



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

**LINDAURA ALFREDO DE SOUZA**

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL, MERCADO DE PRODUÇÃO E INTENÇÃO DE  
COMPRA DE AÇAÍ NO ESTADO DE RONDÔNIA

COLORADO DO OESTE

2024



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA  
*CAMPUS* COLORADO DO OESTE  
CURSO ENGENHARIA AGRONÔMICA

LINDAURA ALFREDO DE SOUZA

CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL, MERCADO DE PRODUÇÃO E INTENÇÃO  
DE COMPRA DE AÇAÍ NO ESTADO DE RONDÔNIA

Artigo Científico apresentado ao curso Engenharia Agrônoma do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia (IFRO) - Campus Colorado do Oeste, como requisito parcial para obtenção do Título de Engenheira Agrônoma

Orientador: Prof. Dr. Nélcio Ranieli Ferreira de Paula

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

Souza, Lindaura Alfredo de.

Caracterização de perfil, mercado de produção e intenção de compra do  
açai no estado de Rondônia / Lindaura Alfredo de Souza, Colorado do  
Oeste-RO, 2024.

23 f.

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. Açai. 2. Consumo. 3. Produção. 4. Rondônia. 5. Sustentabilidade. I.  
Paula, Prof. Dr. 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)

COLORADO DO OESTE

2024

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

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 parte das exigências para obtenção do título de Engenheira Agrônoma.

Autor: Lindaura Alfredo De Souza

Orientador: Prof. Nélio Ranieli Ferreira de Paula

Situação: (X) Aprovado ( ) Reprovado

Aprovado em: 03 / 10 / 2024

Nelio Ranieli Ferreira de Paula  
Orientador (a)

Marcos Aurelio Anequine de Macedo  
Membro 1

Valdique Gilberto de Lima  
Membro 2

# **CARACTERIZAÇÃO DE PERFIL, MERCADO DE PRODUÇÃO E INTENÇÃO DE COMPRA DE AÇAÍ NO ESTADO DE RONDÔNIA**

## **PROFILE CHARACTERIZATION, PRODUCTION MARKET, AND PURCHASE INTENTION OF AÇAÍ IN THE STATE OF RONDÔNIA**

Lindaura Alfredo De Souza<sup>1</sup>

Nélio Ranieli Ferreira de Paula<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Este estudo tem como objetivo caracterizar o perfil dos consumidores, o mercado de produção e a intenção de compra de açaí no estado de Rondônia. A pesquisa, baseada em questionários aplicados via redes sociais, revelou que o açaí é amplamente aceito, especialmente entre jovens adultos, com idade predominante entre 18 e 25 anos. A distribuição de gênero mostrou equilíbrio entre homens e mulheres. Os dados indicaram uma preferência pelo consumo de açaí na tigela, principalmente durante a tarde, sendo as sorveterias o principal ponto de venda. A percepção do açaí como produto saudável é predominante entre os respondentes, embora o conhecimento sobre incentivos governamentais e fornecimento de açaí para a merenda escolar seja limitado. Esses resultados são essenciais para a formulação de estratégias de marketing e políticas públicas que promovam a produção e o consumo sustentável de açaí na região, beneficiando tanto produtores quanto consumidores. Em suma, este estudo contribui para uma melhor compreensão das dinâmicas de mercado e oferece insights valiosos para o desenvolvimento econômico e sustentável da cadeia produtiva do açaí em Rondônia.

**Palavras-chave:** Açaí. Consumo. Produção. Rondônia. Sustentabilidade.

---

<sup>1</sup> ; Acadêmica do curso de engenharia agrônoma Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – IFRO, Colorado do Oeste-RO, lindauralfredo@gmail.com.

<sup>2</sup>; Professor Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia – IFRO, nelio.ferreira@ifro.edu.br.

## **ABSTRACT**

This study aims to characterize the profile of consumers, the production market, and the purchase intention of açaí in the state of Rondônia. The research, based on questionnaires distributed via social media, revealed that açaí is widely accepted, especially among young adults, predominantly aged 18 to 25. The gender distribution showed a balance between men and women. The data indicated a preference for consuming açaí in bowls, mainly in the afternoon, with ice cream parlors being the primary point of sale. The perception of açaí as a healthy product is predominant among respondents, although knowledge about government incentives and the supply of açaí for school meals is limited. These results are essential for formulating marketing strategies and public policies that promote sustainable açaí production and consumption in the region, benefiting both producers and consumers. In summary, this study contributes to a better understanding of market dynamics and provides valuable insights for the economic and sustainable development of the açaí production chain in Rondônia.

**Keywords:** Açaí. Consumption. Production. Rondônia. Sustainability.

## 1 INTRODUÇÃO

A Amazônia ganhou maior visibilidade a partir da década de 90, com o crescimento da preocupação internacional com a preservação ambiental. Entre os produtos florestais não-madeireiros que se destacaram nesse período estão diversos frutos regionais como guaraná, cupuaçu, açaí, pupunha e bacuri, que ganharam destaque tanto no mercado nacional quanto internacionalmente (VASCONCELOS et al., 2010). Esses frutos, especialmente o açaí, têm se tornado essenciais devido à sua importância econômica, social e ambiental.

O açaí é uma das espécies mais promissoras do mercado atual, com uma demanda crescente tanto nacional quanto internacionalmente. Sua importância econômica é notável, com uma diversidade de produtos derivados como polpa da fruta, artesanato, adubos e corantes. Socialmente, o açaí tem um valor cultural significativo para comunidades tradicionais, incluindo as ribeirinhas. Ambientalmente, o açaí contribui para a composição da paisagem, a diversidade florística e a ciclagem de nutrientes (VASCONCELOS et al., 2010).

Além do mercado local, o açaí também é muito procurado em outras regiões do Brasil, especialmente nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Internacionalmente, o açaí é exportado para mercados consumidores do NAFTA, União Europeia, Tigres Asiáticos e MERCOSUL (FALESI et al., 2010; SOUZA et al., 2011).

