

DESTRAVANDO MERCADOS SUSTENTÁVEIS



A experiência do Projeto Rural Sustentável -
Amazônia com o fortalecimento de cadeias
da sociobiodiversidade amazônica para o
acesso a mercado



DESTRAVANDO MERCADOS SUSTENTÁVEIS

A experiência do Projeto Rural Sustentável
Amazônia com o fortalecimento de cadeias
da sociobiodiversidade amazônica para o
acesso a mercado



Organização
Pedro Xavier
Eric Sawyer

Projeto Rural Sustentável - Amazônia

Realização

República Federativa do Brasil
Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA)
Governo do Reino Unido
Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)

Execução

Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS)

Coordenação-Geral do Projeto

Luís Tadeu Assad

Coordenador Operacional

Eric Sawyer

Coordenação de Cadeias e de Mercados

Pedro Xavier da Silva

Autores

Consultoria técnica

Associação Slow Food do Brasil
Cortez Soluções Ambientais

Organização

Pedro Xavier da Silva
Eric Sawyer

Coordenação de Comunicação

Natália Lyra

Coordenação Editorial

Javiera de la Fuente C.
Natália Lyra

Projeto Gráfico, Diagramação e Revisão

Esa Gomes Design

Catálogo na fonte

Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade - IABS
Destravando Mercados Sustentáveis: a experiência do PRS-Amazônia / Organização: Pedro Xavier e Eric Sawyer. – Brasília: Editora IABS, 2025.

ISBN: 978-65-87999-79-1
136 p. : il. color.

1. Sociobiodiversidade amazônica. 2. Cadeias produtivas sustentáveis. 3. Agricultura familiar – Amazônia. 4. Desenvolvimento rural sustentável. 5. Bioeconomia. I. Xavier, Pedro. II. Sawyer, Eric. III. Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS). IV. Editora IABS. V. Título.

CDD: 630
330



COMO ACESSAR OS MERCADOS EXISTENTES E CRIAR NICHOS PARA
CADEIAS PRODUTIVAS QUE MANTENHAM AS PAISAGENS NATURAIS
ENQUANTO GERAM RENDA PARA MILHÕES DE PESSOAS QUE VIVEM
ABAIXO DAS COPAS DAS ÁRVORES?

Ilustração inspirada no rio Juruá, um dos mais sinuosos do mundo. O trecho ilustrado está na altura do Médio Juruá, lar de inúmeras comunidades ribeirinhas e do manejo sustentável do pirarucu — uma das cadeias produtivas abrangidas pelo PRS - Amazônia

Foto: Divulgação/Acervo IABS



APRESENTAÇÃO

Esta publicação conta a história de como o Projeto Rural Sustentável-Amazônia buscou entender cada etapa pela qual um produto da sociobiodiversidade amazônica — em específico aqueles advindos das cadeias produtivas apoiadas pelo projeto — deve percorrer até chegar ao consumidor final. Também se buscou entender quem é esse consumidor final, que perfil tem, quais são suas tendências, preferências, onde está, quanto está disposto a pagar por um produto que mantém a floresta em pé, entre uma série de outras variáveis que serão apresentadas ao longo das próximas páginas.

Além de trazer um registro de aprendizados e de caminho trilhado que possa servir de inspiração para outras cadeias produtivas, outros projetos — e até mesmo para políticas públicas que porventura apoiem estas formas de produzir —, esperamos proporcionar *insights* valiosos sobre os gargalos encontrados no caminho de um produto, desde sua origem até seu destino final. Temos certeza de que estamos trazendo um mapa de várias “minas de ouro”: fontes de potencial conversão da energia vital da floresta — que pulsa com força sem igual através de sua população local — em riquezas

distribuídas de forma mais equitativa e justa entre todos os elos dessas cadeias produtivas tão singulares.

Que as páginas que seguem tragam para o presente a visão do futuro possível, mais sustentável e justo, que buscamos construir em uma empreitada conjunta. Essa atuação coletiva conta com a colaboração entre governos, empresas, organizações da sociedade civil e muitas, muitas pessoas com histórias e trajetórias que merecem ser contadas e valorizadas.

Especiais agradecimentos para os parceiros da **Associação Slow Food do Brasil** e da **Cortez Soluções Ambientais**, que tanto se empenharam em levantar, sistematizar e entender uma enorme quantidade de dados gerados. Agora, trazemos essa base de referências na forma de conhecimento e de informação estratégica para os leitores que nos acompanham. Este é o início de uma jornada pelas cadeias e pelos mercados que tanto nos encantam e que, aos poucos, se transformam em mais palpáveis e viáveis pelas hábeis mãos das pessoas amazônidas e pelo consumo consciente de cada um de nós.

SUMÁRIO



O QUE É
O PROJETO? 08



INTRODUÇÃO 10



CAPÍTULO 1
O CAMINHO E
SEUS OBSTÁCULOS 14



CAPÍTULO 2
AÇAÍ 28



CAPÍTULO 3
CACAU
AMAZÔNICO 42



CAPÍTULO 4
PIRARUCU
DE MANEJO 58





CAPÍTULO 5

CASTANHA-
DO-BRASIL

74



CAPÍTULO 6

CAFÉ ROBUSTA
AMAZÔNICO

88



CAPÍTULO 7

PEIXES
REDONDOS

104



CAPÍTULO 8

OUTROS PLANOS 120



CAPÍTULO 9

PRINCIPAIS PROPOSTAS
E CONSIDERAÇÕES
FINAIS 128



BIBLIOGRAFIA 136

O QUE É O PROJETO ?

A Amazônia é feita de diversidade. São povos, histórias e modos de vida que se entrelaçam com a floresta, com os rios e com o trabalho de quem vive da terra. Em cada região, uma forma única de produzir e conservar. É nesse cenário vivo e plural que atua o Projeto Rural Sustentável – Amazônia (PRS-Amazônia).

Presente nos estados do Amazonas, Pará e Rondônia, o projeto fortalece seis cadeias produtivas da sociobiodiversidade – cacau e açaí (PA), castanha e pirarucu (AM), peixes redondos e café (RO) – acompanhando todas as etapas, do cultivo e extração à comercialização. Mais de **US\$12 milhões** (cerca de R\$50 milhões) estão sendo investidos no fortalecimento de **30 Organizações Socioprodutivas (OSPs)** e dessas cadeias sustentáveis. O PRS-Amazônia acredita que é possível **gerar renda e conser-**



+ 1400 FAMÍLIAS PRODUTORAS E AGROEXTRATIVISTAS

30 OSPs PARCEIRAS
FORTALECIDAS E APOIADAS
PELO PRS-AMAZÔNIA



70% comunidades tradicionais

51% lideradas por mulheres



16% lideradas por jovens

var a floresta, promovendo alternativas que ampliem o acesso a mercados, a adaptação às mudanças climáticas e a valorização dos produtos amazônicos. Incentiva **práticas produtivas de baixa emissão de carbono**, valoriza o **conhecimento tradicional** e apoia o acesso a **mercados diferenciados** que reconhecem a origem e o valor social da produção local.

As **OSPs** — cooperativas, associações e sindicatos — são a base do projeto. Cada uma participa da elaboração de um **Plano de Negócio** coletivo, que identifica seu potencial produtivo. A partir dele, elas podem acessar até **R\$300 mil** em infraestrutura (**Benefícios Coletivos**) e **R\$100 mil** em serviços e consultorias especializadas (**Assistência Técnica Organizacional**), além de uma **trilha contínua de assistência técnica e extensão rural** adaptada à realidade de cada território.

ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS

OSPs: O QUE SÃO?

Coletivos produtivos ou agroextrativistas, como **associações, cooperativas e sindicatos**, por exemplo.

O projeto também coloca o **conhecimento no centro da transformação**, oferecendo **cursos** em parceria com o **Canal Futura**, um **Mestrado Profissional** desenvolvido com a **Universidade Federal do Pará (UFPA)**, **oficinas de liderança** e outras **ações formativas**.

Enquanto a produção se estrutura, o PRS-Amazônia olha para o mercado, com **planos de fortalecimento e estudos específicos** que ajudam a entender quem quer comprar, o que busca e como os produtos locais podem chegar até lá — sempre valorizando a origem e garantindo que a oferta e a demanda caminhem juntas.

Sendo Assim, o **PRS-Amazônia é um convite** a construir uma Amazônia que prospera com a floresta em pé — em que conhecimento e inovação caminham lado a lado. Um legado que aponta caminhos para um futuro com **menos emissões, mais renda e oportunidades, criadas junto** com quem vive e sonha sob as sombras verdes da maior floresta tropical do planeta.

O Projeto Rural Sustentável – Amazônia é fruto de Cooperação Técnica entre o Governo do Reino Unido e o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) faz a gestão dos recursos e o Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS) é responsável pela execução do projeto.

INTRODUÇÃO

As múltiplas Amazônia: a complexa teia dos planos de fortalecimento de cadeias e dos estudos de expansão de mercado do PRS-Amazônia

Nossa mais sincera gratidão se estende agora para você, leitor, que com seu olhar atento se une a essa nossa empreitada coletiva em busca de um futuro mais sustentável, com atividades econômicas capazes de gerar conservação do meio ambiente e renda para as populações locais. Esta publicação traz um registro dos estudos de fortalecimento de seis cadeias produtivas — açaí, cacau, castanha do Brasil, pirarucu, café e tabaqui — que são capazes de mitigar a emissão de gases de efeito estufa, assim como o registro de um estudo dos mercados capazes de absorver esses produtos sem perpetuar relações que mantêm as populações da base produtiva distantes dos benefícios que essas atividades são capazes de gerar.

O Brasil é responsável pela emissão de aproximadamente 1,6 bilhão de toneladas de CO₂ e gases igualmente nocivos. Segundo o Observatório do Clima (2025), cerca de 47% dessas emissões resulta da conversão no uso da terra – ou seja, toda vez que uma floresta é convertida em uma plantação com um modelo de agri-

cultura convencional, por exemplo, o carbono que estava estocado nas árvores é emitido para a atmosfera, gerando eventos climáticos extremos e outras mudanças indesejadas no clima do planeta Terra.

Não se pode simplificar a conversão da floresta, como se tratasse meramente de uma escolha irresponsável de alguns agricultores. Apenas do lado brasileiro da Floresta Amazônica, vivem mais de 26 milhões de pessoas, que precisam ali exercer atividades que tragam condições dignas de trabalho, renda e vida — e, ao mesmo tempo, satisfazer suas necessidades básicas e ter liberdade e soberania sobre seus próprios destinos.

Sendo assim, o projeto PRS-Amazônia foi convidado a trabalhar com cadeias produtivas que promovem alternativas à conversão no uso da terra, sendo mais integradas às paisagens existentes e evitando a emissão dos GEEs. A escolha destas cadeias e estados específicos resultou de conversas entre os idealizadores do Pro-

jeto. Em comum acordo entre o apoiador – Governo Britânico – e o beneficiário – Ministério da Agricultura e Pecuária do Brasil –, decidiu-se priorizar as cadeias previamente mencionadas.

A esse contexto, adiciona-se um sistema de Unidades de Conservação de diferentes naturezas e jurisdições, organizações (associações, cooperativas, sindicatos e outras) de populações tradicionais e indígenas, assentados e outros tantos componentes de uma diversidade cultural sem igual, com um emaranhado de situações fundiárias. Acrescenta-se, ainda, uma complexidade logística não encontrada em outras partes do mundo, que exige logísticas multimodais extremamente complexas, de alto custo e duração. Além disso, inclui-se uma série de eventos climáticos extremos, desde incêndios a secas que isolam as comunidades mais remotas de forma assustadora. Por fim, adiciona-se a este contexto a instabilidade de mercados, com tarifas flutuantes para exportações e mercados institucionais altamente dependentes de vontades políticas oscilantes.

É desse cenário aparentemente desolador que nasce toda a esperança depositada na capacidade das organizações apoiadas pelo projeto, na qualidade de seus produtos e na força de uma proposta que traz benefício social e ambiental à medida que cresce.

Esta publicação traz os principais conhecimentos gerados a partir de trilhas percorridas em paralelo pelos **planos de fortalecimento das cadeias e pelos estudos de mercado**. Os planos e estudos abordaram de forma direta, entendendo todos os desafios postos, o levantamento das principais informações para que uma trajetória possa ser traçada, rumo ao estabelecimento de novos modelos de negócio: mais resilientes, justos e transparentes. Ainda que algumas das conclusões possam não trazer grandes novidades para quem está inserido nas cadeias – e que alguns dos dados apresentados possam parecer estranhos ou até mesmo equivocados –, estamos certos de que os caminhos traçados farão sentido para todos, conforme demonstrado nas rodadas de apresentação dos estudos realizadas nos três estados do Projeto.

O IABS vem trabalhando, ao longo de seus mais de 21 anos de existência, na consolidação de modelos de negócios inovadores e na consolidação de cadeias produtivas que geram renda para populações locais, muitas em situação de vulnerabilidade social e ambiental. Alguns exemplos que apoiaram na construção de sua expertise no tema incluem a socioeconomia circular a partir de conchas de sururu. Em meio às populações em situação de extrema vulnerabilidade social, surge uma proposta de transformar os resíduos de uma cadeia produtiva que já é patrimônio imaterial de Maceió – o sururu (*Mytella charruana*). São mais de cinco toneladas de conchas descartadas ao ar livre diariamente por uma população de mais de 1500 pessoas que tiram seu sustento da lagoa Mundaú – cuja orla serve como base de apoio para a “despinicagem” (retirada do bicho), cozimento em latas de tinta e venda em barracas nas beiras da rua. Dezenas de marisqueiras já conseguem gerar mais renda a partir da venda das conchas que outrora seriam descartadas, em troca da moeda local *Sururote*, aceita em diversos estabelecimentos do próprio bairro e ampliando o benefício econômico e social gerado a partir da iniciativa de socioeconomia circular. As conchas, por sua vez, são trituradas em uma

unidade fabril com trabalhadores da própria comunidade, que as transformam em cobogós e outras peças de decoração de alto valor agregado, que são, posteriormente, comercializadas nas lojas da maior empresa de revestimentos cerâmicos do país.

Esse é um exemplo de uma cadeia de valor que foi criada e fortalecida no âmbito de um projeto, sendo todo um ecossistema de inovação social estabelecido em torno da principal atividade. Diversas lições foram extraídas sobre os atores indispensáveis em um arranjo tão ímpar. Os aprendizados dessa e de tantas outras iniciativas empreendidas pelo IABS – agora, no PRS-Amazônia, sob a égide de uma política pública (Programa ABC+¹) – preparam o caminho para novos modelos de negócio capazes de superar os

¹ O Plano ABC+ (Agricultura de Baixa Emissão de Carbono) é uma política pública que apresenta o detalhamento das ações de mitigação e adaptação às mudanças do clima para o setor agropecuário, e aponta de que forma o Brasil pretende cumprir os compromissos assumidos de redução de emissão de gases de efeito estufa neste setor. Fonte: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/planoabc-abcmais/publicacoes/download.pdf>

grandes e complexos gargalos enfrentados por produtos da socio-biodiversidade amazônica no acesso a mercados.

