



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA  
CAMPUS COLORADO DO OESTE  
ENGENHARIA AGRONÔMICA

ANA PAULA MÜLLER FÉLIZ

**ESTUDO DE MERCADO SOBRE O POTENCIAL DE  
COMERCIALIZAÇÃO DE PITAYA E PERFIL DO CONSUMIDOR NO  
MUNICÍPIO DE CEREJEIRAS – RONDÔNIA**

COLORADO DO OESTE - RO

2024

ANA PAULA MÜLLER FÉLIZ

**ESTUDO DE MERCADO SOBRE O POTENCIAL DE  
COMERCIALIZAÇÃO DE PITAYA E PERFIL DO CONSUMIDOR NO  
MUNICÍPIO DE CEREJEIRAS – RONDÔNIA**

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

Orientador: Prof. Dr. Nélio Ranieli Ferreira de Paula

COLORADO DO OESTE - RO

2024

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

Féiz, Ana Paula Müller.

Estudo de mercado sobre o potencial de comercialização de  
pitaya e perfil do consumidor no município de cerejeiras – Rondônia. /  
Ana Paula Müller Féiz, Colorado do Oeste-RO, 2024.  
26 f. : il.

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

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Agronomia) –  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia -  
IFRO, Colorado do Oeste-RO, 2024.

1. Pitaya. 2. Pesquisa de mercado. 3. Consumidor. I. Paula, Nélio  
Ranieli Ferreira de (orient.). II. Instituto Federal de Educação, Ciência  
e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

**Bibliotecário(a) Responsável:** Juliana Machado da Silva Sasset, CRB-11/1140 (Campus Colorado do Oeste)

## FOLHA DE APROVAÇÃO

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

Autor: Ana Paula Müller Féliz

Orientador: Prof. Dr. Nélio Ranieli Ferreira de Paula

Situação: (X) Aprovado ( ) Reprovado

Aprovado em: 29/02/2024

---

Prof. Dr. Nélio Ranieli Ferreira de Paula (Orientador)  
Instituto Federal de Rondônia - IFRO

---

Prof. Dr. Valdíque Gilberto de Lima (Membro 1)  
Instituto Federal de Rondônia - IFRO

---

Prof. Dr. Marcos Aurelio Anequine de Macedo (Membro 2)  
Instituto Federal de Rondônia - IFRO

## RESUMO

O Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo e a maior parte desta produção é voltada para o mercado consumidor interno, pois somente 2,5% é exportada. As condições naturais do país favorecem uma grande diversidade de produção de frutas e entre as inúmeras possibilidades está a pitaya, uma fruta exótica que tem despertado grande interesse em consumidores e produtores. Nesse sentido, por ser considerada uma cultura nova no país, o objetivo deste estudo foi analisar o perfil do consumidor e o potencial de comercialização da pitaya em novos mercados, como o município de Cerejeiras – RO. A pesquisa foi realizada de forma online e presencial, através da aplicação de um questionário contendo 14 perguntas estruturadas e contou com 86 participantes. Esses questionamentos abordaram sobre dados sociodemográficos, nível de conhecimento sobre a pitaya, intenção de compra e preferências dos consumidores. Os resultados obtidos sobre o potencial de comercialização se mostraram positivos, pois 60,46% dos consumidores manifestaram interesse alto ou muito alto pelo consumo da pitaya, sendo mais aceito por eles os frutos com casca vermelha e polpa vermelha da espécie *Selenicereus costaricensis*. Além disso, também foi constatado que a baixa disponibilidade da fruta no comércio local e, conseqüentemente, o preço elevado, são os empecilhos mais relevantes que podem afetar o aumento do consumo da fruta pela população de Cerejeiras.

**Palavras-chave:** Pitaya; pesquisa de mercado; consumidor.

## ABSTRACT

Brazil is the third largest fruit producer in the world and most of this production is aimed at the domestic consumer market, as only 2.5% is exported. The country's natural conditions favor a great diversity of fruit production and among the countless possibilities is the pitaya, an exotic fruit that has aroused great interest among consumers and producers. In this sense, as it is considered a new crop in the country, the objective of this study was to analyze the consumer profile and the commercialization potential of pitaya in new markets, such as the municipality of Cerejeiras – RO. The research was carried out online and in person, using a questionnaire containing 14 structured questions and had 86 participants. These questions addressed sociodemographic data, level of knowledge about pitaya, purchase intention and consumer preferences. The results obtained regarding the commercialization potential were positive, as 60.46% of consumers expressed high or very high interest in consuming pitaya, with fruits with red skin and red pulp of the *Selenicereus costaricensis* species being most accepted by them. Furthermore, it was also found that the low availability of the fruit in local commerce and, consequently, the high price, are the most relevant obstacles that can affect the increase in fruit consumption by the population of Cerejeiras.

