



## COMERCIALIZAÇÃO DE POLPA DE AÇAÍ NO ESTADO DO PARÁ

**Geraldo dos Santos Tavares**

Agrônomo, especialista em fruticultura da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agropecuário e da Pesca (SEDAP), sagritavares@hotmail.com, Belém, PA

**Alfredo Kingo Oyama Homma**

Agrônomo, Doutorado em Economia Rural, Pesquisador Embrapa Amazônia Oriental, alfredo.homma@embrapa.br, alfredo.homma@gmail.com, Belém, PA

**Antônio José Elias Amorim de Menezes**

Agrônomo, Doutorado em Sistema de Produção, Pesquisador Embrapa Amazônia Oriental, antonio.menezes@embrapa.br, Belém, PA

### Grupo 4: Mercados Agropecuários na Amazônia

**RESUMO:** O crescimento do mercado de polpa de açaí, induzido pelo processo de beneficiamento e congelamento, quadruplicou o consumo paraense da fruta, antes restrito ao período da safra e da incorporação do mercado nacional e externo. Com base nos dados de 2015, estima-se que 73 mil t de polpa são comercializados anualmente para outros Estados, 5 mil a 6 mil t são exportadas para 31 países, com dominância dos Estados Unidos e Japão. A exportação interestadual se concentra para São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, que respondem por 70% de todo o volume comercializado. Apresenta-se dificuldade para se estimar o real consumo da população residente no Pará. Especula-se que 8 a 10% da produção correspondente de polpa são exportados para outros países, 30% para venda interestadual e 60% é consumido no Pará.

**Palavras-chave:** Açaí, mercado, Amazônia

### INTRODUÇÃO

Existem três espécies de palmeiras que produzem o vinho de “açaí”. A *Euterpe oleracea* domina no Pará e Amapá, responsável pela maior parte da produção, tem capacidade rebrotamento; a *E. precatória*, com dominância no Estado do Amazonas, conhecida como “açaí do mato” e sem capacidade de perfilhamento, e a *E. edulis*, com habitat na Mata Atlântica, que não perfilha e sofreu processo de destruição para a retirada de palmito. A cadeia do açaí envolve extrativistas, produtores, intermediários, indústrias de beneficiamento e batedores artesanais, sendo de importância crucial para a formação de renda de expressivo grupo de famílias de pequenos produtores.

O crescimento do mercado está induzindo a mudança do sistema extrativo que apresenta baixa produtividade (4,2t/ha), para o sistema manejado (8,4 t/ha) e o irrigado, que pode atingir 15 t/ha, com possibilidade de crescer ainda mais com as inovações tecnológicas (SANTOS et al., 2012). Há muita variação de produtividade e de lucro, não indicando que somente com a irrigação seria possível triplicar a produtividade do extrativismo. O plantio de açazeiro irrigado permite obter a produção na entressafra, quando os preços são bastante elevados. Há plantios de açazeiro irrigado com mais de 1.400 ha mostrando o interesse do setor empresarial por esta cultura, antes restrita a pequenos produtores.

Os altos preços pagos pelos consumidores locais, chegando R\$ 32,00/litro de açaí grosso, conduz ao questionamento quanto ao mercado para este produto provocando a exclusão da população de menor poder aquisitivo. É melhor manejar ou efetuar o plantio de açazeiro irrigado? Quais são os desafios para transformarmos o açazeiro com a consolidação da produção?



## MATERIAL E MÉTODOS

Foram utilizados dados disponíveis no IBGE, Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Prefeitura Municipal de Belém, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agropecuário e da Pesca, Secretaria de Fazenda do Estado do Pará e das empresas beneficiadoras de fruto de açaí. Estes dados foram avaliados com base na experiência de pesquisa dos autores e de pessoas envolvidas no processo produtivo, comércio e de beneficiamento do fruto.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### - O mercado do açaí

O IBGE menciona a produção extrativista de açaí no Pará na faixa de 110 mil toneladas/ano, bem inferior à produção de açaí manejado e plantado que apresenta crescimento constante, culminando com um milhão de toneladas estimadas para 2015. Essas atuais produções estão mais perto da realidade, mas podem estar superestimadas (Figura 1).