Esta publicação está dividida em oito capítulos, sendo o primeiro dedicado a uma análise do comportamento do consumo e do consumidor de produtos tais como os ora promovidos. Em seguida, cada cadeia apoiada pelo Projeto tem um capítulo dedicado a um resumo que traz o melhor da informação levantada pelos estudos realizados no âmbito da trilha de Cadeias e Mercados do PRS-Amazônia. Acreditamos, sinceramente, que existe uma preciosidade em conhecimento gerado a partir de uma imersão no contexto das cadeias e seus respectivos mercados (atuais e potenciais). Por fim, o capítulo final traz um apanhado de outros estudos relevantes, assim como as considerações para o caminho adiante.

Então, convidamos você, que tem em mãos esse “mapa do tesouro”, a uma imersão virtual pelo mundo da complexidade amazônica, com uma série de insights e possibilidades esperando para serem aproveitadas. Nós certamente estamos entregues à nossa mis-

são de construir o futuro que desejamos, começando pelas fortes mãos do povo amazônida e pelos ritmos de suas atividades produtivas, mais alinhadas com a frequência de uma floresta que pulsa energia vital e sabedoria ancestral.

Pedro Xavier – Coordenador de Cadeias e Mercados

Eric Sawyer – Coordenador Operacional

CAPÍTULO 1

O CAMINHO E SEUS OBSTÁCULOS

UM PANORAMA GERAL



Foto: IBAMA - Fábio Cardoso

O CAMINHO E SEUS OBSTÁCULOS

UM PANORAMA GERAL

A sociobiodiversidade amazônica abrange um amplo conjunto de produtos advindos de sistemas agroextrativistas, agrícolas e agroflorestais manejados por agricultores familiares, povos indígenas, comunidades quilombolas e outras comunidades tradicionais. Estes produtos não apenas representam expressões concretas da cultura alimentar dos territórios, como também constituem vetores potenciais de **geração de renda, conservação ambiental e inclusão produtiva**.

Com isso em mente, construir estratégias para qualificar cadeias e ampliar mercados para a sociobiodiversidade demanda reconhecer o que lhe é específico: ciclos produtivos marcados pela sazonalidade; formas de organização baseadas em solidariedade e em pertencimento; e produtos com forte apelo simbólico e territorial.

As cadeias apoiadas pelo PRS-Amazônia expressam graus variados de organização e inserção mercadológica. Algumas, como o cacau e o café, já se articulam com mercados especializados, como os de

amêndoas finas e cafés especiais. Outras, como a do pirarucu e de peixes redondos, possuem forte inserção local e institucional (PNAE, PAA), mas enfrentam desafios logísticos, sanitários e normativos para acessar mercados mais amplos. A castanha-do-Brasil e o açaí, por sua vez, integram cadeias internacionais consolidadas, mas precisam avançar em agregação de valor, diferenciação territorial e inclusão das organizações socioprodutivas em etapas mais rentáveis da cadeia.

Os estudos identificaram barreiras comuns às seis cadeias analisadas:

- i. fragilidade logística, especialmente em áreas de várzea e de difícil acesso;
- ii. entraves na regularização sanitária e ambiental das unidades produtivas;

- iii. concentração da renda em elos intermediários e baixa agregação de valor na ponta produtiva;
- iv. ausência de políticas estruturantes que articulem produção, beneficiamento, comercialização e consumo com base em um modelo sustentável e regenerativo.

Por outro lado, emergem também oportunidades significativas. Há crescente demanda por alimentos e produtos naturais com atributos de origem, sustentabilidade e rastreabilidade – tanto no mercado interno quanto externo. Marcas coletivas, certificações participativas, Indicações Geográficas e selos de agricultura familiar tornam-se instrumentos estratégicos para acessar nichos como gastronomia sustentável, turismo de base comunitária, alimentação escolar e cosméticos naturais. Além disso, o avanço das políticas públicas de compras institucionais (PNAE, PAA, Conab Sociobiodiversidade) cria um ambiente propício para o fortalecimento das organizações produtivas.

Com base nos diagnósticos realizados e na escuta ativa com lideranças e especialistas, identificamos as seguintes demandas:



Infraestrutura e logística

Investimento em estruturas apropriadas para armazenamento, transporte e beneficiamento adequado aos ciclos produtivos da Amazônia.



Regularização sanitária e ambiental

Apoio técnico e normativo às unidades produtivas para obtenção de registros, licenças e selos.



Agregação de valor e comunicação territorial

Estratégias de branding territorial, promoção da cultura alimentar e diferenciação por origem.



Governança produtiva e comercial

Fortalecimento de cooperativas, redes e consórcios produtivos com foco em comercialização solidária e justa.



Ambiente de políticas públicas e fomento

Integração de programas federais e estaduais com foco em crédito, assistência técnica, compras públicas e inovação social.

O fortalecimento das cadeias da sociobiodiversidade requer olhar sensível às práticas locais, respeito aos modos de vida tradicionais como diferencial competitivo e ético, assim como políticas públicas que incentivem mercados regenerativos e de base territorial.

Assim, reafirmamos que a construção de mercados para produtos da sociobiodiversidade não se limita à inserção econômica, mas está intrinsecamente relacionada à justiça territorial, à conservação ambiental e à valorização de modos de vida. Trata-se de um projeto de futuro para a Amazônia, em que economia e floresta caminham juntas. A seguir, discutiremos estratégias gerais para acesso a mercados.

Os canais de comercialização foram agrupados em três blocos principais: canais informais ou de baixa exigência (como venda a atravessadores), canais diretos com consumidores (como feiras, lojas físicas, eventos promocionais e vendas virtuais), e canais de alta exigência (como grande varejo, indústria e exportação). Cada grupo impõe um conjunto diferenciado de demandas que impactam diretamente a capacidade de acesso das OSPs.

Por exemplo, canais como **grande varejo** e **exportação** demandam rotulagem completa, laudos laboratoriais, embalagens padronizadas e escala mínima de produção, além de logística consolidada e capacidade de gestão comercial. Já canais de venda direta, como **feiras** e **compras coletivas**, exigem boa apresentação, regularidade

mínima de oferta e relacionamento com consumidores, sendo mais acessíveis para empreendimentos em fase inicial ou intermediária de estruturação.

Além das exigências técnicas e operacionais, os **canais institucionais** (PAA/PNAE) demandam regularidade fiscal, documentação de agricultores, certificações sanitárias e articulação com nutricionistas e gestores públicos, tornando-se um espaço estratégico para produtos com perfil nutricional diferenciado e origem rastreável.



A estruturação dos planos se fundamenta nessa lógica de gradação e adaptação às exigências dos diferentes canais. A partir disso, a definição das estratégias leva em conta as barreiras de entrada, os investimentos necessários e os potenciais benefícios econômicos e simbólicos de cada mercado. Assim, os planos propõem roteiros de adequação e escalonamento, começando pelos canais mercadológicos de menor complexidade até atingir os canais mais exigentes.