**Key words:** Pitaya; market research; consumer.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	7
2 OBJETIVOS .....	8
2.1 Objetivo geral .....	8
2.2 Objetivos específicos .....	8
3 REFERENCIAL TEÓRICO .....	8
3.1 Características da fruta pitaya.....	8
3.2 Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor .....	10
4 METODOLOGIA.....	10
4.1 Caracterização da área pesquisada e tipo de pesquisa.....	10
4.2 Coleta e análise dos dados .....	11
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	12
6 CONCLUSÃO.....	18
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	19
APÊNDICE A.....	21
APÊNDICE B.....	24

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo, logo após a China e a Índia, com cerca de 58 milhões de toneladas ao ano, o que representa 5,4% da produção internacional. A maior parte desta produção é voltada para o mercado consumidor interno - somente 2,5% é exportada (EMBRAPA, 2022). Embora a quantidade de frutas exportadas ainda seja pequena em relação à sua produção e ao seu potencial, o país vem ganhando cada vez mais espaço no mercado internacional.

As frutas têm produção em crescimento no Brasil, tanto no mercado interno como nas exportações, conforme aponta a Projeção do Agronegócio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O Brasil fechou 2019 batendo recorde nas exportações de frutas. Pela primeira vez, o país atingiu US\$ 1 bilhão em negócios, segundo dados do Ministério da Agricultura. As exportações superaram 1 milhão de toneladas, volume 14,7% superior ao registrado em 2018 (VILARINO, 2020).

As condições naturais que o país apresenta possibilita uma grande diversidade de produção de frutas devido à grande extensão territorial brasileira, tipos de clima e de solo variados. Uma das possibilidades é a produção de pitaya, uma fruta exótica que tem despertado grande interesse em consumidores e produtores. Segundo dados do CEAGESP, entre 2007 a 2012, houve um aumento de mais de 250% no volume de comercialização de pitaya, sendo os meses de maior oferta entre dezembro a abril.

As pitayas são conhecidas mundialmente como Dragon Fruits ou Frutas-do-Dragão e pertencem à família *Cactaceae*, a qual possui aproximadamente 100 gêneros e 1.500 espécies nativas das Américas. No Brasil, a pitaya é considerada uma fruta exótica pelo fato de ser pouco conhecida, exuberante e comercializada com alto valor, principalmente em mercados exigentes (DOS SANTOS et al., 2022).

Apesar do aumento significativo na comercialização dessa fruta no Brasil nos últimos anos, o volume comercializado de pitaya em relação ao volume de outras frutas ainda é pequeno, porém apresenta grande potencial de expansão e aceitação pelos consumidores devido as suas características físicas e propriedades nutricionais.

Entretanto, além de ser necessário a concretização de estudos e pesquisas voltadas à essa cultura englobando desde plantio, manejo da cultura e pós colheita, também é extremamente importante pesquisas relacionadas ao potencial de comercialização em novos mercados consumidores, como no município de Cerejeiras, justificando assim, a relevância da realização do presente trabalho.

Sendo assim, os produtores rurais da região poderão se beneficiar com informações estratégicas inerentes a essa cultura, como o perfil do consumidor (gênero, faixa etária, nível de escolaridade, renda etc.), intenção de compra e grau de interesse de consumo, preferência dos consumidores em relação a variedade da fruta, entre outros.

Nesse contexto, o objetivo do presente trabalho foi avaliar o potencial de comercialização da pitaya e identificar as características do perfil do consumidor em Cerejeiras, Rondônia.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

A pesquisa teve como objetivo avaliar o potencial de comercialização e descrever o perfil do consumidor da fruta pitaya no município de Cerejeiras-RO.

### **2.2 Objetivos específicos**

Para atingir o objetivo geral, os seguintes objetivos específicos foram estabelecidos:

- a) Identificar o perfil do consumidor da fruta;
- b) Avaliar o grau de conhecimento da população de Cerejeiras sobre a fruta;
- c) Dimensionar o grau de interesse pelo consumo da fruta.

## **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1 Características da fruta pitaya**

A pitaya é uma cactácea epífita, perene, suculenta e que apresenta caule do tipo cladódio, de onde partem numerosas raízes adventícias que permitem o crescimento da planta sobre árvores e pedras em ambientes sombreados de

florestas tropicais da América (ALMEIDA, 2013).

