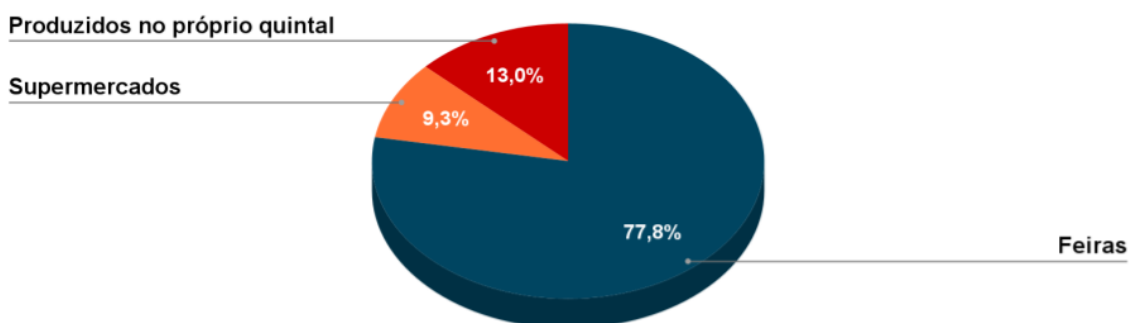


**Fonte:** Barreto (2022).

Para entender o consumo do produto e seus principais pontos de comercialização, questionou-se onde os entrevistados costumam comprar o produto. É possível constatar no gráfico abaixo (Figura 11) que a grande maioria da população entrevistada, ou seja, 77,8% compram a pupunha em feiras, 13% produzem no próprio quintal e apenas 9,3% em supermercados.

Corroborando com essa pesquisa os dados de Brandão *et al.*, (2021) sobre perfil e preferências do consumidor de frutos de pupunha da cidade de Belém do Pará nota-se que 83% adquirem pupunha em feira livre, 14% direto do agricultor e 3% relataram que não costumam ou raramente compram o produto, mas, consomem o produto comprado por terceiros. Esses dados podem estar relacionados, devido ao fato de as feiras livres serem o principal ponto de comercialização de produtos do agro extrativismo regional.

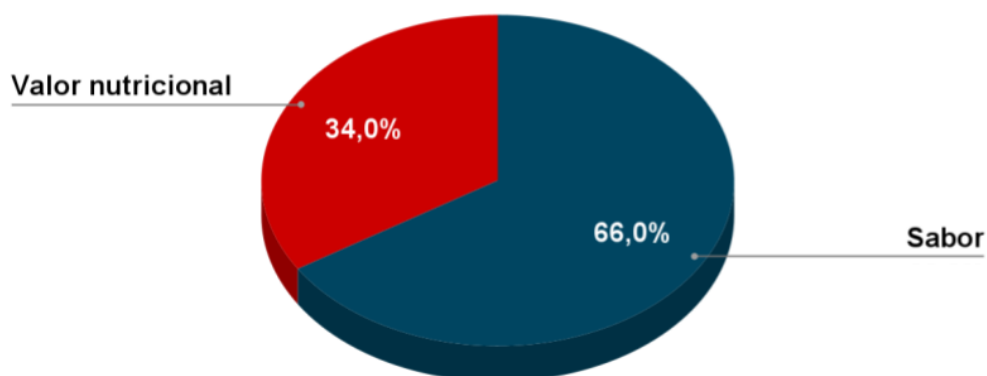
**Figura 11.** Local onde adquirem o produto.  
**Onde você costuma adquirir pupunha?**



**Fonte:** Barreto (2022).

Visando verificar fatores sabor e valor nutricional, que podem influenciar no consumo final dos produtos, observa-se que, para a população pesquisada, 66% dos indivíduos levam em consideração o sabor como principal fator e outros 34% levam em consideração o fator valor nutricional, como exposto no gráfico abaixo (Figura 12).

