



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU-PPLS
PROGRAMA INTERNACIONAL DE FORMAÇÃO DE
ESPECIALISTAS EM DESENVOLVIMENTO DE ÁREAS AMAZÔNICAS - FIPAM
XXVII
GESTÃO AMBIENTAL E MANEJO DE PAISAGEM

DEYBSON ADRIANO PATRICIO DA SILVA

AÇAÍ: EXPANSÃO COMERCIAL E CADEIA PRODUTIVA

Belém

2017

DEYBSON ADRIANO PATRÍCIO DA SILVA

AÇAI: EXPANSÃO COMERCIAL E CADEIA PRODUTIVA

Belém
2017

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP) Biblioteca
do NAEA/UFPA

Silva, Deybson Adriano Patrício da

Açaí: expansão comercial e cadeia produtiva / Deybson Adriano Patricio da
Silva; Orientadora Edna Maria Ramos de Castro - 2017.

49 f.: il.; 30 cm

Monografia (Especialização) – Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos
Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Gestão Ambiental e Manejo
de Paisagem, Belém, 2017.

1. Açaí - produção. 2. Açaí – Aspecto econômico. 3. Exportação. 4. Solos-
Manejo. I. Castro, Edna Maria Ramos de, Orientadora II. Título.

CDD 22. ed. 338.76349745

DEYBSON ADRIANO PATRICIO DA SILVA

Açaí: expansão comercial e cadeia produtiva

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação Latu Sensu, Curso de Especialização em Gestão Ambiental e Manejo de Paisagem, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, da Universidade Federal do Pará, como requisito para a obtenção do título de Especialista em Gestão Ambiental e Manejo de Paisagem.

Orientadora: Profa. Dra. Edna Marisa Ramos de Castro

Aprovado em: 02 de setembro de 2017

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Edna Maria Ramos de Castro - Orientadora

Prof. Dr. Eunápio Dutra do Carmo - Examinador

Prof^o. Msc. Jondison Cardoso Rodrigues — Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que permitiu que eu tivesse paixão e esperança para a conclusão desse trabalho e superar as dificuldades.

À Universidade Federal do Pará, sobretudo ao NAEA, à comunidade acadêmica a qual tive o imenso prazer de fazer parte como aluno e obter o enriquecimento de conhecimentos e a possibilidade de novos horizontes.

Agradeço por esta banca e suas contribuições que favorecerem à pesquisa, em especial a minha orientadora Prof^a. Dra. Edna Maria Ramos de Castro, pelo apoio no processo de elaboração e conclusão do trabalho, pelo seu direcionamento que foi de grande importância para mim.

Agradeço a todos os professores, profissionais qualificados, pois através deles pude acrescentar experiência educacional, cultural e efetivação de caráter.

Meus agradecimentos aos amigos e colegas de turma, que compartilharam comigo nessa trajetória saberes, influências e alegria, o quão grato sou por ter conhecido cada um. E por aqueles que me ajudaram no apoio desse trabalho com sua sensibilidade de companheirismo, Rafaela Cunha e Arthur Cruz.

E ao meu grande amigo Alexandre Souza que, desde o início da minha trajetória do NAEA, esteve me apoiando no que precisei.

A todos que direto e indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

O açaí possui significativa importância cultural e econômica na Amazônia, e nos últimos anos vem aumentando a visibilidade externa do fruto através de uma extração feita por famílias tradicionais para consumo próprio e pequena comercialização, assim como a produção industrial. Com a crescente demanda de consumo, o açaí tem despertando interesse comercial e outras esferas de mercado, e passou a ter um cultivo mais intenso e planejado para possivelmente atender essa demanda. Nessa expectativa o trabalho norteia em compreender a dinâmica da cadeia produtiva do açaí no circuito inferiores e superior de economia, a partir da sistematização e recorte empírico o município de Belém. Sua rentabilidade é consideravelmente alta quanto ao retorno econômico para o estado do Pará; a circulação do açaí local tem viés de mercado formal e informal para a geração de renda e sustento de famílias no espaço social, e surgimento crescente de empresas de exportação e suas disparidades de retorno econômico para o estado na produção do açaí. Obstáculos na produção da demanda açaí, necessitou de investimentos governamentais para o ciclo inferior, são abordados no trabalho, assim como o valor nutricional do açaí como interesse de consumo externo. O trabalho se edifica na argumentação a partir de resumos bibliográficos e entrevistas com atores ligados à cadeia em diferentes posições, além do enfoque teórico de autores que discutem o tema. Os resultados apontam uma significativa e crescente expansão do açaí no mercado local, nacional e internacional, com valores e análises de dados expressivos que especulam uma tendência desse crescimento econômico.

Palavras-chaves: Cadeia Produtiva. Exportação. Extrativismo. Manejo. Rentabilidade.

ABSTRACT

Açaí has significant cultural and economic importance in the Amazon, and in recent years the external visibility of the fruit has been increasing through extraction by traditional families for own consumption and small commercialization, as well as industrial production. With increasing demand for consumption, the açaí has aroused commercial interest and other market spheres, and started to have a more intense and planned crop to possibly meet this demand. In this expectation the work is oriented to understand the dynamics of the açaí productive chain in the lower and upper economy circuits, from the systematization and empirical cut of the municipality of Belém. Its profitability is considerably high as regards the economic return to the state of Pará; the circulation of the local açaí has formal and informal market bias for the generation of income and livelihood of families in the social space, and increasing emergence of export companies and their disparities of economic return to the state in the production of açaí. Obstacles in the production of açaí demand, required government investments in the lower cycle, are addressed in the work, as well as the nutritional value of açaí as external consumer interest. The work builds on the argumentation from bibliographical summaries and interviews with actors connected to the chain in different positions, besides the theoretical approach of authors who discuss the theme. The results point to a significant and growing açaí expansion in the local, national and international market, with values and analysis of expressive data that speculate a tendency of this economic growth.

KEYWORDS: Productive Chain. Export. Extractivism. Management. Profitability

SUMÁRIO

1 INTODUÇÃO	9
2 METODOLOGIA	11
3 ASPECTOS CULTURAIS E ECONÔMICOS	12
4 PROBLEMAS ASSOCIADOS A COMECIALIZAÇÃO DO AÇAÍ	14
5 A COMERCIALIZAÇÃO DO AÇAÍ	18
5.1 Comercialização regional	18
5.2 Comercialização nacional.....	24
5.3 Exportalção para o comércio internacional.....	28
5.4 Conservação ambiental para a comercialização do açaí.....	31
5.5 Nota sobre produção familiar.....	33
6 PESQUISA DE CAMPO	34
6.1 Feira do açaí.....	34
6.2 Empresa 100% Amazônia.....	36
6.3 Entrevistas.....	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
8 REFERENCIAS	46

1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho incorpora-se em uma pesquisa sobre a valorização do açaí (*Euterpe Oleracea Mat.*), um produto de raízes culturais que vem ganhando cada vez mais força no mercado externo, causando mudanças significativas no quadro econômico do estado do Pará (NAVEGANTES, 2015). Assim, o objetivo da pesquisa é analisar e compreender a cadeia produtiva do açaí e fatores que sobrepõe à valorização do fruto à partir do início da década de 90 em escala local, nacional e internacional.

Nesse pressuposto, o presente trabalho se constrói partindo de um esforço de compreensão da dinâmica do açaí, à partir dos circuitos econômicos que envolvem extração e circulação do fruto do açaí. Através dessa análise, o açaí que têm desempenhado um papel importante na economia regional do Pará e de grande relevância em outros estados como Amazonas, Maranhão, Amapá, vem expandindo cada vez mais o cenário econômico da região amazônica, do Brasil e no mundo.

Segundo BARROS (2007), A comercialização é um sistema de mercado de relação entre indivíduos a um encadeamento de atividades onde compreendem seus esforços como produzir para a lucratividade é o fator principal de retorno econômico, oferecendo serviços atrativos que viabilizam a manutenção da economia local ou externa, de produtos naturais ou não naturais que são ofertados no mercado.

Para isso o espaço social, o que chamamos de “local” para as relações de comércio, é de extrema importância entre vendedores e compradores, sejam eles de varejo ou atacado. Do mesmo modo, o processo de produção agrícola da mercadoria do produtor consiste no custo da mão de obra, desde sua extração até e venda finalizada e tempo gasto até o espaço local para a oferta, em valores específicos ou negociados entre os agentes do cenário primário de compra e venda do produto e sua determinada quantidade dentro da cadeia comercial em uma ramificação de demanda e oferta.

O açaizeiro (*Euterpe oleracea Mart.*), uma palmeira da região de várzea e igapó, típico de regiões tropicais do estuário amazônico, onde se extrai a fruta, hoje é cultivada também em terra firme propriamente para a comercialização do açaí. Um item de agro extrativismo, manualmente feito por ribeirinhos, população local de baixa renda, é atual referência do estado paraense em comida típica (OLIVEIRA,

2002) O comércio do fruto vem obtendo resultado positivo em seu rendimento da exploração até a exportação: o que antes muito consumido e comercializado regionalmente através de um costume cultural, hoje ganha espaço de circulação em escala nacional e internacional. Diante disso, o açaí nos últimos anos tem sido foco de interesses e investimentos privados para uma produção de maximização da lucratividade.

Dentro destas perspectivas de maior inserção do comércio do fruto na esfera econômica da região amazônica, questiona-se por que há diferenças econômicas entre produção regional de circuito inferior e setores de exportação de circuito superior e por que esses setores estão ganhando mais visibilidade comercial fora do estado do que a comercialização dentro da própria região produtiva? A partir de que momento a fruta começou a ser sinônimo de lucro dentro e fora da região? Já que, a comercialização ganhou espaço em redes de supermercados, *fast food* e academias por todo o país e nas esferas internacionais (NAVEGANTES; ARAÚJO, 2015).

Na busca por horizontes “conclusivos” diante destas questões, a trajetória metodológica do trabalho discorre sobre a dinâmica econômica e social relativa ao manejo do açaí paraense. A análise de dados secundários passados e mais recentes ligados a comercialização e ao valor econômico agregado ajudam a entender o processo da tramitação do fruto e sua rentabilidade. Estatísticas apresentadas de alguns estudos ajudam a compreender o processo em uma visão geral, com valores quantitativos e econômicos.

Em suma, a produção do açaí é recente em termos de espaço competitivo no mercado. Sua produção exclusiva para a sustentação de famílias locais ainda é grande, porém sua expansão já é altamente considerada e reconhecida, que ganhou força econômica no estado do Pará e sendo vista pela valorização nutricional fora dele e deixou de ser classificado como um bem restrito interno do estado (VALLES, 2013).

A produção do açaí vem conquistando mercados externos e bem aceito nas capitais brasileiras, se adaptando a uma nova demanda de consumo. O investimento na compra para esses mercados têm uma tendência grande a crescer, pois hoje se exporta toneladas da polpa do fruto. E com o açaí em alta, foi ganhando também espaço internacional, que o Pará já exporta a polpa para outros países, com a mesma ideia de valores nutricionais (HOMMA 2015).

O presente trabalho faz uma revisão da literatura sobre o comércio do Açaí produzido no Estado do Pará, e está dividido em 6 partes; o primeiro momento é considerado essa introdução apresentado o objetivo, e o segundo, terceiro e quarto momento, respectivamente, vamos discorrer sobre a metodologia, aspectos culturais e econômicos, problemas associam a cadeia de produção. O quinto momento se dissocia sobre o desenvolvimento falando da questão da cadeia e produção do circuito inferior do açaí e sexto momento abordando uma análise mais empírica considerando a produção interna do estado, circulação na capital e sintetizando escalas de exportação nacional e internacional, que fornecerão dados fundamentais para as discussões deste trabalho através da pesquisa de campo que será o último momento.

2. METODOLOGIA

A construção metodológica foi baseada em revisão de pesquisas bibliográficas de autores que se aprofundaram no tema do açaí, como Silva (2010), Homma (2015) e Souza (2014), apontando análises de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e estatística (IBGE) antigos e mais recentes, Secretaria do Estado da Fazenda (SEFA), Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) que demonstram uma variação na demanda do consumo de açaí por meio de pesquisas sobre a produção da fruta e identificando mudanças econômicas em diferentes períodos anuais.