De acordo com Dos Santos et al. (2022), a taxonomia das pitayas tem sido alvo de muitas controvérsias e revisões dos gêneros e espécies ao longo do tempo. Na revisão mais recente, as espécies mais importantes das pitayas do ponto de vista comercial foram classificadas dentro do gênero *Selenicereus*.

As plantas da família *Cactaceae* são capazes de tolerar calor e frio extremos, períodos de estiagem e solos pobres em nutrientes. Estas plantas apresentam em sua estrutura, modificação do caule para armazenamento de água, redução ou ausência de folhas, superfícies recobertas com ceras naturais e abertura noturna dos estômatos para a absorção de dióxido de carbono (metabolismo CAM), o que permite que elas tolerem as mais diferentes condições (NUNES et al., 2014).

Os frutos em geral são arredondados e variam bastante quanto ao tamanho, dependendo principalmente da espécie cultivada, além dos tratos culturais recebidos pelas plantas. O consumo da polpa da fruta se dá de forma in natura ou processada, em forma de geleias e doces.

A tonalidade de cor da casca varia com o desenvolvimento da fruta, que inicialmente apresenta coloração verde e após atingir a maturidade fisiológica, passa a apresentar coloração amarela ou vermelha. A coloração da polpa da fruta também apresenta particularidades de acordo com a espécie, podendo ser branca ou vermelha. Em algumas espécies, há a presença de espinhos nos frutos, como em *Selenicereus megalanthus*.

Segundo Dam (2009, apud LIMA, 2013), o fruto da pitaya é rico em vitaminas, minerais, antioxidantes, auxilia no processo digestivo devido à presença de fibras, é preventivo contra o câncer de cólon, diabetes e anemia, ajuda a neutralizar substâncias tóxicas como metais pesados, reduz os níveis de colesterol e as altas pressões do sangue, além dos cladódios e as flores serem usados contra problemas renais. Esse grande potencial funcional das pitayas precisa ser mais bem investigado por meio de caracterizações físico-químicas e de compostos fenólicos em frutos de diferentes espécies.

Além dos frutos, todas as partes da planta podem ser consumidas, como os cladódios e as flores, que apresentam grande quantidade de compostos funcionais e propriedades medicinais comprovadas, entre elas o auxílio no controle da hipertensão arterial, o que tem gerado interesse pela indústria farmacêutica, visando separação destes compostos (SILVA, 2014).

No Brasil existem pequenas áreas de produção de pitaya, sendo a região Sudeste a principal produtora do país, onde a cultura da pitaya se aclimatou muito bem, com produção de frutos nos meses de dezembro a maio, e produtividade média anual de 14 toneladas de frutos por hectare (BASTOS et al., 2006).

### **3.2 Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor**

O marketing tem uma importância fundamental para o sucesso de uma empresa num ambiente altamente competitivo enfrentado atualmente. As constantes mudanças no mercado e no comportamento dos consumidores exigem que a administração de uma empresa pense criticamente sobre seus objetivos e estratégias frequentemente, a fim de se manter lucrativa e competitiva.

O marketing não cria necessidades, apenas as identifica, para que possam ser satisfeitas, com soluções adequadas (SHIMOYAMA; ZELA, 2002). Entender as necessidades do consumidor é uma prática eficaz que o marketing utiliza para melhor lhes atender e satisfazer suas demandas.

Para Shimoyama e Zela, (2002), todos nós, enquanto consumidores, somos influenciados por uma série de fatores que nos levam à decisão sobre o que comprar, como fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos.

Nesse sentido, a pesquisa de mercado, que está inserida dentro do ramo de atuação do marketing, tem fundamental importância para se conhecer melhor as preferências dos consumidores, e assim, conseqüentemente, as empresas e os produtores conseguirão implantar melhores estratégias de vendas e distribuição em busca da satisfação de consumo dos clientes.

## **4 METODOLOGIA**

### **4.1 Caracterização da área pesquisada e tipo de pesquisa**

A pesquisa foi realizada no município de Cerejeiras, pertencente ao estado de Rondônia. O município possui uma área territorial de 2.783,300 km<sup>2</sup> e encontra-se a uma latitude 13°11'20" sul e a uma longitude 60°48'44" oeste, estando a uma altitude média de 277 metros. Segundo dados do último censo demográfico realizado pelo IBGE em 2022, a população no município é de 15.890 pessoas, com densidade demográfica de 5,71 habitantes por km<sup>2</sup>.