**Figura 12.** Influência durante a compra.  
**O que mais influencia na hora de consumir a pupunha?**

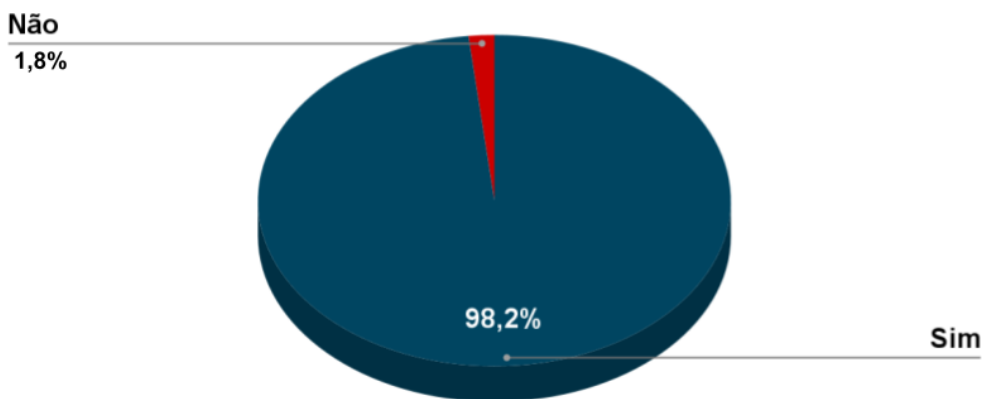


**Fonte:** Barreto (2022).

Por se tratar de um produto que se consome praticamente *in natura*, foi questionado, se estes consideravam a pupunha um produto saudável. De acordo com o gráfico abaixo (Figura 13), 98,2% consideram a pupunha saudável para o consumo e 1,8% disseram que não acham saudável.

**Figura 13.** Conhecimento sobre os benefícios da pupunha.

**Você considera a pupunha um produto saudável?**

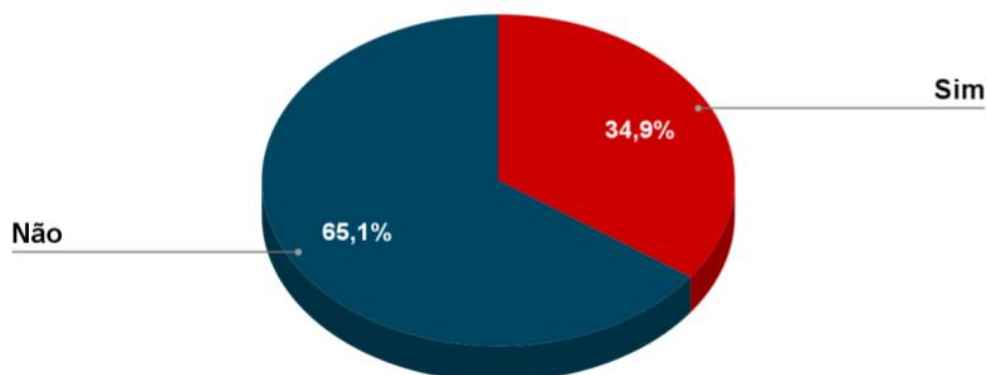


**Fonte:** Barreto (2022).

Ao questionar os entrevistados se eles possuíam conhecimento de algum vizinho ou conhecido que produzisse pupunha em casa, nota-se que, 65,1% não conhecem alguém que tenha o pé no quintal de casa, e apenas 34,9% disseram que conhecem alguém que tem a planta em casa (Figura 14).