Para complemento deste trabalho, fez-se pesquisa de campo com intuito de compreender o papel da cadeia produtiva comercial do açaí. Entrevistou-se, com levantamento de questionário improvisado, como instrumento metódico, pessoas ligadas ao circuito inferior do açaí, os comerciantes da feira do açaí: vendedores, atravessadores de embarcações e pessoas ligadas ao extrativismo que foram escolhidos aleatoriamente devido intensa movimentação no horário de pico realizado as 4:30hs da manhã, 28 de julho de 2017.

Fez-se entrevista com uma pessoa do circuito superior da economia do açaí, referente à empresa e exportação, que foi realizada na data de 03 de agosto de 2017.

Realizamos registros fotográficos na pesquisa de campo para agregar ao trabalho e construção de mapa para explicar a transportação fluvial do açaí.

3. ASPECTOS CULTURAIS E ECONÔMICOS

As frutas regionais do Pará são, historicamente, importantes para a economia local, não apenas na esfera de consumo, mas de igual maneira em articulação com dimensões culturais e sociais como festivais e fabricação de derivados que dinamizam a economia local. Hoje se tem uma demanda muito grande para o comércio e consumo delas em vários lugares do Brasil, cuja rentabilidade se tornou significativa ao longo da década de 90.

Segundo Rogez (2000), as atividades produtivas do açaí se inicia em áreas sem um cultivo provocado, um modo de produção agrícola nas proximidades dos rios amazônicos. Nessas regiões estão firmadas grandes populações de *Euterpe Oleracea Mat.*, palmeira do açaí, áreas que reúnem elementos geográficos favoráveis para o seu cultivo e ocupação de famílias ribeirinhas, que foram as pioneiras da extração do fruto do açaí, isso quando ainda se produzia primordialmente apenas para o consumo doméstico.

Homma (2015), afirma que além da *Euterpe oleracea*, predominante dos estados do Pará e Amapá, existem outras duas espécies da palmeira produtora do açaí; a *euterpe precatória*, que advém do estado do Amazonas e *euterpe edulis*, originária da mata atlântica.

Com o açaí ganhando visibilidade comercial e mercado, a exploração do fruto foi inaugurando um novo contexto de extração e cultivo, e uma forma de manejo diferenciada, reunindo elementos de técnicas mais pretéritas e modernas. Esse cultivo veio a se expandir em áreas além das de igapó e várzea que são áreas inundadas, rumo a áreas de terra firme, pois a palmeira é perfeitamente adaptável nesse tipo de solo, e apresenta muitas áreas úmidas com condições edafoclimáticas ideais para o plantio do açaí (ROGEZ, 2010).

A fruta do açaí é encontrada também em outros estados do norte do país, como Maranhão, Amapá, Acre, Roraima e Rondônia sobre o solo de várzea, terra firme e igapó do imenso estuário amazônico que hoje compõe a economia do estado através de uma larga produção do açaí e originar diversas finalidades típicas e

atípicas para o comércio-consumo, mas é o Pará que detém a grande massa produtiva do açaí (ROGEZ, 2010).

A técnica para a extração é realizada de modo rústico e manual, o ribeirinho usa à técnica de subir na palmeira, de diâmetro fino, que pode chegar até 30 metros de altura, a extração é feita o ano todo com épocas de boas safras e de baixa safra, especialmente na última metade do segundo semestre – considerada a melhor época – com colheitas de duas a três vezes maiores que na época chuvosa e de melhor qualidade, o que colabora positivamente para a renda da população local. A logística da produção do açaí desde a extração, até as feiras e pontos de vendas, assume o papel fundamental no o centro comercial popular de Belém e outros pontos de venda em feiras livres do açaí *in natura*. Considerando que a qualidade da fruta é, naturalmente, importante para a rentabilidade comercial, procura-se cuidadosamente verificar o processo de como e onde está sendo transportado e armazenado, o bom preparo inicial qualitativo do açaí garante o atrativo comercial do produto (EMBRAPA, s/d).

Importante ressaltar que o processo de transporte regional do açaí pode a ser de modo rodoviário através de caminhões, quando de cultivo em terra firme e hidroviário com embarcações de baixo porte para a produção das regiões de várzea e igapó, preocupando-se sempre em manter sua qualidade e produção, principalmente quando se trata de exportar da fruta *in natura* de caráter sazonal, pois fatores externos podem comprometer o produto, como a exposição demasiada ao sol e microrganismos. Assim que extraído dos locais de manejo, o açaí é direcionado às bordas de Belém, geralmente levado pelos próprios ribeirinhos que fazem a extração para a negociação com os comerciantes da capital para vender aos consumidores da cidade na forma de suco, compondo assim o circuito inferior da economia do estado. (HOMMA; NOGUEIRA; MENEZES; CARVALHO; NICOLI; MATOS, 2006).

O estado do Pará é visto como o grande produtor de açaí com a demanda maior de consumo, parte da chamada entre safra é advinda dos estados do Maranhão, Acre, Amazonas, Rondônia, sendo a maioria da produção do Amapá é de origem de alguns municípios do Pará, especificamente a ilha do Marajó em Chaves e Afuá (HOMMA; NOGUEIRA; MENEZES; CARVALHO; NICOLI; MATOS, 2006).

Para Navegantes et. al (2015), o açaí é um atributo especial na mesa de famílias ribeirinhas e culturalmente forte no estado, sendo grande parte da renda familiar extrativista vinda da produção do fruto, na sua maior parte destinada para consumo interno que, segundo dados do IBGE (2015), essa produção corresponde a 59% para a comercialização regional. Como consumo de base e hábitos alimentares da população paraense, mas já ganha atrativos fora do estado.

Nesse contexto, surge a necessidade de aumentar a produção e cultivo do açaí, devido demanda se intensificando no mercado, quando passou a ser mais intenso o interesse pela exploração da fruta para a exportação nacional nos anos de 1990. O reconhecimento do açaí se expandiu Brasil afora e chegando a grandes capitais brasileiras, principalmente pelo seu valor nutritivo e antioxidante abordado neste trabalho, ainda tendo um papel relevante na exportação para outros países como Estados Unidos, Japão, União Europeia (SANTANA; GOMES, 2005, SILVA; SANTANA; REIS, 2006).

Essa expansão e a "descoberta" do açaí ganhou proeminência através do turismo no Pará, no bojo da atratividade turística da biodiversidade típica da região amazônica, influência sobre os benefício à saúde e assim, gradualmente, foi se conhecendo riquezas culturas da terra, sendo o açaí uma delas, como comida tipicamente regional, ocupando um "status" nacional, e Pará figura como maior exportador de açaí do Brasil. (PORTINHO; ZIMMERMANN; BRUCK ,2012).

4. PROBLEMAS ASSOCIADOS A CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DO AÇAÍ

A cadeia produtiva agrícola está associada a um elo entre os agentes do setor agroindustrial e sistema de produção familiar tradicional, passando por um gerenciamento de relações comerciais sobre um determinado produto em torno do seu ciclo produtivo desde uma área delimitada que se refere a uma região de produção inicial até ao longo percurso e final consumidor (SOUZA et al., 2012)

Na definição de Arbage (2004), os conceitos de cadeia produtiva decorrem da identificação dos principais geradores do sistema agroalimentar, que trabalham dentro de uma competitividade de mercado estabelecendo a linha de produção do circuitos econômicos, distribuição e comercialização, ou seja, toda a atividade

realizada dentro de uma logística comercial do objeto de produção ligando-se ao setor primário, mas também com outras conexões de cadeias produtivas de *commodity*¹ e produtos de pequena escala. O autor abrange outras definições de produções como: sistema agroindustrial, cadeia de produção, cadeia de suprimentos e cadeia de valor, e todos esses conceitos então interligados através de um sistema agro de produção.

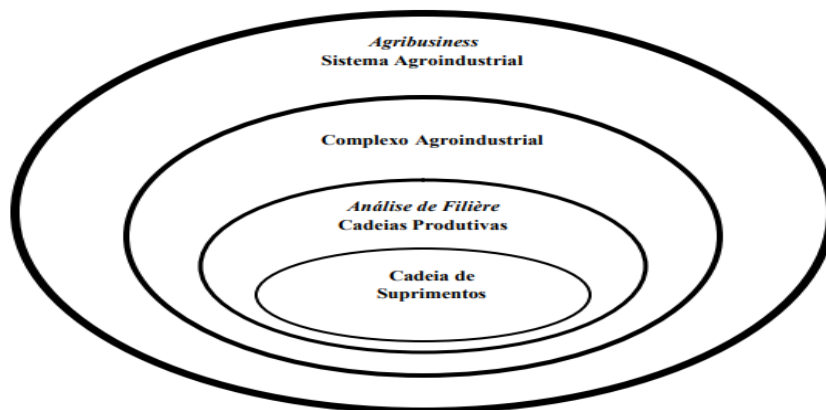
Arborge (2004), demonstrou sua análise sobre sistemas de produção no quadro abaixo:

Quadro 1: Definições relativas as cadeias que integram o Sistema e produção

Nome	Definição
Agribusiness ou Sistema Agroindustrial (SAI)	É formado pelo conjunto de atividades e agentes que concorrem para a produção de produtos com origem no setor primário. Estende-se a produção de insumos para as fazendas até a chegada do produto ao consumidor final.
Cadeia de Produção ou Complexo Agroindustrial	Corresponde uma série de conexões que se estabelecem em torno da produção agropecuária e do complexo agroindustrial, abrangendo todos os agentes que compõem a produção, distribuição e comercialização da <i>commodity</i> ¹ .
Cadeia Produtiva	Envolve um encadeamento produtivo, em um nível menor, relativo a uma área geográfica delimitada.
Cadeia de Suprimentos	Tem como enfoque a logística decorrente da perfeita integração entre todos os agentes para obtenção de uma sintonia.
Cadeia de Valor	Composta por todas as atividades envolvidas no ciclo de vida do produto, que focaliza o consumidor como indutor dos procedimentos ao longo desta cadeia.

Fonte: ARBAGE, 2004

Outra demonstração de interligação entre empresas e setor primário de produção de maior e menor abrangência é esplanada na figura abaixo:



¹ Figura 1: Níveis de Análise Agroindustrial
Fonte: Arbage, 2004

Dentro da análise da cadeia de produtiva, uma sequência de aspectos deve ser observada, sejam eles positivos ou negativos. Alguns problemas que podem interferir no meio ou no final do ciclo da cadeia produtiva, principalmente aqueles de características sazonais, que decorrem de um suporte maior para manter seu aspecto inicial, como é o caso do açaí.

Ao lidar com a comercialização do açaí, a gestão logística está ligada à eficiência e eficácia quanto ao destino do fruto *in natura* ou em polpa, fruta processada por meios técnicos, seu transporte é um dos fatores que faz todo o sentido para o crescimento econômico no ramo do açaí para o estado do Pará. Isso está diretamente relacionada à crescente demanda do consumo, ressaltando a preocupação com a qualidade e o manejo e distribuição para a comercialização, incluindo uma boa administração desde a extração até a comercialização final do açaí, para assim diminuir fatores perda de qualidade durante a exportação, já que a distância e conservação do produto pode afetar sua qualidade final. O consumo de curto prazo após a colheita é o mais apropriado, pois garante a aquisição de todos os valores de componentes nutricionais do suco. A temperatura ambiente e o contato com microrganismos tornam o açaí altamente perecível, logo a técnica do resfriamento e congelamento é um método para aumentar a durabilidade da poupa do açaí transportado (MENEZES; TORRES; SRUR; 2008). Porém esse método de congelamento ou pasteurização, afirma o autor, é capaz de ocasionar a perda

¹*commodity*: é um termo proveniente da língua inglesa utilizado nas transações comerciais de produtos de matéria-prima na bolsa de valores, para se referir a produtos de qualidade e características uniformes, que não são diferenciados de acordo com quem os produziu ou de sua origem (WIKIPEDIA,2017).

nutricional da polpa, que alteram o valor nutricional do açaí inclusive seu aspecto visual (Menezes et al., 2008).