Quanto aos procedimentos técnicos, o presente estudo pode ser caracterizado como uma pesquisa de campo, ou seja, uma pesquisa qualitativa. Segundo Fontelles (2009), uma pesquisa de campo procura coletar dados que lhe permitam responder aos problemas relacionados a grupos, comunidades ou instituições, com o objetivo de compreender os mais diferentes aspectos de uma determinada realidade, mediante técnicas observacionais e com a utilização de questionários para a coleta de dados.

#### **4.2 Coleta e análise dos dados**

Quando nos deparamos com um produto novo no mercado, como a fruta pitaya, vale ressaltar a importância de conhecermos as características do perfil dos consumidores, possibilitando assim, otimizar as estratégias de comercialização, acarretando menos perdas e maiores lucros.

A coleta dos dados para a realização do presente estudo se deu através da aplicação de um questionário individual contendo 14 perguntas estruturadas, com o objetivo de conhecer o perfil dos consumidores e o potencial de comercialização da pitaya em Cerejeiras. Os participantes responderam questionamentos sobre sexo, idade, escolaridade, renda, local onde costumam comprar frutas, nível de conhecimento sobre a pitaya, formas de consumo, intenção de compra, valor propenso a ser pago pelo quilograma (kg) da fruta e possíveis empecilhos no consumo da fruta em Cerejeiras, entre outros.

As questões respondidas pelos participantes foram as seguintes: 1) Sexo; 2) Faixa etária; 3) Nível de escolaridade; 4) Qual é a sua renda mensal em salários mínimos? (Ou a renda do seu responsável ou companheiro(a), caso seja menor de idade ou dependente); 5) Em qual local você mais compra frutas para seu consumo?; 6) Você conhece ou já viu no município de Cerejeiras a fruta pitaya?; 7) Você conhece algum produtor de pitaya em escala comercial no município de Cerejeiras?; 8) Em que forma costuma consumir a pitaya?; 9) A pitaya é uma fruta rica em nutrientes, como vitamina C, cálcio e ferro, fibras e antioxidantes. Por isso, o consumo frequente dessa fruta contribui para fortalecer o sistema imunológico, melhora o funcionamento do intestino, previne doenças cardiovasculares, entre outros. Você já conhecia esses benefícios?; 10) Após saber um pouco mais sobre os benefícios da pitaya, qual é o seu grau de interesse em consumir a fruta?; 11) Você

estaria disposto(a) a substituir o consumo de alguma fruta que já faz parte da sua alimentação pela pitaya?; 12) Existem três principais variedades de pitaya. Qual é a que mais lhe agrada ou que teria intenção de comprar?; 13) O que te impede de começar a consumir pitaya ou de consumir a fruta com mais frequência?; 14) Até quantos reais estaria disposto a pagar pelo quilograma (kg) da fruta?.

O questionário (apêndice A) foi aplicado de forma online, por meio da divulgação em redes sociais e aplicativos de mensagens e presencialmente na feira municipal da cidade em dias alternados e aleatoriamente, contabilizando um total de 86 participantes.

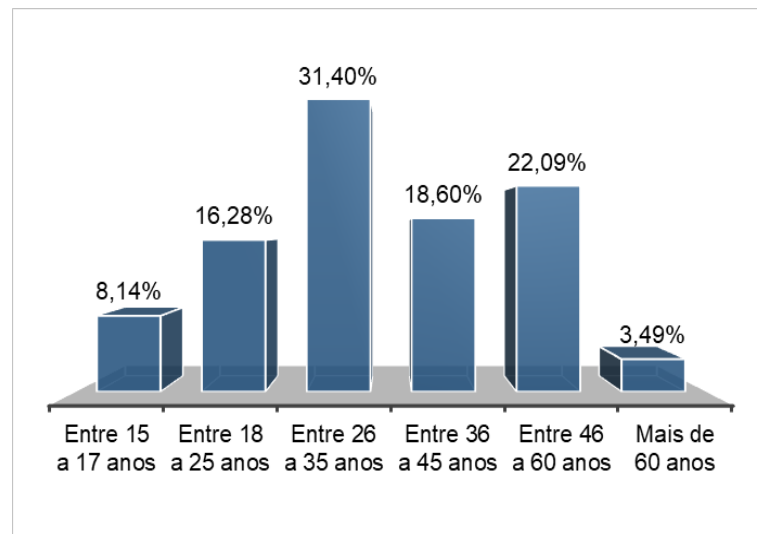
As figuras e tabelas empregadas neste trabalho foram obtidas através de planilhas eletrônicas do software Microsoft Excel. Com esse programa editor de planilhas, foi possível calcular os dados em porcentagem e elaborar as referidas ilustrações para se ter uma melhor visualização e interpretação dos resultados.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, 52,33% dos entrevistados correspondem ao sexo feminino e 47,67% ao sexo masculino, portanto o sexo feminino é o principal consumidor da fruta. Garcia et al. (2020) estudou os consumidores de pitaya vermelha em Tomé-Açu/PA e obteve resultados semelhantes, com 59,67% correspondendo ao sexo feminino e 40,33% ao sexo masculino.

