

Boletim de Inteligência e Mercado

AÇAÍ & FARINHA



Sabores que se completam.





Inteligência e Mercado

AÇAÍ & FARINHA

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

José Conrado Santos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Maria Domingas Ribeiro - Diretora Técnica

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA DO SEBRAE/PA

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Miguel Pantoja da Costa Junior - Coordenador

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Roberto Belluci - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

Maryellen Lima Rodrigues Pinto - Analista

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral

Maika Sória Corrêa Minatti

Flávio Augusto da Silva

Cristina Jivatmam Guerreiro Holanda Britto

DUX Office

Valéria Brunnetta - Coordenadora estatística

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Thyago Reis Paula - Designer

REVISÃO DE CONTEÚDO

Gualter de Oliveira Rocha - Analista de Gestão e Pesquisador Organizacional

Maika Sória Corrêa Minatti

EMPRESA ORGANIZADORA

Evolucionar Consultoria em Gestão Organizacional Ltda.

Sumário

Açaí



1. Apresentação	5
2. O açaí	7
3. A economia do açaí	9
3.1 Análise qualitativa	
3.2 Análise quantitativa	
3.3 Municípios com maior volume de produção	
3.4 Percentual de plantio por município	
4. O mercado fornecedor	16
5.1. As principais feiras de Belém	
5.2 A aquisição do fruto	
5. O processamento do fruto	18
5.1 'Batedor' artesanal	
5.1 Agroindústrias	
5.3 O <i>Branqueamento</i> do açaí	
5.4 Benefícios do <i>Branqueamento</i>	
5.5 O papel do Sebrae no Pará	
6. Cadeia de valor do açaí	22
7. Mercados do açaí	24
7.1. Destino da comercialização	
7.2. Derivados do açaí	
8. Comportamento de consumo	28
8.1. Fatores que influenciam o consumo	
8.2. O efeito da comunicação.	
8.3. O que faz o cliente comprar	
8.4. O que incentiva a indicação a um amigo	
9. Legislação e Normas	31
9.1 'Batedor' artesanal	
9.2 Agroindústrias	
10. Tecnologia e inovação	32

Sumário

Farinha

1. Apresentação	33
2. A Farinha de mandioca	35
2.1 Classificação por grupo	
2.2 Classificação por classe	
2.3 Classificação por cor	
2.1 Subprodutos da farinha	
3. A economia da farinha	39
3.1 A relevância econômica	
4. A produção	41
4.1 Brasil	
4.2 Produção por Unidade da Federação	
4.3 Produção no estado do Pará	
4.4 Município de Acará (PA) – o maior produtor	
5. A farinha de Bragança	44
5.1 Demanda farinha de Bragança	
5.2 Crescente notoriedade	
5.3 A produção na região bragantina	
5.4 A grande conquista	
5.5 Delimitação geográfica da IG da Farinha de Bragança	
6. Legislação e Normas	48
6.1 O fluxograma da produção	
6.2 Benefícios da (IG)	
7. Mercado e comercialização	53
7.1 A comercialização para outras UFs	
7.2 Principais Mercados Internacionais	
8. Orientações finais	56
8.1 Açai e Farinha de Mandioca na COP 30	
9. Conclusão	60
10. Referenciais	61



CAPÍTULO 1

Apresentação

O açaí e a farinha de mandioca representam mais do que simples ingredientes da culinária paraense: retratam a base da dieta local. São produtos fundamentais para o desenvolvimento socioeconômico do estado do Pará.

Ambos transcendem a condição de alimentos, tornam-se experiências culturais, elementos de coesão social, símbolos da nossa identidade cultural e produtos com consideráveis potenciais de mercado interno e externo.

O açaí assume diferentes formas de consumo a depender do local onde é vendido. É considerado um superalimento, reconhecido por suas propriedades nutricionais e uma fonte vital de sustento para centenas de milhares de famílias em toda sua Cadeia de Valor.

A economia do açaí conecta desde coletores extrativistas, comunidades ribeirinhas, 'batedores' artesanais, agroindústrias, mercado varejista e exportador. Seus subprodutos geram uma considerável receita para o estado do Pará, que é o maior produtor do Brasil e do mundo.

Já, a farinha de mandioca é o pilar da alimentação e segurança alimentar no Pará e no mundo. É um nutriente que pode ser consumido de várias formas. A fabricação da farinha envolve conhecimentos tradicionais transmitidos por gerações e os diversos subprodutos agregam a sua Cadeia de Valor.

A versatilidade da farinha dinamiza várias frentes de negócios, semelhantes à economia do açaí: cria empregos e gera renda. A região nordeste do estado é responsável por aproximadamente 50% de toda a produção estadual e a Identificação Geográfica (IG) da Farinha de Bragança é um exemplo a ser seguido em outras regiões.

Desafios e oportunidades rodeiam essas duas iguarias regionais. Açaí e farinha são produtos da biodiversidade amazônica que oferecem desenvolvimento sustentável ao mesmo tempo que integra comunidades locais a economia internacional.

Neste Boletim, o leitor poderá desfrutar de um conjunto de conhecimentos informativos e aplicáveis, podendo, caso seja sua necessidade, colocar em prática ou buscar o apoio do Sebrae no Pará. Que trabalha para o crescimento sustentável dos pequenos negócios!

Boa leitura!





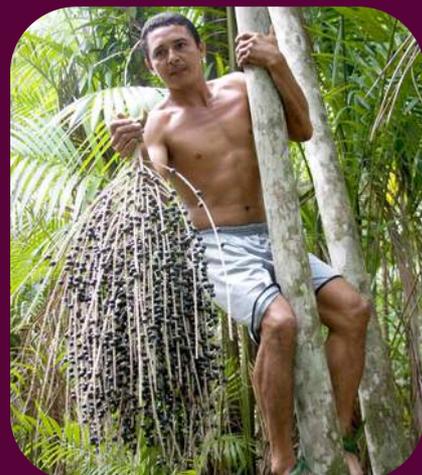
PARTE I

CAPÍTULO 2

O açaí

O **açaí** é um fruto amazônico amplamente produzido e apreciado na alimentação das populações regionais e, **a partir dos anos 2000**, vem assumindo um protagonismo nas preferências dos consumidores nacionais e internacional, **movido, principalmente, pela sua tradição, popularidade, importância econômica e nutricional. Essa última, adquirida nos últimos 20 anos.**¹

Considerado um alimento básico e nutritivo, largamente consumido pelas populações ribeirinhas e de centros urbanos da região Norte, a **extração e o beneficiamento artesanal do açaí** constituem-se como uma opção de empregabilidade, **iniciação empresarial** e fonte de renda. **Segundo o Instituto Terroá,**² estima-se que mais de 500 mil litros de açaí são consumidos por dia na **Região Metropolitana de Belém – RMB.**



O processamento do fruto é, portanto, uma atividade que vem gerando inúmeros empregos e oportunidades de negócio, fundamentalmente em **Belém** e municípios adjacentes, onde, segundo a **Associação de Vendedores Artesanais de Açaí de Belém - AVABEL**,³ existem mais de 8 (oito) mil pontos de vendas e cerca de 30 (trinta) mil trabalhadores beneficiados diretamente com a comercialização do produto.

Para a **Secretaria de Agricultura Familiar do Pará - SEAF-PA**,⁴ são aproximadamente 120 (cento e vinte) mil famílias que vivem dessa atividade no Pará, perfazendo uma **cadeia de produção** fundamental do ponto de vista social, econômico e ambiental no estado. Essa **Cadeia de Valor** compreende várias atividades como as de **colheita, produção, transporte, comercialização (varejo e atacado), beneficiamento, agregação de valor, industrialização, distribuição e exportação**.

O **açaí**, também, configura-se como matéria prima para fabricação⁵ de diversos **subprodutos** de alto valor comercial no mercado nacional e internacional, como polpa processada, sorvete, geleia, doces, corante natural para indústria de alimentos e bebidas energéticas, além de ser utilizado na indústria farmacêutica e cosmética.⁶

Na região de origem, sobretudo na **região metropolitana de Belém**, o **açaí** é **consumido como um suco ou um purê**, denso e escuro (de cor roxa) logo após as etapas de processamento e despulpamento. **A “transformação” do açaí**⁷ de um alimento regional para vários subprodutos, que deram ao fruto, projeção nacional e internacional, começou a partir dos anos 1990 com a indústria alimentícia por alimentos mais saudáveis.





CAPÍTULO 3

A economia do açaí

3.1 Análise qualitativa

O crescimento econômico do açaí, tanto no mercado local, nacional e internacional, pode ser atribuído a uma combinação de fatores relacionados ao seu valor nutricional, versatilidade de uso e transformação em outros subprodutos, estratégias de marketing eficazes e a crescente conscientização global sobre saúde e sustentabilidade. Podemos considerar que, alguns aspectos são motores centrais desse impulsionamento:



Valor Nutricional e Benefícios à Saúde: O açaí é rico em antioxidantes, especialmente antocianinas, que combatem os radicais livres e têm sido associadas à prevenção de doenças crônicas. Além fibras, ácidos graxos essenciais (como ômega 3, 6 e 9) e vitaminas, o que o torna um superalimento.



Versatilidade e Inovação de Produtos: A versatilidade do açaí, que pode ser consumido de diversas formas (como na tradicional tigela de açaí, sucos, sorvetes, em pó, como suplementos, cosméticos entre outros), amplia seu apelo no mercado.



Estratégias de Marketing e Globalização: Seu *status* de superalimento e sua origem exótica têm atraído consumidores ao redor do mundo e contribuído para várias ações de mercado de grande êxito.



Plataformas digitais e melhoria na logística: Novas redes de distribuição têm permitido que o açaí alcance consumidores em diversos países, ampliando significativamente seu mercado.



Conscientização sobre Saúde e Sustentabilidade: A crescente preocupação global com a saúde, alimentação saudável e sustentabilidade ambiental tem favorecido alimentos que são percebidos como naturais e benéficos para a saúde e o meio ambiente.

3.2 Análise quantitativa

Atualmente o estado do Pará detém 93,9% da produção do fruto, seguido pelo Amazonas com 5,3%. Somando as produções estaduais, o volume (em mil toneladas), fica próximo a quantidade total da produção brasileira, que até 2022, segundo o IBGE, girava em torno de 1.699.588 bilhão de toneladas.

Quadro 01 – Produção de açaí (em toneladas) no Brasil, Pará e Amazonas no período de 2015 a 2022.

UF	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% da produção no Brasil
Brasil	1.008.387	1.091.667	1.335.040	1.301.472	1.399.828	1.477.718	1.483.499	1.699.588	100,0%
Pará	1.000.850	1.080.612	1.274.056	1.230.699	1.320.150	1.389.941	1.388.116	1.595.455	93,9%
Amazonas	546	95.76	52.785	62.329	67.757	73.538	83.321	90.616	5,3%

Fonte: IBGE (2022).⁸⁷

No período entre os anos de 2021 e 2022, o Pará, teve um aumento de produtividade de aproximadamente 15% enquanto a produção brasileira cresceu 14,6%. Contudo, a produção de açaí no estado vem perdendo espaço no decorrer dos anos para outras lavouras e culturas. Em 2015 a representatividade do açaí frente a produção agropecuária total do estado era de 39,1%. Em 2022, sua participação diminuiu para 24,3%.

Quadro 02 – Valor da produção (em Mil Reais) das lavouras temporárias e permanentes x a produção de açaí no estado do Pará.

ANO	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Valor da Produção (mil reais) agropecuária total do Estado do Pará	R\$10.398.725	R\$9.871.141	R\$10.702.580	R\$10.076.609	R\$10.594.343	R\$15.271.767	R\$20.646.019	R\$24.377.558
Açaí - Valor (mil reais) da produção do açaí no Pará	R\$4.069.409	R\$1.980.411	R\$3.364.272	R\$2.603.394	R\$2.880.211	R\$4.485.299	R\$5.132.183	R\$5.927.144
% Participação do Açaí no Valor Total da Produção no ano	39,1%	20,1%	31,4%	25,8%	27,2%	29,4%	24,9%	24,3%

Fonte: IBGE (2022).⁸⁷

O ano de 2015 foi um marco importante para a cultura do açaí no Pará. A partir desse período começou a ser registrada também a produção do açaí cultivado, que iniciou com o volume de 1 milhão de toneladas. Enquanto o açaí extrativo se manteve praticamente constante ao longo dos anos. O açaí cultivado aumentou continuamente para atender à crescente demanda dos mercados.¹⁴

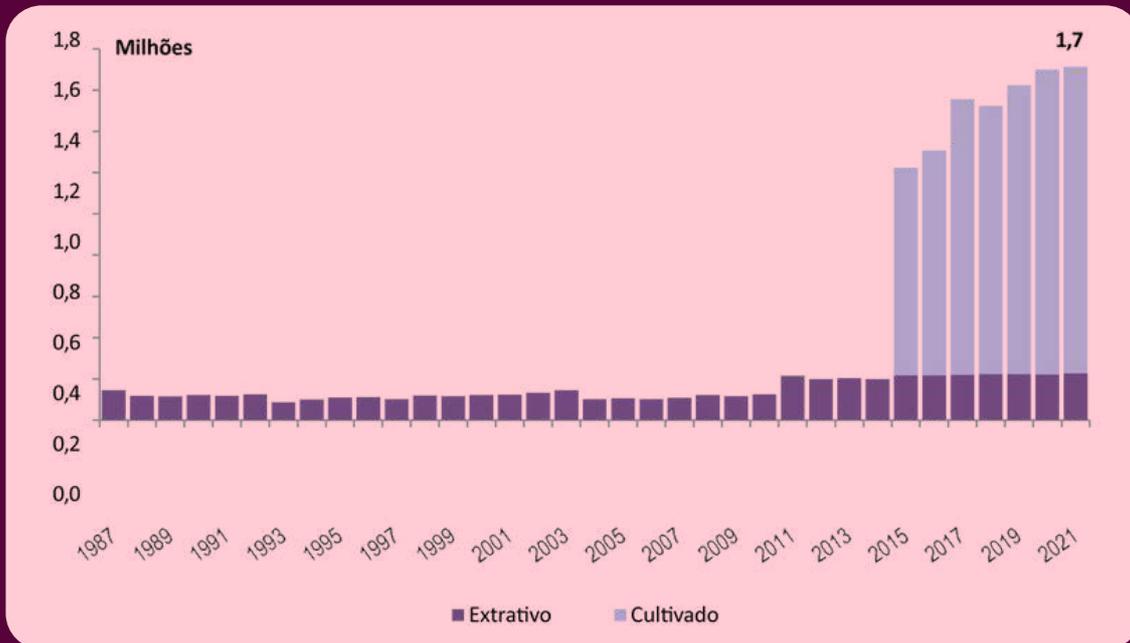
Gráfico 01 - Produção de açaí no Pará - (Valor R\$ mil reais) no período de 2015 a 2022.