**Figura 14.** Conhecimento sobre pessoas que plantam pupunha.

**Você conhece alguém que tenha a planta de pupunha em casa?**

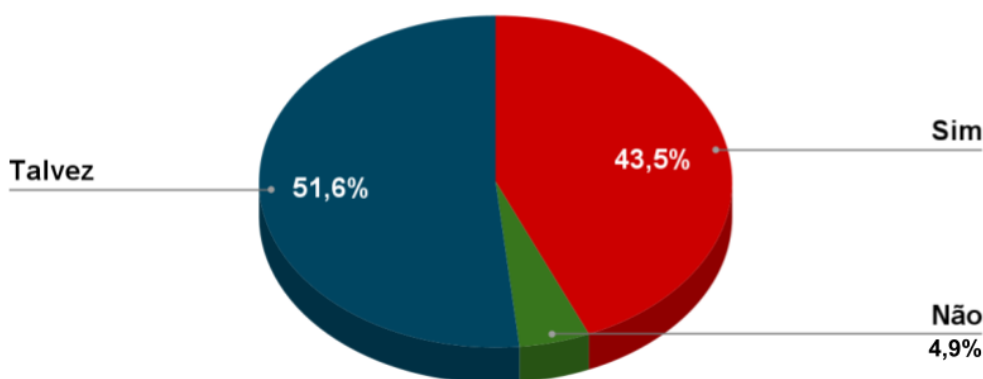


**Fonte:** Barreto (2022).

Com objetivo de entender o potencial de consumo desse produto em comércios, principalmente supermercados, questionou-se os entrevistados se estes gostariam/comprariam, produtos ou subprodutos vindos da pupunha.

No gráfico abaixo (Figura 15) é possível visualizar que, 51,6% dos indivíduos responderam que talvez comprariam algum produto a base de pupunha, outros 43,5% disseram que sim, que comprariam a pupunha independente da forma e uma pequena porcentagem, 4,9% responderam que não comprariam este produto caso encontrassem no mercado.

**Figura 15.** Análise de compra de pupunha nos comércios locais.  
**Se os supermercados comesçassem a vender produtos produzidos à base de pupunha, você compraria?**

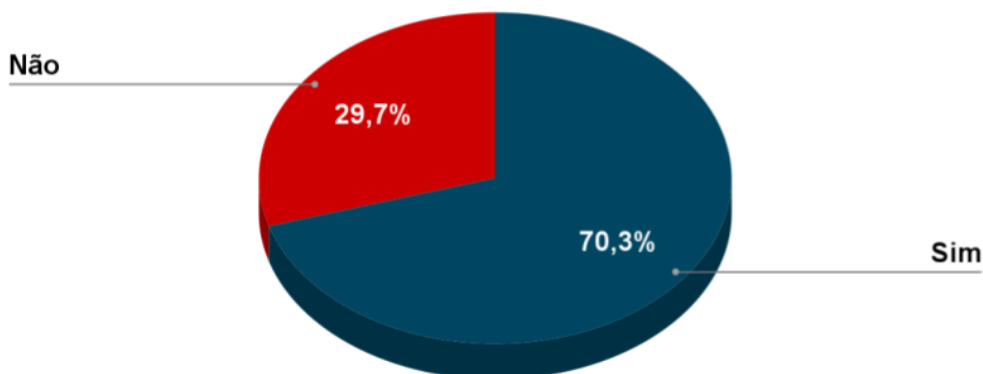


**Fonte:** Barreto (2022).

Visando obter informações acerca do conhecimento da população entrevistada sobre plantas PANC, foi questionado se estes sabiam o que são plantas ditas como PANC. É possível verificar no gráfico abaixo (Figura 16) que, 70,3% responderam que possuem conhecimento sobre o que são estes tipos de plantas, e apenas 29,7% disseram que não conhecem esse tipo de planta.

Plantas ditas como PANCs, são aquelas que podem servir de alimento, mas que não são convencionais na mesa do brasileiro. Pode se dizer que estes tipos de plantas se encontram em diversos lugares, desde terrenos abandonados, de maneira nativa e em áreas de monocultura, estas são comumente confundidas como ervas daninhas (Bezerra e Brito, 2020).

