



PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS CONSUMIDORES DE AÇAÍ NO MUNICÍPIO DE CAPANEMA – PA

ANA KARLLA MAGALHÃES NOGUEIRA; HECTOR JUAN DA COSTA BRITO;
DELYANE OLIVEIRA DO NASCIMENTO; SAMILLY LETICIA MOREIRA SANTOS

RESUMO

O consumo do açaí, que pode ser *in natura* ou processado em suco, sorvetes, suplementos, entre outros, tem aumentado significativamente em muitas partes do mundo devido aos seus benefícios para a saúde. O Pará é o estado brasileiro responsável pelo maior consumo de açaí no país. Nesse contexto, o objetivo deste trabalho foi descrever o perfil socioeconômico dos consumidores de açaí no município de Capanema, importante polo comercial localizado na microrregião bragantina, no nordeste do estado do Pará, identificando os aspectos socioeconômicos que influenciam na demanda da fruta. Como método para obtenção das informações, foi aplicado questionários de maneira remota e presencial a 189 habitantes em 21 bairros do município de Capanema. Com essas informações recolhidas, o *Microsoft Office Excel* 2013 foi utilizado para processamento dos dados e criação de planilhas e gráficos. Além disso, revisões bibliográficas em artigos, livros e revistas especializadas no tema colaboram para a análise dos dados e resultados, que apontam, entre outros, que os fatores renda, higiene do estabelecimento e composição familiar são os que mais impulsionam a compra de açaí. A análise de distribuição da renda revelou que 1% dos consumidores recebem menos de 1 salário mínimo, e 46% das famílias recebem entre 1 e 2 salários mínimos, que em 2022 era de R\$1.212,00. Além disso, 36% dos entrevistados afirmaram receber de 2 a 4 salários mínimos, 13% de 4 a 6 salários mínimos, e apenas 6% recebem acima de 6 salários mínimos. Percebeu-se que a origem é o aspecto que menos influencia na compra, seguido da cor, embalagem e apresentação. O preço e o sabor também têm grande importância como fatores determinantes no momento da compra da fruta. Conclui-se que, o atributo que teve a maior influência foi à higiene do estabelecimento que processa a fruta, sendo um fator determinante na demanda dos consumidores no Município de Capanema/PA. **Palavras-chave:** Economia; Demanda de mercado; Hábitos de consumo; Estado do Pará; Responsabilidade social.

1 INTRODUÇÃO

O açaí (*Euterpe oleracea* Mart.) é uma espécie predominante em toda a Amazônia, com maior concentração nos estados do Amapá, Maranhão e Pará, sendo este último, o maior produtor da fruta no Brasil (Nogueira *et al.*, 2005). O fruto do açaizeiro é uma importante fonte de proteínas, fibras, minerais, vitaminas e seu alto teor de lipídio confere ao produto um alto valor energético (Souza, 2000). Para uma grande parcela das famílias de baixa renda que residem nas zonas rurais e urbanas, o acompanhamento pode incluir farinha de mandioca, camarão, peixe e arroz, mas a ausência do açaí contribui para o cardápio ser considerado uma refeição incompleta (Pepper; Alves, 2016).

Diversos estudos vêm sendo feitos para avaliar e descrever os efeitos de fatores socioeconômicos na demanda de vários alimentos no mundo inteiro. As variáveis renda, local de residência, preço, hábitos, nível de qualidade, cultura, tamanho e composição da família

são apontados por um grande grupo de autores como fortes fatores influenciadores no consumo (Redman, 1980).