Na Amazônia Ocidental, ocorre naturalmente o açaí precatório (*Euterpe precatoria Martius*, variedade precatória Henderson) em terras altas e baixas (áreas inundáveis e igapós). Na Amazônia Oriental, prevalece o açaí de touceira (*Euterpe oleracea Martius*, var. oleracea Henderson), principalmente nos estuários dos rios Amazonas e Tocantins. Essas variedades são conhecidas regionalmente como açaí solteiro, açaí precatória e açaí-do-amazonas, no caso do primeiro, e açaí-do-pará e açaí-de-estuário, no caso do segundo (SILVA, 2019).

O açazeiro é um importante fator socioeconômico para a região amazônica, devido ao consumo imediato da fruta batida, polpa industrializada congelada e ao corante natural antocianina, usado nas indústrias farmacêutica, cosmética e alimentícia (BEZERRA, 2016). A espécie apresenta características como não apresentar dormência de sementes, regeneração por banco de plântulas e uma idade de reprodução entre 5 a 10 anos, com um tempo de vida entre 10 e 25 anos (OLIVEIRA et al., 2017).

No Brasil, a produção de frutas como o açaí ganha espaço em todos os estados, e as frutas brasileiras são cada vez mais apreciadas por consumidores internacionais. Historicamente, as exportações de açaí do Brasil têm sido predominantemente na forma de purê,

com o país se destacando tanto na produção quanto na exportação dessa polpa. Em 2023, o comércio internacional de purê de açaí alcançou aproximadamente US\$ 314 mil, correspondendo a 79 toneladas exportadas. Os Estados Unidos mantêm-se como os principais importadores deste produto conforme relatado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2024).

As frutas comestíveis da Amazônia, como açaí, guaraná, bacuri, mangaba, pupunha, castanha-do-Pará, cacau e cupuaçu, representam uma grande diversidade. Dentre essas, o açaí (*Euterpe oleracea*) e o cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*) destacam-se pela dinâmica de produção, comercialização e inserção nos mercados nacional e internacional (BUENO et al., 2002; NOGUEIRA et al., 2011).

Carvalho et al. (2017) destacam que as frutas são alimentos de baixa densidade energética, fornecendo poucas calorias em relação ao volume consumido, favorecendo a manutenção de um peso corporal saudável (RAMOS; BENEVIDES; PEREZ, 2006). A biodiversidade frutífera brasileira, seus benefícios e a necessidade de maior valorização desses frutos são essenciais para o desenvolvimento de novos produtos que melhorem a alimentação e saúde da população (NEGRI; BERNI e BRAZACA, 2016).

No Brasil, a produção de polpas de frutas, como a de açaí, é uma importante matéria-prima para a indústria de conservas. Essas polpas podem ser processadas em doces, geleias e néctares, além de serem usadas na formulação de iogurtes, doces, biscoitos, bolos, sorvetes, refrescos e alimentos infantis (HOFFMANN et al., 1997; BUENO et al., 2002).

O açaizeiro, uma palmeira nativa da Amazônia, ocorre em grandes extensões no estuário amazônico. Cresce em grupos de até 20 hastes que juntas podem produzir até 120 kg de fruta por ano (OLIVEIRA et al., 2007; SCHAUSS, 2006; CORDEIRO et al., 2017). A sazonalidade é uma característica marcante na colheita do açaí, com a entressafra ocorrendo entre janeiro e junho, o que afeta diretamente a disponibilidade e os preços do fruto (FARIAS et al., 2008; FARIAS et al., 2011; BINOIS, 2012; HOMMA, 2006).

O estado do Pará é o maior produtor de açaí no Brasil, com uma safra que varia segundo a espécie e o ambiente. A maior produção do açaí da espécie *Euterpe oleracea* ocorre no segundo semestre do ano, entre os meses de julho e dezembro (Pinto et al., 2010). As diversas formas de beneficiamento da polpa do açaí são alternativas para aumentar o consumo de frutas regionais e tornar o produto disponível durante o ano inteiro (CONAB, 2014; REETZ et al., 2015).

A expansão do mercado de polpas de açaí tem incentivado a implantação de plantas industriais para atender tanto aos mercados internos quanto externos. Este movimento promete alternativas para o consumo de produtos beneficiados, como a venda de polpas de açaí em supermercados (HOMMA, 2006). As características químicas do açaí são dependentes do teor de sólidos totais, que variam com a espécie e a variedade, e a melhoria dessas características através de técnicas de cultivo visa obter frutas com maior teor de sólidos totais (LIMA, 2010).

O aumento do consumo de açaí no mercado se deve à melhoria da renda da população, à agregação de valor ao produto e à diversificação das linhas de produção das indústrias de polpas de frutas, que visam atender às necessidades dos consumidores nacionais e estrangeiros (NOGUEIRA, 2016). No estado do Pará, onde mais de 90% do açaí é produzido, o consumo tradicional inclui farinha de tapioca. Em outros estados brasileiros, o açaí é preferido em misturas com banana, guaraná, leite condensado e cereais (RODRIGUES; SILVA e BRITO, 2018).

A adoção de Boas Práticas de Fabricação (BPF) é essencial para garantir a qualidade e a segurança do açaí consumido. Essas práticas abrangem desde a qualidade da matéria-prima até as recomendações de higiene e construção das instalações (FREITAS, 2018). A Lei nº 1.914 de 2015 no Amapá e a Portaria nº 78 do Ministério da Agricultura e Abastecimento de 1998 são exemplos de regulamentações que visam fortalecer o comércio e o consumo do açaí através da implementação de boas práticas de fabricação (FREITAS, 2018).

A composição química do açaí, rica em antocianinas, é influenciada pelo teor de sólidos totais. As antocianinas são flavonóides com propriedades antioxidantes, que atuam inibindo ou diminuindo os efeitos dos radicais livres, contribuindo para a saúde ao combater o estresse oxidativo e melhorar os níveis de glicemia e pressão arterial (CEDRIM, BARROS e NASCIMENTO, 2018). Estudos mostram variações significativas nos teores de antocianinas na polpa de açaí, destacando seu potencial como alimento funcional (POZO-INSFRAN; BRENES e TALCOTT, 2004; ROCHA et al., 2015).