Fonte: IBGE (2022).⁸⁷

O material '**Estudos em Agronegócio: participação brasileira nas cadeias produtivas – O açaí**',¹ calcula que em 2021, o açaí cultivado representou 86,7% da produção total.

Gráfico 02 - Evolução da produção do açaí extrativo e cultivado, Brasil (1987-2021).



Fonte: Fapespa (2023)¹⁰

Segundo dados da Fapespa,¹⁰ até o ano de 2014, registrava-se apenas a produção do açaí extrativo, que girava em torno de 200 mil toneladas. Porém, a partir de 2015, começou a ser registrada também a produção do açaí cultivado (manejado). Além do sistema de produção extrativista, existem outros três modos de cultivo¹ que são:

1 Manejo em áreas de várzea;

2 Cultivo com irrigação; e

3 Cultivo sem irrigação em áreas de terra firme.

3.3 Municípios com maior volume de produção de açaí

Dos 144 municípios do Pará, os 20 (vinte) maiores em produção em R\$ (mil reais) no ano de 2022, segundo o IBGE, são os que seguem no Quadro abaixo. Junto a eles, seguem a participação em percentual quando comparado a produção total do estado. Os maiores produtores são responsáveis por mais de 90% da produção estadual.

Quadro 03 – Os 20 municípios com maior volume de produção em R\$ (mil reais) e sua participação em percentual em 2022.

Valor Produção por Município Paraense em R\$ (mil reais)			
Ordem	Município	Valor R\$ (mil reais)	Participação %
1º	Igarapé-Miri - PA	1.598.584	27,0%
2º	Cametá - PA	666.781	11,2%
3º	Abaetetuba - PA	504.000	8,5%
4º	Mocajuba - PA	344.715	5,8%
5º	Barcarena - PA	336.000	5,7%
6º	Bagre - PA	246.901	4,2%
7º	Limoeiro do Ajuru - PA	233.730	3,9%
8º	Bujaru - PA	218.166	3,7%
9º	Anajás - PA	205.995	3,5%
10º	Oeiras do Pará - PA	146.358	2,5%
11º	Santa Izabel do Pará - PA	111.216	1,9%
12º	Portel - PA	103.734	1,8%
13º	Acará - PA	99.420	1,7%
14º	Moju - PA	97.500	1,6%
15º	Curralinho - PA	87.005	1,5%
16º	Inhangapi - PA	85.213	1,4%
17º	Muaná - PA	80.560	1,4%
18º	Breves - PA	61.094	1,0%
19º	Ponta de Pedras - PA	61.039	1,0%
20º	Concórdia do Pará - PA	52.340	0,9%
21º	Demais municípios	586.796	9,8%
Valor total da Produção do Açaí no Pará em 2022		5.927.144	100%

Fonte: IBGE (2022).⁸⁸

Nota: O IBGE não faz diferenciação entre produção extrativista e produção manejada.

3.4 Percentual de plantio por município

Neste ponto, recortamos os 20 (vinte) municípios com o maior percentual destinado ao plantio de açaí no estado do Pará. Verifica-se que apenas 376.242 hectares do total de 2.313.215 milhões de hectares são destinados ao cultivo do açaí. Esses municípios são responsáveis por quase 90% do plantio de açaí.

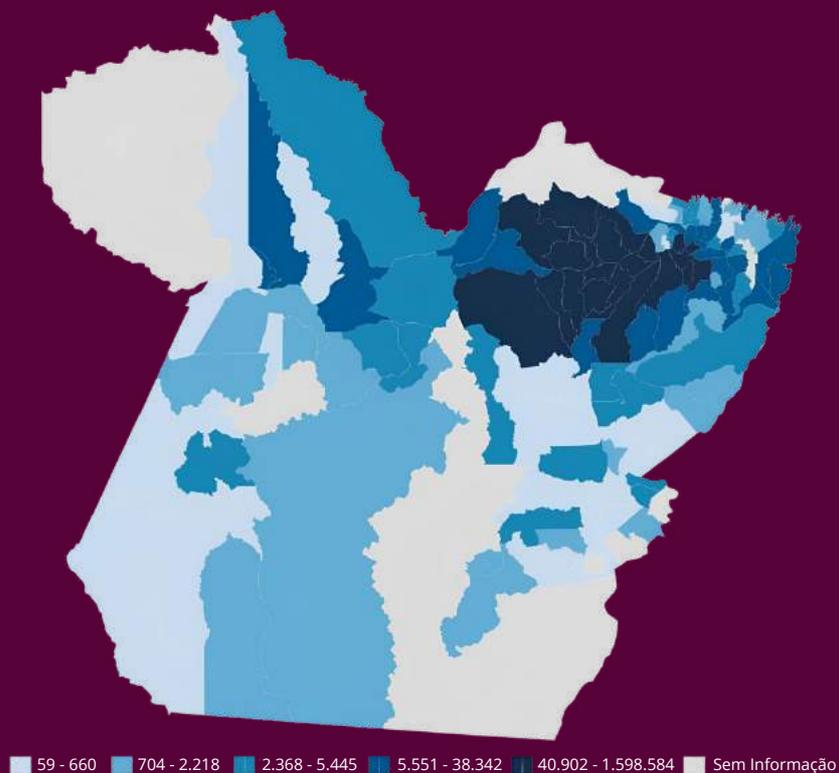
Quadro 04 - Municípios com maior percentual de área destinada ao plantio de açaí no estado do Pará em 2022.

Município	Total Área (hectares)	Área destinada ao Açaí (hectares)	% da área destinada ao açaí no estado do Pará
Igarapé-Miri (PA)	54814	52000	23,21%
Cametá (PA)	44855	30000	13,39%
Abaetetuba (PA)	25095	20000	8,93%
Barcarena (PA)	14114	10000	4,46%
Limoeiro do Ajuru (PA)	9711	9000	4,02%
Bagre (PA)	8501	8000	3,57%
Mocajuba (PA)	12667	6700	2,99%
Bujaru (PA)	8677	6200	2,77%
São Sebastião da Boa Vista (PA)	6060	6000	2,68%
Anajás (PA)	5806	5500	2,45%
Muaná (PA)	5570	5500	2,45%
Moju (PA)	42665	5000	2,23%
Santa Izabel do Pará (PA)	6348	5000	2,23%
Acará (PA)	41569	4800	2,14%
Melgaço (PA)	4844	4400	1,96%
Ponta de Pedras (PA)	4155	4100	1,83%
Portel (PA)	18658	4000	1,79%
Tomé-Açu (PA)	49014	3520	1,57%
Oeiras do Pará (PA)	7926	3400	1,52%
Inhangapi (PA)	5193	2570	1,15%
Demais municípios	1.936.973	28.354	12,66%
Total Pará	2.313.215	224.044	100%

Fonte: [IBGE \(2022\)](#).⁸⁸

O Cartograma (mapa) abaixo, identifica a concentração de plantio de açaí por área e valor produzido. Quanto mais escurizada a área estiver no mapa, maior será sua contração de pés de açaí.

Cartograma (mapa) – Produção de açaí por município no estado do Pará.



Fonte: [IBGE \(2022\)](#).⁸⁸



CAPÍTULO 4

O mercado fornecedor – onde comprar

Em Belém, existem 3 (três) feiras significativas na comercialização dos frutos de açaí: (1) **Feira do Açaí**, no Complexo do Mercado do Ver o Peso; (2) **Porto do Açaí**; e (3) **Porto da Palha**, ambas na Avenida Bernardo Sayão no bairro do Jurunas.

No entanto, vale destacar que, para assegurar o produto, é importante que o empreendedor possa, de alguma forma, estabelecer acordos formais com os fornecedores garantindo a compra adiantada do fruto de açaí.

4.1 As principais feiras de Belém

O expressivo aumento da cultura do açaizal paraense **ocorreu devido ao registro do açaí cultivado**, o que também explica o aumento da produção do açaí nacional. O **açaí cultivado** também foi registrado no estado amazonense, porém, em nível muito menor.

4.1.1 Porto da Palha

📍 **Endereço:** Av. Bernardo Sayão, Bairro do Jurunas.

🕒 **Horário de Funcionamento:** 4:00 às 10:00 da manhã.



4.1.2. Porto do Açaí

- 📍 **Endereço:** Av. Bernardo Sayão, Bairro do Jurunas.
- 🕒 **Horário de Funcionamento:** 24 horas com maior frequência das 5:00 às 7:00 horas da manhã.



4.1.3 Feira do Açaí

- 📍 **Endereço:** Complexo do Ver o Peso – Cidade Velha.
- 🕒 **Horário de Funcionamento:** 5:00 às 9:00.



Fonte: Sebrae Pará (2021).¹⁵

4.2 A aquisição do fruto

Para batedores artesanais

A comercialização dos frutos de açaí nesses espaços tem o seu maior movimento das três às cinco da manhã e normalmente os frutos são comercializados em paneiros contendo 14 kg a 28 kg. Basicamente, os grandes frequentadores das feiras são os batedores artesanais, que compram e revendem no mesmo dia. Os preços vigentes dependem da safra e geralmente são repassados ao consumidor final, tanto para mais na safra quanto para menos na entressafra.

Para a agroindústria de pequeno porte

A mesma dinâmica de variação de preço que acontece para os compradores da agroindústria. A diferença, quando comparado aos batedores, dá-se pela dinâmica da compra. Os pequenos agroindustriais buscam a aquisição do fruto direto com os produtores rurais, em uma operação mais arriscada, pois pagam adiantado para receber o fruto posteriormente em um tipo operação de caráter muito informal, visando excluir o atravessador.



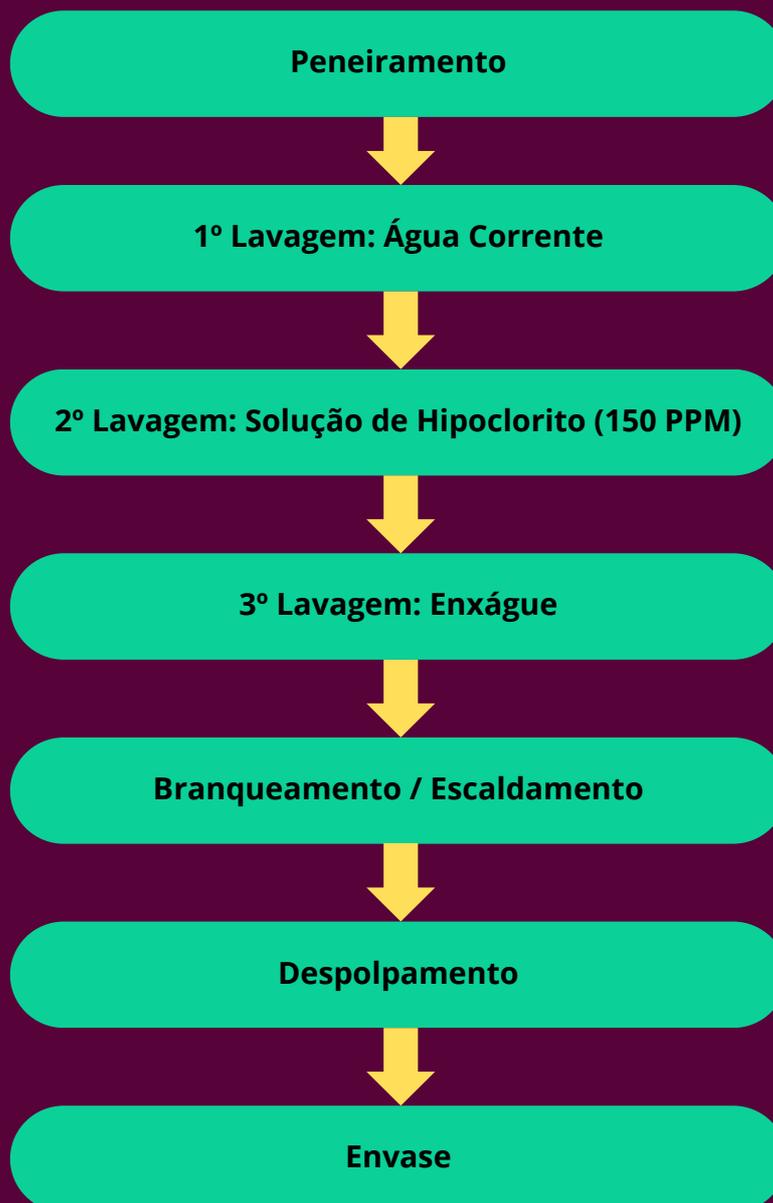
CAPÍTULO 5

O processamento do fruto

Em qualquer circunstância, é essencial que se cumpra, obrigatoriamente as **boas práticas de fabricação de açaí batido**.¹⁷ O açaí é um fruto que se deteriora muito rápido, não resistindo mais do que 48 horas após sua colheita, principalmente quando o acondicionamento e o transporte são feitos em condições precárias. **Consulte o site da EMBRAPA** e veja todas as exigências sanitárias necessárias para manter seu consumidor e sua empresa longe de problemas. **Clique Aqui!**¹⁷

5.1 'Batedor' artesanal

Ilustração - O processamento do fruto do açaí segundo o Decreto 326 de 20 de janeiro de 2012.



5.2 Agroindústria



Fonte: Sebrae Pará, como montar uma agroindústria de açaí (2021);¹⁸ Bezerra et al (2017)⁸⁷

5.3 O Branqueamento do açaí – compromisso com a qualidade, profissionalização e conquista de novos clientes

Assim como os batedores artesanais, as agroindústrias de pequeno porte também necessitam realizar uma etapa crucial no processamento do açaí: o branqueamento, que consiste em colocar o fruto do açaí em imersão com o auxílio de peneira em aço inoxidável em água quente de 80°C a 90°C por um período de 10 segundos e no resfriamento rápido em outro tanque contendo água à temperatura ambiente por 2 minutos.

O resfriamento e amolecimento deve ser feito em água potável com concentração de cloro e água sanitária em proporções designadas pelo [Decreto nº 326 de 20/01/2012](#) para que haja a inativação de micro-organismos que podem causar algum tipo de contaminação no consumidor final do produto, sendo, o principal deles o protozoário *Trypanosoma Cruzi*, causador da [doença de chagas](#).

5.4 Benefícios do Branqueamento

Para 'Batedores' Artesanais

1 Preservação da Tradição com Inovação:

O branqueamento permite que os métodos tradicionais de preparação do açaí se adaptem às exigências modernas de higiene e segurança, sem perder a essência cultural.

2 Diferencial Competitivo:

Implementar o branqueamento destaca o produto artesanal no mercado, agregando valor e atraindo consumidores preocupados com a qualidade e segurança alimentar.