Partindo da necessidade de descrever as características dos consumidores deste alimento nutritivo e tão frequente na mesa dos paraenses, esta pesquisa realizada no município de Capanema, que é um forte polo comercial na região do nordeste paraense trazendo entre os produtos de maior oferta e demanda, o suco ou “vinho” de açaí, objetiva descrever o perfil socioeconômico dos consumidores do Município de Capanema, e relatar seus hábitos de consumo e apresentar os fatores sociais e econômicos que mais motivam a compra do alimento.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho foi realizado no município de Capanema, localizado na microrregião bragantina, pertencente à mesorregião do nordeste paraense. Para a obtenção dos dados, foi aplicado um questionário semiestruturado de maneira presencial e *online* via *Google Forms* contendo 23 perguntas à 189 moradores de 21 diferentes bairros do município com população total de 69.828 habitantes, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021). O número de entrevistados foi definido por meio do *survey monkey*, com base na população atual, garantindo margem de erro amostral máxima de 6%.

A fim de obter informações quantitativas e qualitativas, os questionamentos foram aplicados com o objetivo de conhecer, entre outros, o estado civil, tipo de residência, renda, composição familiar, escolaridade e hábitos de consumos.

Com os dados coletados, foram elaboradas planilhas por meio do *Microsoft Office Excel* 2013 para criação de gráficos que colaboram com a análise dos dados do perfil socioeconômico dos consumidores de açaí, quando o suco apresenta entre 11% e 14% de polpa (EMBRAPA, 2007). Como referências, foram utilizados artigos e livros que tratam de temas relacionados à produção e consumo de açaí, e nas forças de mercado que causam impacto na demanda pelo produto.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil socioeconômico dos consumidores de açaí fruto

Após a análise dos dados constatou-se que os 189 consumidores entrevistados estão distribuídos em 21 bairros no município de Capanema. Destes consumidores, 129 residem em casa própria, enquanto 60 moram em casas ou apartamentos alugados. A grande maioria dos consumidores é do sexo feminino, sendo representado por 61% dos entrevistados, seguido por 39% do sexo masculino. Ao serem questionados sobre o estado civil, 56% se declararam solteiros, 38% são casados e 6% viúvos.

Com relação ao nível de escolaridade constatou-se que os níveis fundamentais e médios incompleto e completos somados representaram 82% das informações recolhidas, seguidos por 18% de consumidores com graduação e pós graduação. Apenas 1% se declarou analfabeto. No tange ao nível a faixa etária dos entrevistados atestou-se que 8% se declararam jovens, que são pessoas de até 19 anos de idade; 88% adultos que possuem entre 20 e 59 anos; e 4% deles estão acima dos 60 anos de vida.

Reconhecendo a importância de descrever a constituição familiar e os meios de obtenção de renda, tem-se como maior margem de composição as famílias com 4 membros, representando 35% do total de entrevistados, seguida pelas famílias formadas por 3 pessoas, representando 29% do total. Nas famílias compostas por uma à três pessoas, é predominante a quantidade de apenas um empregado. Os grupos familiares com quatro à seis membros, apresentam, na maioria dos casos, dois empregados. Marques (1984) relata que a família é a

base da organização social do país e que uma das principais funções do grupo familiar é a cooperação econômica.

Dentre os membros familiares que possuem emprego, 66% trabalham de carteira assinada nos setores públicos ou privados, 24% atuam de forma autônoma e 10% recebem aposentadorias ou pensão.