Portilho (2012), certifica que em uma larga escala de exportação, as condições de melhor aproveitamento dos nutrientes são de períodos de safra, quando o açaí está na melhor qualidade para a colheita e com todos os nutrientes mantidos, pois a polpa madura está no melhor rendimento nutricional e pigmentar. Para o consumo de curto prazo ele é bem mais aproveitado. A suscetibilidade do fruto a alterações morfológicas e nutricionais aumenta em função das condições ambientais e também diante de longas distâncias submetido a condições inadequadas de armazenamento, diminuindo suas funções organolépticas, já que o congelamento altera seus valores nutricionais.

Andrade et. al. (2003), compartilha da mesma ideia onde o transporte também influencia na qualidade do açaí. A comercialização para fora do estado do Pará é feita em vias de caminhão frigorificados, em meio a longa distância como São Paulo por exemplo, ao chegar ao seu destino final as empresas normalmente fazem uma checagem para averiguar as condições e qualidade do açaí transportado em polpa, por conta da alta perecibilidade. O açaí congelado deve ser entregue em aproximadamente uma semana após seguir viagem às empresas importadoras.

O açaí transportado sofre alterações devido à presença microbiana, um dos fatores principais que torna o fruto curta duração. Para a indústria de comercialização, adotou-se métodos de conservação que oferece mais durabilidade ao açaí comercializado para fora do estado ou fora do País.

A pasteurização, já citada neste trabalho, é um processo utilizado para conservar o açaí em modo de congelamento que retarda o processo metabólico do fruto e que pode ter uma durabilidade por mais de 12 horas para suportar longas viagens. Outro processo conhecido é a desidratação, método em retirar quase que toda a água do açaí em polpa é chamado de atomização (spray dryer), manuseado em uma câmara de secagem, que no final do processo o açaí apresenta o aspecto em pó (NOGUEIRA et. al. 2005).

Segundo Nogueira et. al. (2005), o processo de pasteurização encarece o produto devido a utilização de tecnologias, e ainda perde o sabor original, por essas questões o melhor consumo é o de fabricação local pelos batedeiros da região.

5. A COMERCIALIZAÇÃO DO AÇAÍ

5.1 O mercado regional

A produção do açaí no mercado do estado do Pará, historicamente, era fundamentada na agricultura familiar baseada em pequenos hectares nas áreas de várzea e igapó do estuário amazônico paraense. Nesse quadro, a economia ainda mantinha pouca rentabilidade nos municípios e na capital do estado e consistia em pequenos produtores e comerciantes que faziam a economia circular com foco principal do consumidor em Belém. Em meados da década de 1980, houve uma transfiguração da demanda do consumo a partir do crescimento populacional, a produção do açaí passou a ser atribuídos em ramos de mercados agrícolas agroextrativistas para a expansão do comércio do fruto. (SOUZA et al., 2011).

O açaí paraense está presente na mesa diária de grande parte da população paraense, da grande Belém e do interior do estado do Pará. O suco do fruto é bastante popular nos bairros da capital, onde o fruto é processado nos pontos comerciais, com pessoas trabalhando no rol do mercado formal e informal, compondo o quadro econômico que hoje se torna relevante para a cidade e sendo fonte básica de alimento para muitas famílias. Culturalmente pode ser usado o açúcar e farinha de mandioca, podendo ser degustado com camarão e outras especiarias de costumes como complemento. Não apenas como alimento o açaí, historicamente, se tornou fonte de renda familiar, gerando empregos diretos e indiretos, causando influência na estatística socioeconômica de quem depende dessa atividade econômica para a sobrevivência (SOUZA et al., 2011).

Nogueira et. al. (2011), afirmam que cerca de 25 mil pessoas estão articuladas na economia do circuito econômico da cadeia produtiva do açaí no estado do Pará.

Para uma economia regional direcionada no ramo de produção do açaí, já citadas neste trabalho, há pontos de comércio em destaque que podemos chamar de “comércio primário” que se mantém até hoje numa voluptuosa e constante comercialização do açaí, pontos já pesquisados em outras obras, é o mercado do Ver-o-Peso em Belém.

Segundo Silva (2010), conhecida como a maior feira livre da América Latina, o Ver-o-Peso é referência em turismo do Pará e forte mercado regional da capital por comercializar uma multiplicidade de produtos em atividades distintas na relação compra, venda de produtos alimentícios, grandes variações de frutas típicas e atípicas, produtos industrializados e artesanatos do circuito inferior. A importância desse espaço social, contribui para a visão cultural histórica do estado, sob um grande aspecto visual como cartão-postal da Amazônia do complexo da feira, enfatizando a cultura local paraense, que possui uma abrangência ampla de comerciantes através de décadas. Desde 1977 como um conjunto de paisagem que impulsiona o turismo e alavancando a economia que, são características que vão além de mercado, que se debruçam em uma identidade histórica e cultural dos paraenses.

A feira do Ver-o-Peso demonstra movimentos históricos de economia, mercados e feira específica do açaí dentro desse espaço social:

O comércio e as primeiras movimentações na área que hoje se compreende como Complexo do Ver-o-Peso, como foi visto, remontam o início da conquista territorial da Amazônia pelos portugueses. A feira do Ver-o-Peso, inserida neste complexo, guarda marcas históricas que remontam diferentes momentos da formação territorial de Belém como, por exemplo, o Mercado de Ferro e o Mercado da Carne ambos emergidos como fruto das riquezas geradas a partir da economia gomífera no final do século XIX e início do século XX (SILVA, 2010, p.5).

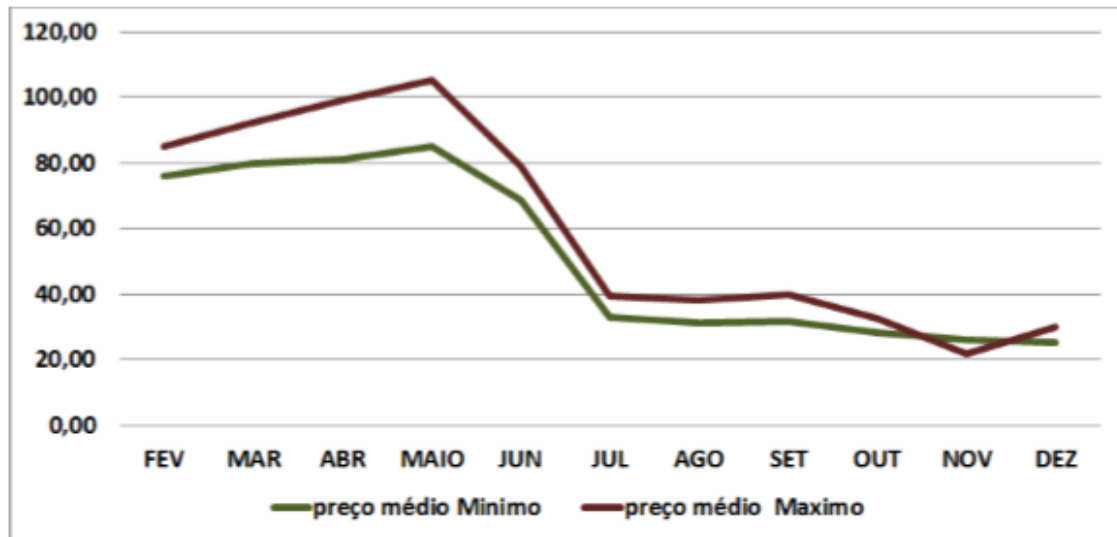
Um setor de circulação socioeconômico do agro extrativismo da fruta do açaizeiro, localizado às bordas da Baía do Guajará, onde são alocados, diariamente, através de embarcações fluviais, toneladas de açaí para vendas em atacados por uma grande massa de trabalhadores com forte nível de informalidade que compõem a população de baixa renda voltada para o mercado do açaí. Essa produção do fruto é extraída das ilhas próximas da Baía e de alguns municípios como Abaetetuba, um dos municípios promissores de comercialização do açaí.

Pode-se conferir que a quantidade de produção está relacionada com períodos semestrais, assim afirmam Nogueira e Santana (2009). Por um aspecto econômico, a safra e entre safra causa uma variabilidade de custo no consumo do açaí, pois no período correspondendo aos meses de agosto à dezembro, é o tempo que se obtém o maior número de colheitas e conseqüentemente maior lucratividade. Na fase de entre safra, ocorre uma diminuição da produção no período de janeiro à

junho, e afeta diretamente no preço do açaí em fruta e em polpa comercializada, que sofre acréscimo no valor por conta da pouca produtividade:

A medida padrão de comercialização do fruto de açaí é a lata ou rasa de 14,2 quilos. Durante a safra, a lata é comercializada em Belém ao preço de R\$ 7,00. Contudo, no período de entressafra o preço do açaí se eleva muito, alcançando a marca de R\$ 100,00 a lata (SANTANA; COSTA, 2008).

Gráfico 1 - Preço Pago ao produtor na Feira do Açaí em Belém/PA ano 2015

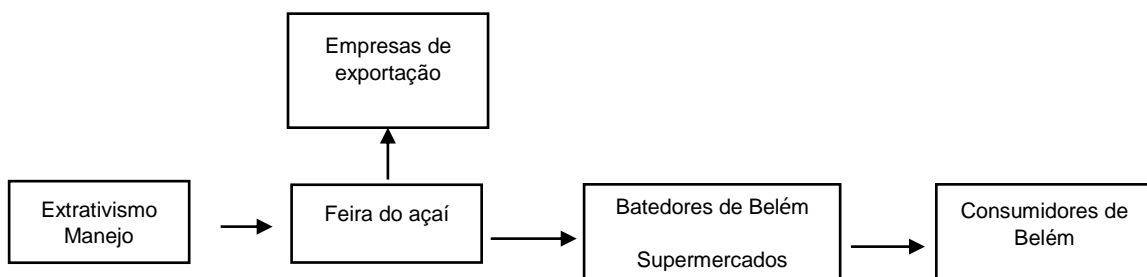


FONTE: CONAB (2016)

O quadro acima sintetiza a variação do preço, que na entre safra, no primeiro semestre de 2015, a venda do açaí in natura foi comercializada a R\$110,00 a lata com 14kg de açaí in natura e, na transição para a safra, o preço decaiu para R\$21,67. Isso ocorre devido a qualidade e quantidade de produção que aumenta no segundo semestre. Essa demonstração gráfica associa-se ao tempo cultural e amazônico do açaí, são períodos já conhecido pela população paraense em ter consciência das alterações do preço do açaí semestralmente.

Um análise da dinâmica do circuito inferior do açaí é expressa na ramificação abaixo, que corresponde a comercialização e destino do açaí *in natura* na cidade de Belém:

Figura 2 – Fluxo de comercialização do açaí na cidade de Belém.

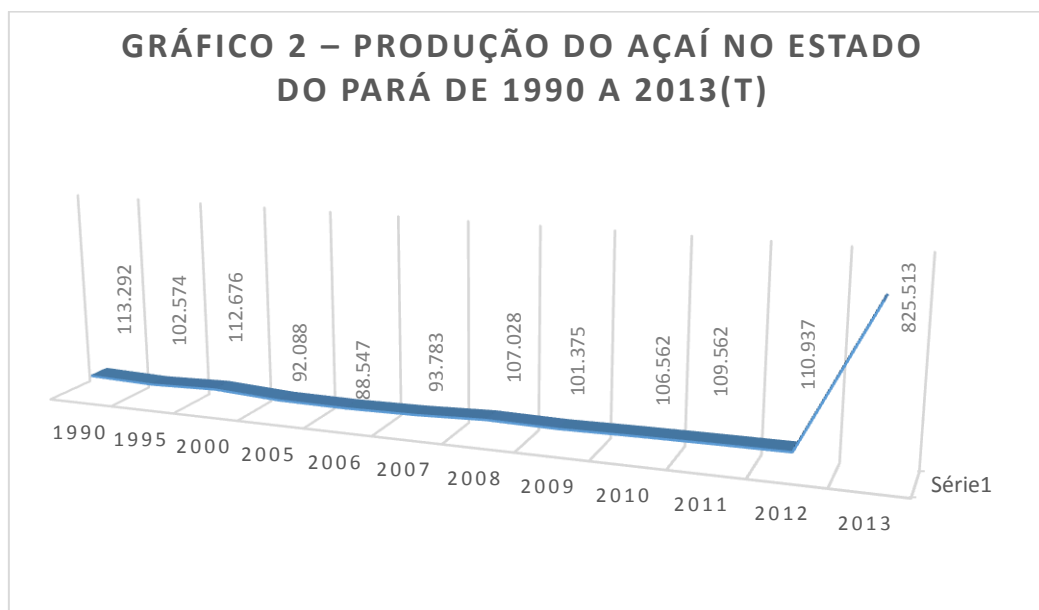


Fonte: Deybson (2017). Elaborado à partir da pesquisa de campo.