**Figura 16.** Conhecimento sobre plantas PANC.  
**Você sabe o que é uma planta PANC (Plantas Alimentícias Não Convencionais)?**



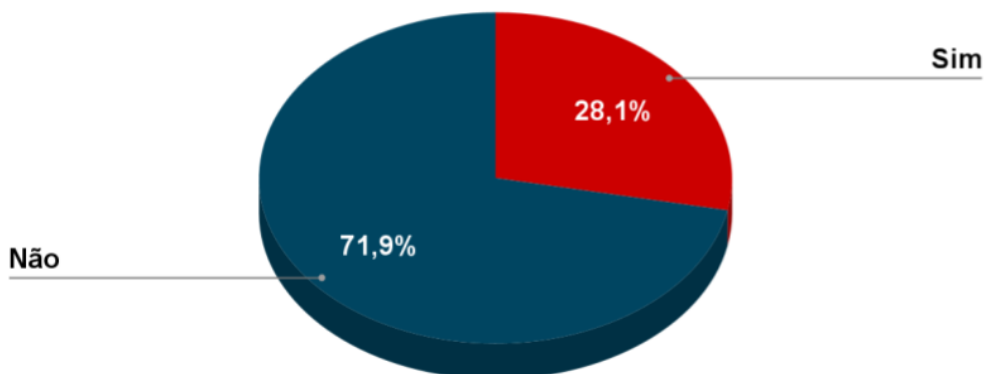
**Fonte:** Barreto (2022).

O termo utilizado na atualidade de plantas alimentícias não convencionais (PANCs) foi criado pelo biólogo Valdely Ferreira, classificando essa terminologia, para plantas de origem espontânea, cultivadas, exóticas ou nativas, que possuem partes comestíveis, porém não se encontram dentro dos hábitos alimentares da população em geral (Bezerra e Brito, 2020).

O termo "não convencional" é utilizado de forma relativo, pois apesar de uma planta em uma determinada região não se encontrar inserida diariamente na dieta da população daquela mesma região, em outra localidade aquela planta pode ser de uso alimentício comum e frequente no prato daquela região. Um exemplo disso é o Ambu (*Spondias tuberosa* Arruda), que na maioria das regiões do Brasil é atípica, tratada como alimento não convencional, porém no nordeste brasileiro ela faz parte do cardápio cotidiano (Bezerra e Brito, 2020).

Com objetivo de entender o conhecimento dos entrevistados, em relação a classificação da pupunha como uma planta não convencional, foi questionado se estes sabiam que o fruto era considerado uma planta PANC. Observa-se no gráfico abaixo (Figura17) que, 71,9% da população entrevistada respondeu que não conheciam esta classificação, e 28,1% responderam sim, que já sabiam sobre o assunto.

**Figura 17.** Conhecimento dos entrevistados sobre pupunha ser planta PANC.  
**Você sabia que a pupunha é considerada planta PANC?**