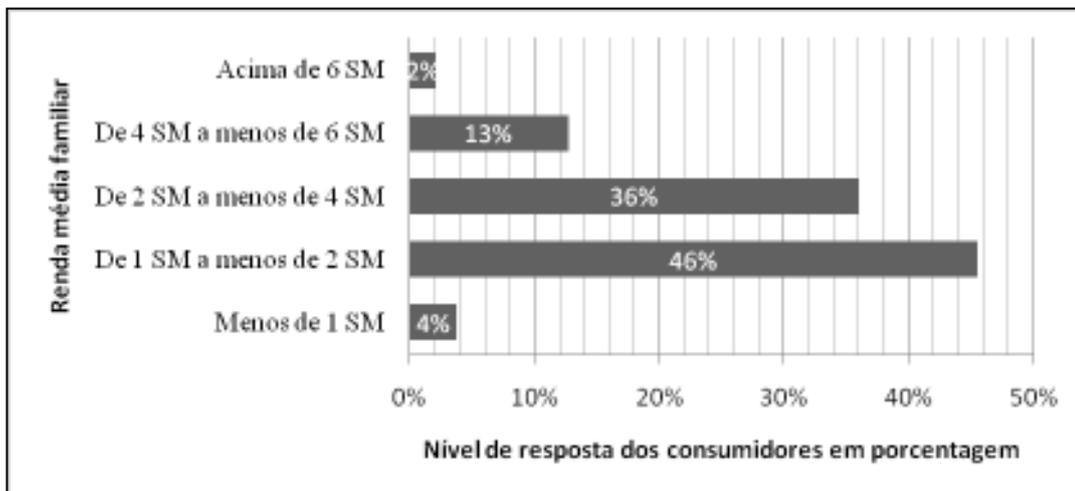


Gráfico 1: Renda familiar dos consumidores de açaí fruto do Município de Capanema/PA. Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A análise de distribuição da renda revelou que 1% dos consumidores recebem menos de 1 salário mínimo, e 46% das famílias recebem entre 1 e 2 salários mínimos, que em 2022 era de R\$1.212,00. Além disso, 36% dos entrevistados afirmaram receber de 2 a 4 salários mínimos, 13% de 4 a 6 salários mínimos, e apenas 6% recebem acima de 6 salários mínimos. Estes resultados são importantes, pois revelam que a maior parte dos consumidores que ainda conseguem manter o açaí, em sua dieta alimentar, são aqueles que possuem renda média entre 1 a 6 salários mínimos, uma vez que o preço deste produto se elevou muito em Capanema nos últimos anos, variando entre R\$12,00 a R\$20,00 o litro.

Percepção dos consumidores com relação aos atributos vinculados à qualidade e segurança da comercialização do açaí

Esta sessão revela o comportamento do consumidor de açaí no município de Capanema em relação a sete fatores determinantes da demanda relacionados à qualidade e segurança da comercialização do açaí, são eles: higiene do estabelecimento, origem, apresentação (refrigeração), embalagem, cor, sabor e preço (Gráfico 2).

Percebeu-se que a origem é o aspecto que menos influencia na compra, sendo escolhido por apenas 8 consumidores, seguido da cor, embalagem e apresentação com 38, 41 e 51 dos respondentes, respectivamente. O preço e o sabor têm grande importância como fatores determinantes no momento da compra, representando 102 e 135 dos entrevistados, respectivamente. Porém, o atributo que teve a maior influência foi a higiene do estabelecimento que processa a fruta, sendo um fator determinante na hora da demanda para 147 consumidores.