3 Acesso a Novos Mercados:

Produtos que passam por um processo de higienização eficaz, como o branqueamento, têm maiores chances de serem aceitos em mercados mais amplos, inclusive internacionais.

4 Confiança do Consumidor:

O compromisso com a segurança alimentar, demonstrado através do branqueamento, constrói uma base sólida de confiança com os consumidores, fidelizando-os.

Para Agroindústrias de Pequeno Porte

1 Garantia de Qualidade:

O branqueamento é um 'selo' de qualidade, assegurando que o açaí esteja livre de patógenos e seguro para o consumo, o que é fundamental para a reputação da marca.

2 Diferencial Competitivo:

Este processo não só melhora a segurança alimentar, mas também pode realçar a cor e o sabor do açaí, tornando-o mais atraente para o consumidor final.

3 Expansão Comercial:

Agroindústrias que adotam práticas de segurança alimentar reconhecidas, como o *branqueamento*, têm vantagem competitiva para expandir seus negócios, tanto no mercado interno quanto no externo.

4 Responsabilidade Social:

Ao investir em processos que garantem a segurança e qualidade do açaí, as agroindústrias demonstram compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade social, valores cada vez mais importantes para os consumidores.

5.5 O papel do Sebrae no Pará

O Sebrae no Pará sempre esteve ciente da importância da realização do processo de *branqueamento* no setor de açaí seja nos batedores artesanais ou nas agroindústrias que atende. Afinal, é uma questão de saúde pública.

Sua contribuição está concentrada na ação de conscientização que é feita em grupo ou em formato individual. Tudo depende do projeto ou das consultorias e instrutorias que estão sendo realizadas. O foco é garantir a adesão rigorosa à etapa de desse importante processo.

Outro formato que encontramos de mobilizar o público empreendedor do açaí é fazer parcerias com entidades do governo e suas secretarias municipais de saúde. Esse diálogo construtivo com os governos municipais é uma forma de facilitar informações e conhecimentos que gerem ações na ponta.

Nós reconhecemos que a adoção rigorosa da etapa de *branqueamento* do açaí não é apenas uma exigência legal, mas um compromisso com a qualidade do produto e com a saúde dos consumidores.



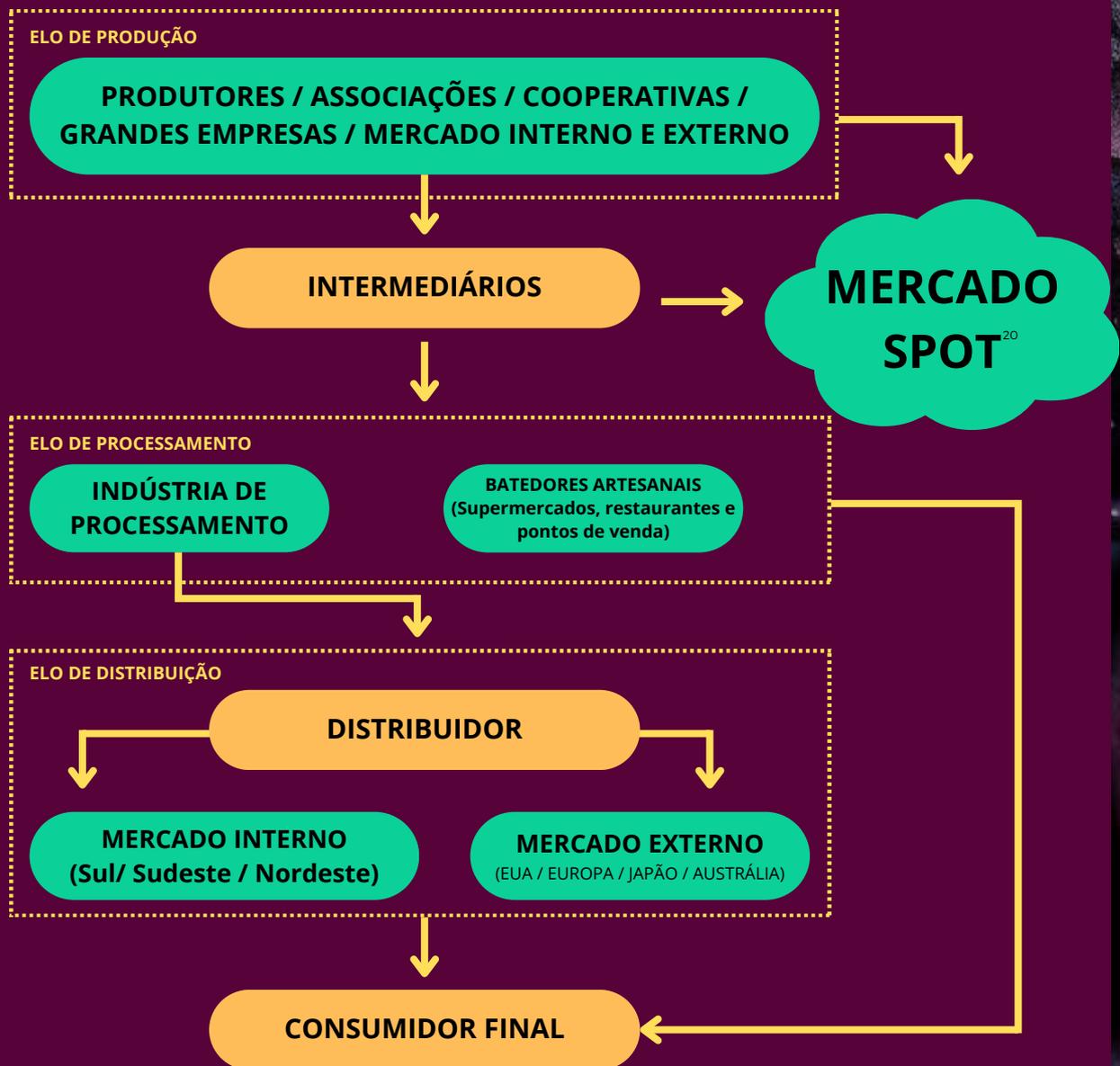
A Rede Açaí foi apenas uma das muitas iniciativas que o Sebrae no Pará ofertou aos empreendedores do açaí visando a profissionalização do ponto de venda e das micro e pequenas agroindústrias.



CAPÍTULO 6

Cadeia de valor do açaí

Ilustração – Cadeia produtiva do açaí de forma simplificada.



Fonte: Adaptada de Araújo e Souza Filho (2018).¹⁹

O **Mercado Spot**²⁰ significa um tipo de mercado que só admite transações em que a entrega da mercadoria é imediata e o pagamento é feito à vista. Não raro, são os casos em que agroindústrias de pequeno porte pagam adiantado, em compra direta a produtores rurais, pela obtenção mais barata (sem atravessadores) do fruto *in natura* em um ambiente de informalidade quase plena.



CAPÍTULO 7

Mercados do açaí

No **Brasil**, especialmente na **região norte**, o **açaí** é consumido tradicionalmente com farinha de mandioca ou tapioca e, muitas vezes, **acompanhado de peixe frito, camarão ou charque (carne salgada)**.²² Nos **centros urbanos do país**, popularizou-se na forma de "**açaí na tigela**", **misturado com granola, frutas e mel**,²³ ou xarope de guaraná, ou em polpas congeladas. Há também uma crescente demanda por produtos derivados do **açaí** em supermercados e lojas especializadas, como cápsulas de suplemento e produtos de beleza.

Imagens: 1) Açaí tradicional 2) açaí na tigela com granola, banana etc., 3) pote de açaí em supermercados; 4) lojas especializadas fora de Belém.



No **mercado internacional**, a exportação do **açaí** tem crescido significativamente, com destinos como Estados Unidos, Japão e países da União Europeia. No exterior, o **açaí** é frequentemente **comercializado como um superalimento**,²⁴ focando nos seus **benefícios à saúde**.² É comum encontrar **açaí** em lojas de produtos naturais, cafeterias e restaurantes especializados em alimentos saudáveis, geralmente na forma de bebida natural que mistura *milkshake* à base de frutas, sorvete e gelo (**smoothies**²⁵) ou **tigelas e cumbucas, chamadas de bowls**.²⁶



7.1 Destinos da comercialização

As informações existentes,⁶ com base nos relatos dos maiores beneficiadores que se dedicam ao comércio para o mercado doméstico e externo, indicam que **60% se destinam ao consumo local, 30% para o comércio interestadual** e apenas **10% para o exterior**. Estados Unidos, Austrália e Japão são os maiores compradores, responsáveis por cerca de 80% do volume exportado. O Japão que era o segundo importador mundial, perdeu a posição para o mercado australiano.

7.1.1 Regional

Estima-se que **60% do açaí produzido no estado do Pará** é consumido pela sua própria população. Nas transações com as microempresas (muitas ainda operam sem formalização), processadoras, conhecidos como “batedores”, possuem características próximas da “concorrência perfeita”, também conhecida como concorrência pura, é um conceito teórico utilizado para descrever um mercado com uma grande quantidade de concorrentes e compradores.



7.1.2 Nacional

Os consumidores nacionais são atendidos pelas agroindústrias, que têm capacidade de **atender às especificações** dos órgãos legisladores e distribuidores, normalmente limitadas ao **teor de sólidos totais**²⁷ e, às vezes, à pasteurização. **30% da produção**⁶ é comercializada para estados, como **São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Ceará e Distrito Federal**. Abaixo, você identifica os principais produtos que são exportados para o mercado nacional.



Fonte: Açaí CAMTA (2024);²⁸ Mix de Açaí Frutali (2024);²⁹ Bellamazon (2024).³⁰

7.1.3 Internacional

O mercado internacional caracteriza-se pelo maior rigor nos critérios de segurança alimentar, que consideram as condições sanitárias da agroindústria, a exigência de pasteurização, além de análises complementares de acordo com as determinações do cliente (como teor de antocianina**) e as leis no país de destino. A polpa e mix são responsáveis por mais de **50% do mercado externo**.⁶

Exemplos de açaí tipo exportação



**Nota técnica: Antocianinas são um grupo de corantes naturais responsáveis pela cor vermelha, azul e violeta natural da maioria das frutas. Em termos de benefícios para a saúde, ela está lado a lado com os flavonoides, ambos apresentam ação antioxidante para o organismo.

Figura - Principais destinos do açaí exportado pelo estado do Pará entre os anos de 2016 e 2020.

Exportação de Açaí: mercado internacional



Maiores importadores

- 1 **EUA**
US\$ 2.732.004
- 2 **Japão**
US\$ 913.328
- 3 **Austrália**
US\$ 762.298
- 4 **Alemanha**
US\$ 633.190
- 5 **Bélgica**
US\$ 762.298
- 6 **Cingapura**
US\$ 292.585

Alimentos processados

- **22%** são sucos;
- **12%** bebidas energéticas;
- **9%** lanches;
- **7%** sobremesas e sorvetes;
- **5%** na categoria láctea; e
- **3%** em doces e balas.

Fonte: Embrapa (2018) citado por Serpa (2023).⁹¹

Dados da **CONAB (2020)**,³¹ apontam que em 2020, os EUA participaram com 58% das importações de açaí seguidos pela União Europeia com 19%, Austrália com 15% e Japão com 5%.

7.1.4 As formas de exportação do açaí

Açaí em creme ou purê

É utilizada a polpa da fruta batida com banana, guaraná ou outros componentes que adoçam o alimento, como o mel, por exemplo. O processo faz com ele que adquira uma consistência relativamente pastosa. No contexto do comércio exterior, na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), o creme de açaí é identificado pelo código 2007.99.21.



Açaí em polpa

Trata-se da versão mais natural da fruta. É feita a extração da polpa com adição de água e, em seguida, um processo de filtração para retirar resíduos sólidos. O aspecto é denso e, em um primeiro momento, não apresenta o sabor adocicado, já que não é acrescentado o açúcar. No comércio exterior, é identificada por meio do NCM 0811.90.00.



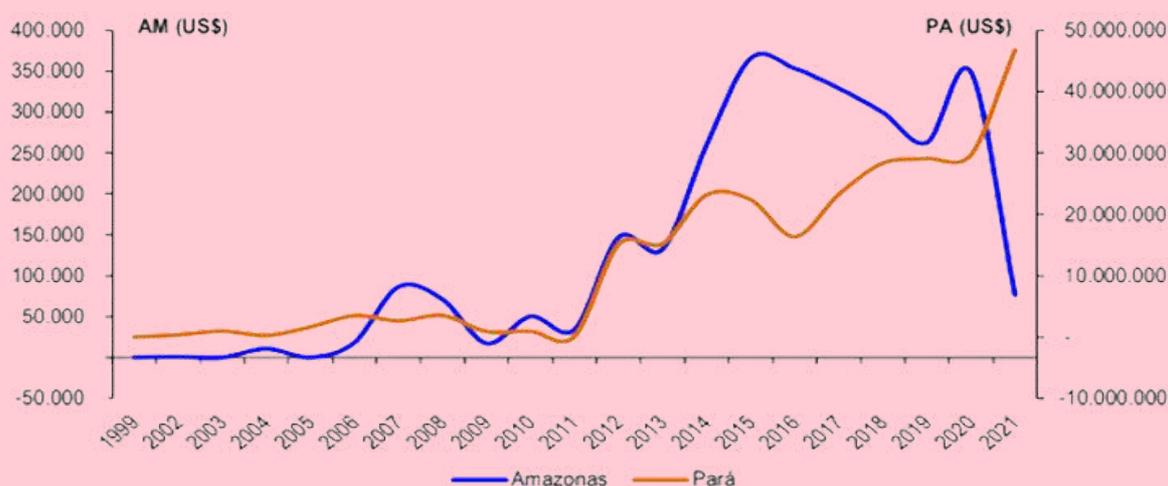
Pó de açaí

Nesse caso, a fruta é desidratada e utilizada em receitas por ser considerada uma grande fonte de vitaminas e minerais. Por não haver adição de açúcar é necessária uma preparação para o consumo. O açaí faz parte da categoria de exportações de complementos alimentares, sendo definido pelo NCM 2106.90.30.



Os números obtidos nas bases do Ministério da Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e na Nota Técnica sobre a 'Conjuntura do Açaí', emitida pela Fapespa (2023),¹⁰ estimam que entre os anos de 1999 a 2021, o Pará tenha saído de 60 kg para mais de 15 mil toneladas.³² Em termos de valores, a cifra chegou a US\$ 47 milhões em 2021, ou seja, algo em torno de R\$ 235.000.000,00 milhões de reais de derivados do açaí ao mercado internacional.

Gráfico 02 – Evolução do valor exportado de derivados do açaí, PA x AM (1999-2021).