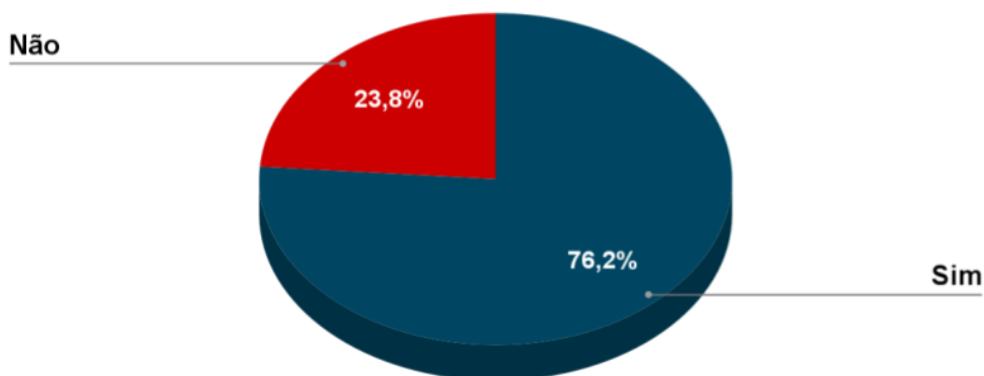


**Fonte:** Barreto (2022).

A entrada dos alimentos minimamente processados no território brasileiro, se deu por volta da década de 90, justamente no período de elevação socioeconômica da população, com o aumento do poder aquisitivo, por tanto deste período em diante, as empresas tornaram-se cada vez mais atraídas para este mercado sendo uma tendência até os dias atuais, ainda mais com a busca de grande parte da população por refeições e alimentos mais saudáveis (Araujo *et al*, 2020).

Buscando entender o potencial de produtos minimamente processados de pupunha, foi questionado se os entrevistados conheciam qualquer tipo de produto minimamente processado. É possível observar no gráfico abaixo (Figura 18) que, 76,2% conhecem este tipo de produto, e apenas 23,8% responderam que não conhecem este tipo de produto.

**Figura 18.** Conhecimento dos entrevistados sobre alimentos minimamente processados.  
**Você sabe o que é um produto minimamente processado?**

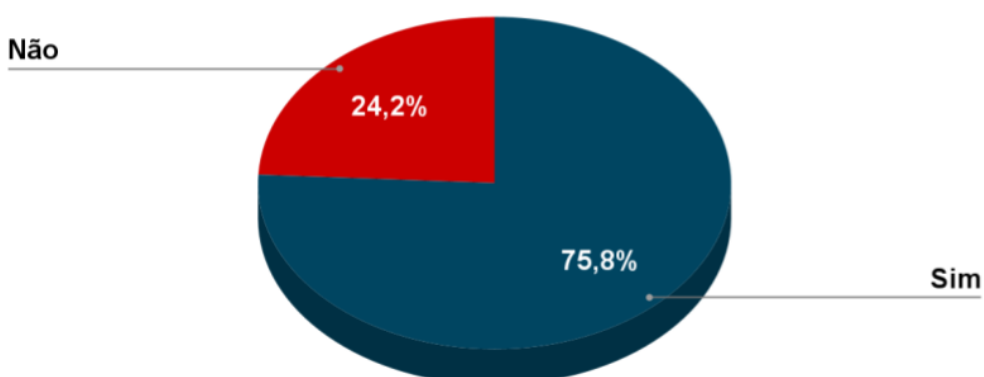


**Fonte:** Barreto (2022).

Visando verificar o perfil de consumo dos entrevistados em relação a aquisição de produtos minimamente processados, levantou o questionamento retratado no gráfico abaixo (Figura 19), onde, 75,8% responderam que já compraram este tipo de produto e outros 24,2% responderam que nunca compraram este tipo de produto.

O mercado de produtos minimamente processados, vem se expandindo ano após ano, por integrar a junção de qualidade e praticidade em um só produto e ainda mantendo a sua qualidade intrínseca (Honorato, 2021).

**Figura 19.** Conhecimento da venda de produto minimamente processado nos comércios locais.  
**Se sim, você já adquiriu algum produto minimamente processado?**