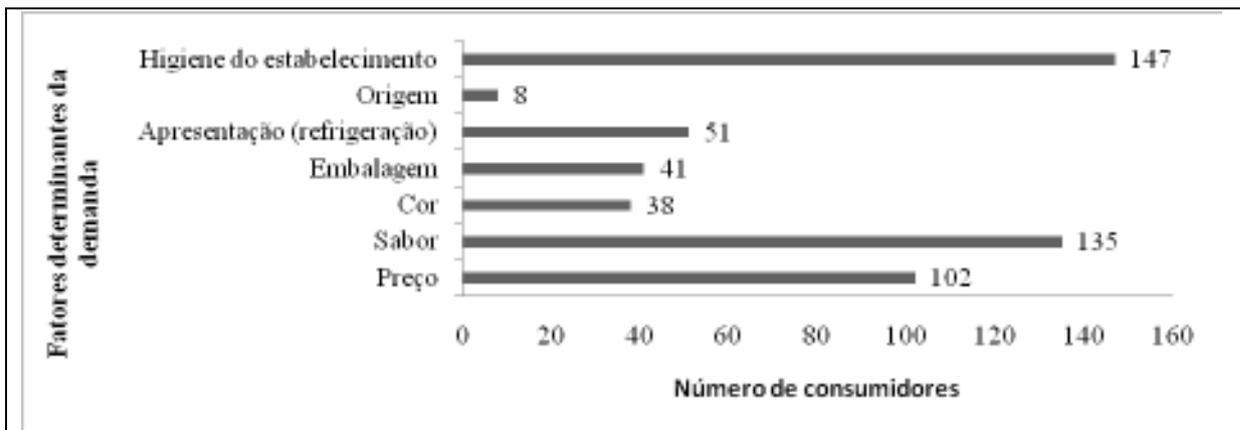


Gráfico 2: Fatores determinantes na demanda do açaí fruto do Município de Capanema/PA. Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Ademais, analisando a frequência de compra do produto, percebeu-se que a grande maioria dos consumidores (57%) compra o açaí semanalmente. Enquanto que 35% declararam que realizam a compra diariamente, 12% compram açaí quinzenalmente e outros 9% mensalmente, e 1% dos consumidores demandam o produto raramente.

Ademais, ao realizar cruzamento das informações sobre frequência de consumo e composição familiar, notou-se quando há apenas um único morador na residência, o consumo é diário e constante. A mesma coisa acontece nas famílias com 6 moradores. Além disso, nas residências com 3 e 4 moradores, maior porcentagem entre as demais composições familiares, o consumo semanal é o que mais predomina.

Na comparação entre a frequência de consumo e renda familiar, notou-se que a demanda semanal do açaí é elevada nas famílias com renda entre 2 e 4 salários mínimos. O produto é consumido diariamente nos grupos familiares com renda menor que 1 salário mínimo e entre 4 e 6 salários mínimos. A faixa de renda mais declarada pelos consumidores, a de 1 a 2 salários mínimos, consome açaí diariamente e semanalmente.

Atestou-se, ainda, que o consumo de açaí se dá no período da tarde para 84% dos 189 consumidores. Do total de entrevistados, 74% consomem pela manhã e 24% de todos os consumidores, se alimentam com açaí à noite.

Os pontos de vendas e/ou batedeiras continuam sendo o local de preferência para a compra do açaí pelos consumidores, pois 89% declararam comprar nesses estabelecimentos. Enquanto somente 8% realizam a compra em supermercados, 2% do atravessador e 1% possui produção própria.

O horário de funcionamento desses pontos de comercialização, segundo os entrevistados, se concentra nos períodos de manhã e tarde, enquanto apenas 12% dos consumidores encontram o produto no período noturno.

Questionou-se, ainda, onde o cliente busca informação para compra do açaí, e a maioria dos consumidores afirmou que buscam com amigos, sendo o principal meio de conhecimento sobre o melhor local de compra para 152 dos entrevistados, sendo seguido pela internet e feiras para 92 e 78 dos entrevistados, respectivamente.

Em um questionamento realizado com a possibilidade de múltiplas escolhas de consumo, os principais produtos consumidos como complementares ao suco do fruto do açaizeiro são a farinha de mandioca, que acompanha o açaí para 84% do total de 189 entrevistados. Seguido pela farinha de tapioca, charque e carne bovina. Segundo Souza e Lemos (2004), no Pará, o açaí é consumido frequentemente com farinha de mandioca, tapioca, charque e outras proteínas animais.

Entres os produtos substitutos mais informados pelos consumidores foram a bacaba (43%), suco (23%), frutas *in natura* (26%) e sorvetes (8%). De acordo com Nogueira e

Santana (2011) quando o preço do açaí se eleva a demanda por bacaba também aumenta por ter seu preço reduzido, já que se trata de um produto substituto.

Os hábitos de consumo de açaí pelos moradores do município de Capanema – PA assemelham-se aos dos habitantes das regiões ribeirinhas de Igarapé-Miri, outro município paraense que segundo Almeida et al. (2021) consomem o produto acompanhado de outros alimentos protéicos, como peixes, carne bovina, frango e camarão.