Fonte: [Fapespa \(2023\)](#).¹⁰

Obs.: A Nota Técnica da Fapespa divulga simultaneamente os dois estados exportadores de produtos derivados do açaí.

7.2. Derivados do açaí

Da década de 90 em diante, várias combinações do açaí foram desenvolvidas por diversos segmentos industriais. Conheça alguns deles:

Alimentos e bebidas: açaí pasteurizado, barras de cereal, chicletes, chocolates, energéticos, picolés, polpas, sorvetes, sucos, tequilas, vinhos, *vodkas*, sucos, geleias, bombons, pudins, café de açaí, doces e tortas.



Fonte: [Sebrae \(2015\)](#).³³

Cosméticos: shampoos, condicionadores, hidratantes para cabelos, hidratantes para pele, esfoliantes, sabonetes, esmaltes, óleos para cabelo, batons, hidratantes para lábios, etc.



Fonte: [Sebrae \(2015\)](#).³³

Fármacos: vitaminas e suplementos.



Fonte: [Sebrae \(2015\)](#).³³

Instituições de ensino, pesquisa e iniciativa privada² continuam a investir em novas formas de ampliar a oferta de produtos por meio da inovação e tecnologia.



CAPÍTULO 8

O comportamento de consumo

O açaí é um produto de oferta que possui vários benefícios intrínsecos, destinado a satisfazer as necessidades e desejos de vários perfis de consumidores,³⁴ independentemente³⁵ da classe social. No mercado de alimentos, em particular, há uma crescente preocupação com aspectos relacionados à qualidade do produto (higienização e *branqueamento*).

O cumprimento das boas práticas é, sobretudo, uma exigência mercadológica³⁶ que acaba por fortalecer uma relação de confiança com o consumidor. Cada público se engaja com certos atributos de qualidade do pequeno negócio fornecedor. Contudo, quanto mais transparente a microempresa for em relação aos seus processos, mais credibilidade ela repassará.

Transmitir informações e conhecimentos sobre o processo de manipulação do açaí e as características nutricionais do alimento contribui para a percepção de qualidade,³⁷ desde sua origem, processamento, embalagem até a segurança no consumo.³⁸

A transparência, em resumo, é um diferencial, principalmente, quando estamos falando de Amazônia e seus produtos com gostos exóticos.³⁹ Nesse aspecto, vários fatores influenciam⁴⁰ a percepção de qualidade do consumidor em relação ao açaí, seus derivados e seu **posicionamento social**. Vejamos alguns.

8.1 Quais fatores que influenciam a percepção do consumidor?



Fonte: [Anselmsson, et al. \(2007\)](#).⁴²

8.2 Como melhorar o efeito da comunicação?

Aqui, há uma questão que vale tanto para o açaí quanto para farinha. A agregação de valor na comunicação ocorre estrategicamente por meio de elementos simbólicos inseridos na embalagem/rotulagem, que concedem diferenciação às marcas através de elementos descritivos e narrativos, destacando suas origens, suas motivações e seus apelos culturais.

Exemplo – Embalagens diferenciadas de batedores artesanais (açaí purê e farinha de tapioca).



Fonte: Visita técnica (2023); Facebook (2024).

A qualidade percebida,⁴³ associações e crenças que o consumidor possui podem influenciar diretamente no desempenho do produto. Muitos consumidores podem se mostrar mais interessados e dispostos a pagar um preço mais elevado pela mercadoria.

9.3 O que mais interfere na relação de compra do açaí?

- **Acessibilidade** (conveniência);
- **Credibilidade** do produtor;
- O processo de **comunicação** constante eficaz;
- A **personalização** do atendimento; e
- A **disponibilidade** de recursos financeiros do consumidor.

Fonte: [Gammarano et al. \(2023\)](#).⁴⁴

9.4 O que mais incentiva a indicação do açaí a um amigo ou familiar?

- A **higiene**;
- A **praticidade**;
- O **acondicionamento**;
- A **confiança**;
- A **credibilidade**; e
- A **qualidade**;

Fonte: [Gammarano et al. \(2023\)](#).⁴⁴



CAPÍTULO 9

Legislação e Normas

9.1 'Batedor' artesanal

A produção do açaí, em suas diversas apresentações, tem sido alvo de ações que vão desde orientações até Termo de Ajuste de Conduta e instituição de Leis e Decretos, que têm como objetivo principal garantir a qualidade de um alimento de amplo consumo em Belém, no Brasil e no mundo.

Através de um conjunto de Boas Práticas de Manipulação adotada em toda a Cadeia de Valor (produção, transporte, comercialização e fabricação artesanal e industrial do açaí), busca-se assegurar o padrão de qualidade que o produto deve ter. O cumprimento do Decreto estadual nº 326, de 20/01/2012⁴⁵, é o principal indicador da saudabilidade do açaí comercializado pelo 'batedor' artesanal.

9.2 Agroindústrias

No caso das **Agroindústrias**, antes de se iniciar as atividades, o empreendedor deve solicitar o registro da unidade produtiva e dos produtos que deseja comercializar junto ao **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)**,⁴⁶ que emitirá um alvará permitindo o início da produção e comercialização para os mercados nacional e internacional.

Caso a comercialização ocorra apenas em âmbito estadual, o pedido de registro deve ser feito junto à **Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará (ADEPARÁ)**,⁴⁷ Será necessário também possuir autorização da **Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Sustentabilidade (SEMAS)**,⁴⁸ e do órgão municipal onde a fábrica está sendo instalada.

Outras exigências são:

- Portaria nº 1.428, de 26 de novembro de 1993,⁴⁹
- Portaria nº 326, de 30 de julho de 1997,⁵⁰
- Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994,⁵¹
- Lei nº 7.565, de 25 de outubro de 2011,⁵²

OBS: Ao clicar em cima de cada norma você terá acesso ao que cada uma exige para obtenção do licenciamento da agroindústria.



CAPÍTULO 10

Tecnologia, inovação e sustentabilidade para o açaí

Ganham destaque a **palmeira de açaí** e o **caroço do fruto**. O caroço do açaí após o seu processamento se torna um problema ambiental, principalmente, devido ao seu **descarte inadequado**⁵³ em áreas urbanas. Segundo a **AVABEL**⁵⁴, atualmente são desperdiçadas 600 mil toneladas de caroços por dia na Região Metropolitana de Belém.



Pesquisas² indicam que a **palmeira de açaí** possui uma versatilidade que pode até substituir, com bastante sucesso, as tradicionais telhas na cobertura de casas, entre as populações tradicionais da Amazônia. Já o **caroço do fruto** tem sido motivo de estudos para a fabricação de próteses, carvão vegetal, assentos de bancos e concreto permeável para construção civil.





PARTE II

CAPÍTULO 1 A FARINHA DE MANDIOCA

Apresentação

Derivado da mandioca,⁵⁵ a **farinha de mandioca** não se resume a apenas um ingrediente da culinária paraense. Ela é um pilar socioeconômico gerador de empreendedorismo, emprego, renda e **segurança alimentar**.⁵⁶ Sua maior popularidade está relacionada à culinária paraense ao compor pratos tradicionais da região.

Sua facilidade de manipulação no preparo de alimentos atende às necessidades e desejos em todas as classes sociais. Do peixe tambaqui recheado com farofa ao tacacá, do pato no tucupi à maniçoba, a **farinha de mandioca** e seus subprodutos são ingredientes essenciais na gastronomia paraense.



Para a base da pirâmide socioeconômica, em que o *déficit* de carboidratos e fibras está presente no dia a dia de muitas famílias, a **farinha de mandioca** é um pilar da soberania alimentar no Pará. Sua produção local garante o acesso a um alimento nutritivo e acessível, **fundamental para a dieta das populações locais**,⁵⁷ sendo um obstáculo à entrada de alimentos à base de trigo e produtos ultraprocessados em muitas comunidades.



A importância multifacetada⁵⁸ da **farinha de mandioca** gera interesse de toda uma cadeia de negócios que, apesar de sofrer com a falta ou pouca capacidade de obter recursos-chave para alcançar o nível de profissionalização desejado, tem obtido, ao longo do tempo, diversos apoios institucionais para elevar seu nível de maturidade de gestão em todos os atores e, conseqüentemente, oferecer produtos e subprodutos de melhor qualidade.

Prova disso é a conquista do **Selo de Identificação Geográfica (IG) da Farinha de Bragança**,⁵⁹ reconhecida entre as diversas variedades de farinhas produzidas no estado como aquela que possui qualidade superior em cor, textura, benefícios e sabor na percepção do cliente. Essa identificação eleva a qualidade do produto, valoriza, protege, garante preço justo, impulsiona o turismo gastronômico e contribui com a expansão da comercialização.



A crescente valorização de produtos regionais sustentáveis abre um leque de oportunidades para empreendedores de pequeno porte. A **farinha de mandioca e seus subprodutos** ultrapassaram as fronteiras estaduais e nacionais, alcançando mercados internacionais. Esperamos que esta **segunda parte do Boletim** seja uma fonte de conhecimentos e inspiração sobre a farinha e seus subprodutos para todos aqueles que desejam empreender nesse segmento. Vamos lá?



CAPÍTULO 2

A farinha de mandioca

A **farinha de mandioca** é um dos pilares da cultura e da economia do **Pará**, **um estado conhecido por sua rica biodiversidade e tradições culinárias**.⁶⁰

Ela ultrapassa a função básica de um produto agrícola nutritivo, sendo reconhecida como um símbolo da identidade cultural e gastronômica de Belém: uma expressão viva de um modo de vida local. A farinha d'água, o tucupi, farelo de mandioca, manipueira, raspa de mandioca, o polvilho azedo e polvilho doce são subprodutos extraídos da farinha de mandioca, desempenhando papéis importantes em diversos segmentos e gerando renda.

A farinha de mandioca é classificada por grupo, classe e cor.

2.1 Classificação por grupo

Quadro 06 – Classificação da farinha por grupo.

Grupo	Característica
Farinha seca	Obtida das raízes de mandioca saudáveis, devidamente limpas, descascadas, raladas, moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas e secas à temperatura adequada, podendo novamente ser peneirada e ainda beneficiada.
Farinha d'água	Produto predominantemente fermentado, obtido das raízes da mandioca saudáveis, maceradas, descascadas, trituradas ou moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas e secas à temperatura adequada, podendo ser novamente peneirada.
Farinha mista ou bijuzada	Produto obtido de raízes de mandioca saudáveis, limpas, descascadas, trituradas, raladas, moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas e laminadas à temperatura adequada, na forma predominante de flocos irregulares.

Fonte: [Senar \(2018\)](#).⁹³

2.2 Classificação por classe

Esse tipo de farinha é dado pela sua granulometria, verificada por meio do crivo ou da malha da peneira.

Quadro 07 – Classificação da farinha por classe.

Classe	Característica
Farinha fina	Quando 100% do produto passa através da peneira com abertura de malha de 2 mm e até 10% (dez por cento) ficam retidos na peneira de 1 mm.
Farinha média	Quando a farinha de mandioca não se enquadra nem na classe fina e nem na grossa.
Farinha grossa	Quando 10% do produto fica retidos na peneira com abertura de malha de 2 mm.

Fonte: [Senar \(2018\)](#).⁹³

2.3 Classificação por cor

Quadro 08 – Classificação da farinha por cor.

Cor	Característica
Branca	É a cor mais comum da farinha.
Amarela	Essa coloração pode ser natural, a partir da utilização de raízes amarelas, ou ainda colorida artificialmente (com o uso de açafreão, por exemplo).
Rosa	Essa coloração pode ser feita de forma artificial (por exemplo, com o uso de beterraba).

Fonte: [Senar \(2018\)](#).⁹⁵

2.4 Subprodutos e suas diversas aplicações



Tucupi: Utilizado em diversos **pratos típicos da região**⁶¹ (como Tacacá, Pato no Tucupi, Arroz de Pato, pratos vegetarianos e veganos, caldos e sopas), bem como na criação de molhos, marinadas e até coquetéis (mistura de duas ou mais bebidas, normalmente uma delas alcoólica, à qual costumam ser adicionados outros ingredientes, como gelo, açúcar, mel, entre outros).



Farinha d'água: **uma das formas mais** comuns de utilizar a farinha d'água é na **preparação de farofas**,⁶³ misturando-a com ingredientes como manteiga, cebola, alho, ovos, banana, entre outros (farofas *gourmet*).



Manipueira: possui potencial de uso na agricultura e produção de biogás; como fertilizante orgânico; para **controle biológico de pragas**,⁶⁴ tratamento de águas residuais; produção de vinagre; como ingrediente em produtos alimentícios, aproveitando seu teor de amido; recuperação de solos degradados; e também pode ser usada na produção de cola natural para uso em artesanato.



Raspa de mandioca: pode ser usada para produção de adubos⁶⁶ biocombustíveis, como o etanol. Na indústria, existe um potencial de uso na produção de plásticos biodegradáveis, papel, tecidos e até mesmo em cosméticos. As raspas de mandioca podem ser utilizadas como cobertura de solo em hortas e jardins, ajudando a manter a umidade do solo.



Polvilho azedo e polvilho doce: essencial na produção de pães⁶² e bolos, goma de tapioca, tapioca tradicional e outras receitas sem glúten. Também é usado como espessante e estabilizante em sopas, molhos, sorvetes e produtos de confeitaria; o polvilho melhora a textura e a consistência dos alimentos.





CAPÍTULO 3

A economia da farinha de mandioca

A mandioca é uma das culturas mais difundidas no Brasil e no mundo, estando presente principalmente em sistemas agrícolas familiares, pois é uma importante fonte de emprego e de renda. Na indústria pode ser utilizada desde a produção de cosméticos a ração animal.

Possui potencial no agronegócio mundial, com produção aproximada de **292 milhões** de toneladas. Entretanto, no Brasil, o cultivo de mandioca se mantém estável nas áreas plantadas. A região Norte é a maior produtora de mandioca, com **20,55%** da produção nacional, **sendo o estado do Pará⁶⁷** o maior produtor da região.

3.1 A relevância econômica

A farinha é importante tanto social quanto economicamente em todo o planeta, uma vez que se configura como a principal fonte de carboidratos para milhões de pessoas, **principalmente em países em desenvolvimento.**⁶⁷

O cultivo possibilita mais de um milhão de empregos diretos em escala global. No Brasil, a farinha de mandioca proporciona receita bruta anual equivalente a **12,5 bilhões de reais** e uma contribuição tributária de **750 milhões de reais.**⁶⁸

No ano de 2017, foram gerados mais de 4 mil empregos diretos em todo o país apenas na atividade do processamento de farinha de mandioca, com a produção de cerca de 19 milhões de toneladas e um faturamento bruto aproximado de 12 bilhões de reais.