Em janeiro de 2016 foi criado o código de Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), para o açaí, comercializado como purê, que não serve para os produtos do açaí que são vendidos em grande escala como polpa e mixes. Com códigos NCM adequados seria possível rastrear as exportações de polpa e de *mix* de açaí, para quais países, quantidade e preços, substituindo os 3 códigos de outras categorias, que são utilizados pelos exportadores.

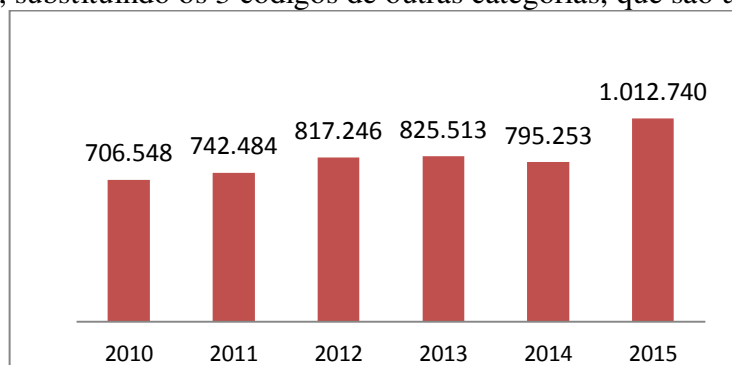


Figura 1 – Produção de açaí extrativo, manejado e plantado no Estado do Pará (t).

A Tabela 1 lista os 5 municípios maiores produtores do Pará em 2015. Apenas os municípios de Igarapé-Miri e Abaetetuba concentra metade da produção estadual, que pode revelar uma dupla contagem. A elaboração de um plano estadual de expansão do açaizeiro deve privilegiar estes municípios maiores produtores em termos de infraestrutura logística, sobre risco de pulverizar as ações para todos os municípios paraenses.

Tabela 1 – Ranking dos principais municípios paraenses na produção de açaí, 2015

Ranking	Município	% Produção do Estado	% Total do Estado
1º	Igarapé-Miri	32,45	
2º	Abaetetuba	20,22	
3º	Bujaru	8,81	71,18
4º	Cametá	4,96	
5º	Limoeiro do Ajuru	4,74	

Fonte: LSPA/IBGE Sistematização: Estatística/NUPLAN/SEDAP/PA

A desconfiança por parte dos exportadores, que entendem o mercado como segredo conquistado, não apresenta interesse na sua divulgação. A falta destas estatísticas termina prejudicando todo o setor. A Tabela 2 mostra que o volume de fruto comercializado em Belém indicando a dominância na Feira do Açaí e da Estrada Nova, que juntas perfazem mais



de 91% do fruto comercializado em Belém. Esta quantidade deve estar subestimada, decorrente de entrada não contabilizada, seja por barcos ou por transporte terrestre (Tabela 2).

Tabela 2 - Quantidade de fruto de açaí comercializado nos portos de Belém em 2014 (kg)

Porto	Quantidade	%
Feira do Açaí	28.531.395	61,23
Estrada Nova	14.149.110	30,37
Icoaraci	2.394.165	5,14
Palha	1.523.085	3,26
Total	46.597.755	100,0

Fonte: PMB/ Departamento de Feiras, Mercados e Portos

Quanto à procedência dos frutos comercializados nos portos de Belém, chama a atenção o fruto de açaí procedente do Amapá, mas grande parte tem origem da parte norte da ilha de Marajó. A não presença de Igarapé-Miri constitui a indicação do fortalecimento deste município como importante entreposto comercial de recebimento e distribuição via rodoviária para outros municípios do Nordeste Paraense. A grande novidade é a cidade de Castanhal consolidando como grande polo de beneficiamento dessa fruta, sobretudo pela atuação da Petruz Fruit.