No estado de Rondônia, o cultivo e a produção de açaí têm ganhado relevância, especialmente devido à expansão do mercado e ao interesse crescente pela fruta tanto em nível nacional quanto internacional. Rondônia, com sua vasta área de floresta amazônica e condições climáticas favoráveis, apresenta um grande potencial para o desenvolvimento do mercado de açaí. A produção local não só contribui para a economia do estado, mas também valoriza a cultura e a tradição das comunidades locais.

Este trabalho tem como objetivo caracterizar o perfil dos produtores, o mercado de produção e a intenção de compra de açaí no estado de Rondônia. Através dessa análise, pretende-se entender melhor as dinâmicas de produção e consumo, identificar oportunidades de mercado e contribuir para o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva do açaí na região.

## **2 MATERIAL E MÉTODOS**

### **2.1 Local de Estudo**

O estudo foi realizado no estado de Rondônia, localizado na região Norte do Brasil. Rondônia é caracterizado por um clima tropical úmido, com temperaturas médias anuais que variam entre 24°C e 26°C, e uma pluviosidade anual média de 2.000 a 2.500 mm de acordo com a classificação climática de Köppen-Geiger (Aw). O solo predominante na região é o Latossolo, conhecido por sua fertilidade e capacidade de suporte para diversas culturas, incluindo o açaí. A vegetação é majoritariamente composta por florestas tropicais, o que proporciona um ambiente propício para o cultivo de espécies nativas como o açaí.

### **2.2 Coleta de Dados**

Para a coleta de dados, foi elaborado um questionário semi estruturado, visando obter informações detalhadas sobre o perfil dos consumidores, mercado de produção e intenção de compra de açaí no estado de Rondônia.

A pesquisa qualitativa, conforme descrita por Godoy (1995), não se concentra na quantificação ou mensuração dos eventos investigados, tampouco utiliza métodos estatísticos para analisar os dados. Em vez disso, parte de questões ou áreas de interesse amplas, que vão se refinando à medida que o estudo progride. Ela busca obter dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos por meio do contato direto do pesquisador com a situação em estudo, com o objetivo de compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos participantes envolvidos na situação.

O questionário foi composto por perguntas fechadas e abertas, divididas em diferentes eixos temáticos:

1. Perfil Demográfico e Socioeconômico:
  - Idade
  - Sexo
  - Escolaridade
  - Renda familiar mensal

- Local de residência (zona rural, zona urbana, comunidade indígena, comunidade quilombola)
2. Hábitos de Consumo:
- Preferência pelo consumo de açaí
  - Frequência de consumo
  - Formas de consumo (na tigela, milkshake, energético, vitamina, suco, mousse)
  - Horários de consumo
  - Locais de compra (feiras livres, supermercados, sorveterias, produção no próprio quintal)
3. Percepções e Intenções:
- Influência dos fatores na decisão de consumo (sabor, valor nutricional, preço)
  - Consideração do açaí como produto saudável
  - Conhecimento sobre produtores que recebem incentivos governamentais ou que fornecem açaí para merenda escolar
  - Conhecimento sobre investimentos em agroindústrias para a comercialização do açaí

### **2.3 Procedimentos de Aplicação**

O questionário foi disponibilizado online, utilizando a plataforma Google Forms, e distribuído via redes sociais para atingir um público diversificado. A coleta de respostas ocorreu durante um período de quatro semanas. Ao final desse período, foram obtidas respostas válidas.

### **2.4 Análise de Conteúdo**

As respostas obtidas foram submetidas a uma análise de conteúdo, método que permite identificar padrões e temas recorrentes nas respostas qualitativas.

Conforme Moraes (1999, p. 2), a Análise de Conteúdo é uma metodologia de pesquisa utilizada para descrever e interpretar o conteúdo de diversas formas de comunicação. Essa análise, ao conduzir a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, auxilia na reinterpretação das mensagens e na obtenção de uma compreensão de seus significados em um nível mais profundo do que uma leitura convencional. Triviños (1987) afirma que a Análise de Conteúdo é um método que pode ser aplicado tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa, porém com abordagens distintas.

Bardin (1977) destaca a importância da precisão na aplicação da análise de conteúdo, enfatizando a necessidade de superar ambiguidades e alcançar clareza sobre os questionamentos propostos. Nos últimos tempos, essa técnica tem experimentado um significativo avanço, refletido no aumento do número de publicações anuais. Contudo, a diversidade de conceitos e objetivos associados ao seu uso parece não contribuir efetivamente para o aprimoramento da prática de análise (SILVA; FOSSÁ, 2015). Pelo contrário, essa diversidade pode tornar a técnica menos compreensível, facilitando sua aplicação sem os devidos cuidados metodológicos necessários para uma pesquisa robusta. Esse cenário é especialmente preocupante para pesquisadores iniciantes, que frequentemente tendem a adotá-la de maneira intuitiva e pouco sistemática (OLIVEIRA, 2008).

A etapa inicial, conhecida como pré-análise, visa estruturar as ideias iniciais derivadas do referencial teórico e estabelecer critérios para interpretar os dados coletados. Durante essa fase, é realizada uma leitura abrangente do material selecionado para análise, sendo que, no caso de entrevistas, estas devem estar previamente transcritas. Em linhas gerais, o objetivo é organizar o material a ser investigado, o que permite ao analista conduzir as etapas subsequentes da análise de forma mais eficaz (SILVA; FOSSÁ, 2015).

A análise de conteúdo foi realizada em várias etapas:

1. Leitura Flutuante: Primeira leitura das respostas para familiarização com o conteúdo.
2. Codificação: Identificação e categorização de unidades de significado nas respostas.
3. Agrupamento Temático: Organização das categorias em temas mais amplos.
4. Interpretação: Análise e interpretação dos dados dentro de cada tema.