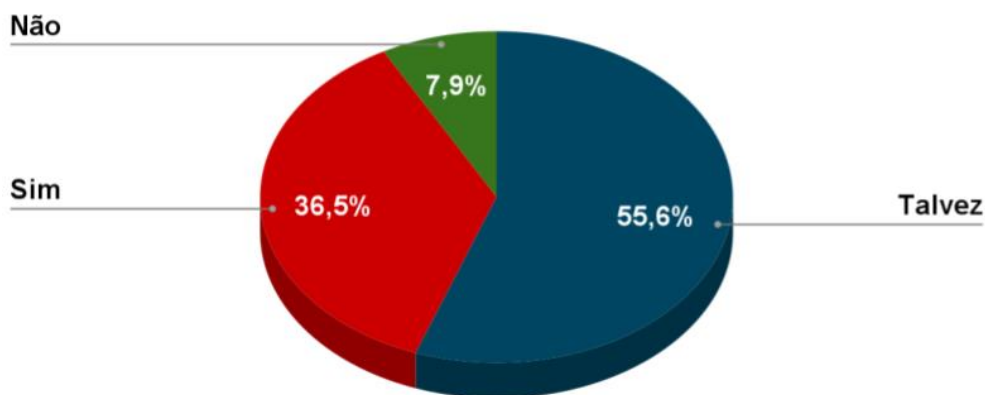


**Fonte:** Barreto (2022).

Para compreender o potencial de compra do fruto de pupunha minimamente processado, foi perguntado quanto a oferta deste tipo de produto em supermercado.

Observa-se que, 55,6% dos entrevistados responderam que talvez efetuassem a compra desse tipo de mercadoria. Outros 36,5% disseram que comprariam o produto e apenas uma pequena porcentagem, ou seja, 7,9% revelaram que não realizariam esse tipo de compra (Figura 20).

**Figura 20.** Análise de compra de pupunha minimamente processada.  
**Se os supermercados e feiras começassem a vender pupunha minimamente processada, você compraria?**



**Fonte:** Barreto (2022).

Os resultados encontrados por Freitas *et al.*, (2008) em pesquisa sobre a percepção do consumidor sobre palmito de pupunha minimamente processado, demonstraram que 55% das entrevistadas não conheciam palmito minimamente processado e que 85% nunca experimentaram o produto, enquanto apenas 3% e 5% não conheciam palmito em conserva em toletes e picado, respectivamente.

#### **4. CONCLUSÃO**

A maioria dos consumidores entrevistados conhecem e gostam de pupunha. Porém não a consumiam com tanta frequência e não possuíam conhecimento de que a pupunha é uma planta PANC.

Em conclusão, o consumo da pupunha no estado de Rondônia, é um reflexo tanto da tradição gastronômica local quanto do reconhecimento das suas qualidades nutricionais e potencial econômico. A não disponibilidade de pupunha in natura e minimamente processados nas prateleiras de supermercados influenciou no hábito de consumo da população.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L. P.; FERREIRA, L. P.; FREITAS, M. F. U.; NUNES, C. R. ANÁLISE MICROBIOLÓGICA DE ALIMENTOS MINIMAMENTE PROCESSADOS COMERCIALIZADOS EM CAMPOS DOS GOYTACAZES – RJ. **Revista Interdisciplinar do Pensamento Científico**. ISSN: 2446-6778 Nº 1, volume 6, artigo nº 15, Janeiro/Junho 2020. Disponível em: <http://reinpeconline.com.br/index.php/reinpec/article/view/547>. Acesso em 10 de janeiro de 2023.

BELNIAKI, A. C. VIABILIDADE E ARMAZENAMENTO DE SEMENTES DE PUPUNHA. **Dissertação: Mestrado em Ciências**. Curitiba, 2020. Disponível: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/1125613>. Acesso em: 11 de dezembro de 2022.

BEZERRA, J. A.; BRITO, M.M Potencial nutricional e antioxidantes das Plantas alimentícias não convencionais (PANCs) e o uso na alimentação: Revisão. **Research, Society and Development**, v. 9, n.9, 2020. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/7159>. Acesso em: 06 de abril de 2023.

BRANDÃO, C. P.; OLIVEIRA, M. S. P.; SANTOS, J. C. Perfil e preferências do consumidor de frutos de pupunha da cidade de Belém, Pará. **Research, Society and Development**. v. 10, n.7, e28810716502, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/16502/14799>. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

CARDOSO, D. S. S. COMPOSTOS BIOATIVOS EM BACABA E PUPUNHA: UMA REVISÃO. **Trabalho de Conclusão de Curso: Bacharelado Engenharia de Alimentos**. Ariquemes, 2021. Disponível em: <https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/3201>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

GARDINI, U. R.; SOUZA, R. A.; LORANDO, T. R. S. P.; PANDOLFI, M. A. C. ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA PARA UMA AGROINDÚSTRIA DE VEGETAIS MINIMAMENTE PROCESSADOS. **Interface Tecnológica**. v. 17 n. 2 (2020). Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/1054/568>. Acesso em 10 de maio de 2023.