+ de 1 milhão
de empregos
diretos no mundo
inteiro;

12,5 bilhões
de reais em receita
bruta no Brasil;

750 milhões
de reais em receita
tributária;

**+ de 4 mil
empregos**
diretos no Brasil
apenas na atividade
de processamento;

19 milhões
de toneladas
produzidas; e

12 bilhões
de reais em
faturamento bruto
no Brasil.

Fonte: **Coelho (2020).**⁶⁸



CAPÍTULO 4

A produção da farinha de mandioca

4.1 Brasil

Originária da América do Sul, a mandioca corresponde a um produto que faz parte da história da alimentação e da produção brasileira, estando completamente inserida como componente alimentar do brasileiro. Com o passar dos anos, a utilização da mandioca na gastronomia brasileira se tornou mais recorrente, assim como o seu cultivo, uma vez que o produto pode ser encontrado **em todas as regiões do país**.

De acordo com dados do **IBGE sobre a Produção Agrícola Municipal de 2021**,⁷⁰ o Brasil produziu o total de **18.205.120 milhões de toneladas de mandioca**, sendo considerada a quarta cultura com a maior quantidade de toneladas produzidas, ficando atrás somente de cana de açúcar, soja e milho.

Embora a 'mandiocultura' esteja presente em todas as regiões brasileiras, a região norte reúne as maiores áreas colhidas, **diversidade**⁷¹ de produtos (como farinha de mesa, farinha de tapioca, tucupi, folha, goma - amido com 45% de umidade - e *in natura* após cozimento) e quantidade de toneladas produzidas no ano de 2020, conforme quadro abaixo.

Tabela 05 – Produção de mandioca no Brasil em 2020

Região	Quantidade produzida (Toneladas)	Área colhida (Hectares)	Rendimento médio da produção (Quilogramas por Hectare)
Norte	6.241.956	426.596	14.632
Sul	4.599.233	211.573	21.738
Nordeste	3.682.933	384.584	9.576
Sudeste	2.301.285	120.606	19.081
Centro-Oeste	1.379.713	70.656	19.527
Brasil	18.205.120	1.214.015	14.996

4.2 Produção por unidade da federação

Observamos que o estado do Pará representa o maior produtor desse tubérculo com **3.813.369 milhões de toneladas**, sendo considerado o **maior produtor do Brasil** em uma área colhida de 270.288 hectares.⁷⁰

Tabela 06 - Ranking dos 5 estados que mais produzem mandioca no Brasil

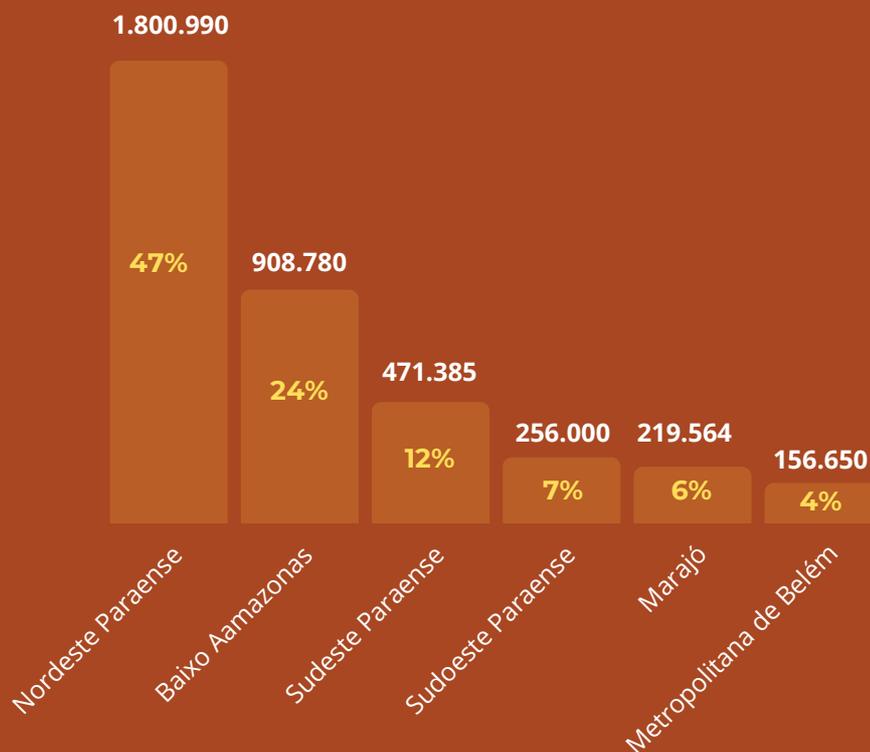
Posição	Estados	Quantidade produzida (Toneladas)	Área colhida (Hectares)	Rendimento médio da produção (Quilogramas por Hectare)
1°	Pará	3.813.369	270.288	14.109
2°	Paraná	3.474.295	146.958	23.641
3°	São Paulo	1.504.057	65.192	23.071
4°	Mato Grosso do Sul	906.533	39.915	22.712
5°	Amazonas	890.124	76.774	11.594

Fonte: IBGE (2021).⁷⁰

4.3 Produção no estado do Pará

A **distribuição territorial** no estado do Pará, por área geográfica, em toneladas e percentuais é a seguinte:

Gráfico 04 - % e tonelagem de produção de mandioca no estado do Pará por região geográfica (2021).



Fonte: IBGE (2021).⁷⁰ Org. Silva (2022).⁶⁰

A região nordeste do Pará é responsável pelo cultivo equivalente a **1.800.990 toneladas, representando 47%** do total da produção paraense de mandioca. O nordeste paraense é considerado a maior mesorregião do estado, uma vez que abrange quarenta e nove (49) municípios, incluindo os **cinco municípios delimitados pela IG (Indicação Geográfica)** da farinha de Bragança.

4.4 Município de Acará (PA) – o maior produtor

Em 2020, o município de **Acará**, situado no nordeste paraense, tornou-se o **maior produtor de mandioca** do estado, com 299.148 toneladas produzidas em uma área colhida **correspondente a 18.300 hectares**.⁷² O principal **destino comercial** da mandioca produzida no município é o abastecimento de mercados e feiras em Belém, assim como o fornecimento de farinha para toda a região bragantina.

No entanto, embora Acará seja o maior produtor, a região não alcançou a mesma reputação em termos de qualidade da farinha de Bragança. **A farinha bragantina é uma das mais renomadas no Pará**⁷³ e tem se destacando devido aos seus diferenciais competitivos. As feiras livres, como mencionado anteriormente, são os principais locais de sua comercialização.

Devido à sua ‘fama,’ surgiram vários outros tipos de farinha sendo comercializados de forma enganosa junto ao consumidor final, como se fosse a **farinha de Bragança**.⁷⁴ Ou seja, é uma maneira de repassar ao consumidor final, um produto ‘falsificado’.



CAPÍTULO 5

A farinha de Bragança

O município de Bragança tornou-se uma das **principais referências** quando se trata da produção de farinha de mandioca no Brasil. Este reconhecimento é resultado de um processo histórico de transmissão de saberes tradicionais, que resultou em um **produto com notoriedade e qualidade** reconhecidas no Brasil e no mundo.⁶⁹



As razões que explicam essa notoriedade, preferência e diferenciação devem-se à sua qualidade, expressa na cor, crocância e sabor percebidos no consumo. Essas características são resultantes do saber fazer dos farinheiros da região bragantina e das inovações técnico-produtivas às quais as agroindústrias artesanais vêm passando de geração em geração.

Sua presença recorrente em programas de televisão e eventos gastronômicos, tanto no Brasil quanto no exterior, atribuiu visibilidade, importância e destaque à culinária paraense, ajudando a promover a farinha de Bragança e agregando mais valor. Como consequência, a demanda pelo produto e sua precificação, tornaram-se diferenciadas quando comparadas às outras farinhas paraenses.

A expressiva presença desse alimento no consumo dos paraenses influenciou diversas cidades do Pará a produzirem a farinha **no mesmo modo de produção e conhecimentos advindos dos saberes tradicionais**⁷⁵ das pessoas que habitavam a região. Dentre eles, destacam-se os municípios de Acará, Augusto Corrêa, Bujaru, Moju, Santa Luzia do Pará, São Miguel do Guamá, Tracuateua e Viseu.

5.1 Qual motivo pela alta demanda da farinha de Bragança?

Principalmente pela **qualidade real percebida**⁷⁶ que o consumidor final reconhece no produto. **O valor percebido**⁷⁷ é a avaliação que o cliente faz sobre o custo-benefício do produto oferecido, comparando o preço com os benefícios obtidos. Isso é **válido tanto para a farinha quanto para o açaí**. O valor está nos **benefícios totais** que a farinha proporciona.

No caso da farinha de Bragança, os **consumidores destacam qualidades**⁷⁴ que a diferenciam de outras farinhas disponíveis, como: atributos intangíveis, resultantes do processo histórico de transmissão dos saberes tradicionais. Quanto aos atributos tangíveis, estes resultam em um produto com **melhor desempenho**. Entre esses, **o sabor da farinha, sua crocância, o fato de ser 'lavada', intensidade, torrefação manual, granulação, grossura, limpeza e modo de preparo**.

Assista o vídeo que preparamos para você. **Clique Aqui!**⁷⁹



Fonte: [Sebrae Pará \(2022\)](#).⁷⁹

5.2 Qual motivo de sua crescente notoriedade e importância?

Muitos municípios paraenses produzem farinha, no entanto, a indicação de sua procedência tem se mostrado como um fator relevante na decisão do consumidor final.

Em pesquisa recente⁷⁴ realizada nas feiras de Belém (Feira da 25 e Ver o Peso) identificou que **86%** dos consumidores, na opinião dos feirantes, escolhem os produtos com base em sua origem, enquanto **89%** dos entrevistados, na opinião dos feirantes, afirmam que o preço varia de acordo com a procedência do produto.

86%

dos consumidores escolhem os produtos a partir de sua origem, na opinião dos feirantes.

89%

dos entrevistados afirmam que o preço varia de acordo com a origem do produto, na opinião dos feirantes.

A partir dessa associação feita pelos próprios feirantes sob o ponto de vista dos consumidores **entre origem e qualidade**, a farinha de Bragança ganhou relevância e notoriedade. A crescente **importância econômica e social** desse produto foi intensamente impulsionada por instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE PARÁ, a Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará - ADEPARÁ, entre outras.

Há fontes⁶⁰ que relatam que, mesmo com apoios institucionais, os segredos para se obter um produto de qualidade também passam pelo modo de produção. A lavagem da farinha é um dos principais segredos para obter o resultado que tanto encanta os apreciadores do produto, razão pela qual existe a diferença entre a farinha d'água, a comum e a lavada.

Os tipos passam pelo mesmo processo, porém a chamada farinha lavada passa por esse processo três vezes. Diferentemente da farinha comum, que é lavada apenas uma vez. Sendo assim, a farinha lavada tende a ficar menos ácida e é preferida pelas pessoas que têm algum tipo de indisposição estomacal e não conseguem deixar de consumir farinha.

5.3 A produção de farinha de mandioca da região bragantina

A maior parte da produção do tubérculo está concentrada na região nordeste do Pará, responsável pelo cultivo de 1.800.990 toneladas, o que equivale cerca de aproximadamente 50% da produção total da mandioca no estado.⁷² Essa região, considerada a maior mesorregião do estado, abrange quarenta e nove (49) municípios, incluindo os cinco municípios delimitados pela Indicação Geográfica (IG) da Farinha de Bragança.⁶⁹

Tabela 07 - Os cinco municípios que compõe a IG (Identificação Geográfica) da farinha de Bragança.

Nº	Município	Quantidade produzida (Toneladas)	Área colhida (Hectares)	Valor da produção (Mil Reais)	Rendimento médio da produção (kg por Hectare)
1	Augusto Corrêa (PA)	16.200	1.408	R\$10.220,00	11.506
2	Bragança (PA)	90.090	6.010	R\$50.240,00	14.990
3	Santa Luzia do Pará (PA)	10.625	850	R\$5.313,00	12.500
4	Tracuateua (PA)	39.200	2.620	R\$25.063,00	14.962
5	Viseu (PA)	59.070	4.230	R\$37.230,00	13.965
Total		215.185	15.180	R\$128.066,00	67.923

Fonte: IBGE, (2021)⁷²

5.4 A grande conquista

A conquista do Selo de Identificação Geográfica (IG) para a Farinha de Bragança, no estado do Pará, é um marco significativo que reflete não apenas a qualidade excepcional deste produto, mas também o resultado de um esforço colaborativo entre diversas instituições, com destaque para o papel fundamental desempenhado pelo Sebrae no Pará.

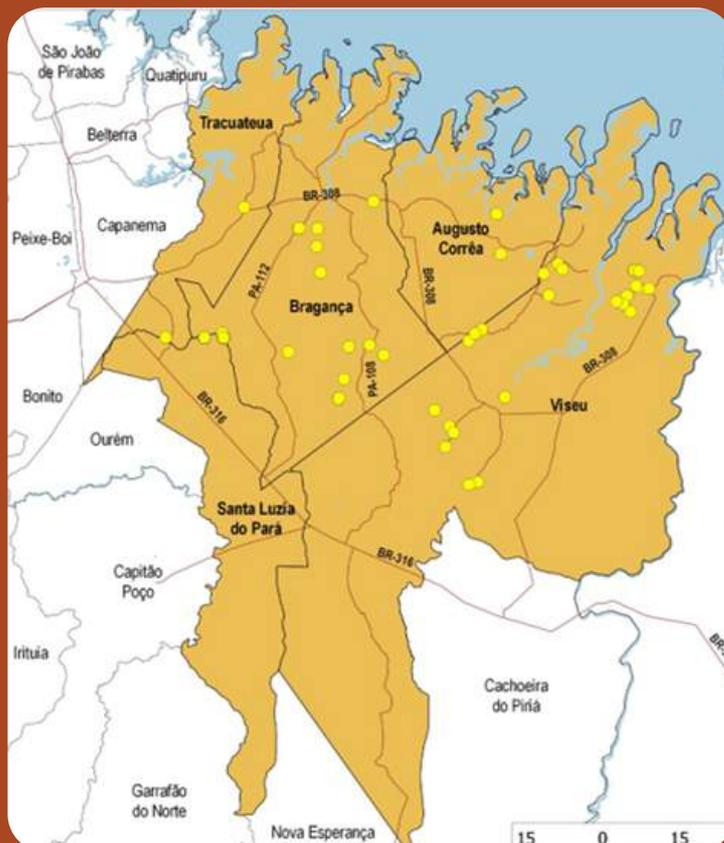
Este processo ilustra como a união de forças entre o setor público, privado e a comunidade pode resultar em avanços significativos para a valorização e proteção de produtos que são expressões autênticas da cultura e da biodiversidade local. A IG é, sobretudo, um reconhecimento de características únicas da Farinha de Bragança que estão vinculados a um conjunto de fatores.