## **2.5 Eixos Temáticos Identificados**

Com base nas respostas do questionário, foram identificados os seguintes eixos temáticos:

1. Perfil Demográfico:
  - Predominância de jovens adultos entre 18 e 30 anos
  - Equilíbrio entre gêneros
  - Nível de escolaridade variando do ensino fundamental incompleto ao superior completo
2. Consumo de Açaí:
  - Alta aceitação do açaí como alimento
  - Diversas formas de consumo, com destaque para a tigela e vitaminas

- Consumo frequente, principalmente mais de uma vez por semana
3. Percepção do Produto e Mercado de Produção
- Sabor e valor nutricional como principais fatores de influência na decisão de consumo
  - Reconhecimento do açaí como produto saudável
  - Conhecimento limitado sobre incentivos governamentais e agroindústrias
  - Importância das feiras livres e supermercados como pontos de venda

Os dados coletados e analisados forneceram uma visão abrangente sobre o perfil dos consumidores, os hábitos de consumo e a percepção do mercado de açaí em Rondônia. Essas informações são fundamentais para o desenvolvimento de estratégias de marketing e políticas públicas que promovam a cadeia produtiva do açaí no estado. Este estudo contribui para uma melhor compreensão do mercado local e das oportunidades de expansão, alinhando-se com os objetivos de desenvolvimento sustentável da região.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Nesta seção, serão discutidos os dados coletados por meio do questionário aplicado à população do estado de Rondônia, com o objetivo de caracterizar o perfil demográfico dos consumidores de açaí, bem como o mercado de produção e a intenção de compra. A análise será organizada em torno dos seguintes tópicos: idade, sexo, escolaridade e renda familiar mensal dos participantes.

#### **3.1 Perfil Demográfico e Socioeconômico:**

Nesta seção, discutiremos a percepção dos consumidores sobre o açaí como produto saudável e o conhecimento dos participantes sobre os produtores de açaí que recebem incentivos governamentais ou fornecem o produto para a merenda escolar. Esses aspectos são cruciais para entender o mercado de produção do açaí em Rondônia e a percepção dos consumidores sobre a sustentabilidade e apoio governamental na cadeia produtiva.

A amostra do estudo revelou uma predominância de jovens adultos, com a maioria dos participantes situando-se na faixa etária de 18 a 25 anos. Este grupo representa um total de 63,3%, evidenciando que o açaí é especialmente popular entre os jovens. As outras faixas etárias também foram representadas, mas em menor número: 26-30 anos (12,2%), 31-35 anos (8,2%), 36-40 anos (8,2%), 40-50 anos (6,1%) e acima de 50 anos (2%).

A concentração de jovens na amostra sugere que o açaí é uma escolha alimentar preferida entre os mais jovens, possivelmente devido às suas propriedades nutricionais e à versatilidade de consumo. Este dado é relevante para estratégias de marketing e políticas de promoção do produto, que podem focar em campanhas direcionadas para este grupo etário.

A distribuição de gênero entre os respondentes foi relativamente equilibrada, com uma ligeira predominância de participantes do sexo feminino (56%) em relação aos do sexo masculino (44%). A presença equilibrada de ambos os gêneros indica que o consumo de açaí é amplamente aceito tanto por homens quanto por mulheres.

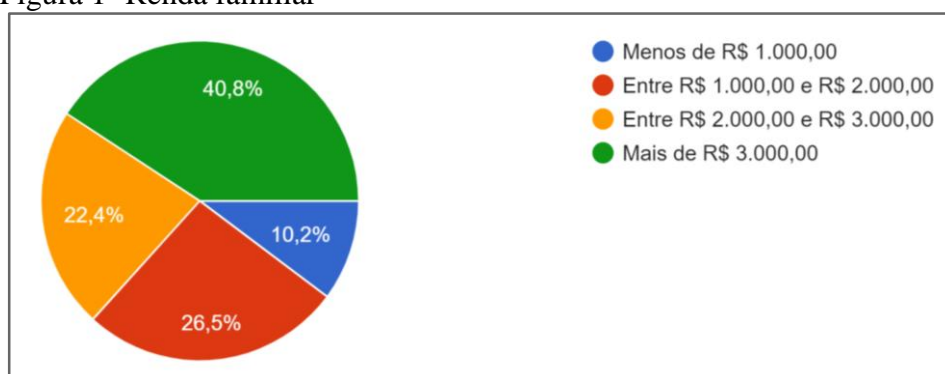
Este equilíbrio de gênero no consumo de açaí aponta para um mercado inclusivo e diversificado, onde as estratégias de marketing não precisam ser especificamente segmentadas por gênero, mas sim focadas em características universais do produto, como sabor, valor nutricional e versatilidade.

A escolaridade dos respondentes variou significativamente, abrangendo desde o ensino médio incompleto até o ensino superior completo. A maior parte dos participantes possuía ensino médio completo (30,6%) ou ensino superior incompleto (24,5%).

A diversidade de níveis educacionais entre os consumidores de açaí reflete a ampla aceitação do produto em diferentes estratos sociais. Este fator é crucial para a definição de políticas de educação alimentar e campanhas publicitárias que possam alcançar efetivamente todos os grupos educacionais.

A presença significativa de consumidores com renda familiar entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00 sugere que o açaí é um produto acessível e popular entre as classes médias (Figura 1). No entanto, também é consumido por grupos de renda mais baixa e mais alta, demonstrando a versatilidade do produto em diferentes faixas de renda.

Figura 1- Renda familiar



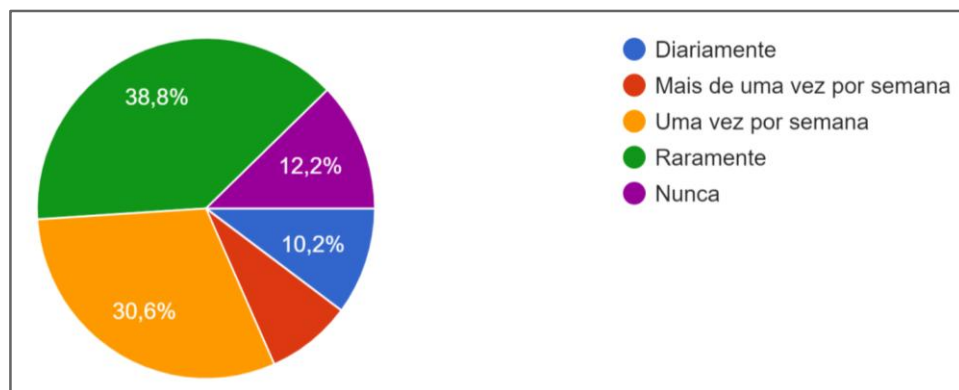
A análise da renda familiar é essencial para entender o poder de compra e a capacidade de acesso ao açaí entre diferentes segmentos da população. Estratégias de mercado podem ser desenvolvidas para tornar o produto ainda mais acessível a grupos de baixa renda, ao mesmo tempo em que se criam produtos premium para consumidores de renda mais alta.