A figura 1 mostra que a faixa etária entre 26 a 35 anos concentra o maior percentual de consumidores, representando 31,40% do total. Já a faixa etária com mais de 60 anos representou apenas 3,49%, sendo a idade com menor número percentual. A idade das pessoas pode influenciar significativamente em suas decisões de compra, pois diferentes faixas etárias têm diferentes necessidades, preferências, valores e comportamentos de consumo.

Figura 1 – Faixa etária dos consumidores.



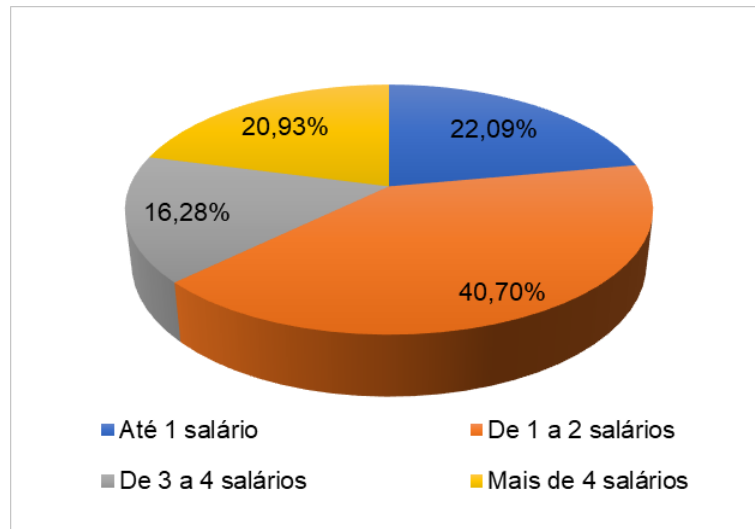
Fonte: Elaborado pelo autor.

Incluir diariamente uma variedade de frutas frescas na dieta, como a pitaya, fornece ao nosso corpo nutrientes, vitaminas essenciais, fibras e antioxidantes, contribuindo com uma alimentação saudável e equilibrada. A preocupação com alimentação saudável pode ser notada em diversas faixas etárias, mas é comum haver variações nas prioridades e nas motivações em diferentes grupos. Neste estudo, por exemplo, pode-se observar que pessoas adultas jovens estão mais atentas quanto à qualidade da sua alimentação devido ao maior índice de participação na pesquisa.

Em relação ao nível de escolaridade, foi observado que 36,05% possuem o ensino médio completo, 22,09% possuem ensino superior completo, 15,12% concluíram apenas o ensino fundamental, 13,95% possuem pós graduação, mestrado ou doutorado e 12,79% não concluíram o ensino fundamental. Assim, destaca-se que a maioria dos entrevistados cursou apenas até o ensino médio.

Sobre a renda dos consumidores (figura 2), 22,09% recebem mensalmente até 1 salário mínimo, 40,70% recebem de 1 a 2 salários, 16,28% recebem de 3 a 4 salários e 20,93% recebem mais de 4 salários. Portanto, quase metade dos entrevistados possuem renda mensal de 1 a 2 salários mínimos.

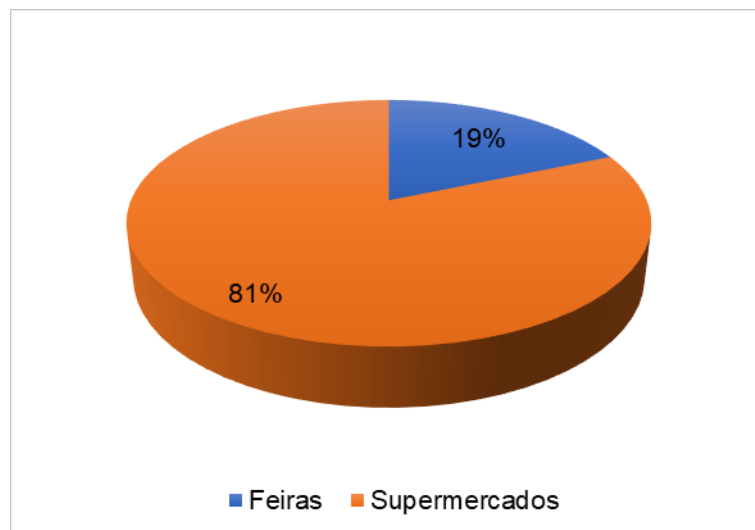
Figura 2 – Renda mensal em salários mínimos dos consumidores.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Os supermercados são os locais onde 81,40% dos consumidores afirmaram que realizam compras de frutas para seu consumo e apenas 18,60% realizam suas compras na feira municipal da cidade (figura 3). Essa menor aquisição de frutas pelos consumidores na feira municipal pode ser explicada pelo fato de que o local funciona apenas duas vezes por semana (quartas-feiras e domingos), sendo então os supermercados mais procurados, visto que funcionam todos os dias.