O Sebrae no Pará atuou como um catalisador de todos esses fatores capaz de mobilizar diferentes atores (produtores, associações locais, instituições de pesquisa, poder público, consultores, instrutores, entre outros) com a finalidade de atestar a qualidade superior dos métodos de produção que atravessa dezenas, talvez centenas de gerações passadas.

A IG da Farinha de Bragança, para o estado do Pará, representa um marco significativo na valorização dos seus produtos tradicionais regionais, tendo como consequência, a promoção da cultura, da economia e do turismo local, sendo seu maior beneficiado o produtor, o atravessador, o feirante, as micro e pequenas agroindústrias que agora podem contar com um produto de valor diferenciado.

5.5 Delimitação geográfica da farinha de Bragança

Mapa - Indicação geográfica (IG) da farinha de Bragança.



Fonte: [Silva, L. H. \(2021\)](#).⁷⁹



CAPÍTULO 6

Legislação e Normas

A Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará – ADEPARÁ publicou a **Portaria nº 5.314, de 03 de setembro de 2021**,⁸¹ que regulamenta os procedimentos para autorização e operacionalização de casas de farinha em todo o estado do Pará, bem como o produto farinha de mandioca, enquadrados nos critérios de produção artesanal e industrial.

Registro – Casa de farinha planejada segundo as normas vigentes da ADEPARÁ.



Fonte: Silva (2022).⁶⁹

A regularização das casas de farinha e do produto constitui **um dos requisitos** que os produtores da farinha de Bragança precisam obter caso desejem pleitear o direito ao uso da **IG (Indicação Geográfica)**, visto que esta representa a **legislação sanitária vigente** no estado do Pará.

Além de legitimar a atuação da cadeia de produção, a Portaria autoriza a sua livre comercialização no território paraense. A casa de farinha é o principal local de **transformação da matéria-prima em produto**.

Ilustração gráfica do signo de Indicação de Procedência da Farinha de Bragança.



Fonte: INPI (2019).⁸²

6.1 O fluxograma da produção de acordo com a Legislação da Portaria nº 5.314 de 03 de setembro de 2021.

Figura – Fluxograma da produção de uma casa de farinha de acordo com as suas áreas



A “fama” da farinha de Bragança e a **necessidade de proteger a notoriedade** da origem territorial desse produto foram os motivos que influenciaram os produtores e instituições a solicitarem o registro de **Indicação Geográfica** para o produto. O reconhecimento da **IG**, assim como a sua utilização estratégica, é capaz de transformar a farinha bragantina em um ativo específico com potencial de impulsionar o desenvolvimento do território.

6.2 Quais são os principais benefícios em se obter o Selo de Indicação Geográfica (IG)

A obtenção do Selo de **Indicação Geográfica (IG)** para a farinha de Bragança, no estado do Pará, traz diversos benefícios significativos tanto para os produtores locais quanto para a região como um todo. Esses benefícios incluem:



Reconhecimento da qualidade e origem: O selo é uma certificação de que a farinha possui qualidades únicas que são diretamente influenciadas pela sua área de produção. Isso ajuda a criar uma identidade para o produto no mercado.



Valorização do produto: Com a certificação, a farinha de Bragança pode ser vendida a preços mais altos, pois o selo indica um diferencial de qualidade e autenticidade, atraindo consumidores dispostos a pagar mais por produtos de origem certificada.



Proteção contra Imitações: O selo de IG protege o nome e a reputação da farinha de Bragança contra imitações e usos indevidos, garantindo que apenas os produtores dentro da área geográfica delimitada possam usar o nome.



Fortalecimento da economia local: O reconhecimento e valorização da farinha de Bragança incentivam a produção local, potencialmente aumentando a renda dos produtores e estimulando a economia da região de Bragança e do estado do Pará.



Desenvolvimento do turismo e da cultura local: A obtenção do selo de IG também pode impulsionar o turismo, atraindo visitantes interessados na cultura de produção da farinha e na gastronomia local, promovendo assim a cultura e as tradições da região de Bragança.



Melhoria nas práticas de produção: Para obter e manter o selo de IG, os produtores precisam adotar padrões específicos de qualidade e sustentabilidade, o que pode levar à adoção de melhores práticas agrícolas e de produção, beneficiando o meio ambiente e a saúde dos consumidores.



Acesso a novos mercados: Com a certificação de IG, a farinha de Bragança pode encontrar novas oportunidades de mercado, tanto nacional quanto internacionalmente, pois o selo é um diferencial competitivo que pode abrir portas para exportação.



Fortalecimento da identidade e do orgulho local: A certificação contribui para fortalecer a identidade regional e o orgulho dos produtores e habitantes de Bragança, valorizando sua história, seu trabalho e sua contribuição para a cultura alimentar da região e do Brasil.

Portanto, a obtenção do Selo de Indicação Geográfica representa uma estratégia importante para valorizar o produto, proteger a cultura, a economia local e promover o desenvolvimento sustentável da região.

Fonte: Elaboração dos autores (2024).



CAPÍTULO 7

Mercado e comercialização

A comercialização da farinha de mandioca, incluindo a famosa farinha de Bragança, segue um modelo que reflete tanto as tradições locais quanto as adaptações às demandas de mercados mais amplos. Ela, em particular, é um produto de destaque pela sua qualidade e método de produção, que mantém características artesanais e tradicionais. Aqui está um panorama de como essa comercialização ocorre:

Venda direta: Muitos produtores optam por vender diretamente aos consumidores, seja em feiras livres, mercados municipais ou na própria comunidade. Essa forma de venda direta permite que os produtores mantenham uma relação mais próxima com os consumidores e obtenham um preço justo pelo produto.

Mercados municipais e feiras livres: Locais como o Mercado Ver-o-Peso, em Belém, e mercados municipais em outras cidades do estado são pontos tradicionais onde a farinha de mandioca, incluindo a farinha de Bragança, é comercializada. As feiras livres também são espaços importantes de comercialização, oferecendo produtos frescos e de qualidade diretamente dos produtores rurais.

Comércio atacadista e varejista: A farinha de mandioca também chega ao consumidor por meio de supermercados, lojas de produtos naturais e estabelecimentos especializados em produtos regionais. Esses pontos de venda atendem tanto o mercado local quanto turistas interessados em levar um pouco da culinária paraense para suas casas.

Exportação: Embora em menor escala em comparação com o mercado interno, existe também a exportação da farinha de mandioca, incluindo tipos especiais como a farinha de Bragança, para outros estados e países. Essa comercialização externa geralmente é realizada por meio de empresas especializadas na exportação de produtos alimentícios brasileiros.

Pesquisa realizada pela Cooperativa Mista dos Agricultores Familiares dos Caetés – COOMAC, apontam o seguinte cenário:

34%

dos produtores de farinha utilizam o atravessador como principal meio de comercialização;

23%

dos produtores informam que vendem sua produção direto para a feira;

17%

dos produtores comercializam os seus produtos tanto com atravessadores quanto na feira;

12%

dos produtores vendem o alimento diretamente ao consumidor final;

4%

responderam que vendem tanto para o atravessador quanto para o consumidor final; e

2%

dos produtores vendem para restaurantes e comércios.

Fonte: [Coomac \(2021\)](#)⁷⁵

7.1 A comercialização para outros estados da federação

Embora não haja dados precisos sobre a participação percentual de cada estado na compra da farinha de Bragança, pode-se inferir que:



Região Norte: Além do Pará, outros estados da região, como Amazonas, Roraima, Acre, Rondônia, Amapá e Tocantins, têm uma forte cultura de consumo de farinha de mandioca. A proximidade geográfica e os laços culturais fazem com que a farinha de Bragança possa encontrar um mercado receptivo nessas áreas.



Região Nordeste: Estados como Maranhão, Ceará, Bahia e Pernambuco, com significativas populações que apreciam a culinária baseada na farinha de mandioca, podem ser mercados importantes para a distribuição.



Sudeste e Sul: Nas regiões sudeste (especialmente em São Paulo e Rio de Janeiro) e Sul, a presença de comunidades de migrantes do norte e do nordeste contribui para a demanda por produtos típicos, incluindo a farinha de mandioca. Ainda que a participação desses mercados possa ser menor em termos percentuais, o volume absoluto pode ser significativo devido à densidade populacional dessas áreas.



Centro-Oeste: Com um perfil mais misto de população, o centro-oeste também apresenta demanda por farinha de mandioca, especialmente em áreas urbanas com maior diversidade cultural.

Fonte: Elaboração dos autores com base nos dados da [Fapespa \(2022\)](#).¹⁰

7.2 Principais mercados Internacionais

A exportação de farinha de mandioca brasileira, incluindo a farinha de Bragança, é direcionada para:



Estados Unidos: Este é um dos maiores mercados para produtos alimentares brasileiros, incluindo a farinha de mandioca, devido à grande comunidade brasileira e à crescente popularidade da culinária latino-americana. Os Estados Unidos têm um interesse particular em produtos étnicos e sem glúten, o que posiciona a farinha de mandioca como uma opção atraente.



Europa: Países como Portugal, Espanha, Itália, Reino Unido e França importam farinha de mandioca. Portugal, em particular, por razões históricas e culturais, além de uma significativa população brasileira, mostra uma demanda consistente por produtos brasileiros, incluindo a farinha de mandioca.



Japão: O Japão é outro mercado significativo devido à grande diáspora brasileira e ao interesse por produtos internacionais. A farinha de mandioca é utilizada tanto na culinária caseira quanto por restaurantes especializados em culinária brasileira e latino-americana.

Fonte: Elaboração dos autores com base nos dados da [Apex Brasil \(2023\)](#).⁸⁵



CAPÍTULO 8

Orientações finais

Açaí e farinha representam mais do que a base da culinária local. São dois ingredientes com grandes potenciais econômicos, que geram divisas, empregos, renda e são considerados portas de entrada para o empreendedorismo. Ambas as cadeias de valor envolvem diversas etapas, desde o extrativismo, cultivo, colheita, processamento, embalagem e rotulagem, distribuição, vendas e consumo.

O estado do Pará é responsável por mais de 90% da produção de açaí e é o maior produtor de farinha de mandioca no Brasil. No item 3.1, "Municípios paraenses com maior potencial de produção", mostramos os 22 municípios paraenses que estão acima da média na produção do fruto. Já no item 5.3, "A produção de farinha de mandioca da região bragantina", colocamos os 5 municípios que produzem a farinha de Bragança, considerada a que tem melhor qualidade percebida.

Tanto o açaí quanto a farinha geram subprodutos utilizados para diversos fins, principalmente alimentícios. Esses produtos são associados à agroindústria, que processa o fruto em outros produtos, considerados subprodutos, os quais são exportados em âmbito nacional e internacional.

As boas práticas, regulamentadas em normas e legislações, são imprescindíveis para todos que manipulam de forma direta ou indireta os ingredientes. Sua omissão parcial ou total pode causar problemas sérios à empresa, desde multas até o fechamento.

Em função disso, orientamos a todos os produtores artesanais e pequenos agroindustriais que busquem apoio institucional para assessoramento, visando à melhoria, tecnologias de gestão, uso de redes e plataformas digitais e adequação das instalações.

Quem ganha com isso é o consumidor final, que, ao comprar, reconhecerá que não levará apenas produtos, mas sim benefícios. Logo abaixo, criamos um quadro de benefícios que você poderá oferecer ao seu grupo de clientes.

Quadro 08 – Benefícios a serem ofertados, distribuídos por segmento de produção do açaí e farinha.

Batedor Artesanal	Agroindústria de açaí ME e EPP	Produtor rural de Farinha de mandioca	Agroindústria de farinha ME e EPP
<ul style="list-style-type: none"> - Focar na qualidade do produto e informar ao cliente; - Comunicar os benefícios do açaí para a saúde; - Obter certificações que atestem a qualidade; - Oferecer opções de personalização do produto; - Realizar eventos ou degustações; - Desenvolver embalagens diferenciadas da concorrência; - Utilizar as redes sociais; - Cumprir as etapas que o Decreto de Boas Práticas de Manipulação exige. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definir o perfil de seus clientes; - Desenvolver novos produtos; - Oferecer opções com baixo teor de açúcar; - Atender demanda por alimentos saudáveis; - Estar em dia com as certificações; - Usar as redes sociais para divulgar o negócio; - Participar de feiras e eventos; - Estar em dia com normas e legislações; - Cumprir as etapas que o Decreto de Boas Práticas de Manipulação exige; - Usar plataformas de <i>e-commerce</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorizar sua tradição, história e cultura por trás do produto; - Ofertar variedades de farinhas; - Usar embalagens práticas e atraentes; - Implementar boas práticas de cultivo e colheita; - Comunicar como o processo artesanal preserva a qualidade e o sabor tradicional da farinha, diferenciando-a das opções industriais; - Criar receitas que ensinem como utilizar a farinha de mandioca em diferentes pratos; - Oferecer degustações. 	<ul style="list-style-type: none"> - Definir o perfil de seus clientes; - Padronizar processos e manter controle da qualidade; - Estar em dia com normas e legislações; - Produzir derivados da farinha como biscoitos, pães e misturas prontas; - Desenvolver uma marca forte; - Investir em embalagens que comuniquem valores; - Realizar pesquisas; - Manter presença digital responsiva; - Participar de feiras e eventos; - Comunicar práticas de produção sustentáveis.

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

8.1 O açaí e a farinha de mandioca na COP 30

A Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2025, também chamada de COP 30, representa uma oportunidade ímpar para os atores envolvidos com os ingredientes açaí e farinha de mandioca ampliarem suas oportunidades de negócio.

Com a expectativa de receber um número significativo de turistas e uma divulgação de dimensões internacionais, esses produtores e empresários têm em mãos a chance de projetar seus produtos em uma vitrine global, destacando suas práticas sustentáveis e contribuições para a economia local e a conservação ambiental.

Orientamos as seguintes ações.

Estratégias antes do evento

1

Preparação e certificação sustentável: É essencial que os produtores e empresários reforcem suas práticas de sustentabilidade, obtendo certificações ambientais reconhecidas internacionalmente. Isso não só aumenta a credibilidade dos produtos, mas também atende à demanda crescente por produtos sustentáveis.

2

Desenvolvimento de embalagens e produtos para exportação: Com a visibilidade internacional da COP 30, é fundamental desenvolver embalagens e produtos adaptados ao mercado internacional, considerando aspectos como idioma, normas de segurança alimentar e preferências de consumo.

3

Marketing digital e presença online: Ampliar a presença *online*, criando ou atualizando *sites* em vários idiomas, e fortalecer as redes sociais com conteúdo atrativo sobre os produtos, sua origem e o impacto positivo de suas práticas sustentáveis.