### 3.2 Hábitos de Consumo

Os hábitos de consumo de açaí entre os participantes da pesquisa revelam uma forte aceitação do produto. A maioria esmagadora dos respondentes, 94%, afirmou gostar de açaí. Apenas 6% dos participantes indicaram não gostar ou não lembrar se já consumiram açaí. Este dado confirma a popularidade do açaí entre os moradores de Rondônia.

Em relação à frequência de consumo (Figura 2), 29% dos respondentes consomem açaí uma vez por semana, enquanto 29% o fazem raramente. Além disso, 10% dos participantes consomem açaí mais de uma vez por semana, e 10% afirmaram consumir diariamente. Esses dados indicam que, embora muitos consumidores apreciem o açaí, o consumo diário ainda é limitado a um grupo menor. A frequência semanal é a mais comum, sugerindo que o açaí é frequentemente incluído na dieta dos respondentes, mas não necessariamente todos os dias.

Figura 2- Frequência de consumo do açaí



As formas de consumo de açaí entre os participantes da pesquisa variam significativamente, refletindo preferências diversificadas dentro da amostra. A forma mais comum de consumo é o açaí na tigela, que foi a escolha de 45% dos respondentes. Esta preferência pode ser atribuída à popularidade do açaí como uma refeição ou lanche completo, especialmente quando servido com acompanhamentos como granola, frutas e mel, que complementam a textura e o sabor do açaí. Além disso, o consumo de açaí na tigela é frequentemente associado a uma experiência gastronômica mais rica e satisfatória, o que pode explicar sua popularidade.

Outros 18% dos participantes consomem açaí na forma de vitamina, que é uma opção mais líquida e geralmente combinada com outros ingredientes como leite ou sucos, resultando em uma bebida cremosa. A vitamina de açaí é uma alternativa conveniente para aqueles que preferem consumir o produto de forma rápida e portátil, o que pode ser uma razão para sua popularidade entre os consumidores que buscam praticidade.

Interessante notar que 16% dos respondentes indicaram consumir açaí de todas as formas listadas (tigela, vitamina, milk shake e suco), o que sugere uma flexibilidade no consumo e uma apreciação pela versatilidade do açaí. Em contraste, apenas 6% dos participantes preferem consumir açaí como milk shake, e 4% optam por suco. Esses dados indicam que a apresentação do açaí em forma sólida ou pastosa (como na tigela) é mais popular do que em bebidas líquidas. Isso pode ser devido à textura e à experiência de consumo que a tigela de açaí proporciona, a qual é percebida como mais substancial e satisfatória em comparação com as versões líquidas.

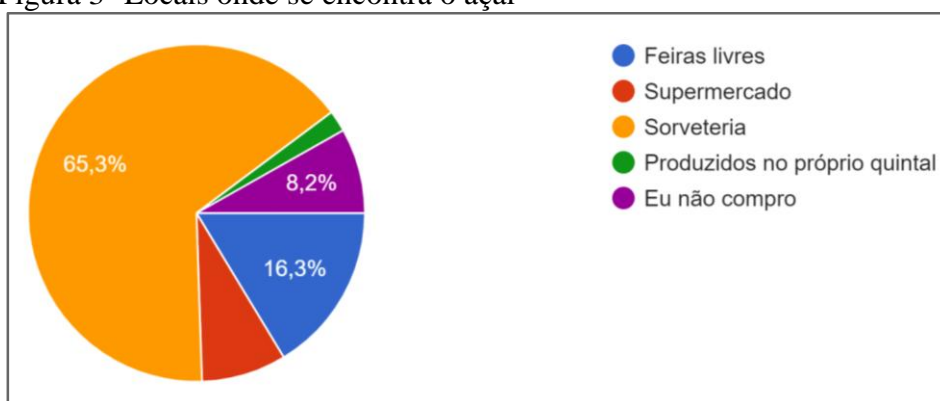
Os horários preferidos para consumir açaí também variam entre os participantes, mas a maioria (61%) prefere consumi-lo durante a tarde. Este dado sugere que o açaí é frequentemente visto como um lanche da tarde, ideal para recarregar as energias no meio do dia. Além disso,

22% dos participantes preferem consumir açaí à noite, o que indica que ele também é popular como sobremesa ou uma refeição leve antes de dormir. Apenas 10% consomem açaí pela manhã, o que pode indicar que o produto é menos associado ao café da manhã, talvez devido à percepção de que é mais pesado do que outras opções matinais tradicionais. Além disso, 6% dos respondentes indicaram que não consomem açaí regularmente.

Quanto aos locais de compra, a pesquisa revelou que as sorveterias são os pontos mais comuns para a aquisição de açaí, com 65,3% dos participantes optando por esses estabelecimentos (Figura 3). A preferência pelas sorveterias pode estar relacionada à qualidade percebida do produto, ao ambiente agradável para consumo e à variedade de opções de acompanhamentos disponíveis. As feiras livres são a segunda opção mais comum, escolhida por 16,3% dos respondentes, provavelmente devido à percepção de frescor e autenticidade dos produtos oferecidos nesses locais. Já os supermercados, escolhidos por 8,2% dos participantes, oferecem conveniência, mas podem não proporcionar a mesma experiência de consumo que as sorveterias ou feiras livres.

Apenas 2% dos participantes produzem açaí em seus próprios quintais, o que indica que a maioria dos consumidores depende de estabelecimentos comerciais para adquirir o produto. Além disso, 8,2% dos respondentes afirmaram não comprar açaí, o que pode indicar uma baixa frequência de consumo ou uma preferência por outras formas de aquisição, como a produção caseira em menor escala.

Figura 3- Locais onde se encontra o açaí



Esses dados, no conjunto, oferecem uma visão clara das preferências e comportamentos de consumo de açaí em Rondônia, fornecendo informações valiosas para o desenvolvimento de estratégias de marketing, distribuição e vendas que melhor atendam às necessidades e expectativas dos consumidores locais.