Figura 3 – Local de compra de frutas dos consumidores.



Fonte: Elaborado pelo autor

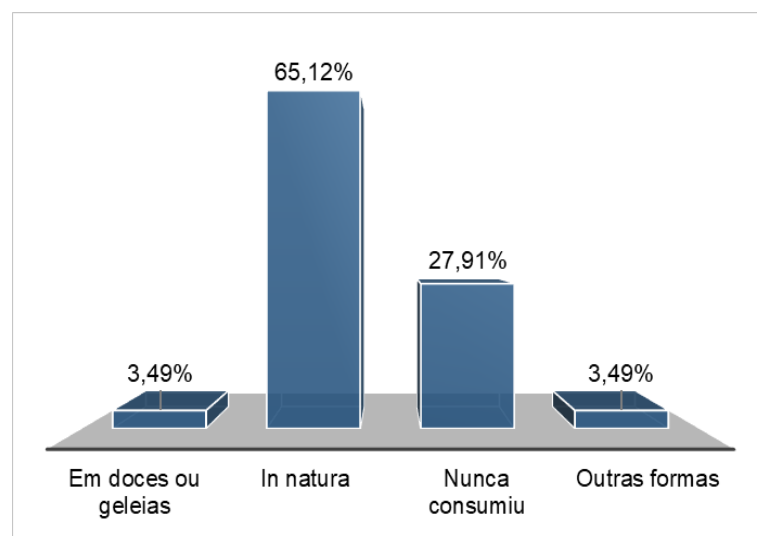
Os dados da tabela 1 e da figura 4 abaixo, evidenciam a extensão de um público ainda desinformado e, em alguns casos, sem familiaridade com o fruto, revelando as possibilidades de alcance que ainda podemos explorar.

Tabela 1 – Grau de conhecimento sobre a fruta pitaya.

Você conhece ou já viu no município de Cerejeiras a fruta pitaya?	
Sim	87,21%
Não	12,79%
Você conhece algum produtor de pitaya em escala comercial em Cerejeiras?	
Sim	18,60%
Não	81,40%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 4 – Formas de consumo da pitaya.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A população de Cerejeiras, em sua maioria (87,21%) conhecem ou já viram a fruta no município, porém 27,91% dos entrevistados afirmaram que nunca consumiram a fruta, o que pode ser explicado pela falta de informações, além da baixa disponibilidade da fruta na cidade. Pode-se notar também que a produção ainda é baixa, pois 81,40% dos entrevistados não conhecem nenhum produtor da fruta em Cerejeiras.

É importante ressaltar que 65,12% das pessoas afirmaram que fazem o consumo da fruta in natura, revelando que o processamento da fruta em Cerejeiras é praticamente inexistente. Para Krolow et al. (2012) a conservação de alimentos baseia-se em técnicas que visam proporcionar aos alimentos maior estabilidade microbiológica, preservando-os por tempo mais prolongado. Atualmente, a tendência mundial é para o uso de alimentos cada vez mais naturais, valorizando o sabor original das frutas. Produtos minimamente processados, polpas congeladas, congelamento individual e liofilização são os produtos com melhor manutenção da

cor, sabor e aroma originais, afetando somente a textura da fruta.

Essas técnicas de conservação quando aplicadas no processamento da pitaya acarreta vários benefícios como o aumento do valor agregado do produto, prolongamento da sua vida útil, diminuição de perdas, diversidade nas formas de consumo independentemente da sazonalidade etc.

Na tabela 2, o grau de interesse pelo consumo após saber um pouco mais sobre os benefícios da fruta foi de 60,46% para alto ou muito alto, 30,23% para médio e 9,30% para baixo, mostrando o potencial de comercialização que o município apresenta em função do interesse que os consumidores apresentaram em adquirir a fruta para seu consumo.

Tabela 2 – Conhecimento sobre as propriedades e grau de interesse pelo consumo da pitaya.