A transição entre os canais — por exemplo, da feira para o pequeno varejo ou da venda institucional para o fornecimento à indústria — exige investimentos em capacitação técnica, qualidade do produto, estrutura logística e formalização fiscal. **Portanto, a estratégia de ampliação de mercado não é apenas comercial, mas envolve planejamento de produção, qualificação da gestão, fortalecimento da governança e investimentos em identidade e diferenciação.**

Além disso, os planos compreendem que o acesso a mercados é também uma ferramenta de valorização cultural e política. Produtos da sociobiodiversidade carregam atributos intangíveis — como origem, modos de vida, saberes tradicionais — que se tornam diferenciais estratégicos, especialmente nos canais voltados ao consumo consciente, ao turismo de experiência, ao setor gourmet e ao comércio justo.

Portanto, é nessa perspectiva de leitura dos **diferentes canais, suas exigências e potenciais, que se constroem as estratégias de ampliação de mercado do plano.** Cada canal oferece oportunidades específicas, mas também impõe desafios proporcionais à sua complexidade. O foco na qualidade dos produtos, na gestão eficiente, na comunicação transparente e na articulação com políticas públicas e redes de distribuição é fundamental para ampliar a inserção competitiva das OSPs nos diversos mercados.

Essa construção estratégica se dá de forma cumulativa, respeitando os estágios de maturação dos empreendimentos, com vistas à consolidação de trajetórias comerciais sustentáveis e promotoras da sociobiodiversidade, da segurança alimentar e do desenvolvimento territorial.

A seguir apresentaremos dados gerais identificados acerca dos mercados para produtos da sociobiodiversidade amazônica.

A compreensão dos diferentes perfis de consumo é estratégica para o planejamento de ações de acesso e fidelização a mercados. A análise realizada a partir de estudos secundários, escuta com especialistas e experiências de comercialização identificou quatro principais perfis de consumidores em relação aos produtos da sociobiodiversidade amazônica: **conscientes, eventuais, por conveniência** e os que **ainda não consomem**.

A segmentação indica que cerca de 35% dos consumidores são classificados como **conscientes** — ou seja, valorizam atributos como origem, impacto socioambiental positivo e vínculos com comunidades tradicionais. Este público está mais presente em mercados especializados, feiras agroecológicas, redes de comércio justo e pontos de venda direta promovidos por OSPs.

Outros 30% correspondem aos **consumidores eventuais**, que compram produtos da sociobiodiversidade motivados por cam-

panhas, feiras ou presença pontual em redes varejistas, mas sem fidelização ou conhecimento profundo dos valores agregados.

A categoria dos **consumidores por conveniência** (20%) abrange aqueles que adquirem os produtos em função de disponibilidade em supermercados ou aplicativos, mas com baixa percepção sobre sua origem. Por fim, 15% do público ainda **não consome produtos da sociobiodiversidade**, seja por desconhecimento ou falta de acesso. Essa análise reforça a importância de ações de comunicação segmentada, educação do consumidor e fortalecimento de canais curtos de comercialização. Além disso, aponta a necessidade de integração entre estratégias de mercado e políticas públicas de fomento à cultura alimentar amazônica.

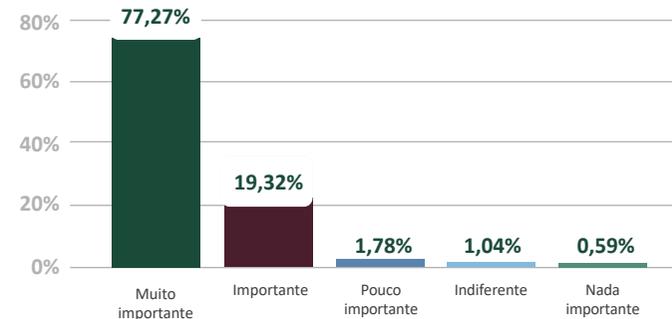
O gráfico demonstra que os consumidores de produtos da socio-biodiversidade amazônica não escolhem apenas pelo preço, mas pela **combinação de atributos que dialogam com valores pessoais e coletivos**. Saúde e qualidade de vida aparecem em primeiro lugar (24,97%), seguidos de perto pelo prazer e gosto (22,14%), apoio às comunidades produtoras (21,40%) e conservação da floresta e sustentabilidade (20,80%). Essa distribuição equilibrada indica que há múltiplos gatilhos de consumo e que a estratégia de comunicação pode explorar diferentes narrativas, reforçando tanto o bem-estar individual quanto o impacto socioambiental positivo.

<p>CONSCIENTES (35%) Valorizam origem e comércio justo</p>	<p>EVENTUAIS (30%) Compram em feiras e campanhas</p>
<p>POR CONVENIÊNCIA (20%) Compram pela praticidade</p>	<p>NÃO CONSUMIDORES (15%) Falta de acesso ou conhecimento</p>

Figura 1: Análise de perfil de consumo

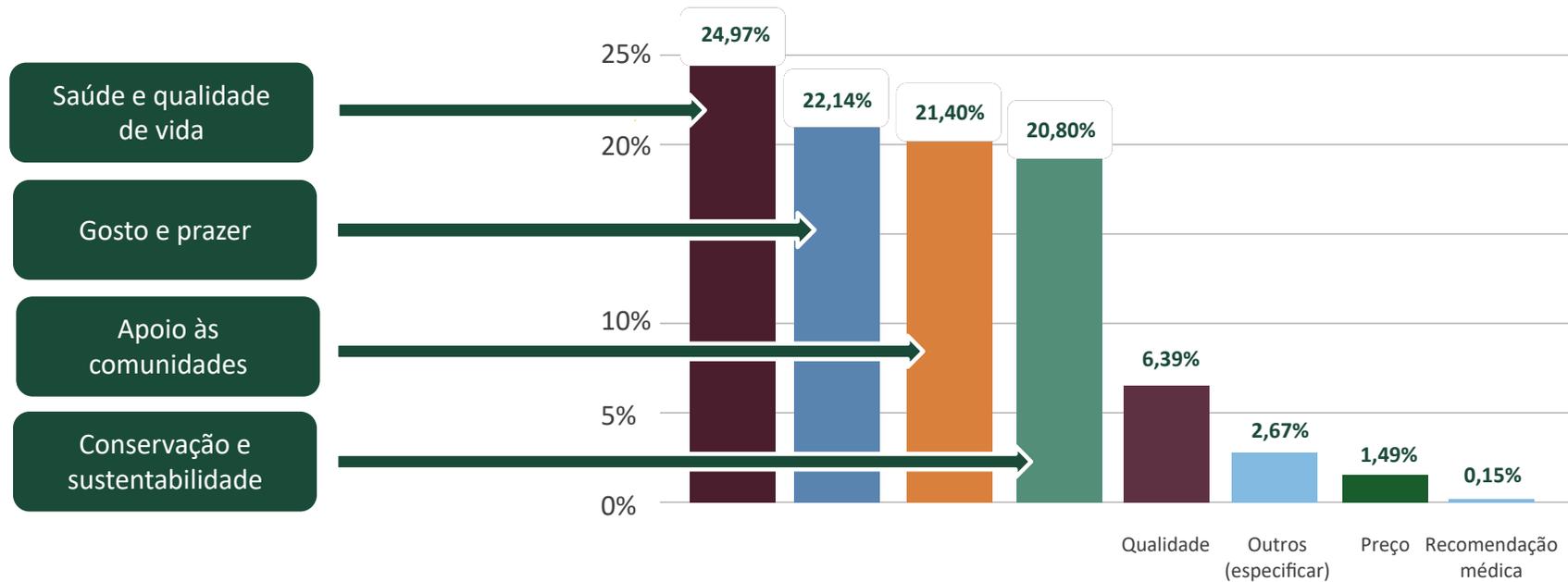
IMPORTÂNCIA DA ORIGEM E CONSERVAÇÃO

É importante conhecer a origem, quem produziu e como foi produzido?