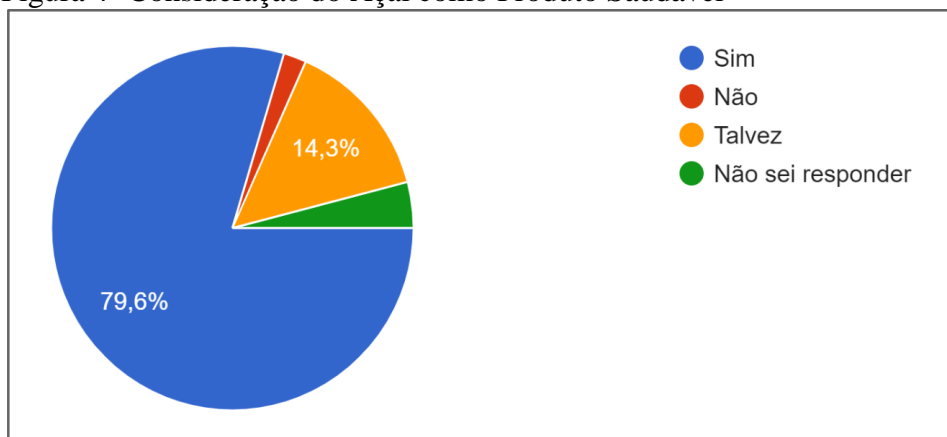
### 3.3 Consideração do Açaí como Produto Saudável

A percepção do açaí como um produto saudável é amplamente positiva entre os participantes da pesquisa (Figura 4). De acordo com os dados coletados, 79,6% dos respondentes consideram o açaí um alimento saudável, enquanto 14,3% indicaram que talvez o considerem saudável. Apenas 2% responderam negativamente, e 4,1% não souberam responder. Esses números destacam a forte aceitação do açaí como um alimento nutritivo e benéfico à saúde, o que pode ser atribuído ao seu perfil nutricional, rico em antioxidantes, fibras, e ácidos graxos essenciais.

Estudos como o de Pozo-Insfran et al. (2004) reforçam essa percepção, demonstrando que o açaí possui elevados níveis de compostos fenólicos, incluindo antocianinas, que contribuem para sua alta capacidade antioxidante. Esses compostos têm sido associados a uma série de benefícios à saúde, como a redução do risco de doenças crônicas, incluindo doenças cardiovasculares e câncer. A popularidade do açaí como um "superalimento" se deve, em grande parte, a esses benefícios percebidos, amplamente divulgados tanto na literatura científica quanto na mídia popular.

Além disso, a pesquisa de Pacheco-Palencia, Hawken e Talcott (2007) sugere que o consumo regular de açaí pode contribuir para a melhora do perfil lipídico e da função antioxidante no organismo, promovendo assim a saúde cardiovascular. Esses estudos não apenas corroboram a percepção dos consumidores em Rondônia, mas também indicam que o consumo de açaí pode ser uma estratégia eficaz para a manutenção da saúde e prevenção de doenças.

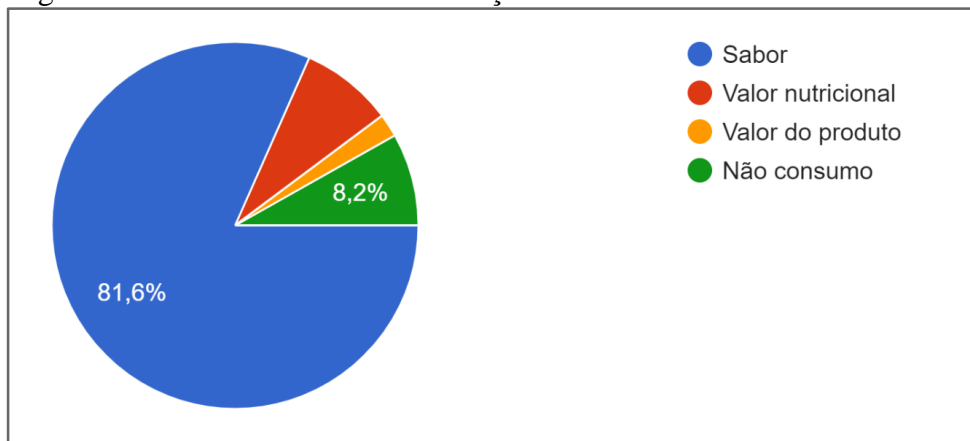
Figura 4- Consideração do Açaí como Produto Saudável



A preferência pelo sabor como principal fator de influência na decisão de consumo, mencionada por 81,6% dos participantes (Figura 5), reforça a ideia de que o açaí é apreciado não apenas por seus benefícios nutricionais, mas também por seu paladar agradável. Um

número menor de respondentes, 8,2%, destacou o valor nutricional como fator determinante para o consumo, indicando uma consciência sobre os benefícios à saúde proporcionados pelo açaí.

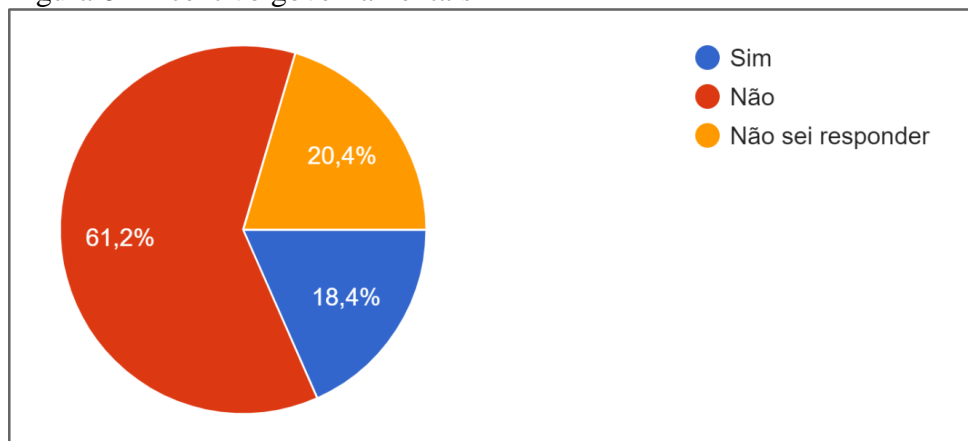
Figura 5- influência de consumo do açaí



### 3.4 Conhecimento sobre Incentivos Governamentais

Os dados relativos ao conhecimento sobre produtores de açaí que recebem incentivos governamentais revelam um nível limitado de conscientização entre os participantes da pesquisa (Figura 6). Apenas 18,4% dos respondentes afirmaram conhecer produtores que recebem esse tipo de incentivo, enquanto 20,4% disseram não saber responder e 61,2% afirmaram desconhecer qualquer produtor que receba incentivos governamentais. Esses números sugerem que, embora existam programas de incentivo governamental destinados a apoiar a produção de açaí, eles podem não ser amplamente divulgados ou visíveis para o público em geral.