4

Rede de relacionamentos e parcerias estratégicas: Estabelecer conexões com outros produtores, empresas, ONGs e instituições acadêmicas pode abrir portas para projetos colaborativos, trocas de conhecimento e novos mercados.

Estratégias durante o evento

1

Participação ativa na COP 30: Ter uma presença marcante na COP 30 por meio de estandes, exposições e demonstrações que permitam aos visitantes experimentarem os produtos e entenderem seu valor cultural e ambiental.

2

Eventos e *workshops*: Organizar ou participar de eventos paralelos, como degustações, *workshops* sobre sustentabilidade e práticas de produção, para educar os visitantes e criar uma experiência imersiva.

3

Turismo de experiência: Oferecer pequenas viagens que levem os interessados a conhecerem de perto as plantações de açaí e as casas de farinha, proporcionando uma experiência autêntica que conecte os visitantes com a origem dos produtos e com a cultura local.

4

Conexões internacionais: Aproveitar a presença de participantes de diversos países para estabelecer contatos comerciais, explorar oportunidades de exportação e parcerias internacionais.

5

Sustentabilidade em ação: Demonstrar na prática o compromisso com a sustentabilidade, seja por meio da gestão de resíduos nos pontos de venda, uso de embalagens ou iniciativas de conservação ambiental ligadas à produção.

6

Cultura e gastronomia local: Valorizar a rica cultura paraense e amazônica, integrando-a aos produtos oferecidos. A gastronomia, em particular, pode servir como uma poderosa ferramenta de divulgação, com pratos e bebidas que utilizem o açaí e a farinha de mandioca de maneiras inovadoras e saborosas.

Para os produtores e empresários envolvidos com o açaí e a farinha de mandioca, a COP 30 não é apenas uma ocasião para negociar e vender, mas também um momento de afirmação da importância de suas práticas sustentáveis e do papel vital que desempenham na conservação da biodiversidade e no desenvolvimento econômico sustentável.

Assim, a chave para ampliar as oportunidades de negócio durante este evento global está na preparação cuidadosa, na inovação constante e na capacidade de transmitir uma história autêntica e comprometida com valores sustentáveis.

O Sebrae está focado em quatro eixos: Mobilidade; Hospitalidade; Economia Criativa e Alimentos e Bebidas, no qual o açaí e a farinha de mandioca estão incluídos. Disponibilizando aos empreendedores paraenses, capacitações, conteúdos digitais, *videocast* e orientações técnicas.



CAPÍTULO 9

Conclusão

Sobre tudo o que foi abordado neste Boletim, concluímos que, o açaí e a farinha de mandioca não são apenas ingredientes culinários no Pará; são pilares da dieta e da economia local, representando experiências culturais e símbolos de identidade.

O Sebrae no Pará reconhece a importância desses produtos e está comprometido em apoiar o desenvolvimento sustentável e o sucesso dos empreendedores que atuam nesse segmento através de uma variedade de cursos presenciais e online, além de atendimento presencial em suas 13 agências⁸⁶ espalhadas pelo estado.

Ao fornecer conhecimento, recursos e orientação, o Sebrae no Pará continua a ser um aliado valioso para aqueles que buscam prosperar na indústria do açaí e da farinha, contribuindo assim para o crescimento econômico e social do estado.

Referências

- [1] CRUZ, Gabriel da Silva Medina e José Elenilson. **A cadeia produtiva do açaí em tempos recentes**. 2021. Disponível em: <https://bioeconomia.fea.usp.br/wp-content/uploads/2021/08/cadeia-do-acai.pdf>
- [2] TERROÁ, Instituto. **Com inovação e tecnologia o setor de açaí amplia a oferta de produtos**. 2022. Disponível em: <https://www.institutoterroa.org/com-inovacao-e-tecnologia-o-setor-de-acai-amplia-a-oferta-de-produtos/>
- [3] FURTADO, Victor. **Batedores de açaí de Belém, Ananindeua e Marituba param em ato nesta segunda na Praça do Relógio**. 2021. Disponível em: <https://www.oliberal.com/belem/batedores-de-acai-de-belem-ananindeua-e-marituba-param-em-ato-nesta-segunda-na-praca-do-relogio-1.388244>.
- [4] LEAL, Sara. **Mais de 200 atores da cadeia do açaí participam de seminário em Belém**. 2023. Disponível em: <https://ipam.org.br/mais-de-200-atores-da-cadeia-de-valor-do-acai-participam-de-seminario-em-belem/>.
- [5] LIMA, E. U. et al. **O arranjo produtivo local (APL) do açaí na Ilha de Arumanduba (Abaetetuba/PA): um estudo de caso na comunidade Nossa Senhora da Paz**. In: Embrapa Amazônia Oriental - Artigo em Anais de Congresso (ALICE). In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Belém, PA: SOBER, 2013.
- [6] TAVARES, G. S. et al. **Análise da produção e comercialização de açaí no estado do Pará**. Brasil. International Journal of Development Research, v. 10, n. 4, p. 35215-35221, 2020. Disponível em: <LV-Sinergias-446-465.pdf> (embrapa.br)
- [7] BRASIL. Frutas do. **Açaí**. Sem data da publicação. Disponível em: <https://frutasdobrasil.org/pb/fruta/acai/>.
- [8] IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Agrícola Municipal**. Rio de Janeiro: PAM, 2021. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pam>
- [9] CASTILLO, R. A. & FREDERICO, S. **Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo**. Sociedade & Natureza, v. 22, n. 3, p. 461 - 474. 2010.
- [10] GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas do Pará - FAPESPA. **Conjuntura Econômica do Açaí 2023**. Nota Técnica N°. 01-2023. Acesso disponível em: https://drive.google.com/file/d/1grGvWl6j2a0CPkhaf56_3XEj4_dWhygT/view
- [11] ROGEZ, H. **Açaí: preparo, composição e melhoramento da conservação**. Belém: EDUFPA, 2000. Disponível em: <https://search.worldcat.org/pt/title/acai-preparo-composicao-e-melhoramento-da-conservacao/oclc/709088258>
- [12] SILVA, D. A. P. **Açaí: expansão comercial e cadeia produtiva**. Monografia (Especialização) - Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Gestão Ambiental e Manejo de Paisagem, Belém, 2017. Disponível em: https://bdm.ufpa.br/jspui/bitstream/prefix/1399/1/Monografia_A%C3%A7aiExpansaoComercial.pdf
- [13] SANTOS, J. C. et al. **Viabilidade econômica do manejo de açaizais no estuário amazônico do Pará**. In: GUIDUCCI, R. C. N.; LIMA FILHO, J. R.; MOTA, M. M. Viabilidade econômica de sistemas de produção agropecuários. Brasília: EMBRAPA, 2012. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/977594/viabilidade-economica-do-manejo-de-ac aizais-no-estuario-amazonico-estudo-de-caso-na-regiao-do-rio-tauera-acu-abaetetuba---estado-do-para>
- [14] ESTUDOS EM AGRONEGÓCIO: **participação brasileira nas cadeias produtivas** - V. 5. - Gabriel da Silva Medina, José Elenilson Cruz (orgs.). - Goiânia / Kelps, 2021. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/170/o/Estudos_em_agroneg%C3%B3cio_-_Volume_5.pdf.
- [15] SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ - SEBRAE PARÁ. **Como montar uma bateadeira artesanal de açaí**. Orgs.: Gualter de Oliveira Rocha e Marília Leal da Cunha, Belém, 2021.
- [16] SILVA, Flávio Augusto da. **Dinâmica de compra do fruto pela pequena agroindústria**. Diretor comercial CJ Britto, 2023.
- [17] EMBRAPA. **Boas práticas de Fabricação de açaí batido**. 2013. Disponível em: <http://app.cpaefap.embrapa.br/acaiseguro/index.php/processamento/>
- [18] SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ - SEBRAE PARÁ. **Como montar uma agroindústria de açaí**. Orgs.: Gualter de Oliveira Rocha e Marília Leal da Cunha, Belém, 2021.
- [19] ARAUJO, D. N.; SOUZA FILHO, H. M. **Drivers of competitiveness in the açaí pulp production chain in the northwest of Pará**. Custos e @gronegócio on line, v. 14, n. 4, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330344293_Dirvers_of_competitiveness_in_the_acai_pulp_production_chain_in_the_northwest_of_Para
- [20] IPEA. **O que é? - Mercado Spot**. 2006. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2099:catid=28&Itemid=23
- [21] JIVATMAM, Cristina Guerreiro Holanda Britto. **Como funciona o mercado de compras de fruto do açaí para agroindústrias**. CEO da CJ Britto Razão social: CJ Britto Comércio de produtos Alimentícios Ltda. CNPJ: 27.389.859/0001-90. Açaí Log, Belém, 2024
- [22] AÇAÍ, Fast. **As diferenças de consumo do açaí em cada região do país**. 2019. Disponível em: <https://fastacai.com.br/consumo-do-acai-no-brasil/>.
- [23] GOMES, Ana Paula. **Açaí: confira as diferentes formas de consumo do fruto**. 2022. Disponível em: <https://www.oliberal.com/dia-do-acai/acai-confira-as-diferentes-formas-de-consumo-do-fruto-1.578751>.
- [24] MAIA, Jorge Sauma e Caio. **Caminhos do açaí: Estados Unidos consomem 40% da exportação paraense; mercado na Europa é tímido e fruto movimentou US\$ 17 milhões em dois anos**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2019/02/21/caminhos-do-acai-estados-unidos-consome-40-da-exportacao-paraense-mercado-na-europa-e-timido-e-fruto-movimentou-us-17-milhoes-em-dois-anos.ghtml>.
- [25] MOMENTUM. **Saiba o que são smoothies e aproveite o verão!** 2013. Disponível em: <https://www.momentum.com.br/blogpermitaseviver/saiba-o-que-sao-smoothies-e-aproveite-mais-o-seu-verao.html>

Referências

- [26] PROVALI. **Comidas em bowls: O novo conceito de alimentação fora do lar**. 2021. Disponível em: <https://provali.com.br/blog/ff/comidas-em-bowls-o-novo-conceito-de-alimenta%C3%A7%C3%A3o-fora-do-lar>.
- [27] EMBRAPA. **Pesquisador elabora guia para análise da polpa de açaí**. 2009. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/18053999/pesquisador-elabora-guia-para-analise-da-polpa-de-acai-#:~:text=Pessoa%20lembra%20que%20em%202000,e%2011%25%20pa-ra%20o%20fino>.
- [28] COOPERATIVA AGRÍCOLA MISTA DE TOMÉ-AÇU - CAMTA. **Apresentação do Suco de Açaí**. 2024. Disponível em: <https://www.camta.com.br/index.php/acai>.
- [29] FRUTALI. **Porque escolher a Frutali**. 2024. Disponível em: <https://www.frutali.com.br/>
- [30] BELLAMAZON. **Mais de 2 décadas produzindo o açaí da Amazônia com amor**. 2024. Disponível em: <https://www.bellamazonacai.com.br/>.
- [31] COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Açaí – Análise Mensal** – dezembro 2020. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-acai> Acesso em 04 de dezembro de 2023.
- [32] SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL – SOBER. **Exportações de polpa de açaí do estado do Pará: situação atual e perspectivas**. Santa Maria – RS, 2017. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/163058/1/Acai-Sober2017.pdf>
- [33] BEZERRA, V. S. et al. **Tratamento Térmico de Frutos de Açaí**. Comunicado Técnico 151. Macapá-AP., dezembro de 2017. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/169884/1/CPAF-AP-2017-COT-151-Tratamento-termico-acai.pdf>.
- [34] MCNEIL, P.; YOUNG, C. A. **Customer satisfaction in gourmet food trucks: Exploring attributes and their relationship with customer satisfaction**. Journal of Foodservice Business Research, [s. l.], v. 22, n. 4, p. 326-350, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15378020.2019.1614400>
- [35] PONTE, R. X. Dalcídio Jurandir. **O açaí-rizoma: a hierarquização e o romance. Agricultura Familiar: pesquisa, formação e desenvolvimento**. Belém, v. 12, n. 1, p. 21-38, 2018
- [36] MELO, Debora. **É a prática da empresa que vale, discurso não basta', diz especialista**. 2022. Disponível em: <https://saopaulo.folha.uol.com.br/o-melhor-de-saopaulo/2022/servicos/04/e-a-pratica-da-empresa-que-vale-discurso-nao-basta-diz-especialista.shtml>.
- [37] HERRERA, Wagner. **Valor agregado**. 2007. Disponível em: [https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Valor_Agregado.htm#:~:text=O%20valor%20agregado%20%C3%A9%20a,a%20um%20bem%20\[produto%20ou](https://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Valor_Agregado.htm#:~:text=O%20valor%20agregado%20%C3%A9%20a,a%20um%20bem%20[produto%20ou)
- [38] SADÍLEK, T. **Consumer preferences regarding food quality labels: the case of Czechia**. British Food Journal, [s. l.], v. 121, n. 10, p. 2508-2523, 2019. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-03-2019-0150/full/html>
- [39] ANSELMSSON, J.; BONDESSON, N. V.; JOHANSSON, U. **Brand image and customers' willingness to pay a price premium for food brands**. Journal of Product & Brand Management, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 90-102, 2014. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-10-2013-0414/full/html>
- [40] UTAMI, S.; JANNAH, R. **Effect of Brand Awareness, Perceptions of Quality, Uniqueness and Social Image to Price Premium in J. CO Banda Aceh**. European Journal of Business and Management, [s. l.], v. 11, n. 26, p. 66- 73, 2019. Disponível em: <https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/49460>
- [41] CHO, Y-S. **A parallel community detection in multi-modal social network with apache spark**. IEEE Access, [s. l.], v. 7, p. 27465-27478, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331334362_A_Parallel_Community_Detection_in_Multi-Modal_Social_Network_With_Apache_Spark
- [42] ANSELMSSON, J.; JOHANSSON, U.; PERSSON, N. **Understanding price premium for grocery products: a conceptual model of customer-based brand equity**. Journal of Product & Brand Management, [s. l.], v. 16, n. 6, p. 401-414, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228630548_Understanding_price_premium_for_grocery_products_A_conceptual_model_of_customer-based_brand_equity.
- [43] VERA, J.; TRUJILLO, A. **Searching most influential variables to brand loyalty measurements: An exploratory study**. Contaduría y Administración, Ciudad do Mexico, v. 62, n. 2, p. 600-624, 2017. Disponível em: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0186-10422017000200600&lng=pt&nrm=iso&tling=en
- [44] GAMMARANO, et al. **Açaí, quem te toma por aqui fica! Elementos que impactam no comportamento do consumidor de açaí no Norte do Brasil**. Novos Cadernos NAEA - v. 26, n. 3 - p. 331-355 - set-dez. (2023). Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/12955>
- [45] LEGISWEB. **Decreto nº 326 de 20/01/2012**. Estabelece requisitos higiênicos-sanitários para a manipulação de Açaí e Bacaba por batedores artesanais, de forma a prevenir surtos com Doenças Transmitidas por Alimentos (DTA) e minimizando o risco sanitário, garantindo a segurança dos alimentos. Publicado no DOE - PA em 24 jan. 2012. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=148207>.
- [46] BRASIL. **Ministério da Agricultura e Pecuária**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br>.
- [47] PARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. AGÊNCIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA DO ESTADO DO PARÁ – ADEPARÁ. 2024. Disponível em: <https://www.adepara.pa.gov.br/>.
- [48] PARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. SECRETARIA DE ESTADO DE MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE – SEMAS. 2024. Disponível em: <https://www.semas.pa.gov.br/>.
- [49] BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **PORTARIA Nº 1.428, DE 26 DE NOVEMBRO DE 1993**. 1993. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/1993/prt1428_26_11_1993.html.