Segundo Souza e Bahia (2010), a procura do açaí no Pará vem sendo reconhecida e consumida cada vez mais, isso explica a necessidade de uma logística fundamentada na expansão do açaí, visando a qualidade do produto a ser comercializado e no aspecto quantitativo. Os valores locais do açaí têm suas características próprias de acordo com a qualidade, oferta do vendedor e poder de compra do consumidor regional.

Segundo as afirmações de Tavares e Homma (2015), os municípios do estado geram uma produção considerável em toneladas de açaí processado em polpa. Dentro dessa estimativa de consumo e comércio foram pesquisados e registrados pelo autor, que apresentam um crescimento elevado na produção do fruto no estado do Pará Entre 1990 – 2013 em que a produção foi se intensificando ao longo desses anos conforme o aumento da demanda de consumo e exportação.

Gráfico 2 – Produção de no estado do Pará de 1990 a 2013(t)



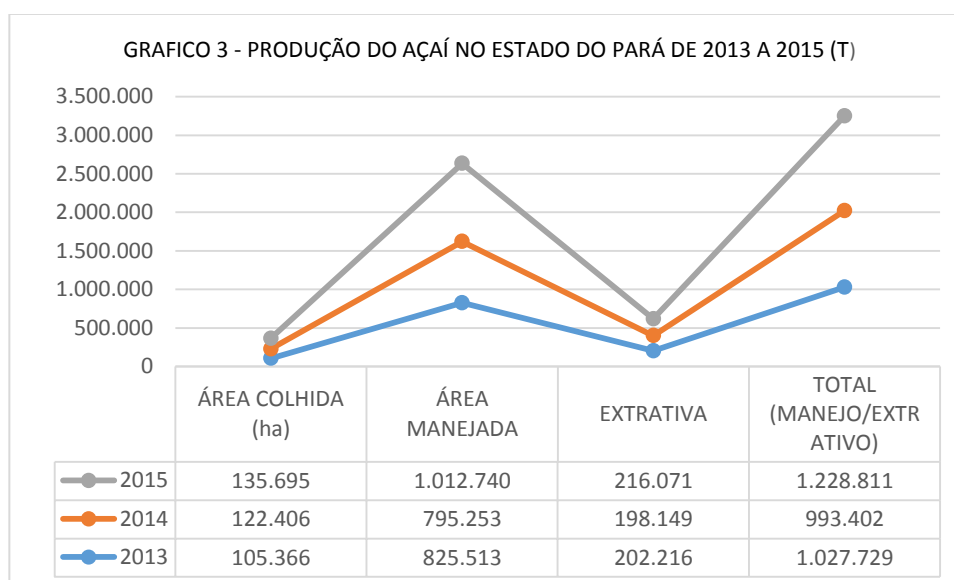
Fonte:Tavares e Homma (2015). Tabela editada.

Em 2013 pode ser observado que houve um crescimento apreciável. A produção aumentou em uma escala impressionante de comercialização do açaí em 825.513 toneladas, uma diferença bastante expressiva com relação ao ano de 1990,

que detinha uma produção inferior de 113.292 toneladas, momento de aumento da produção do açaí no estado do Pará.

Em um esboço analítico para os anos seguintes de 2013, a produção ganha ainda mais distinções sobre o aumento da produção devido à expansão em hectares de áreas cultivadas por intermédio de processos de extração e cultivo manejado através de tecnologias adotadas para tal objetivo. Homma et. al (2017).

Dados sobre a produção a partir de 2013 no gráfico 3, segundo NUPLAN , SEDAP (2017), viabilizam a interpretação do aumento do rendimento da produção total entre áreas de cultivo (manejadas) e extração (colhidas).



Fonte: NUPLAN/SEDAP/PA (2017)

Essa produção é baseada na junção de vários municípios produtores de açaí no Pará, a proposta tende a ser cada vez mais crescente a produção, que através de pesquisas passadas os valores de produção apresentam níveis baixos em anos anteriores de 1990 que trabalham como manejo e distribuição do fruto. Entre todos eles os que mais se destacam e responsáveis pela maior parte da produção são os municípios de Igarapé-Miri e Cametá, que detém o privilégio econômico oriundo da produção do açaí perante as demais localidades de exportação do estado.

Dados de HOMMA (2015), especificam melhor a quantidade de açaí produzido nos municípios de maior influência comercial da fruta com seus respectivos índices de produção.

Tabela 1 - Produção de açaí nos Municípios do Estado do Pará 2013 (t)

MUNICÍPIO	PRODUÇÃO	PRODUÇÃO ACUMULADA	% ACUMULADA
Igarapé-miri	304.300	304.300	38,25
Cametá	100.800	405.100	50,92
Bujaru	75.600	480.700	60,42
Limoeiro do Ajuru	39.900	520.600	65,44
Tucuruí	33.840	554.440	65,65
Oeiras do Pará	28.000	582.440	73,21
Inhangapi	24.720	610.160	76,66
Moju	24.370	634.530	79,76
Barcarena	18.700	653.230	82,1
Acará	18.300	671.530	84,41
Ponta de Pedras	16.290	687.820	86,46
Concórdia do Pará	9.400	697.220	87,64
Abaetetuba	8.500	705.720	88,71
Santa Izabel do Pará	7.000	712.720	89,59
São Sebastião da Boa Vista	6.720	719.440	90,43
Castanhal	6.400	725.840	91,24
Portel	6.000	731.840	91,99
Muaná	5.400	737.240	92,67
Tomé-Açu	5.375	742.615	93,34

Fonte: IBGE (2015)

O sistema de comercialização do açaí regional tem possibilitado o surgimento de grandes empresas de exportação atuante na região extrativista da Amazônia, localizadas em municípios do estado, que trabalham com o processamento da polpa do açaí no ciclo produtivo. Na pesquisa de Pagliarussi (2010), observou-se que há empresas existentes no ramo da cadeia produtiva do açaí em destaque no ano de 2008, algumas atuantes desde então são: Sambazon localizada na cidade de Ananindeua no Pará com filial no Rio de Janeiro, FLY no

distrito de Icoaraci em Belém, CAMTA que trabalha com açaí 100% orgânico localizada em Belém e na zona rural no município de Tomé-açu no Pará.

O produção nacional do açaí tem destaque para alguns municípios paraenses que compõe essa escala de produtividade. Na tabela a seguir pode ser verificado os principais produtores do estado nos anos de 2008. A tabela a seguir faz uma análise comparativa da tabela anterior sobre a produção crescente do açaí, as disparidades de valores são bastante expressivos entres esses dois períodos de 2008 e 2013.

Tabela 2: produção do açaí no Pará em 2008

MUNICÍPIOS	PRODUÇÃO (t)	MUNICÍPIOS	PRODUÇÃO (t)
	2008		2008
TOTAL GERAL 581.290			
IGARAPÉ-MIRI	153.000	TAILÂNDIA	1.253
ABAETETUBA	131.250	ITUPIRANGA	1.200
CAMETÁ	40.544	NOVA ESP. DO PIRIÁ	1.200
ACARÁ	39.600	BAIÃO	1.000
LIMOEIRO DO AJURU	35.040	NOVO REPARTIMENTO	1.000
BUJARU	30.955	PORTO DE MOZ	1.000
TOMÉ AÇU	24.000	ALMEIRIM	720
CONCÓRDIA DO PARÁ	21.384	CASTANHAL	634
PONTA DE PEDRAS	14.991	VIGIA	500
OEIRAS DO PARÁ	14.000	SANTA MARIA DO PARÁ	480
MOJU	12.185	BAGRE	420
BARCARENA	12.000	ANAPU	390
TUCURUÍ	11.500	IGARAPÉ-AÇU	300
SANTA ISABEL DO PARÁ	6.200	MARACANÃ	275
PORTEL	4.800	ALTAMIRA	240
CURRALINHO	3.000	CAPTÃO POÇO	187
GURUPÁ	2.812	PACAJÁ	180
SANTO ANTÔNIO DO TAUÁ	2.500	PRAINHA	156
IRITUIA	2.340	S. FRANCISCO DO PARA	120
BREU BRANCO	1.800	NOVO PROGRESSO	100
CACHOEIRA DO ARARI	1.540	VISEU	60
BREVES	1.500	MEDICILÂNDIA	50
S. SEBASTIÃO DA B.VISTA	1.500	FARO	28
MUANÁ	1.332	AUGUSTO CORREA	24

Fonte: Levantamento sistemático da produção Agrícola – LSPA\2003 a 2008.

O açaí não se restringe apenas ao estado do Pará, sendo valorizado e apreciado nos demais estados brasileiros, alguns com ênfase na comercialização da fruta, assunto que será abordado a seguir.

5.2 A comercialização nacional.

O açaí foi ganhando popularidade e possibilidade de mercado no restante do Brasil obtendo visibilidade e apreço nas demais regiões brasileiras, aumentando sua demanda e rentabilidade econômica para no estado do Pará.

Na afirmação de Souza et. al (2014), a experiência rentável do açaí foi adquirindo destaque pelo aumento da produção e demanda do consumo, que deixou de ser em pequena escalas de produção e começou a ganhar escala industrial do ciclo superior, para começar a atender setores mais promissores e uma expansão lucrativa, deixando de ser exclusivamente de consumo local e passando para exportação do fruto (em forma de polpa ou pasteurizada) para novos mercados consumidores.

O autor afirma em sua obra que dado esse crescimento da produção de oferta, em alguns anos essa produção do fruto aumentou com apreciável percentagem entre 1990 e 2012 e reorganizando a forma e estruturação da agroindústria do açaí (Souza et al., 2014)

Na observação de Homma (2006), para começar a atender à crescente demanda na produção do açaí para exportação a outros estados, o mercado impulsionou o aumento da área de cultivo de açazeiros pelos produtores rurais, por empresas e cultivadores tradicionais como uma base produtiva.

Para Santana (2006), foi necessário fazer essas mudanças no padrão agrícola de produção sobre o manejo de áreas cultivadas buscando atender mercados externos. Nessa perspectiva, a produção ganhou um novo cenário de cultivo a de áreas de várzeas e igapó, adotando-se o cultivo em terra firme para atender a larga escala da comercialização da fruta para outros estados.

Segundo Homma (2017), a comercialização do açaí em polpa, pasteurizado e em Mix, o sul e sudeste detém a maior quantidade de consumo do açaí importado do Pará com a demanda de 30% que é produzido no estado, e seus principais consumidores são Rio De Janeiro, São Paulo Minas Gerais e Distrito Federal.

Na perspectiva da crescente demanda do consumo, o estado do Pará tem possibilidades de atender ainda mais o mercado nacional devido, geograficamente, possui a maior área de extração e manejo do açaí do país para aumentar ainda mais a produção, com cultivos em terra firme que poderão ser implantados em áreas

desmatadas, que são as maiores da Amazônia, onde a palmeira do açaí pode ser perfeitamente adaptável (HOMMA, 2017).

Para à busca em potencializar ainda mais do comércio do açaí, o estado se torna um ator importante neste quadro de cadeia produtiva do ciclo superior e começar atender a demanda da produção. A implantação de políticas públicas é de interesse do estado devido as progressões da economia voltadas para a produção do açaí, e assim se desenvolve programas que viabilizam o crescimento da atividade do fruto, isso levou o governo cria a PEQA – Programa Estadual de Qualidade do açaí em 2010 (HOMMA, 2017) instituído pelo Decreto Governamental n ° 2475/2010 e é coordenado pela Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e da Pesca - SEDAP, programa que visa a melhorar e fortalecer a cadeia produtiva do açaí introduzindo práticas de qualidade na cadeia produtiva do fruto do açaí.