Figura 6- incentivo governamentais

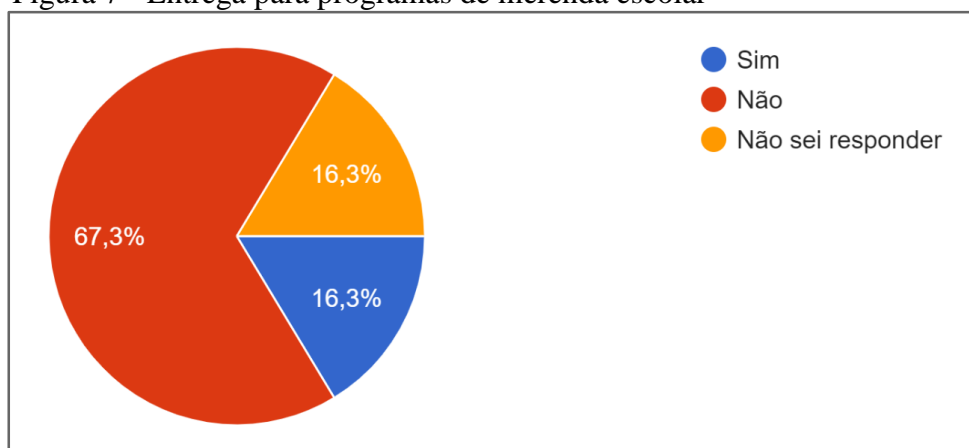


Este dado sugere que, embora existam programas de incentivo governamental, eles podem não ser amplamente conhecidos ou visíveis para o público em geral. Isso pode indicar a necessidade de uma maior divulgação desses programas para aumentar a conscientização sobre os benefícios e apoios disponíveis para os produtores de açaí.

Essa falta de visibilidade dos programas de incentivo governamental é consistente com estudos que apontam para a necessidade de maior transparência e comunicação nas políticas públicas voltadas para o desenvolvimento agrícola. De acordo com o estudo de Anderson et al. (2017), a eficácia dos programas de incentivo agrícola depende fortemente da divulgação adequada e do acesso à informação pelos beneficiários potenciais. A falta de conhecimento sobre esses incentivos pode limitar o impacto positivo dessas políticas na cadeia produtiva do açaí, particularmente em áreas rurais e entre pequenos produtores que poderiam se beneficiar significativamente dessas iniciativas.

Além disso, o conhecimento sobre produtores que fornecem açaí para a merenda escolar também é limitado (Figura 7). Apenas 16,3% dos respondentes afirmaram conhecer produtores envolvidos nesse tipo de fornecimento, enquanto 67,3% disseram não saber responder, e 16,3% afirmaram não conhecer nenhum produtor que forneça açaí para a merenda escolar. Essa situação é semelhante à observada com os incentivos governamentais, sugerindo uma oportunidade para melhorar a comunicação e a visibilidade dessas iniciativas.

Figura 7- Entrega para programas de merenda escolar



Esses dados refletem uma situação semelhante à dos incentivos governamentais, sugerindo que as iniciativas para incluir o açaí na merenda escolar podem não ser amplamente conhecidas pelos consumidores. Isso pode representar uma oportunidade para melhorar a comunicação e a visibilidade dessas iniciativas, destacando os benefícios do açaí na alimentação escolar.

A inclusão de açaí na merenda escolar poderia ter impactos positivos na nutrição de crianças em idade escolar, como destacado por Kremer et al. (2015), que discutem a importância de programas de alimentação escolar que utilizam produtos locais ricos em nutrientes. No entanto, a eficácia desses programas depende da conscientização e da aceitação por parte das comunidades envolvidas. A baixa visibilidade dessas iniciativas pode estar limitando seu potencial de impacto, tanto em termos de apoio aos produtores locais quanto de benefícios nutricionais para as crianças.

Estratégias de comunicação eficazes podem aumentar a visibilidade dos programas de incentivo e fornecimento de açaí, promovendo um mercado mais informado e engajado. Essas informações são essenciais para formular políticas públicas e estratégias de marketing que apoiem a cadeia produtiva do açaí e promovam seu consumo sustentável em Rondônia.

#### **4 CONCLUSÃO**

Este estudo revelou uma alta aceitação do produto, especialmente entre jovens adultos. A análise mostrou que o açaí é amplamente consumido de diversas formas, com preferência pelo consumo na tigela e durante a tarde, sendo as sorveterias o principal ponto de venda. A percepção positiva do açaí como produto saudável é predominante, embora haja um conhecimento limitado sobre os incentivos governamentais e iniciativas de fornecimento para a merenda escolar.

Os dados obtidos são fundamentais para orientar estratégias de marketing e políticas públicas que promovam a produção e o consumo sustentável de açaí na região. A divulgação mais ampla dos programas de incentivo e a promoção da produção sustentável podem fortalecer a cadeia produtiva do açaí, beneficiando tanto produtores quanto consumidores.

#### **REFERÊNCIAS**

**ABRAFRUTAS, Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados.** Crescimento em exportação de frutas, 2018.

ANDERSON, J. R., FEDER, G., & GANGULY, S. (2017). The rise and fall of training and visit extension: An Asian mini-drama with an African epilogue. **World Bank Research Observer**, 32(2), 199-229

BARDIN, L. **L'Analyse de contenu**. Paris: Presses Universitaires de France,

**BEZERRA, V. S.; SILVA, O. F.; DAMASCENO, L. F.** Açaí: produção de frutos, mercado e consumo. In: JORNADA CIENTÍFICA, 2. Anais... Brasília: Embrapa, 2016.