Referências

- [50] BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA. **Portaria nº 326, de 30 de julho de 1997.pdf**. 1997. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-de-produtos-origem-vegetal/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/portaria-no-326-de-30-de-julho-de-1997.pdf/view>.
- [51] BRASIL. CASA CIVIL. Presidência da República Casa Civil Subchefia Para Assuntos Jurídicos. **LEI Nº 8.918, DE 14 DE JULHO DE 1994**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8918.htm.
- [52] PARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. AGÊNCIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA DO ESTADO DO PARÁ - ADEPARÁ. **L E I Nº 7.565, DE 25 DE OUTUBRO DE 2011**. 2011. Disponível em: https://www.adepara.pa.gov.br/sites/default/files/LEI%20N%C2%BA%207.565-2011_0_0.pdf.
- [53] MIRANDA, L. de V. A. *et al.* Sociedade & Ambiente. **Descarte e destino final de caroços de açaí na Amazônia Oriental - Brasil**. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/lj/asoc/a/xLtkfCv9jZpzyVzhBwsMwDv/?format=pdf&lang=pt>.
- [54] INSTITUTO DE PESQUISA AMBIENTAL DA AMAZÔNIA (IPAM). **Mais de 200 atores da cadeia do açaí participam de seminário em Belém**. 2023. Disponível em: <https://ipam.org.br/mais-de-200-atores-da-cadeia-de-valor-do-acai-participam-de-seminario-em-belem/>
- [55] CAMPELO, Liliam. **Farinha de mandioca faz parte da cultura alimentar do paraense**. 2017. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/12/13/farinha-de-mandioca-faz-parte-da-cultura-alimentar-do-paraense#:~:text=Rica%20em%20carboidrato%2C%20a%20farinha,ma nga%20e%20pato%20no%20tucupi&text=Heran%C3%A7a%20dos%20 povos%20ind%C3%ADgenas%20a, presentes%20na%20comida%20do %20paraense>
- [56] IBERDROLA. **A importância da segurança alimentar: Que fatores a põem em perigo?** Sem data da publicação. Disponível em: CAMPELO, Liliam. Farinha de mandioca faz parte da cultura alimentar do paraense. 2017. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/12/13/farinha-de-mandioca-faz-parte-da-cultura-alimentar-do-paraense#:~:text=Rica%20em%20carboidrato%2C%20a%20farinha,ma nga%20e%20pato%20no%20tucupi&text=Heran%C3%A7a%20dos%20 povos%20ind%C3%ADgenas%20a, presentes%20na%20comida%20do %20paraense>
- [57] EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA. **Live discute o papel da mandioca na soberania e segurança alimentar**. 2020. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/57947881/live-discute-o-papel-da-mandioca-na-soberania-e-seguranca-alimentar#:~:text=O%20uso%20da%20mandioca%20e,%2C%20asilos%2C%20cestas%20b%C3%A1sicas%2C%20entre>.
- [58] EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA. **Cultivo da Mandioca para a Região do Cerrado**. 2003. Disponível em: https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Mandioca/mandioca_cerrados/mercado.htm.
- [59] BRASIL. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Bragança (PA) conquista Indicação Geográfica para farinha de mandioca**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/noticias/braganca-pa-conquista-indicacao-geografica-para-farinha-de-mandioca>
- [60] CENTRAL DOS TRABALHADORES E DAS TRABALHADORAS DO BRASIL - CTB. **IV Conselho Nacional da CTB: Conheça mais o estado do Pará**. Sem data da publicação. Disponível em: <https://www.ctb.org.br/2023/10/18/iv-conselho-nacional-da-ctb-conheca-mais-o-estado-do-para/>
- [61] MELO, Aline. **Tucupi: a iguaria do norte brasileiro e receitas com o ingrediente**. 2021. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Comida/Receitas/Ingredientes/noticia/2021/01/tucupi-iguaria-do-norte-brasileiro-e-receitas-com-o-ingrediente.html#:~:text=O%20l%C3%ADquido%20fermentado%2C%20e xtra%C3%ADdo%20da,e%20o%20pato%20no%20tucupi&text=Considera do%20o%20%22ouro%20da%20Amaz%C3%B4nia,mandioca%20brava %2C%20bastante%20arom%C3%A1tico..>
- [62] SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR. **Agroindústria: Produção de derivados da mandioca**. 2018. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/assets/arquivos/214-AGROINDUSTRIA.pdf>.
- [63] DOUGLAS. **A Deliciosa Farinha de Mandioca Fermentada de Bragança!** 2023. Disponível em: <https://blog.maniocabrasil.com/a-deliciosa-farinha-de-mandioca-fermentada-de-braganca/>
- [64] EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA. **Manipueira, um líquido precioso**. 2011. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/18147209/manipueira-um-liquido-precioso>.
- [65] TAVARES, M. S. de A. **Contribuição do resíduo da produção de farinha de mandioca (manipueira) para o aumento da concentração de nutrientes no solo**. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal do Pará. Instituto de Tecnologia. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Processos, Belém, 2019
- [66] CIENTÍFICA, Editora. **Potencialidade dos resíduos oriundos do processamento e cultivo da mandioca**. 2022. Disponível em: <https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/221110759.pdf>.
- [67] ARAÚJO, *et al.* **Análise comportamental do agronegócio da mandioca no Brasil e no estado do Amazonas de 2006 a 2015**. Acta Geográfica, v. 15, n. 38, p. 102-123, 2021. Disponível em: <https://bdta.ufra.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2508/1/CULTURA%20A%20MANDIOCA%20-%20uma%20revis%C3%A3o%20de%20literatura.pdf>
- [68] COELHO, J. D. **Caderno Setorial ETENE**, ano 5, nº128, set. 2020. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/617/3/2020_CDS_128.pdf
- [69] SILVA, Stéphanie Oliveira da. **Indicação geográfica e ativação de recursos territoriais: Estudo de caso sobre a Farinha de Bragança**. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do grau de Licenciatura Plena em Geografia. Universidade do Estado do Pará Centro de Ciências Sociais e Educação Curso de Licenciatura Plena em Geografia. Belém-Pará, 2022.
- [70] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **PAM - Produção Agrícola Municipal**. 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9117-producao-agricola-municipal-culturas-temporarias-e-permanentes.html>.

Referências

- [71] FARINHEIRAS DO BRASIL: **tradição, cultura e perspectivas da produção familiar de farinha de mandioca** / Organizadores: Valdir Frigo Denardin; Rosilene Komarcheski. - Matinhos: Universidade Federal do Paraná - UFPR Litoral, 2015. Disponível em: https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1020979/1/Cap_Farinheiras.pdf
- [72] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Agricultura, pecuária e outros**. 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/2046-np-producao-agricola-municipal.html>.
- [73] GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. Agência Pará. **Pesquisa sobre farinha de Bragança conquista 'Prêmio Melhor TCC' na Uepa**. 2023. Disponível em: [https://agenciapara.com.br/noticia/41196/pesquisa-sobre-farinha-de-braganca-conquista-premio-melhor-tcc-na-uepa#:~:text=Par%C3%A1Um%20produto%20paraense%20com,de%20Propriedade%20Intelectual%20\(INPI\).](https://agenciapara.com.br/noticia/41196/pesquisa-sobre-farinha-de-braganca-conquista-premio-melhor-tcc-na-uepa#:~:text=Par%C3%A1Um%20produto%20paraense%20com,de%20Propriedade%20Intelectual%20(INPI).)
- [74] SILVA, S. O.; CRUZ, B. E. V. **Produtos potenciais à indicação geográfica no estado do Pará: Estudo de caso das feiras na cidade de Belém/PA**. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Pará*. Belém, v. 08, n. 01, p. 249 – 270, jan.-jun./2021. Disponível em: https://www.academia.edu/84198667/PRODUTOS_POTENCIAIS_%C3%80_INDICA%C3%87%C3%83O_GEOGR%C3%81FICA_NO_ESTADO_DO_PAR%C3%81_Estudo_de_caso_das_feiras_da_25_e_do_Ver_o_Peso_na_cidade_de_Bel%C3%A9m_PA
- [75] COOPERATIVA MISTA DOS AGRICULTORES FAMILIARES E EXTRATIVISTAS DOS CAETÉS - COOMAC. **Caderno de Especificações Técnicas da Indicação de Procedência “Bragança” para a farinha de mandioca**. 2021. 22 p. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/Braganca.pdf>
- [76] BROGNOLI, Arthur. **Qualidade percebida: o que o cliente enxerga na sua solução?** Sem data da publicação. Disponível em: <https://www.clint.digital/artigos/qualidade-percebida-o-que-o-cliente-enxerga-na-sua-solucao#:~:text=S%C3%A3o%20eles%3A%20confiabilidade%2C%20rapidez%2C,acesso%20%C3%A0s%20informa%C3%A7%C3%B5es%20e%20disponibilidade.>
- [77] PAGAR.ME. **7 ações para aumentar o valor percebido pelo cliente**. 2022. Disponível em: <https://pagar.me/blog/valor-percebido/>
- [78] PICANÇO, Miguel. **SOBRE A FARINHA D'ÁGUA DE BRAGANÇA E SUA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: bônus e ônus**. Sem data da publicação. Disponível em: <https://www.gastronomiapaense.com/post/sobre-a-farinha-d-%C3%A1gua-de-bragan%C3%A7a-e-sua-indica%C3%A7%C3%A3o-geogr%C3%A1fica-b%C3%B4nus-e-%C3%B4nus>
- [79] SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ - SEBRAE PARÁ. Agência Sebrae Pará. **IG Farinha de Bragança**. 2022. Disponível em: <https://pa.agenciasebrae.com.br/videos/inovacao-e-tecnologia/farinha-de-braganca-indicacao-geografica/>.
- [80] MELO, Sheila de Souza Corrêa de. **Elementos comprobatórios do reconhecimento de Bragança como indicação de procedência do produto farinha**. 2020. Disponível em: <https://profnit.org.br/wp-content/uploads/2021/01/SHEILA-DE-SOUZA-CORREA-DE-MELO-TCC.pdf>.
- [81] LIMA, Jose Moises de Oliveira e Oliveira Bueno Roger da Silva Santos Suely Cristina Gomes de. **Condições Higiênico-Sanitárias em uma Fábrica de Farinha de Mandioca no município de Castanhal-PA avaliação e recomendações**. 2023. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/2478#:~:text=Portaria%20ADEPAR%C3%81%20N%C2%B0%205314,n%C2%BA%207,565%2F2011%20e%20decretos.>
- [82] BRASIL, INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Bragança (PA) conquista Indicação Geográfica para farinha de mandioca**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-contenido/noticias/braganca-pa-conquista-indicacao-geografica-para-farinha-de-mandioca#:~:text=O%20INPI%20publicou%2C%20no%20dia,do%20Par%C3%A1%2C%20Tracuateua%20e%20Viseu.>
- [83] SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ - SEBRAE PARÁ. **Cartilha para casas de farinha segundo o padrão da indicação geográfica “Farinha de Bragança**. 1 ed. Belém: SEBRAE, 2020. 73 p.
- [84] BRITO, Jakeline Almeida. **Geografia da mandioca na Amazônia paraense: meio geográfico, modo de vida e a cultura da farinha no meio rural do município de Bragança (PA)**. 2020. Disponível em: https://www.repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/15420/4/Dissertacao_GeografiaMandiocaAmazonia.pdf
- [85] AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEXBRASIL). **Inteligência de Mercado**. Sem data da publicação. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/inteligencia.html>.
- [86] SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARÁ - SEBRAE PARÁ. **Iniciando um pequeno grande negócio**. 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/iniciando-um-pequeno-grande-negocio,5f60b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>
- [87] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Produção Agrícola Municipal**. Disponível em Tabela 5457 - Área plantada ou destinada à colheita, área colhida, quantidade produzida, rendimento médio e valor da produção das lavouras temporárias e permanentes: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5457#notas-tabela>. Acesso em 19fev24 às 10h24min.
- [88] INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Produção Agrícola Municipal**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9117-producao-agricola-municipal-culturas-temporarias-e-permanentes.html>. Acesso em 19/fev./24 às 10h.24min.
- [89] LEGISWEB. **Decreto nº 326 de 20/01/2012**. Estabelece requisitos higiênico-sanitários para a manipulação de Açaí e Bacaba por batedores artesanais, de forma a prevenir surtos de Doenças Transmissíveis por Alimentos (DTA) e minimizando o risco sanitário, garantindo a segurança dos alimentos. Publicado no DOE - PA em 24 jan 2012. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=148207>.
- [90] LINS, J. P. de M *et al*. **Manual de boas práticas de fabricação durante o processamento do açaí no Estado do Pará**. Castanhal: IFPA; ENACTUS, 2021. Disponível em: <https://ifpa.edu.br/documentos-institucionais/2022/documentos-1/6054-acai/file>.

Referências

[91] SERVIÇOS EM PARCERIA - SERPA. **Exportação de Açaí: entenda como funciona**. Publicado em 15 de fevereiro de 2023. Disponível em: <https://www.gruposerpa.com.br/exportacao-de-acai/#:~:text=Exporta%C3%A7%C3%A3o%20de%20A%C3%A7%C3%AD%3A%20mercado%20internacional&text=Em%20geral%2C%20o%20fruto%20%C3%A9,maior%20importador%20do%20a%C3%A7%C3%AD%20brasileiro.>

[92] FACEBOOK. **Rede Click Açaí**, 2024. Disponível em: https://www.facebook.com/clickacaibelem?locale=pt_BR.

[93] SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR. **Agroindústria: produção de derivados da mandioca**. Coleção SENAR - Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/assets/arquivos/214-AGROINDUSTRIA.pdf>.



0800 570 0800

www.sebrae.com.br/para

2024