Você já conhecia sobre os benefícios e nutrientes da pitaya?	
Sim	50,00%
Não	50,00%
Grau de interesse em consumir a fruta após saber um pouco mais sobre os benefícios da pitaya	
Baixo	9,30%
Médio	30,23%
Alto	43,02%
Muito alto	17,44%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na análise das tabelas 3 e 4, nota-se que a pitaya apresenta uma boa aceitação em Cerejeiras, reforçando o grande potencial de comercialização existente, porém a sua baixa disponibilidade foi o empecilho para o aumento do consumo mais relevante, representando 45,35%. O preço elevado também foi um fator apontado, com 36,05%, que é facilmente justificado pela baixa oferta da fruta. Já o preço propenso a ser pago pelo kg da fruta está na faixa de até 15 reais para 81,40% dos consumidores.

A variedade de frutos com casca vermelha e polpa vermelha tiveram maior aceitação e intenção de compra, com 60,47%. Lessa (2019) também constatou uma maior preferência dos frutos de pitaya da espécie com cor de polpa vermelha. A espécie *Selenicereus megalanthus* apresentou a menor aceitação, com apenas 8,14%, o que pode estar relacionado devido ser pouco divulgada no Brasil.

Tabela 3 – Empecilhos e possibilidade de substituição do consumo de outra fruta por pitaya.

Você estaria disposto a substituir o consumo de outra fruta pela pitaya?	
Sim	46,51%
Talvez	34,88%
Não	18,60%
Empecilhos para o consumo mais frequente da fruta	
Baixa disponibilidade	45,35%
Preço elevado	36,05%
Não gosta da fruta	8,14%
Outros	10,47%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 4 – Valor propenso a ser pago pelo kg da fruta e variedades preferidas pelos consumidores.

Valor propenso a ser pago pelo kg da fruta	
Até 10 reais	50,00%
De 10 a 15 reais	31,40%
De 15 a 20 reais	12,79
De 20 a 25 reais	3,49%
Mais de 25 reais	2,33%
Entre as três principais variedades de pitaya, qual é a que mais lhe agrada ou que teria intenção de comprar?	
Frutos com casca vermelha e polpa branca ( <i>Selenicereus undatus</i> )	31,40%
Frutos com casca vermelha e polpa vermelha ( <i>Selenicereus costaricensis</i> )	60,47%
Frutos com casca amarela com espinhos e polpa branca ( <i>Selenicereus megalanthus</i> )	8,14%

Fonte: Elaborado pelo autor

## 6 CONCLUSÃO

O estudo revelou que o perfil dos consumidores de pitaya no município de Cerejeiras – RO apresentam faixa etária entre 26 a 35 anos, com renda mensal de 1 a 2 salários mínimos, cursaram até o ensino médio completo e são predominantemente mulheres.

O interesse dos consumidores pela pitaya e o potencial de comercialização se mostraram altos, principalmente para os frutos com casca vermelha e polpa vermelha (*Selenicereus costaricensis*).

A baixa disponibilidade da fruta, que resulta em preços mais elevados, são os fatores que afetam ou impedem o aumento do consumo da pitaya no município.

Portanto, a cultura da pitaya torna-se uma excelente alternativa para diversificar a produção e a economia dos pequenos produtores da agricultura familiar do município.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Edmilson Igor Bernardo. **Crescimento inicial de pitaia (*Hylocereus undatus*) em função de combinações de doses de fósforo-zinco e nitrogênio-potássio**. 2013.
- BASTOS, Débora Costa et al. **Propagação da pitaya 'vermelha' por estaquia**. *Ciência e Agrotecnologia*, v. 30, p. 1106-1109, 2006.
- Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP). **Pitaia**. Disponível em: <<https://ceagesp.gov.br/guia-ceagesp/pitaia/>>. Acesso em: 17 de setembro de 2023.
- DAM (Department of Agriculture-Malaysia). **A Research and Development Center for Pitaya (Dragon Fruit)**. Malásia. 2009 *apud* LIMA, 2013.
- DOS SANTOS, D. N. et al. **Pitaya: uma alternativa frutífera**. 2022.
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). **Frutas e hortaliças**. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/grandes-contribuicoes-para-a-agricultura-brasileira/frutas-e-hortalicas>>. Acesso em: 10 de agosto de 2023.
- FONTELLES, Mauro José et al. **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa**. *Revista paraense de medicina*, v. 23, n. 3, p. 1-8, 2009.
- GARCIA, Wilnalia Souza et al. **Estudo do mercado e perfil do consumidor do fruto da Pitaya Vermelha, no município de Tomé-AÇU/PA/Market study and consumer profile of the fruit of Pitaya Red, in county of Tomé-AÇU/PA**. *Brazilian Applied Science Review*, v. 4, n. 2, p. 418-436, 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Censo Demográfico**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ro/cerejeiras/panorama>>. Acesso em: 10 de agosto de 2023.
- KROLOW, Ana Cristina Richter et al. **Beneficiamento de frutas vermelhas**. *Embrapa, Informe agropecuário*, v. 33, n. 268, p. 96-103, 2012.
- LESSA, Filipe de Oliveira. **Caracterização e avaliação sensorial de frutos de pitaia (*Hylocereus spp.*)**. 2019. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pelotas.
- LIMA, Cristiane Andréa de. **Caracterização, propagação e melhoramento genético de pitaia comercial e nativa do cerrado**. 2013.
- NUNES, Ernane Nogueira et al. **Pitaia (*Hylocereus sp.*): Uma revisão para o Brasil**. *Gaia Scientia*, v. 8, n. 1, p. 90-98, 2014.