Percepção dos consumidores a respeito da responsabilidade social no processo de colheita do fruto

Questionou-se, ainda, se os entrevistados consumiriam o açaí se soubessem que o processo de colheita era realizado com exploração de mão de obra infantil, e atestou-se que 73% dos consumidores consumiriam o açaí proveniente desta prática, e apenas 27% afirmaram que não. É importante frisar que o § 3º da Resolução nº 113 do CONANDA estabelece que a promoção dos direitos de crianças e adolescentes deve ser realizada com a participação da população (BRASIL, 2015).

Os pequenos produtores de comunidades carentes enfrentam grandes dificuldades na comercialização do açaí. Em razão disso, esta pesquisa buscou descobrir se o consumidor daria preferência para o consumo do produto produzido de maneira artesanal (manual) por uma comunidade carente. E constatou-se que 25% dos consumidores dariam preferência inteiramente para o produto fabricado de maneira artesanal, 47% dariam preferência desde que atenda as exigências sanitárias e 28% não dariam preferência para o consumo de produtos provenientes de comunidades carentes.

4 CONCLUSÃO

Concluiu-se que os fatores que mais influenciam a demanda do açaí são o preço, renda e a higiene do estabelecimento. E a frequência de consumo, para a grande maioria dos consumidores, ocorre semanalmente, o que se repete nos cruzamentos de dados com a renda familiar e composição das famílias.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, H. P. .; HOMMA, A. K. O. .; MMENEZES, A. J. E. A. de .; FILGUEIRAS, G. C. .; FARIAS NETO, J. T. Production and self-consumption of açaí by riverside dwellers in the Municipality of Igarapé-Miri, Pará. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 9, p. e51710918376, 2021.

BRASIL. Compêndio das resoluções do CONANDA. Ministério Público do Estado de Rondônia. RO, 2015.

BEZERRA, V. S. Açaí gelado. Embrapa Informação Tecnológica. **Coleção Agroindústria Familiar**. Brasília, DF, 2007. 40 p.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo: Universo - Indicadores sociais municipais**. Brasília, 2010.

MARQUES, N.A.C. Editorial. Oikos - **Revista Brasileira de Economia Doméstica**. V. 3, n. 2. ISSN: 0101-5273. Viçosa: ABED, 1984.

NOGUEIRA, A.K.M.; SANTANA, A.C. Análise de Sazonalidade de Preços de Varejo de Açaí, Cupuaçu e Bacaba no Estado do Pará. **Revista De Estudos Sociais**, 11(21), 7-22, 2011.

NOGUEIRA O.L.; FIGUEIREDO, F.J.C.; MULLER A.A. Açaí. **Embrapa Amazônia Oriental**. Belém, Pará. 137p. Embrapa Amazônia Oriental, 2005.

PEPPER, L.G.; ALVES, L.F.N. O açaí ribeirinho certificado: uma forma de garantir o reconhecimento de um produto diferenciado e de assegurar renda duradoura para ribeirinhos do Estuário Amazônico. **Cadernos de Agroecologia**, 2016.

REDMAN, B.J. The impact of women's time allocation of expenditure for meals away-from-home and prepared foods. **American Journal of Agricultural Economics**, New York, v. 62, n. 2, p. 234-237, 1980.

SOUZA, J.N.S. Caractérisation et quantification des anthocyanines du fruit de l'açayer (*Euterpe oleracea*). **Mémoire de DEA en Sciences et Technologie des Aliments**, Univ. Catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve, Belgique, 2000.

SOUZA, L. A.; LEMOS, W. P. Prospecção de insetos associados ao açaizeiro (*Euterpe oleracea* Mart.) em viveiro e proposições de controle. **Revista de Ciências Agrárias**, n. 42, p. 231-241, 2004.