Afirma Homma (2017), que outro programa criado pelo governo em prol da cadeia produtiva, foi o Pró-açaí – Programa de Desenvolvimento da cadeia Produtiva do açaí, criado em 2011 para contribuir com inovações tecnológicas na melhoria e manejo no açaí e crescimento da produção na região do Marajó e Baixo Tocantins e intensificar e aumentar a produção para atender a demanda de consumo externo através do cultivo no período de 2016 a 2020.

O açaí sendo um produto de matéria prima altamente perecível e se tratando de exportação, há toda uma preocupação no processo de conservação que deve ser feito para a exportação a longas distâncias. Esse processamento é feito na produção da polpa: após o açaí batido é retirado a polpa do tipo “grosso” e em seguida embalado e congelado a -40°C para manter sua qualidade e propriedades, a fim de que se aproveite o máximo da polpa (HOMMA, 2006).

Para o transporte do suco do açaí para outros estados, a fruta sofre um processo de despulpamento, pasteurização, e desidratação para assim ser congelada e entrar na rota de transporte.

A tabela abaixo pontua sobre a exportação do açaí paraense para os demais estados brasileiros, na tabela referência do ano de 2014, indicando os maiores importadores da polpa do açaí, mas que ainda numa visão analítica outras pesquisas citadas neste trabalho, pode ter um crescimento muito maior nos próximos anos com o aumento e investimentos nos cultivos da cadeia produtiva. (TAVARES; HOMMA, 2015).

Tabela 3 - Quantidade de polpa de açaí vendida por Estado de destino 2014 (t)

Destino	Quantidade	%
São Paulo	14.975	29,88
Rio de Janeiro	14.062	28,06
Minas Gerais	9.207	18,37
Distrito Federal	2.816	5,62
Espírito Santo	1.688	3,37
Ceará	1.668	3,33
Goiás	1.239	2,47
Bahia	934	1,86
Rio Grande do Norte	592	1,18
Outros	2.936	1,18

Fonte: SEFA (2015)

A próxima tabela mostra a quantidade em polpa produzida para a exportação destinada aos estados consumidores entre os anos de 2002 a 2014. Valores de quantidades que deixa visível a rentabilidade positiva do estado do Pará (TAVARES; HOMMA, 2015). Uma rápida e forte evolução a nível de comercialização nacional devido a intensificação na produção do açaí para atender novos nichos de mercados, isso mostra que o fruto se potencializou a cada ano no ciclo superior economia, mas que apesar desse potencial segundo a Conab (2015), a produção do açaí paraense destinada a outras regiões do Brasil, ainda não consegue atender a demanda consumo.

Conforme dados de produção da Conab (2013), apenas 30% do açaí produzido no Pará, é destinado para comercialização à outros estados, Mas que ainda assim, os dados da tabela expressam valores muito significativos de produção.

Tabela 4 – Quantidade de polpa de açaí transportada para outros estados nos anos de 2002 a 2014

Ano	Quantidade (kg)
2002	1.136.506
2003	2.730.013

2004	5.041.170
2005	5.657.530
2006	6.681.496
2007	9.235.674
2008	11.735.403
2009	9.464.336
2010	6.685.132
2011	6.897.396
2012	6.061.194
2013	4.559.021
2014	5.462.534

Fonte: SANTANA et al. (2012); MDIC 2010-2014

5.3. Exportação para o comércio internacional

O comércio exterior é uma das importantes fontes da economia brasileira, fundamentada na venda de produtos rurais que geram crescimento econômico para o país e historicamente, o Brasil como um dos maiores produtores rurais do mundo, está no cenário de trocas comerciais desde o século XIX, comercializando matéria prima e produtos de origem agrícola (SZEZERBICKI, 2014). E o açaí está inserido nesse mercado ganhando espaço e conquistas comerciais, onde esse capítulo irá abordar sua expansão internacional do fruto de origem amazônico.

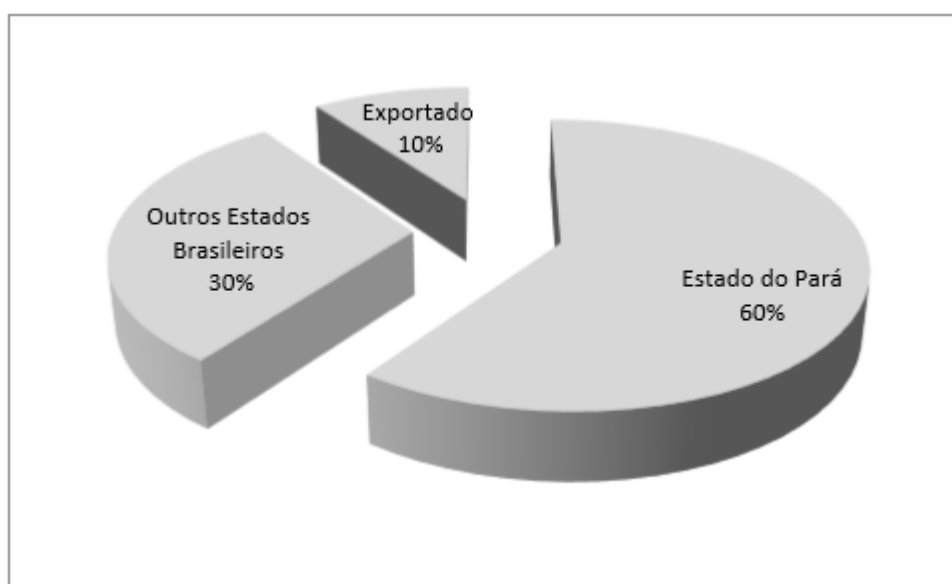
Com a demanda do transporte nacional do açaí que aumentou, em meados dos anos de 2000, iniciou-se as primeiras exportações internacionais, ultrapassando fronteiras nacionais, o açaí foi conquistando o consumo externo, este por sua vez, inicialmente entrou no mercado do açaí por conta, também, do seu valor nutricional que vem crescendo continuamente através da polpa exportada. Segundo Homma (2006), o precursor da importação foram os Estados Unidos, este mercado externo vem crescendo 20% ao ano.

Segundo Homma (2017) em suas pesquisas mais recentes, a expansão do fruto do açaí corresponde a uma grande massa de consumo que vem crescendo, não só nos estados brasileiros, mas também nos países que consomem produtos

agrícolas brasileiros, mas ainda é um crescimento pequeno comparado ao consumo no Brasil. Em 2005 a exportação ela direcionada apenas para 6 países (Estados Unidos, Japão, Austrália, França, Alemanha e Nova Zelândia), mas que no ano de 2016, esse número já se expandiu para 33 países consumidores do açaí.

À cerca da quantidade do açaí que é exportado, o Pará está no *ranking* como o maior exportador, mas referente a essa quantidade produzida, ainda é uma percentagem pequena enviada para o consumo estrangeiro. Cerca de 10% apenas do que é produzido no Pará, segundo dados da Conab (2013) apresentado na figura, é exportado para o exterior.

Figura – Distribuição do consumo de açaí no mundo



Fonte: Elaborada a partir de Conab (2013).

Para Homma (2015), a hegemonia do mercado total americano até 2012, cresceu cerca de 84% na exportação do açaí, tendo uma queda e reduzido a 48,77%. Nesse âmbito de mercado externo, o Japão também entra na rota da exportação com 10,12% do mercado, tendo crescimento, no mesmo momento da queda americana ocasionada pela crise em 20013/2014, para 41,66% o restante inclui ainda alguns países europeus

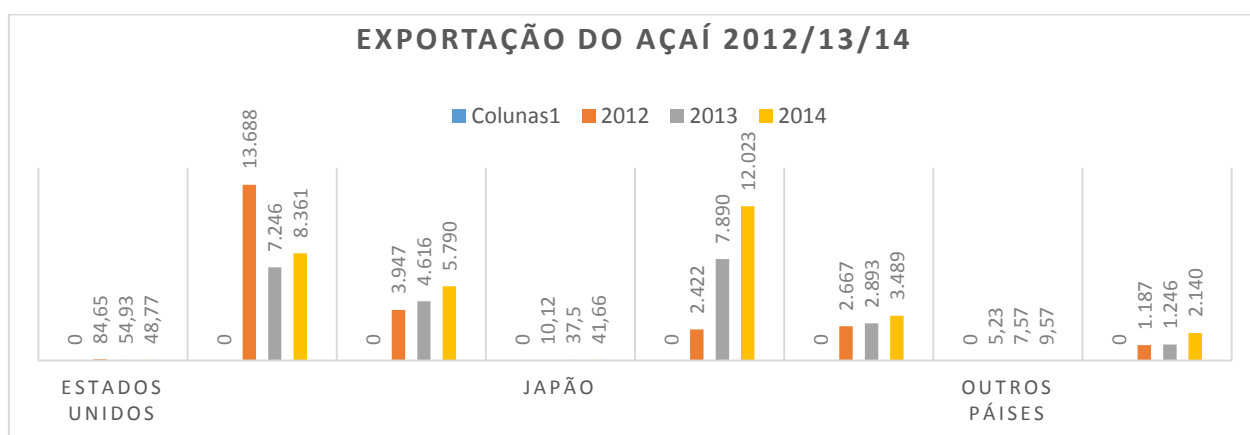
O preço a ser exportado varia muito pela distância da exportação, no caso do Japão, a polpa tem um acréscimo maior no valor de mercado, justamente pela distância percorrida e pela preferência desse mercado pela polpa do “tipo açaí grosso”, e consistência. Em 2014, o Pará atingiu o valor de U\$22,523 o que corresponde a 84% da exportação do suco no estado do Pará. A tendência dessa

demanda de consumo é aumentar mais com o passar dos anos futuros (TAVARES; HOMMA, 2015).

Os dados contidos no gráfico 3 e na tabela 5, permitiram fazer uma comparação de três anos seguindo de exportação do açaí sobre quantidade e valores, que envolvem o crescimento de consumo do açaí. Essa movimentação do açaí no mercado e sendo apreciado em demais localidades do mundo, causou diferenças na quantidade na exportações dos países referidos nos dados.

O aumento da exportação para o Japão e outros países à partir de 2013, tornaram-se mais competitivo para os Estados Unidos que teve um decréscimo na exportação segundo Homma (2015), mesmo ainda sendo o maior importador de açaí. O que mais provável para que isso tenha vindo a acontecer, além da crise americana, seja pela fato da produção que não cresceu diretamente proporcional com a demanda de consumo internacional e o volume de exportação ainda é abaixo:

Gráfico 3 - A exportação de polpa de açaí do Estado do Pará, porcentagem, valor e preço.



Fonte: TAVARES; HOMMA (2015)

Tabela 5: Sintetiza a exportação internacional do açaí do Pará

ANO	ESTADOS UNIDOS			JAPÃO			OUTROS PAÍSES	
	Quantidade %	Valor (US\$ 1,000)	Preço (US\$/t)	Quantidade (%)	Valor (US\$ 1,000)	Preço (US\$/t)	Quantidade (%)	Valor (US\$ 1,000)
2012	84,65	13.688	3.947	10,12	2.422	2.667	5,23	1.187
2013	54,93	7.246	4.616	37,50	7.890	2.893	7,57	1.246
2014	48,77	8.361	5.790	41,66	12,023	3.489	9,57	2.140

FONTE: TAVARES; HOMMA (2015)

Outros países: Itália, Abu Dhabi, Alemanha, Angola, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, China, Coreia do Sul, Dinamarca, Emirados Árabes Unidos, Eslováquia, Estônia, França, Holanda, Inglaterra, Israel, Noruega, Nova Zelândia, Peru, Porto Rico, Portugal, República Tcheca, Rússia, Singapura, Suécia, Suíça, Taiwan, Uruguai.