PREFERÊNCIAS E PERCEPÇÃO DE VALOR

Qual fator mais influencia sua decisão de consumir produtos da sociobiodiversidade amazônica?



Os dados evidenciam que conhecer a **origem do produto** — quem produziu e como foi produzido, além da contribuição para a conservação da floresta — são elementos considerados muito importantes pela ampla maioria dos entrevistados. O resultado aponta que a transparência e a rastreabilidade não são apenas diferenciais, mas expectativas básicas do consumidor consciente. Isso reforça a necessidade de marcas coletivas, certificações e sistemas de informação claros que transmitam confiança.

VALORIZAÇÃO DA CONSERVAÇÃO

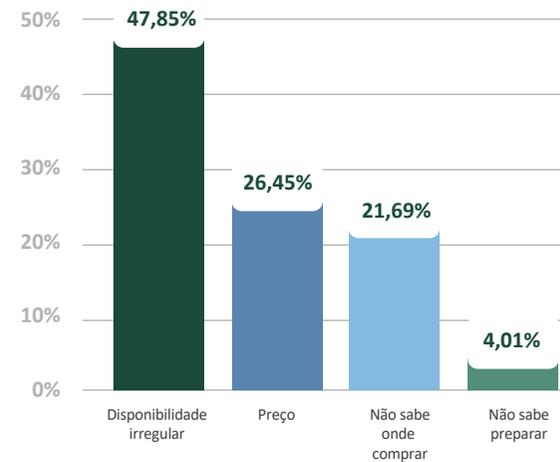


O número mais expressivo da pesquisa mostra que 99,11% dos consumidores consideram essencial que o produto contribua para a **conservação da floresta**. Esse dado quase unânime transforma a sustentabilidade em ativo mercadológico central, reforçando a

ideia de que a Amazônia, sua biodiversidade e sua preservação são atributos percebidos como de alto valor no momento da escolha de compra.

BARREIRAS DE CONSUMO

Qual a maior dificuldade para a compra desses alimentos?

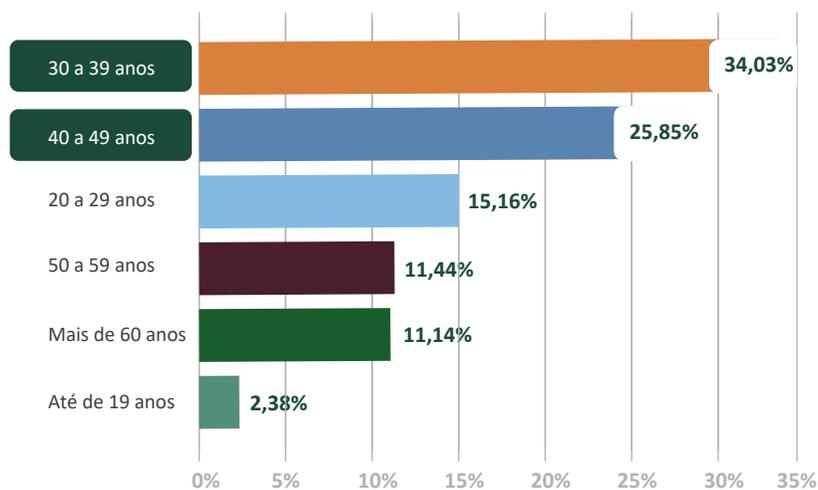


Apesar do interesse e da valorização, os consumidores enfrentam **barreiras práticas que limitam a frequência de compra**. A principal dificuldade é a irregularidade da disponibilidade (47,85%), seguida pelo preço elevado (26,45%), pela falta de informação sobre onde encontrar os produtos (21,69%) e, em menor medida, pela falta de conhecimento sobre como prepará-los (4,01%). Esses resultados apontam para a necessidade de políticas que ampliem

a oferta estável e estratégias de marketing que melhorem o acesso e a comunicação sobre o uso dos produtos.

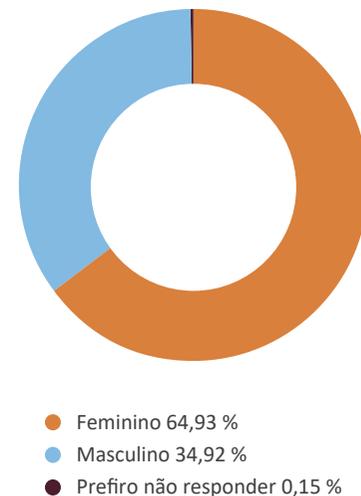
diretamente com a fase da vida em que a alimentação saudável se torna prioridade.

SEGMENTAÇÃO ETÁRIA



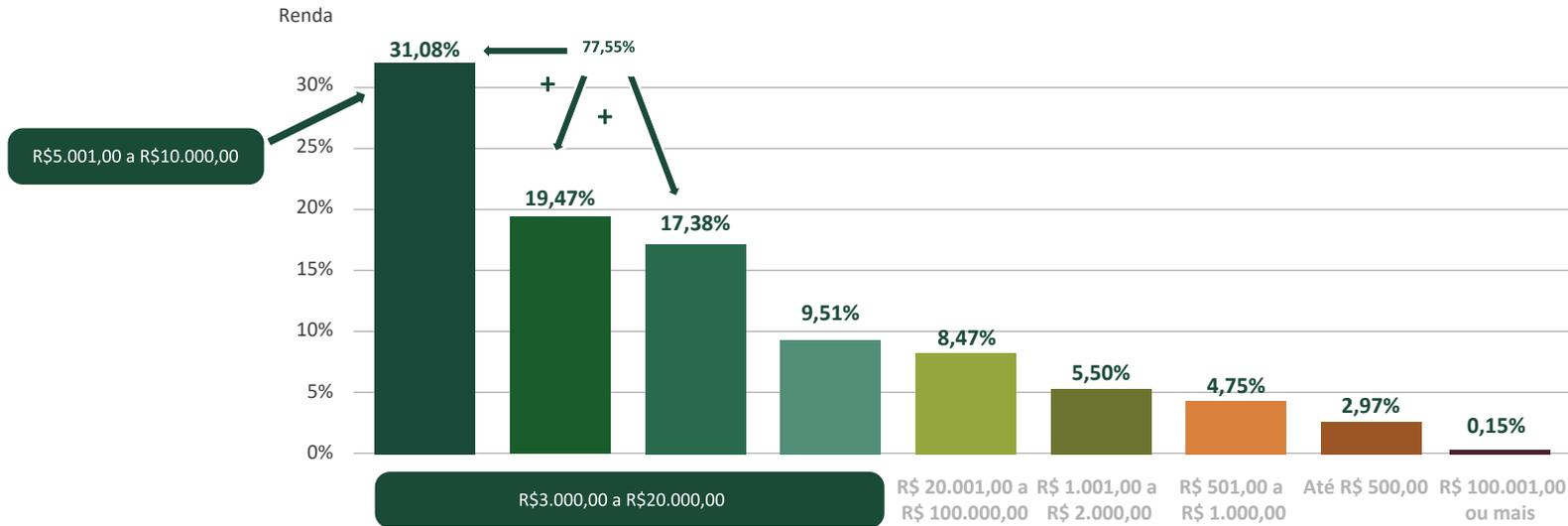
A **análise etária** indica que a maior concentração de consumidores está na faixa entre 30 e 49 anos, que juntos representam quase 60% do público. Trata-se de um grupo em idade economicamente ativa, com maior poder de compra e predisposição a incorporar novos hábitos alimentares. Esse perfil etário reforça a importância de estratégias de divulgação que associem os produtos amazônicos à saúde, à praticidade e ao estilo de vida equilibrado, dialogando

DISTRIBUIÇÃO DE GÊNEROS



O levantamento mostra um equilíbrio relevante na **participação de gêneros** entre os respondentes, o que sugere que a sociobiodiversidade amazônica tem apelo transversal entre homens e mulheres. Esse equilíbrio pode ser aproveitado na comunicação, mas também abre espaço para segmentar campanhas específicas, sobretudo considerando o **protagonismo feminino na produção**, que é valorizado pelos consumidores e pode gerar maior identificação com o público feminino comprador.