SILVA, Adriana de Castro Correia da. **Pitaya: Melhoramento e produção de mudas**. 2014

VILARINO, C. **Brasil bate recorde e atinge pela primeira vez US\$ 1 bilhão em exportação de frutas**. Revista Globo Rural, 26 de janeiro de 2020. Disponível em: <<https://globorural.globo.com/Noticias/Economia/noticia/2020/01/brasil-bate-recorde-e-atinge-pela-primeira-vez-us-1-bilhao-em-exportacao-de-frutas.html>>. Acesso em: 18 de setembro de 2023.

SHIMOYAMA, Claudio; ZELA, Douglas Ricardo. **Administração de marketing**. Marketing, v. 3, p. 8, 2002.

**APÊNDICE A****Questionário socioeconômico sobre a utilização da fruta pitaya pela população de Cerejeiras-RO**

1) Sexo

- Feminino
- Masculino

2) Faixa etária

- Entre 15 a 17 anos
- Entre 18 a 25 anos
- Entre 26 a 35 anos
- Entre 36 a 45 anos
- Entre 46 a 60 anos
- Acima de 60 anos

3) Nível de escolaridade

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Médio completo
- Superior completo
- Pós-graduação

4) Qual é a sua renda mensal em salários mínimos? (Ou a renda do seu responsável ou companheiro(a), caso seja menor de idade ou dependente)

- Até 1 salário
- De 1 a 2 salários
- De 3 a 4 salários
- Acima de 4 salários

5) Em qual local você mais compra frutas para seu consumo?

- Supermercados
- Feiras

6) Você conhece ou já viu no município de Cerejeiras a fruta pitaya?

- Sim
- Não

7) Você conhece algum produtor de pitaya em escala comercial no município de Cerejeiras?

- Sim
- Não

8) Em que forma costuma consumir a pitaya?

- In natura
- Em doces ou geleias
- Outras formas
- Nunca consumiu

9) A pitaya é uma fruta rica em nutrientes, como vitamina C, cálcio e ferro, fibras e antioxidantes. Por isso, o consumo frequente dessa fruta contribui para fortalecer o sistema imunológico, melhora o funcionamento do intestino, previne doenças cardiovasculares, entre outros. Você já conhecia esses benefícios?

Sim

Não

10) Após saber um pouco mais sobre os benefícios da pitaya, qual é o seu grau de interesse em consumir a fruta?

Baixo

Médio

Alto

Muito alto

11) Você estaria disposto(a) a substituir o consumo de alguma fruta que já faz parte da sua alimentação pela pitaya?

Sim

Não

Talvez

12) Existem três principais variedades de pitaya. Qual é a que mais lhe agrada ou que teria intenção de comprar?

Pitaya com casca vermelha e polpa branca (*Selenicereus undatus*)



Pitaya com casca vermelha e polpa vermelha (*Selenicereus costaricensis*)



Pitaya com casca amarela e polpa branca (*Selenicereus megalanthus*)



13) O que te impede de começar a consumir pitaya ou de consumir a fruta com mais frequência?

- ) Baixa disponibilidade da fruta na cidade
- ) Preço elevado
- ) Não gosta da fruta
- ) Outros

14) Até quantos reais estaria disposto a pagar pelo quilograma (kg) da fruta?

- ) Até 10 reais
- ) De 10 a 15 reais
- ) De 15 a 20 reais
- ) De 20 a 25 reais
- ) Mais de 25 reais

## APÊNDICE B

### Fotos da aplicação do questionário



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022



Fonte: Arquivo Pessoal, 2022