5.4 Conservação ambiental para a comercialização do açaí

A extração vegetal possibilita uma relação intensa do agente extrator e o meio ambiente através de um profundo conhecimento cultural e uma tradição de usar a natureza a seu favor, sem pôr fim sua fonte de sobrevivência. A exploração conscientizada se incorporou no cenário manutenção florestal através de uma transformação da sociedade para se inserir no aspecto econômico que levam a execução de produção de elementos da matéria prima do ambiente florestal para o consumo de mercado. Assim, afirma Mourão (2010), que enfatiza que aspectos ecológicos e ambientais são regenerativos à medida que o manuseio seja definido a médio e longo prazo para a manutenção da atividade sociedade-natureza. Mas nem toda ideologia sobre a conservação da natureza é zelada quando se trata de economia extrativista.

A sociedade e sua interação com o espaço social amazônico definem a interrelação socioeconômica em função do uso dos recursos naturais para abrangência de mercados, que fortalecem a economia, mas em décadas passadas havia a idéia de “recursos inesgotáveis”, sem estratégias de conservação, à amazônia tornou-se foco de capitalização com efeitos de desmatamentos e exploração abusiva desses recursos (CASTRO, 2005).

Segundo Castro (1998), a cultura de povos amazônicos se põe como porposta de sustentabilidade por seus saberes sobre recursos naturais, que fazem parte do patrimônio cultural; vivências, costumes e técnicas tradicionais. São grupos sociais intergeracionais presentes e atuantes nas diversas áreas da amazônia, fazendo dinâmica das ramificações tradicionais de agricultores, agroextrativistas pescadores e grupos dependente da natureza que associam o zelo florestal com a sobrevivência.

Para Silva (2013), a técnica do extrativismo preza pela estratégia econômica dentro da ideia de desenvolvimento sustentável deve ter ligação direta com a produção contínua para o equilíbrio da natureza com a produção econômica de mercado regional, que hoje traz vinculações de costumes e culturas de atores tradicionais que, verdadeiramente, sabem lidar com os recursos naturais, não só para o consumo e subsistência:

Os povos da floresta não são apenas consumidores desses produtos, mas agentes dos tipos de intervenção de baixo impacto ambiental: grupos indígenas e extrativistas trazem da herança ancestral os conhecimentos acumulados desde a pré-história sobre o aproveitamento desses recursos na alimentação, nas práticas curativas e medicinais e no melhoramento do solo (SILVA; CASTRO, 2013, p. 116).

As florestas antropizadas e abandonadas depois do processo de degradação, consideradas secundárias, se tornam uma opção viável para o processo de produção agrícola de famílias tradicionais que possam trabalhar na recomposição e manutenção dessas regiões e desenvolver uma cadeia produtiva e comercialização de produtos agrícolas (COSTA; MELLO; JUNIOR, 2009, p. 138).

Para Costa et. al (2009), as áreas de conservação destinadas a comercialização de produtos naturais, são com poucas intervenções de agentes industriais de tecnologia agrícola, com intuito de manutenção do espaço florestal apenas com atividades tradicionais de cadeia frutífera. Em seu estudo, ele aborda essas áreas no nordeste paraenses, na produção de frutas regionais, e entre elas está a produção do açaí, adaptável nem regiões de reflorestamento.

Refletindo sobre essa discursão de conservação do meio ambiente, e temos a perspectiva em compreender à dinâmica produção do açaí e como se mantém num mercado explorativo. Historicamente a produção agroextrativista teve seu momento de enfraquecimento sustentável no período da extração do palmito. A escala de produção planejada não podia esperar um longo prazo, o que comprometia o manejo adequado para a produção do açaí.

Segundo Homma (2006), a exploração do açaí é fundamental para muitas economias locais, assim como a conservação dos hectares destinado ao plantio do açaizeiro para a comercialização e transporte do fruto. A palmeira do açaí é conhecida por outra fonte de renda, além da fruta, nela contém o famoso palmito

comercializado internacionalmente. No entanto a extração desse palmito, como foi abordado, visa o desmatamento de hectares do manejo da árvore do açaí. Alguns anos atrás a extração do palmito era bastante intensa, com a demanda crescente do consumo do açaí para a exportação, veio a necessidade de concentrar a economia mais voltada para a extração e comercialização do fruto a partir de 1992.

Com o aumento do consumo do açaí, populações tradicionais têm diminuído a extração do palmito, após o ápice dessa extração e o aumento da competitividade da coleta dos frutos, deu-se início da fiscalização para evitar o desmatamento da área de manejo do açaí para fortalecer a produção das indústrias. Dados afirmam que as áreas de cultivo começaram a aumentar os hectares de plantio do açazeiro, devido o interesse nacional e internacional, criando mais alternativas de manejo e aumentado o plantio do açazeiro. Nessa perspectiva a produção de frutos de açazeiro no Estado do Pará cresceu de 92.021 toneladas, em 1997, para 122.322 toneladas, em 2002, um aumento de quase 33%. Em 2003, a produção foi de 160.000 toneladas (HOMMA, 2006)

A palmeira que já foi alvo de muita exploração por conta da produção do palmito, que anos atrás era a base econômica que advinda da matéria prima do açazeiro para a exportação, e sem um manejo adequado, fiscalização e falta de estrutura, quase que chegando a sua extinção em meados dos anos 60. Após essa notória degradação, o manejo e recomposição do açazeiro foram uma estratégia foram de extrema importância para o reflorestamento e manter atividade econômicas e subsistência de famílias tradicionais locais, dando ênfase a produção do açaí em uma escala maior, que passou a ser mais rentável que a exploração do palmito, que esse não havia uma reposição natural para manter a fauna e flora. (HOMMA et al., 1998).

Com o aumento da pressão internacional para a conservação da Amazônia, o açazeiro foi um dos recursos que entrou na pauta de não-degradação, sendo um elemento da natureza fundamental para a economia local e agregando valores ecológicos ambientais de sustentabilidade socioeconômico. (HOMMA, 2006)

A crescente demanda do consumo do açaí fez com que os produtores e extrativistas entendessem e adotassem a necessidade de aumentar as áreas de cultivo da palmeira, favorecendo de modo direto à sustentabilidade. (SANTANA et al., 2006).

5.5 Nota sobre produção familiar

Na afirmação de Schneider (2003), produção familiar ainda é um termo recente empregado no meio social, que através de movimentos sociais rurais, ganhou força no país a partir da década de 1990. Se trata de um conjunto de atividades agrícolas desempenhadas por famílias produtoras no seu modo de sobrevivência, geralmente, na própria propriedade.

Na linguagem de Wanderley (1996), a agricultura familiar não é expressão social recente, ele a idealiza como uma atividade que passa por transformações e inovações modernistas, saindo um pouco mais do campo tradicional e entrando em uma diversidade de expansão econômica e circulação do seu meio de produção agrícola.

A sociedade rural passa por constantes mudanças em suas atividades produtivas, exploração dos recursos naturais é que possui maior destaque em torno do manejo para a manutenção da produção das famílias tradicionais, que vão se incorporando nas transformações modernas de ciclos produtivos de matérias primas obstruídas da natureza que almejam um crescimento econômico através da relação entre sociedade, natureza e indústria. Oliveira. et. al. (2011, p. 64) “Baseado na industrialização, cujo desenvolvimento teceu ligações bastante estreitas com o progresso técnico, o fenômeno da modernidade alterou a organização da produção, as relações sociais e as relações com o meio natural”.

6. PESQUISA DE CAMPO

6.1 Feira do Açaí

A feira do açaí compõe-se de um espaço aberto, livre para comercialização da fruta do açaí que já acontece há alguns anos no meio do conhecido Ver-o-peso. Toneladas do fruto são manejados pela população das ilhas próximas à Baía do Guajará como Ilha das Onças, Ilha do Cumbu, Ilha do Marajó e seus pertencentes municípios entre outros já mencionados neste trabalho.

A feira ocorre todos os dias da semana, mas é na madrugada, logo nas primeiras horas do dia, o açaí é despachado por trabalhadores formais e informais de maneira tradicional, tudo com base na perspectiva de venda dos trabalhados

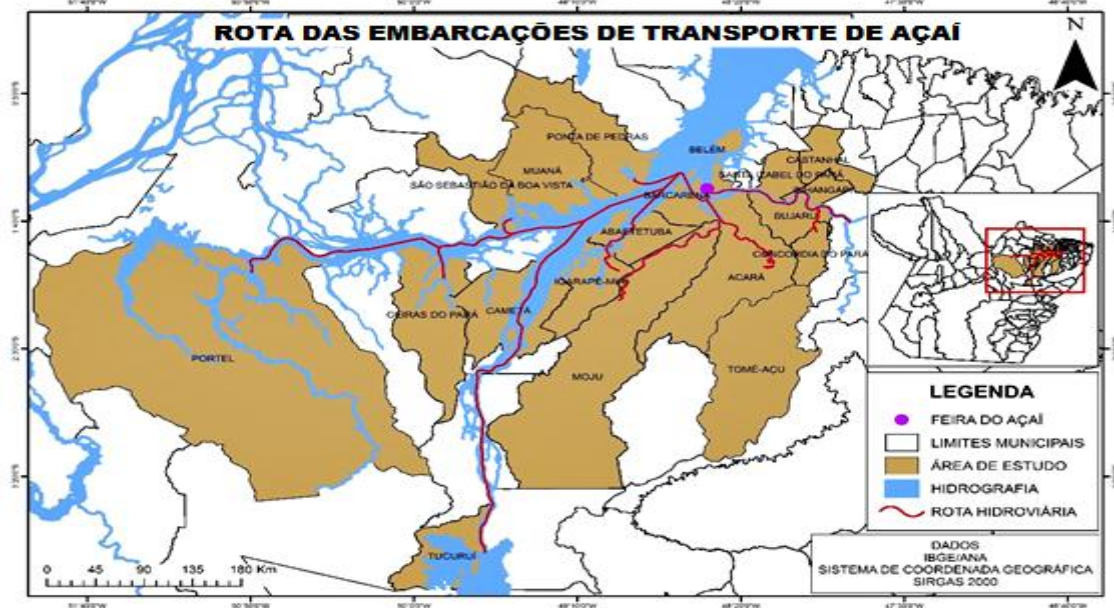
sobre a demanda da procura, variável durante a semana. O açaí percorre seu caminho até a feira do açaí através de embarcações fluviais de médio e pequeno porte. São toneladas de açaí alocados em “paneiros” feitos pelos próprios produtores do açaí, sem ajuda ou investimento do governo ou da prefeitura, assim confirmado nas entrevistas com alguns trabalhadores da feira. De forma bastante autônoma algumas embarcações são alugadas dependendo da quantidade de açaí transportado que geralmente já têm destino de venda para empresas que compram na feira em grande quantidade, cerca de 14 mil quilos, segundo relatos dos vendedores.

A sistematização comercial na feira, acontece da seguinte forma: trabalhadores das embarcações, que são chamados de atravessadores, compram as produções de açaí e conduzem o fruto até a Feira do açaí, partindo dos locais de ponto de agro extração em vias de escoamento das sedes dos municípios, compram em “paneiros” por um determinado valor e revendem por outro valor acima do que foi comprado do ponto de origem. Ocorre também dos próprios produtores com suas embarcações de pequeno porte, atravessam para revender suas produções.

O espaço social da feira é relativamente grande, e foi observado condições precárias para os trabalhadores circulantes no local. Nos relatos dos vendedores, a falta de estrutura sempre foi uma questão preocupante, já que não há um apoio governamental para isso e nem uma organização de cooperativa que possam organizar as uma sistematização econômica e organização do espaço. Foi possível observar que a relação de venda não é organizada e de forma independente. Na medida que vão chegando as embarcações, os “paneiros” são alocados onde tiver espaço e assim por algumas horas ofertados para os batedores de açaí de Belém. Nas entrevistas realizadas com quatro trabalhadores, notou-se que nunca houve apoio da prefeitura ou do governo, e por vários anos esses trabalhadores sempre trabalharam nessa forma de relação comercial independente.

As entrevistas foram iniciadas no horário das 04:30 da manhã, e as pessoas entrevistadas foram escolhidas de forma aleatória, já que a constante movimentação dos trabalhadores dificultou um pouco a conseguir alguns minutos de atenção deles.

MAPA - Rotas de transportes do açaí até a feira para comercialização.



Fonte: Deybson (2017). Elaborado à partir da pesquisa de campo.