GIANNONI, J. A.; IMAMURA, K. B.; ROJO, E. L. S.; ROJO, G. N. F. AVALIAÇÃO SENSORIAL DE ABACAXI “PÉROLA” (ANANAS COMOSUS L.) MINIMAMENTE PROCESSADO EM FORMA DE CUBO, TRATADO COM ÁCIDO CÍTRICO. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**. São Paulo, v.7.n.7. jul. 2021. ISSN - 2675 – 3375. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1668>. Acesso em 10 de maio de 2023.

HONORATO, P. P. M. EFEITO DA HIGIENE E SANITIZAÇÃO NA QUALIDADE PÓS-COLHEITA DA Brassica oleracea var. alboglabra MINIMAMENTE PROCESSADA. **Trabalho de Conclusão de Curso: Bacharelado em Engenharia de Alimentos**. IFGO – Campus Rio Verde, 2021. Disponível em: [https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/1631/1/tcc\\_PAULA%20PALOMA%20MARQUES%20HONORATO.pdf](https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/1631/1/tcc_PAULA%20PALOMA%20MARQUES%20HONORATO.pdf). Acesso em: 11 de maio de 2023.

LIMA, A. A.; FREITAS, A. T. C.; SÁ, D. M. A. T.; ANDRADE, F. J. E. T.; FARIAS, M. D. P.; MORAES, G. M. D. Abóbora minimamente processada e revestida com galactomanana extraída da semente de *Caesalpinia pulcherrima*. **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v. 6, n. 3, p. 12479-12488, mar. 2020. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/7684>. Acesso em: 05 de dezembro de 2022.

LIMA, D. G.; SILVA, R. F.; FURTADO, M. T. COMPOSIÇÃO QUÍMICA E ASPECTOS MICROBIOLÓGICOS DE PÃES ENRIQUECIDOS COM POLPA INTEGRAL DE PUPUNHA DESIDRATADA. **Revista GEINTEC**. Aracaju/SE. Vol. 10, n. 1, p. 5352-5366, jan/fev/mar – 2020 5352. Disponível em: <https://revistageintec.net/index.php/revista/article/view/1374>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

Malhotra, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6ª Ed. Porto Alegre: Bookman, p. 770, 2011. Disponível em: <https://idoc.pub/documents/pesquisa-de-marketing-6ed-uma-orientacao-aplicadapdf-34wp0g8v0yl7>. Acesso em: 01 de dezembro de 2022.

NEVES, B. R.; PENHA, C. B. N.; AMARAL, M. C. A. CARDOSO, A. D.; GUGÉ, R. M. A.; SÃO JOSÉ, A. B. CONDICIONAMENTO FISIOLÓGICO DE SEMENTES DE PUPUNHA (*Bactris gasipaes* KUNTH). **Revista De Ciências Ambientais**. Canoas, v. 14, n. 3, 2020. Disponível em: <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Rbca/article/view/6280/pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

SANTOS, T. T. D.; FLORES, S. L. G.; BOEIRA, L. S. ELABORAÇÃO DE BISCOITO DE PUPUNHA TIPO COOKIE. In: **Anais** do 6º Simpósio de Segurança Alimentar, 15 a 18 de maio 2018. Gramado: SBCTA Regional, RS, 2018. Disponível em: [http://www.schenautomacao.com.br/ssa/envio/files/34\\_arqnovo.pdf](http://www.schenautomacao.com.br/ssa/envio/files/34_arqnovo.pdf). Acesso em: 05 de maio de 2023.