**BINOIS, D.** Os obstáculos à exportação do açaí no Brasil. Gestão Internacional, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012, p. 91.

**BUENO, S. M. et al.** Avaliação da qualidade de polpas de frutas congeladas. Revista do Instituto Adolfo Lutz, v. 62, n. 2, p. 121-126, 2002.

**CARVALHO, C. de C. et al.** Anuário Brasileiro da Fruticultura. Santa Cruz do Sul, RS: Editora Gazeta Santa Cruz Ltda, 2017. p. 1-49.

**CEDRIM, P. C. A. S.; BARROS, E. M. A.; NASCIMENTO, T. G. do.** Propriedades antioxidantes do açaí (*Euterpe oleracea*) na síndrome metabólica. Braz. J. Food Technol., Campinas, v. 21, e2017092, 2018.

**CONAB.** Conjuntura mensal. Brasília: Companhia Nacional de Abastecimento. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2014.

**CORDEIRO, Y. E. M. et al.** Aspectos bioquímicos de plantas jovens de açaízeiro (*Euterpe oleracea*) sob dois regimes hídricos na Amazônia Oriental. Biota Amazônia (Biote Amazonie, Biota Amazonia, Amazonian Biota), v. 7, n. 3, p. 52-56, 2017.

**CYMERYS, M.; SHANLEY, P.** Açaí. In: SHANLEY, P.; MEDINA, G. Frutíferas e Plantas úteis na vida Amazônica. Belém: CIFOR, 2005. p. 163-170.

**FALESI, L. A.; SANTANA, A. C.; SANTANA, Á. L.** A dinâmica do mercado de frutas na mesorregião Nordeste Paraense, no período 1985 a 2005. Teoria e Evidência Econômica, v. 16, p. 9-22, 2010.

**FARIAS NETO, J. T. et al.** Parâmetros genéticos e ganhos com a seleção de progênies de *Euterpe oleracea* na fase juvenil. Cerne, Lavras, v. 18, n. 3, p. 515-521, 2012.

**FREITAS, M.** Manual de Boas Práticas de Fabricação.

**HOMMA, A. K. O.** Açai, especulação e riqueza. *Estudos Avançados*, v. 20, n. 56, p. 197-208, 2006.

KREMER, Michael; BRANNEN, Conner; GLENNERSTER, Rachel. The Challenge of Education and Learning in the Developing World. *Science*, [S.L.], v. 340, n. 6130, p. 297-300, 19 abr. 2013. **American Association for the Advancement of Science (AAAS)**. <http://dx.doi.org/10.1126/science.1235350>.

**LIMA, A. A. B. et al.** Conservação de polpa de açaí (*Euterpe oleracea*) por congelamento. *Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos*, Curitiba, v. 28, n. 2, p. 303-312, 2010.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Abertura de mercados na Índia e em Singapura**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/abertura-de-mercados-na-india-e-em-singapura>. Acesso em: 24 jul. 2024.

**NEGRI, L.; BERNI, R.; BRAZACA, S. C.** Frutas brasileiras: estudos e potencialidades. São Paulo: Editora Example, 2016.

**NOGUEIRA, D. F. et al.** Avaliação da qualidade de polpas de frutas congeladas comercializadas em Belém, Pará. *Revista Brasileira de Fruticultura*, v. 33, n. 1, p. 234-243, 2011.

**OLIVEIRA, M. S. P.; FARIAS NETO, J. T.; MATTIETTO, R. A.; MOCHIUTTI, S.; CARVALHO, A. V.** Açai *Euterpe oleracea*. San Lorenzo: IICA, 2017.

**OLIVEIRA, M. S. P.; FARIAS NETO, J. T.** Cultivo do açaizeiro em terra firme. In: VASCONCELOS, M. A. M.; FARIAS NETO, J. T.; SILVA, F. C. F. Cultivo, processamento, padronização e comercialização do açaí na Amazônia. Fortaleza: Instituto Frutal, 2010.

PACHECO-PALENCIA, Lisbeth A.; HAWKEN, Palo; TALCOTT, Stephen T.. Phytochemical, antioxidant and pigment stability of açaí (*Euterpe oleracea* Mart.) as affected by clarification, ascorbic acid fortification and storage. **Food Research International**, [S.L.], v. 40, n. 5, p. 620-628, jun. 2007. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodres.2006.11.006>.

**PINTO, S. et al.** Açai: Fruto da Amazônia. Belém: Embrapa, 2010.

**POZO-INSFRAN, D. D.; BRENES, C. H.; TALCOTT, S. T.** Phytochemical composition and pigment stability of açai (Euterpe oleracea Mart.). *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, v. 52, n. 6, p. 1539-1545, 2004.

**RAMOS, R. T.; BENEVIDES, C. M.; PEREZ, C. E.** Frutas brasileiras: composição e benefícios à saúde. Fortaleza: Editora Example, 2006.

**REETZ, M. T.; SILVA, O. R.; PEREIRA, C. M.** Estudo da polpa de açai. *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, v. 35, n. 2, p. 130-138, 2015.

**ROCHA, C. B. et al.** Atividade antioxidante do açai (Euterpe oleracea Mart.) comercializado na cidade de São Paulo-SP. *Revista de Ciências Farmacêuticas Básica e Aplicada*, v. 36, n. 2, p. 195-202, 2015.

**RODRIGUES, P. A.; SILVA, A. S.; BRITO, A. C.** Consumo de açai na região Norte do Brasil. *Revista Brasileira de Fruticultura*, v. 40, n. 1, p. 123-130, 2018. **SANTANA, A. C.; COSTA, F. A.** Mudanças recentes na oferta e demanda do açai no Estado do Pará. In: *Análise sistêmica da fruticultura paraense: organização, mercado e competitividade empresarial*. Belém: Banco da Amazônia, 2008. p. 205-226.

**SILVA, R.** Embrapa disponibiliza Sistema de Produção do Açazeiro para Amazônia Ocidental. Brasília: Embrapa, 2019.