NÍVEL DE RENDA

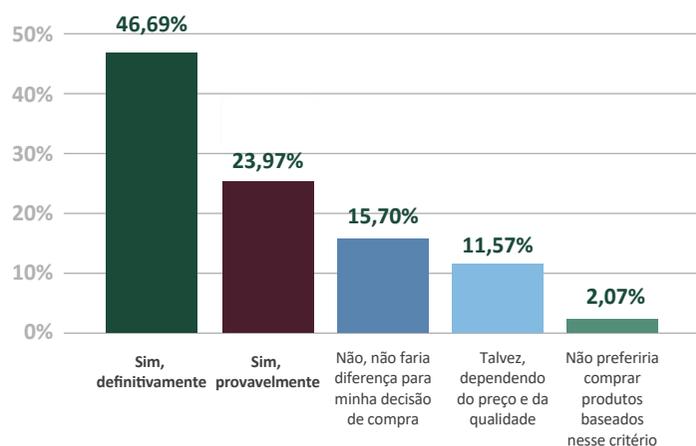


Os dados revelam que mais de 70% dos consumidores situam-se na **faixa de renda** entre R\$3 mil e R\$20 mil, com destaque para aqueles entre R\$5 mil e R\$10 mil (77,55%). Essa informação indica um **público de classe média e média alta**, que tem condições de pagar preços mais elevados por produtos diferenciados. A disposição financeira identificada abre caminho para posicionar os produtos amazônicos como bens premium, com atributos de qualidade, sustentabilidade e exclusividade.

O gráfico indica que quase 70% dos consumidores afirmam que comprariam produtos com maior frequência ou preferência se fossem produzidos por mulheres, sendo 46,69% de respostas “sim, definitivamente”. Esse resultado reforça a importância de destacar o **protagonismo feminino** nas estratégias de comunicação e marketing, associando o consumo à promoção da equidade de gênero e à valorização das mulheres como lideranças na sociobiodiversidade amazônica.

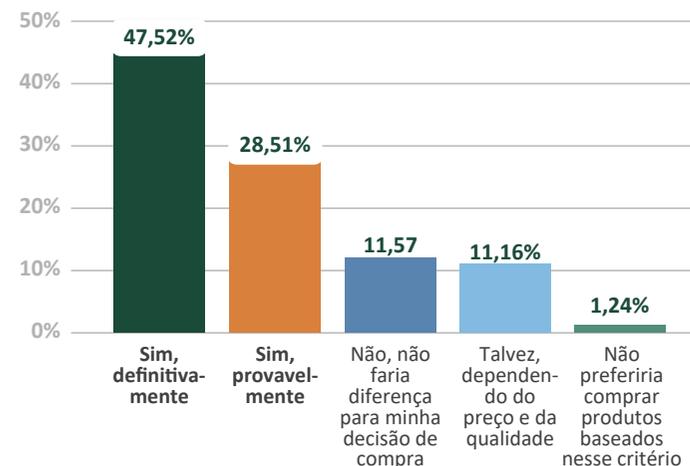
PROPENSÃO DE CONSUMO: PROTAGONISMO FEMININO

Propensão de produto produzido por mulheres



Os resultados são ainda mais expressivos quando se trata de **protagonismo de povos e comunidades tradicionais**: 47,52% afirmam “sim, definitivamente” e 28,51% “sim, provavelmente”. Isso significa que mais de três quartos dos consumidores demonstram disposição de apoiar produtos originados desses grupos, reforçando a autenticidade e legitimidade cultural como diferenciais competitivos. A comunicação que valoriza a identidade, a tradição e a territorialidade têm, portanto, forte aderência ao mercado.

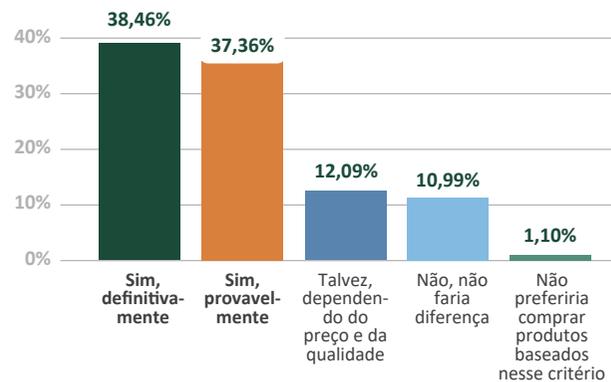
PRODUZIDOS POR POVOS E COMUNIDADES TRADICIONAIS



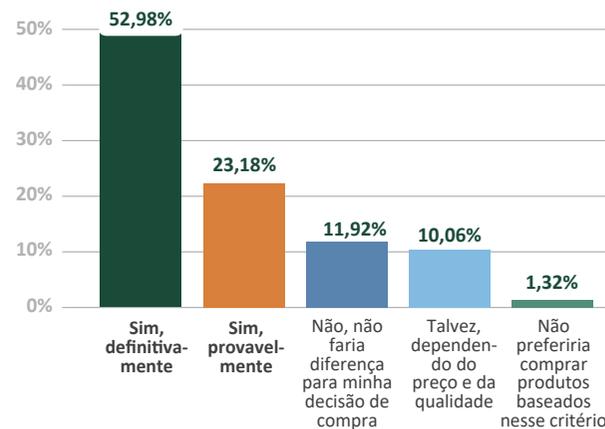
O estudo apresenta um **recorte regional** que mostra maior sensibilidade à origem amazônica no Norte, mas também receptividade significativa nas demais regiões (Sul, Sudeste e Centro-Oeste). A proximidade cultural e geográfica dos consumidores nortistas se traduz em maior identificação, enquanto nas demais regiões o interesse se conecta mais à sustentabilidade e ao apoio a comunidades. Esse resultado sugere a necessidade de estratégias regionais diferenciadas, adaptando a mensagem de acordo com o contexto de cada mercado.



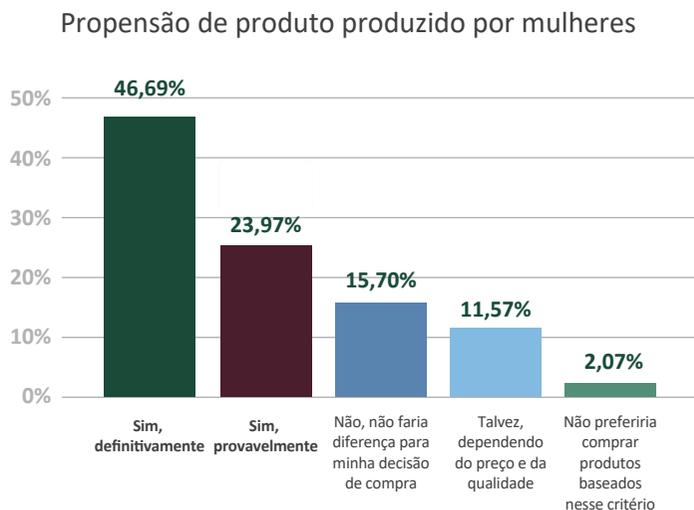
PRODUZIDOS POR PCTs NORTE



PRODUZIDOS POR PCTs S/SE/CO



PROPENSÃO DE CONSUMO: PROTAGONISMO FEMININO



Um dos achados mais relevantes da pesquisa mostra que 61,58% dos consumidores **aceitariam pagar até 20% a mais** por produtos que expressem **protagonismo de mulheres ou de PCTs**, e 19,42% aceitariam pagar até 50% a mais. Esse resultado evidencia uma oportunidade estratégica de precificação diferenciada para produtos certificados ou comunicados de forma clara quanto à sua origem e ao impacto social, criando valor adicional que pode ser revertido em renda para as comunidades produtoras.