Tabela 3 - Procedência do fruto de açaí comercializado nos portos de Belém em 2014 (t)

Municípios/Estado	Quantidade	%
Ponta de Pedra	5.476,42	11,73
Anajás	5.132,50	10,99
Amapá	4.481,80	9,60
Muaná	4.388,38	9,40
Belém (Ilhas)	4.177,93	8,95
Acará	3.565,18	7,63
Abaetetuba	3.209,65	6,87
Moju	3.132,10	6,71
Subtotal	33.566,96	71,90
Demais Municípios	13.130,47	28,10
Total Geral	46.697,43	100,00

Fonte: PMB/ Departamento de Feiras, Mercados e Portos

#### - A comercialização interestadual

A Figura 2 ilustra o destino da polpa de açaí comercializada pelo Estado do Pará a outros estados, em que basicamente São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais são os maiores importadores, concentrando mais de  $\frac{3}{4}$  da quantidade exportada. Segundo a Secretaria de Estado da Fazenda do Pará (SEFA- PA), em 2014 as vendas de produtos do açaí internalizaram mais de 225 milhões de reais à economia do estado; no ano de 2015 este valor foi de 391 milhões de reais – um incremento de 53,3%.

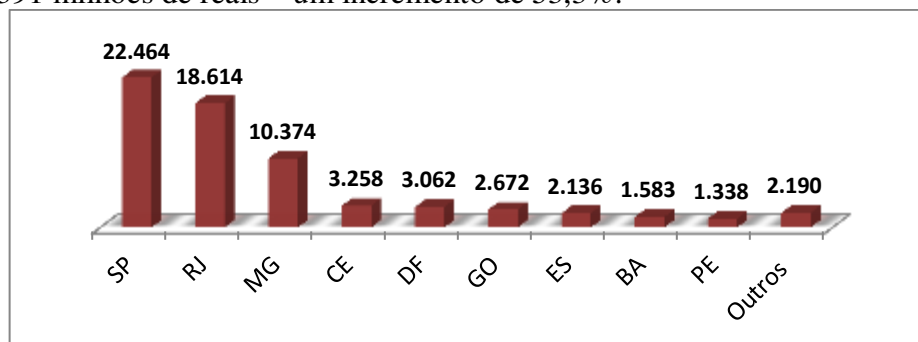


Figura 2 - Quantidade de polpa de açaí vendida por Estado de destino 2015 (t).

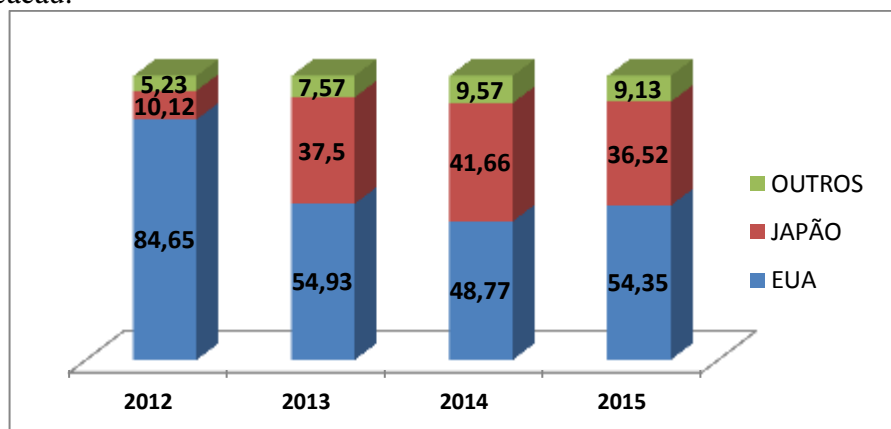
Fonte: SEFA- PA



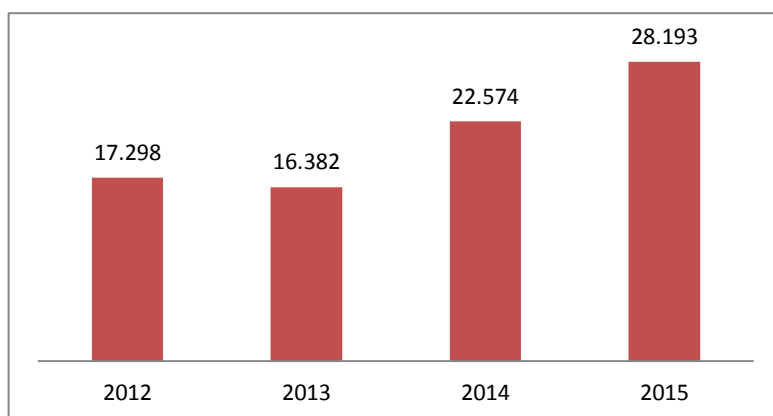
A Coca-Cola, para lançar um suco com sabor açaí da marca Del Valle, preferiu comprar a matéria prima extraída por mais de 600 famílias da Região do Médio Juruá, pertencente ao município de Carauari, no Amazonas. Com este procedimento a empresa pretende associar a marca à questão da sustentabilidade e da melhoria de renda das populações tradicionais (SCHERER, 2015)