6.2 Empresa 100% Amazônia

No ramo da exportação alimentícia, a empresa 100% Amazônia é uma representação de exportação localizada em Belém, ainda é jovem no mercado e tem um trabalho direcionado com frutas e sementes derivadas da Amazônia desde 2009, ano do surgimento da empresa. Atividade da indústria econômica está ligada às comunidades tradicionais das regiões de cultura de extração, tais como famílias de baixa renda e ribeirinhos, para garantir sustentabilidade florestal e familiar. É uma empresa com empreendedorismo social na exportação produtos amazônicos.

Na pesquisa de campo foi identificado que a 100% Amazônia, tem como um dos seus itens de exportação o açaí, destinado a diversos países, principalmente para os Estados Unidos, o maior comprador de açaí, seja ele pasteurizado ou em pó. A empresa arca uma demanda grande de exportação, o que já torna consideravelmente positivo em termos de retorno econômico para o estado do Pará.

O trabalho inicial da empresa é com o açaí da *Euterpe Oleracea Mat.*, palmeira abundante da região paraense, ilhas e municípios próximos. Geralmente as atividades intensas da empresa dentro do estado começam no período da safra, pois precisam de grande quantidade e esse período de agosto a dezembro, melhor época e oferece também uma melhor qualidade do açaí. Na época da entre safra, a 100% Amazônia concentra a compra da produção do açaí na região de Manaus,

onde conseguem uma quantidade maior a ser trazido para o estado, mas não tanto quanto a quantidade produzida no Pará no período da safra. Essa estratégia é utilizada para não faltar açaí que comporte a demanda exigida na exportação.

A extração do açaí exportado pela empresa é feita toda por ribeirinhos, pessoas específicas que fazem o manejo, que já possuem um plantio ou que compram para revender para a empresa, que trazem o açaí in natura para ser vendido e em seguida é levado para as fábricas para processo de pasteurização, a maioria delas instaladas na cidade de Castanhal.

6.3 Entrevistas

Entrevista 1:

Entrevistado: Sra. Deuzarina Silva (vendedora na feira)

Local: Feira do Açaí (Ver-o-Peso)

Data: 28 de Julho de 2017 às 04:30hs.

1. A sra. trabalha a quanto tempo na feira do açaí?

Sra. Deuzarina: Olha, eu trabalho já a mais de 20 anos aqui na feira, mas eu sou da ilha das onças, eu e meus oito filhos trabalhamos com açaí, vendo aqui na feira.

2. Sua família possui cultivo ou plantação na ilha ou só trabalhando atravessando?

Sra. Deuzarina: Não, a gente tem o “mato” lá, mas como não tá na época boa de dá açaí lá, então nós compramos dos barcos aqui pra revender, mas quando tá na época da safra, nós colhi lá do açazeiro e atravessamos pra vender aqui.

3. A sra. Faz parte de alguma cooperativa ou sindicato?

Sra. Deuzarina: Não, aqui não, mas a gente faz parte da colônia dos pescadores em Barcarena, mas lá a gente trabalha com o açaí e com outras coisas, nós vemos frutas e verduras porque não dá pra sobreviver só com o açaí na entre safra, mas na safra que começa agora esse mês, eu estou aqui todos dia à partir de três horas da manhã.

4. Nesse tempo que a sra. trabalha aqui na feira, tem aumentado a venda de açaí?

Sra. Deuzarina: Aumentou e muito, porque logo quando nós viemos pra cá não tinha muitos compradores e o que sobrava a gente tinha que jogar fora, mas hoje em dia chega a faltar açaí de tanta gente que vem comprar aqui na feira, e tem o pessoal da exportação que compra em grande quantidade.

5. A quanto a sra vende a lata do açaí?

Sra. Deuzarina: Olha, depende da época. Nesse período agora que ta entrando a safra, eu vendo por 35,00 reais, mas quando falta eu vendo uns 45,00 reais.

Entrevista 2

Entrevistado: Sr. Raimundo Nonato (comerciante da feira)

Local: Feira do Açaí (Ver-o-Peso)

Data: 28 de Julho de 2017 às 04:50hs

1. A quanto Tempo o sr. trabalha aqui na feira do açaí?

Sr. Raimundo: Eu já trabalho aqui a 30 anos, desde quando eu morava em Igarapé-miri, mas agora estou morando em Belém.

2. O sr. Faz parte de alguma cooperativa aqui na feira?

Sr. Raimundo: Não, mas aqui na feira eu sou tipo um representante dos comerciantes da aqui, as vezes sou chamado na prefeitura quando eles querem repassar alguma coisa.

3. O sr. concorda em ter uma cooperativa aqui na feira?

Sr. Raimundo: Sim, concordo, mas acontece que nem todos aqui querem, uns sim e outros não, porque preferem chegar vender o açaí deles e ir embora.

4. Os comerciantes da feira têm algum incentivo do governo?

Sr. Rainundo: Não, não tem e nunca teve. Aqui a gente trabalha por conta própria mesmo, sem ajuda do governo e nem da prefeitura.

5. Quanto custa a lata do açaí quando vem das embarcações?

Sr. Raimundo: Olha, aqui a gente não tem preço fixo da lata. Depende muito...Depende da quantidade que tem disponível pra vender na hora, se tem muito, a lata custa uns 30,00 reais, se tem pouco aí o preço sobre um pouco, uns 45,00 reais. Mas isso porque está terminando a entre safra, na safra é mais barato, para ser revendido aos “maquineiros” aqui de Belém ou para a empresas. Mas eu prefiro vender para os “maquineiros” porque o pagamento é na hora e para as empresas não, é só no dia seguinte, porque eles primeiro pesam lá na empresa pra depois pagarem.

6. Na sua experiência, qual a quantidade de açaí vendida em média aqui na feira?

Sr. Raimundo: olha, difícil saber porque a quantidade é muito grande e cada vez mais aumenta. Cada barco dele traz mais ou menos 10 mil latas, são em torno de 10 barcos por dia, e cada lata tem 14kg de caroço de açaí.

Entrevista 3

Entrevistado: Sr. Osvaldo Barros (atravessador e vendedor)

Local: Feira do Açaí (Ver-o-Peso)

Data: 28 de Julho de 2017 às 05:15hs.

1. A quanto tempo o sr. trabalha na feira?

Sr. Osvaldo: Trabalho a 30 anos, já conheço bastante o comercio aqui.

2. De onde vem o açaí comercializado aqui na feira do açaí?

Sr. Osvaldo: Vem dos municípios, a maioria da ilha do Marajó onde mais se produz açaí, Afuá, Anajá, Igarapé-Miri, Cametá, Ilha das Onças, Breves e Barcarena.

3. Todos esses municípios transportam muito açaí?

Sr. Osvaldo: Na entre safra o açaí que vem dessas regiões não é muito e são transportados gelados pra garantir a durabilidade dele.

4. Qual a quantidade de açaí, que o sr. na sua experiência acha que é vendido aqui na feira?

Sr. Osvaldo: Na entre safra, mais de 50 mil latas por dia aqui na feira, mas tem as outras feiras também que são transportados em torno de 15 mil latas que são comercializadas nos mesmo moldes de preço nas feiras de Porto de Palha, Porto de Custódia, Posto Boa Viagem, Icoaraci e Conceição e Porto de Jacaré. Porém, disse ele que o fluxo são bem menores que na Feira do Açaí do Ver-o-peso.

5. Na sua opinião, qual o município que mais transporta açaí?

Sr. Osvaldo: Com certeza é Igarapé-Miri. Cerca de 70 mil latas de açaí vem de lá na época da safra.

6. O sra. acha que nos últimos anos têm aumentado a demanda de açaí aqui na feira?

Sr. Osvaldo: Com certeza, digo isso porque aumento a produção dos municípios, aumentou também os batedeiros de açaí aqui de Belém e surgiram mais empresas de exportação de uns 10 anos pra cá. Por isso te digo que a feira do açaí é uma das maiores economias do estado e isso melhorou a vida de muita gente que trabalha com açaí.

Entrevista 4

Entrevistado: Sandalo Berlamino (batedor e vender do suco de açaí)

Local: Ponto de venda na própria residência do entrevistado (Belém).

Data: 19 de Agosto de 2017 às 10:00hs

1. Onde o sr. compra o açaí para revender batido?

Sr. Sândalo: Compro na feira do açaí todos os dias. Acordo bem cedo pra ir lá, por volta de 3 da manhã.

2. Qual a quantidade de açaí que o sr. compra por dia?

Sr. Sândalo: Depende, na safra eu compro em torno de 10 latas de açaí com 14 kg e chego a comprar a 20 reais cada uma. Já na entressafra, compro umas de 5 ou 7, dependendo da oferta, porque nesse período fica mais caro o açaí e as vezes chega a custar 70 reais a lata.

3. A quanto o sr. vende o litro do açaí no seu ponto de venda?

Sr. Sândalo: Na entre safra vendo R\$15,00 reais o açaí “tipo médio” e na safra vendo a R\$10,00 o litro.

4. O sr. consegue vender todo o açaí comprado na feira?

Sr. Sândalo: geralmente sim, mas quando não consigo vender, congelo o açaí que sobrou do dia e vendo para uma empresa de sorvete e picolé pelo mesmo preço, uma empresa de Goiânia que compra açaí congelado dos batedores de Belém para fazer a exportação.

Registro fotográfico 1 da pesquisa de campo



Fonte: Deybson, 03/08/2017 - Venda no ponto comercial do vendedor Sandalo Belarmino local da cidade de Belém.

Registro fotográfico 2 da pesquisa de campo



Fonte: Deybson, 28/07/2017 – Feira do açaí.

Entrevista 5

Entrevistado: Lucas Santa Brígida (Consultor Internacional da 100% Amazônia)

Local: NAYAH – Sabores da Amazônia – UFPA

Data: 03 de Agosto de 2007 às 16:30hs

1. O sr. Já trabalha a quanto tempo no ramo da exportação do açaí?

Sr. Lucas: Bom, com o açaí já uns 4 anos.

2. Quais os países que mais importam açaí?

Sr. Lucas: O pioneiro no consumo são os Estados Unidos, porém canada, Peru e Austrália já têm um público bem grande de consumidores, países da Europa e Japão ainda tem demanda pequena pra empresa por conta da distância e nem sempre é possível enviar no período certo, devido ser um produto sazonal.

3. Como é enviado o açaí para outros países e de que forma?

Sr. Lucas: O açaí é enviado de duas formas: pasteurizado, sendo congelado e temos a exportação do açaí em pó, que se torna mais fácil de enviar, porém é um produto mais caro, porque passa por uma série de processos de industrialização e acaba se tornando um produto mais caro também. O açaí pasteurizado, é enviado congelado em contêineres cheio e refrigerado a 18 graus por se tratar de um produto sazonal para poder suportar longas viagens.

4. A empresa têm algum incentivo do governo/

Sr. Lucas: Bom, a empresa é isenta de impostos, todo tipo de imposto não é cobrado na exportação, desde que seja enviado tudo que foi produzido para ser destinado à exportação. A empresa tem até seis meses para enviar toda a produção do açaí para os países de destino.

5. Qual a quantidade exportada?

Sr. Lucas: Os pedidos de exportação são programados, não é toda semana ou mês que é exportado. Depende muito da disponibilidade em safra, por isso a sazonalidade influencia muito na exportação. O que sempre ocorre é que, em média, cada mês saem em torno de 20 contêineres com açaí congelado. No segundo semestre é o período que mais se exporta açaí. Em cada contêiner cabem cerca de 5 toneladas de açaí, essas grandes quantidades são exportadas porque os países fazem estoque que possam

durar longos períodos, e no ano seguinte, conforme o estoque, eles solicitam uma nova quantidade para comprar, sendo maior ou menor, conforme o consumo dentro do país.

“6. A demanda da exportação têm aumentado nos últimos anos?