CONSCIENTES
Fidelização e marcas coletivas

EVENTUAIS
Experiências sensoriais

POR CONVENIÊNCIA
Comparam pela praticidade

NÃO CONSUMIDORES
Campanhas educativas

A tipologia de consumidores identifica quatro grupos principais: os **conscientes** (35%), que valorizam a origem e o comércio justo; os **eventuais** (30%), que compram em feiras e campanhas; os **de conveniência** (20%), que priorizam praticidade; e os **não consumidores** (15%), que ainda carecem de acesso ou conhecimento. Essa segmentação permite desenhar estratégias direcionadas: fidelização e fortalecimento de marcas coletivas para os conscientes; experiências sensoriais para os eventuais; presença em pontos estratégicos para os de conveniência; e campanhas educativas para atrair os não consumidores.

Com isso, seguiremos a leitura apresentando o perfil identificado para cada cadeia-foco do PRS-Amazônia, o perfil de mercado e as indicações de ações para composição dos planos de fortalecimento de cadeia e de ampliação de mercados.



CAPÍTULO 2

AÇAÍ

EXPANSÃO TERRITORIAL, DINÂMICAS
DE MERCADO E SUSTENTABILIDADE



Foto: Divulgação/Canva



AÇAÍ

EXPANSÃO TERRITORIAL, DINÂMICAS DE MERCADO E SUSTENTABILIDADE

A cadeia do açai representa um dos principais eixos estratégicos da sociobiodiversidade amazônica, combinando dinamismo econômico, valor simbólico-cultural e potencial de inclusão produtiva de comunidades tradicionais. O fruto tornou-se uma commodity amazônica com forte expansão no Brasil e no mercado internacional, consolidando-se como símbolo de alimentação saudável, funcional e ligada à floresta.

Nos últimos anos, observou-se uma expressiva ampliação da área colhida e da produção de açai, com destaque para os estados do Pará, Amazonas e Amapá. No entanto, a distribuição espacial da cadeia revela assimetrias: enquanto o Pará responde por mais de 90% da produção nacional e concentra o maior número de unidades agroindustriais, há crescente protagonismo de arranjos produtivos locais no interior do Amazonas e na região do Baixo Tocantins.

A valorização do açai está fortemente associada às suas propriedades nutricionais, ao apelo de produto natural e à articulação

com modos de vida de comunidades ribeirinhas e extrativistas. Nesse contexto, o açai de manejo florestal – oriundo de áreas de várzea e extrativismo tradicional – desponta como diferencial competitivo frente ao açai de cultivo em terra firme, cuja expansão ocorre de forma acelerada, sobretudo em áreas abertas à conversão agropecuária. A consolidação de mercados para o açai manejado, no entanto, enfrenta desafios estruturantes: falta de reconhecimento formal da origem e do sistema de produção, dificuldades na rastreabilidade, assimetrias de escala frente às grandes agroindústrias e baixa agregação de valor nos territórios de origem.

As estratégias para superar essas barreiras envolvem, entre outros aspectos, o fortalecimento de marcas territoriais, o acesso a certificações (orgânico, comércio justo, indicação geográfica), a infraestrutura de beneficiamento e o investimento em comunicação sensorial e narrativas que expressem a singularidade do produto amazônico. No mercado internacional, o açai ganhou espaço em

segmentos premium e funcionais, sendo processado para polpas congeladas, pó, cápsulas e outros derivados para indústrias de alimentos, cosméticos e nutracêuticos.

Quando se fala em exportação, países como Estados Unidos, Japão, Alemanha e Canadá são destinos prioritários. Contudo, a participação de organizações comunitárias e agricultores familiares nesse circuito ainda é reduzida. A competitividade internacional exige padrões rigorosos de qualidade, segurança alimentar e logística integrada.

Essa síntese reforça que a cadeia do açaí deve ser tratada como um bem estratégico — não apenas do ponto de vista econômico, mas sobretudo como vetor de sustentabilidade, justiça territorial e inovação baseada nos saberes da floresta. O reconhecimento e apoio institucional à sua complexidade produtiva – especialmente ao manejo tradicional e à produção comunitária – são condições fundamentais para que o açaí siga contribuindo com a economia da sociobiodiversidade.

CADEIA PRODUTIVA DO AÇAÍ NO PARÁ

PRODUÇÃO

MAIOR PRODUTOR DE AÇAÍ DO BRASIL



PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO





COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

PNAE

= 16% DA PRODUÇÃO
agricultura familiar

R\$45 MILHÕES

= EXPORTAÇÃO EM 2023

Belém

consome cerca de
500 TON.
DE AÇAÍ POR DIA

60%
da produção
é consumida
no próprio **Pará**



DESAFIOS

Ciclo intenso de safra e entressafra

Preços voláteis

Baixa capacidade de estocagem ou beneficiamento

Infraestrutura precária e produção pulverizada

Rastreabilidade e padrão

Gargalos para avançar em mercados exigentes

POTENCIAIS

Relações comerciais justas

Capacidade de estocagem ao longo do ano

Logística compartilhada

Reduzir custos e ampliar alcance

Rastreabilidade digital

Plataformas de venda

Atualização da GTV

ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com **170 produtos** no Brasil em **24 pontos de venda**



26,8%
polpa



17,2%
smoothies e cremes



10,7%
sorvetes



7,8% produtos com caroço do açai

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

NORTE

26%

Baterdores, feiras e mercados públicos

OUTRAS REGIÕES

26,5%

Bares e restaurantes

26%

Grandes e pequenos varejos

AGREGAÇÃO DE VALOR

Superfood
= saudável!