#### .- Exportação

As Figuras 3 e 4 mostram a participação dos principais países de destino e o valor de produtos de açaí (polpa, mixes, liofilizado) exportados pelo Pará, com grande potencial para ampliar. Japão e Estados Unidos são os maiores importadores (90,97%), verificando uma queda na participação do mercado americano. Este aspecto chama a atenção para o cuidado na venda como superfruta, aconselhando a sua difusão como alimento saudável, a exemplo da castanha do pará ou cacau.



**Figura 3** – Participação (%) por país de destino de produtos de açaí exportados pelo Estado do Pará  
Fonte: MDIC



**Figura 4** – Valor (US 1000) de produtos de açaí exportados pelo Estado do Pará  
Fonte: SEFA- PA

### CONCLUSÕES

Entre outros países destacam: 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. Ocorreu um aumento de 4 vezes no preço médio da polpa com relação há uma década ou mais de 20 vezes se comparar com o início do Plano Real em 1986. O preço de exportação é inferior ao preço pago pelo consumidor local para açaí grosso.

Para a consolidação da produção de açaí no Pará, os desafios referem-se à geração de tecnologia, dimensão do mercado, pressões ambiental e fundiária e organização institucional.





A domesticação do açaizeiro ainda está nos seus passos iniciais, tendo um longo caminho a percorrer para atingir o nível de conhecimento do dendezeiro ou coqueiro, considerando as palmeiras. Mesmo o manejo, também esconde desafios ambientais e a manutenção no longo prazo. O aumento da produtividade da terra e da mão de obra, com o contínuo esvaziamento do meio rural, poderá recrudescer com o crescimento da economia brasileira. Neste sentido, o aperfeiçoamento de equipamentos de colheita, debulha, transporte e beneficiamento precisam ser aperfeiçoados.

Há necessidade de ampliar o programa de pesquisa visando à domesticação do gênero *Euterpe*, do processo de beneficiamento, novos produtos, mercado, legislação, entre os principais. O crescimento do mercado esconde riscos ambientais tanto para as áreas de várzeas como para as áreas de terra firme. A expansão controlada, com assistência técnica e obediências às normas legais (ambiental, trabalhista e previdenciária), passa a ser exigida pelos mercados consumidores mais exigentes.

#### REFERÊNCIAS

SANTANA, A. C.; PESSOA, J. D. C.; SANTANA, Á. L. de. O mercado de açaí e os desafios tecnológicos da Amazônia. In: PESSOA, J. D. C.; TEIXEIRA, G.H. de A. (Org.). **Tecnologias para inovação nas cadeias Euterpe**. 1 ed. Brasília: EMBRAPA, 2012, v. 1, p. 21-39.

SANTOS, J.C.; SENA, A.L.S.; HOMMA, A.K.O. Viabilidade econômica do manejo de açaizais no estuário amazônico do Pará. In: GUIDUCCI, R.C.N.; LIMA FILHO, J.R.; MOTA, M.M. (eds.). **Viabilidade econômica de sistemas de produção agropecuários**. Brasília: Embrapa, 2012. p.351-409.

SCHERER, A. Só o dinheiro não basta para obter progresso social. Disponível em <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1092/noticias/so-o-dinheiro-nao-basta-para-obter-progresso-social>. Acesso em 26/06/2015.

TAVARES, G. dos S. HOMMA, A.K.O. Comercialização do açaí no estado do Pará: alguns comentários". **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Brasil (septiembre 2015). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/15/acai-para.html>.