Sr. Lucas: Sim, teve. A demanda do açaí exportado pela 100% Amazon, teve um crescimento bem considerável desde que empresa surgiu, assim como em outras empresas em que eu prestei serviço de consultoria, como a Petruz Fruits localizada em castanhal, Imperador em Abaetetuba, Santa Amazônia com sede em Belém. Todo o custo de produção até o envio varia muito, isso vai depender da safra que torna o açaí mais barato, envio aéreo ou marítimo. O açaí mais concentrado com pouco teor de água é mais caro, ou seja, todos esses detalhes influenciam no valor final do produto para ser exportado.

7. Quais valores que o açaí é vendido para esses países?

Sr. Lucas: Bom, não tenho como te dizer, depende muito. Não tenho acesso direto a esses valores, mas devido a variações de serviços, em uma tonelada em média custa 7 mil euros, podendo variar para muito mais ou menos, dependendo do período também.

8. Qual o público consumidor de outros países?

Sr. Lucas: O destino final do açaí exportado está no rol de supermercados, Indústrias de bebidas, bares, lanchonetes, restaurantes, consumidores orgânicos, públicos de academia, surfistas. Neste caso depende muito do país.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou abordar sobre a dinâmica da crescente comercialização do açaí na escala regional, nacional e internacional. À partir dos estudos bibliográficos, foi analisado nas camadas comerciais de produção do açaí que os resultados têm sido de alterações crescentes e contínuos para o estado do Pará, que ainda está no topo da comercialização do fruto.

A exportação passou a contribuir economicamente para o estado, mas ainda apresenta produção divergente para o nível de consumo no exterior. Nesse sentido, nossos estudos notou que, proposta é se tenha mais intensificação de programas de investimento em áreas de produção e utilize áreas degradadas para a expansão do cultivo que possa atender à crescente demanda anual de consumo.

A pesquisa proporcionou uma análise sazonal do açaí, que ainda enfrenta problemas devido o açaí ser um produto altamente perecível e de complexo transporte.

A pesquisa de campo revelou-se o quão é contínuo o ciclo inferior da economia na produção do açaí e seus agentes estão sempre interligados direto e indiretamente para alcançar seus objetivos finais e econômicos. Sobre a feira do açaí, os relatos dos entrevistados foram de significativa importância para compreender o crescimento econômico do ciclo do açaí, desde a extração até o comércio da Feira do açaí, já que o açaí é uma das maiores economias do estado, principalmente dos comércios locais de batedores de açaí informais.

A falta de estrutura e ajuda do governo também foi identificada no circuito inferior das feiras livres, através de relatos, o descaso do governo com agentes comerciais do espaço social. Nesse contexto, o interesse governamental pela ciclo superior da economia do açaí, deve caminhar juntamente com as necessidades das pessoas que fazem parte camada histórica e tradicional relevante do ciclo inferior da economia.

E assim, considero este trabalho de extrema importância que possa incentivar mais pesquisas sobre a questão da cadeia produtiva do açaí, não apenas com perspectivas econômica, mas também com um nobre olhar social.

8. REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C. T. D. de; NAVEGANTES-ALVES, L. de F. **Do extrativismo ao cultivo intensivo do açaí (*Euterpe oleraceae* Mart.) no estuário amazônico: perda de diversidade florística e riscos do monocultivo.** *Revista Brasileira de Agroecologia*, [S.l.], v. 10, n. 1, nov. 2015. Disponível em: <<http://aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rbagroecologia/article/view/16397>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

ARBAGE, A. P. **Custos de transação e seu impacto na formação e gestão da cadeia de suprimentos: estudo de caso em estruturas de governança híbridas do sistema agroalimentar no rio grande do Sul.** Tese Doutorado (em Administração), UFRGS, Porto Alegre, 2004.

BARROS, G. S. de C. **“Economia da Comercialização Agrícola”.** São Paulo: Universidade de São Paulo – USP, 2007. (Material do Professor).

BENTES, E. dos S.; HOMMA, A. K. O; SANTOS, C. A.N. dos. **EXPORTAÇÕES DE POLPA DE AÇAÍ DO ESTADO DO PARÁ:** situação atual e perspectivas. In: 55º CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, Universidade Federal de Santa Maria, 30 jul.-03 ago., 2017.

CASTRO, E. **Dinâmica socioeconômica e desmatamento na Amazônia.** Belém, *Novos cadernos NAEA*. v. 8, n. 2, p. 5-39, dez. 2005.

CASTRO, E. **Território, biodiversidade e saberes de populações tradicionais.** Belém, *Papers do NAEA*, nº 092, 1998.

CONAB. **Conjuntura Mensal: Açaí (Relatório).** Disponível em: http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/16_05_09_11_55_19_conjuntura_de__acai_abr_-16-1.pdf. Acessado em: 21 de ago. de 2017.

CONAB. **Proposta de Preços Mínimos: safra 2015/2016.** *Prop. preços mínimos*, v. 2, Brasília, mar. 2015.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO – CONAB. **Conjuntura Mensal. Açaí (fruto). Período: 01 a 31/03/2013.** Disponível em: <www.AÇAÍ/13_03_22_16_33_46_acaifrutomarco2013.pdf> Acesso em: 23/09/2017.

COSTA, F. A.; ANDADE, W. D. C. de. **A Cultura do Açaí no Brasil e no Pará: Aspectos estruturais de produção e mercado**. Belém: ADS/Amazônia, 2003.

COSTA, F. A.; MELLO, D. G.; JUNIOR, S. B.. **Mercado e potencialidades dos produtos oriundos de floresta secundária em áreas de produção familiar**. *Novos Cadernos NAEA* - v. 12, n. 2, p. 137-148, dez. 2009.

EMPRAPA. **Sistema de produção do açaí: colheita e pós-colheita**. Disponível em: <<https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/fonteshtml/acai/sistemaproducao/acai/paginas/colheita.html>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

FERNANDES, D. A. et al. **O CIRCUITO INFERIOR DA ECONOMIA URBANA NA AMAZÔNIA: um estudo sobre o papel do mercado de batedores artesanais de açaí na economia da Região Metropolitana de Belém**. Belém, 2015.

GUIMARAES, L. A. C. **O açaí já “parou” o carioca - Estudo qualitativo do consumo da polpa de açaí na cidade do rio de janeiro**. *Novo cadernos NAEA*, vol. 2, 1999.

HOMMA, A. K. O. et al. **Açaí: novos desafios e tendências**. *Amazônia: Ci. & Desenv.*, Belém, v. 1, n. 2, jan./jun. 2006.

HOMMA, A. K. O. **Sistema de Produção do Açaí**. *Embrapa Amazônia Oriental. Sistemas de Produção*, 4 - 2ª, versão eletrônica, dez., 2005.

MENEZE, S E. M. da S.; TORRES, A. T.; SRUR, A. U. S. **Valor nutricional da polpa de açaí (*Euterpe oleracea Mart*) liofilizada**. *Acta Amazônica*, vol. 38(2), pp. 311-316, 2008.

MOURÃO, Leila. **História e Natureza: do açaí ao palmito**. *Revista territórios e fronteiras*, v. 3, n. 1, pp.74-96, jul./dez., 2010.

NODA, S. do N.; NODA, H.; MARTINS, A. L. U. **Agricultura Familiar na Várzea Amazônica: Espaço de conservação da Diversidade Cultural e Ambiental**. In: SHERER, E.; OLIVEIRA, J. A. de O. (orgs). *Amazônia: políticas públicas e diversidade cultural*. Rio de Janeiro: Editora Garamond, pp. 163-194, 2016.

NOGUEIRA, O. L. ; HOMMA, A. K. O. **Importância do manejo de recursos extrativos em aumentar o carrying capacity: O caso de açazeiros (*Euterpe oleracea Mart.*) no estuário amazônico**. *Poematropic*, Belém, v. 2, pp. 31-35, 1998.

OLIVEIRA, M. Do S. P. De. **Biologia floral do açaizeiro em Belém, PA.** *Embrapa-Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento*08, [S.L], jan. 2012.

OLIVEIRA, M. do S. SP. de; NETO, J. T. de F. **Açaizeiro para a produção de frutos em terra firme.** Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 2005. (Boletim de Pesquisa e desenvolvimento)

OLIVEIRA. M. C.C.; ALMEIDA. J.; SILVA. L. M.S. **Diversificação dos sistemas produtivos familiares: reflexões sobre as relações sociedade-natureza na Amazônia Oriental.** *Novos Cadernos NAEA* - v. 14, n. 2, pp. 61-88, dez. 2011.

PINTO, L. F. **O Açaí do Pará e o mundo.** Disponível em: <http://ambientes.ambientebrasil.com.br/amazonia/artigos/o_acai_do_para_e_o_mundo.html>. Acesso em: 15 de abril de 2016.

PORTINHO, J. A.; ZIMMERMANN, L. M.; BRUCK, M. R. **Efeitos Benéficos do Açaí.** *International Journal of Nutrology*, v.5, n.1, p. 15-20, jan./abr. 2012.

RASIA, K. A. **Gestão de custos de cadeias de produção do agronegócio: análise sobre publicações em congressos e periódicos científicos.** *Revista Custos e Agronegócio on line*, v. 7, n. 3, set./dez., 2011.

ROGEZ, H. **Açaí: preparo, composição e melhoramento da conservação.** Belém: EDUFPA, 2000.

SANTANA, A.C. de; COSTA, F. A. **Mudanças recentes na oferta e demanda do açaí no Estado do Pará.** In: SANTANA, A.C. de; CARVALHO, D. F.; MENDES, A. F. T. *Análise sistêmica da fruticultura paraense: organização, mercado e competitividade empresarial.* Belém: Banco da Amazônia, 2008. p.205-226

SILVA. I. S.; CASTRO. E. M. R. **Interações rural-urbano: a sociobiodiversidade e o trabalho em portos, feiras e mercados de Belém, Pará.** *Novos Cadernos NAEA* - v. 16, n.1, Suplemento, p. 109-126, jun. 2013.

SILVA, I. M. da; SANTANA, A. C. de; M. da S. REIS. **Análise dos retornos sociais oriundos de adoção tecnológica na cultura do açaí no Estado do Pará.** *Amazonia: Ci. & Desenv.*, Belém, v.2, n.3, Jun./dez.2006.

SILVA, M. L. da. **A Feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia**. In: Anais XVI Encontro Nacional dos Geógrafos. Porto Alegre: Associação dos geógrafos Brasileiros, jul. 2010.

SOUZA, J. E. O. de, et al. **A gestão de projetos na logística integrada do açaí na Capital Paraense: um estudo de caso da empresa Point do Açaí**. In: XXXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Belo Horizonte, out., 2011.

SOUZA, J. E. O. de; BAHIA, P. Q. **Gestão logística da cadeia de suprimentos do açaí em Belém do Pará: uma análise das práticas utilizadas na empresa Point do açaí**. In: VII SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, [S.L], 2010. Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/149_Gestao%20Logistica%20da%20cadeia%20de%20Suprimentos%20do%20Acai%20-%20modelo%20final.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2017.

SZEZEBICK, A. da S. **“Comércio Exterior Brasileiro”**. In: EPTIC - Rede de Economia Política da Informação , Comunicação e Cultura, dez. 2014.

TAVARES, G. dos S.; HOMMA, A. K. O. **COMERCIALIZAÇÃO DO AÇAÍ NO ESTADO DO PARÁ: ALGUNS COMENTÁRIOS**. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, set.2015. Disponível em:<<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/135458/1/acai-para.pdf>>. Acessado em: 22/09/2017.

VALLES, C. M. A. **“Impacto da dinâmica dos frutos de açaí nas relações socioeconômicas e composição florística no estuário amazônico”**, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/4480/1/Dissertacao_ImpactoDinamicaDemanda.pdf>. Acesso: 16-08-2017.

XAVIER, L. N. B.; OLIVEIRA, E. A. A. Q.; OLIVEIRA, A. L. **Extrativismo e Manejo do Açaí: atrativo amazônico favorecendo a economia regional**. In: XIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IX Encontro Latino Americano de Pós-Graduação. São José dos Campos: Universidade do Vale do Paraíba, 20 e 21 de out., 2011.

WANDERLEY, M. de N. B. **RAÍZES HISTÓRICAS DO CAMPESINATO BRASILEIRO**. In: XX ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. GT 17. PROCESSOS SOCIAIS AGRÁRIOS, Caxambu-MG, out., 1996.