Produto amazônico
= conservação da floresta

Principal certificação



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSPs)



NÍVEL DE MATURIDADE
Baixo e médio



REGULARIZAÇÃO DOCUMENTAL



FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

6

OSPs



VENDA DO FRUTO
atravessadores e individualizada



FOMENTO À VENDA COLETIVA

consolidação de demanda em canais industrial e institucional

1.070
ASSOCIADOS/AS



AGREGAÇÃO DE VALOR
Baixa



CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA



RASTREABILIDADE



NARRATIVA SÓLIDA

2.050
TON. POR ANO

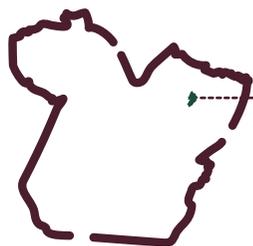
DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA DO AÇAÍ NO PARÁ

CONTEXTO E IMPORTÂNCIA ECONÔMICA

LIDERANÇA GLOBAL E NACIONAL

Responsável por
91%
PRODUÇÃO NACIONAL
1.62 MILHÕES T.
em 2023

Movimenta
R\$8,9
BILHÕES
NO ESTADO
(MAPA VPB, 2024)



Igarapé-Miri
lidera a produção nacional

10 MIL
TONELADAS DE AÇAÍ

21,7%
do total
(IBGE/PAM, 2023)



IMPACTO SOCIOECONÔMICO

GERA APROX.
R\$40
MILHÕES/
SAFRA

Fonte de renda para
300-400 MIL
PESSOAS
(IMAZON, 2022)

25 MIL
EMPREGOS DIRETOS

54
municípios

70% - 90%
da renda das
famílias ribeirinhas
(RAMOS & EULER, 2019)

EXPORTAÇÕES

2023
US\$28,1
MILHÕES
8,3 MIL T

2024
+79%
no 1º semestre
(ComexStat/SECEX 2024)

Atividade
majoritariamente
informal, o que
limita a arrecadação
fiscal local e expõe
trabalhadores



IGARAPÉ-MIRI
21,7%
da produção



CAMETÁ
8%
da produção



ABAETETUBA
5,8%
da produção

MUNICÍPIOS-CHAVE

ATÉ
1970

Extrativismo manual,
consumo local

1970-1990

Máquinas artesanais,
expansão urbana

2000-2010

Industrialização,
cultivo em terra firme,
mercado internacional

2015

Produção ultrapassa
1 milhão de t/ano,
com **87,3%** vindo
de cultivos.



GARGALOS E DESAFIOS

ACESSO AO CRÉDITO

55,57%

da área cultivada foi financiada com **capital privado** muitos de fora da Amazônia

VBP em crédito Menos de **10%** de Agricultura familiar (MAPA - BNA 2024)

INFORMALIDADE

70% da economia é informal

Perda de receita fiscal
Marginalização de produtores

ATORES E GOVERNANÇA

- MICRO** — Produtores familiares, batedores artesanais, cooperativas
- MESO** — EMBRAPA, SEBRAE, EMATER, ONGs
- MACRO** — Governo do Pará, MAPA, ANVISA



28 INSTITUIÇÕES DE APOIO

SAZONALIDADE

90% da produção na safra (JUL-DEZ) Entressafra eleva preços chegando a até **R\$38/litro** (SEFA/PA + Feiras Regionais, 2024)

Impacto na segurança alimentar das famílias e no funcionamento das agroindústrias

PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS

identificados a partir de entrevistas realizadas em campo

MAPA DA CADEIA DE VALOR

Value Link demonstra a complexidade e quantidade de atores (96 mapeados*), entre eles



12 COOPERATIVAS E ASSOCIAÇÕES DE PRODUTORES



25 AGENTES DE BENEFICIAMENTO



07 UNIVERSIDADES E CENTROS DE PESQUISA



04 ÓRGÃOS REGULADORES

AMBIENTAIS

Monocultivos reduzem a biodiversidade em

50%

RESÍDUOS

85% da massa do fruto é caroço **1,6 mi t/ano** descartados

ESPAÇOS DE GOVERNANÇA

DIÁLOGOS PRÓ-AÇAÍ

Rede multissetorial para sustentabilidade

CÂMARA SETORIAL DO AÇAÍ

Articulação entre setor público e privado

LOGÍSTICA

Perecibilidade do fruto (24h pós-colheita)

Altos custos de transporte

Infraestrutura precária

SEGURANÇA NO TRABALHO E TRABALHO INFANTIL

100%

informalidade no trabalho dos peconheiros

Alta taxa de acidentes

Evasão escolar

Consumo de álcool/drogas

(Ministério do Trabalho, 2024)

4.300

crianças e adolescentes identificadas em situação de trabalho infantil

(MTE, 2023)

POLÍTICAS E PROGRAMAS

- Programa Estadual de Qualidade do Açaí (PEQA)
- Pró-Açaí
- PGPM-Bio
- PNAE
- Manejai (EMBRAPA)
- Banpará-Bio
- Decreto nº 1.522/2016 (Pará)
- Plano Amazônia Agora (PEAA)

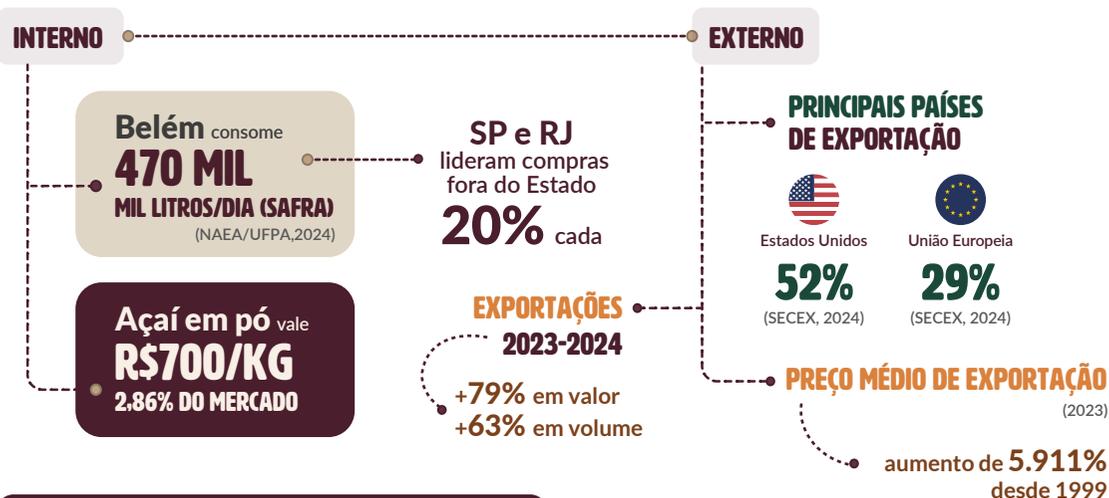
*Destaque para regiões de Igarapé-Miri, Abaetetuba, Cametá e Castanhal como polos produtivos

Tabela: Políticas e Programas

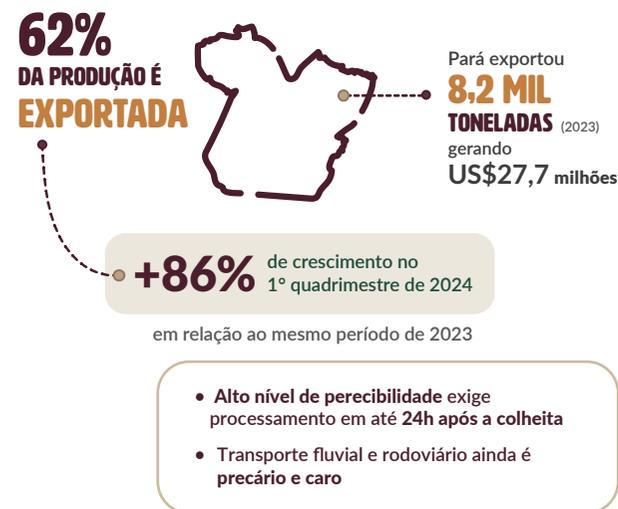
Programa	Objetivo	Resultados
Programa Estadual de Qualidade do Açaí (PEQA)	Padronizar boas práticas na cadeia	Capacitou 2 mil batedores; distribuiu equipamentos (R\$ 5,4 mi)
Pró-Açaí	Expandir cultivos em SAFs e recomposição de várzeas	Meta: 50 mil hectares até 2020
PGPM-Bio	Garantir preços mínimos para extrativistas	Subvenção média anual < R\$200 mil
PNAE	Inserir açaí na merenda escolar	Apenas 26,4% dos recursos do Pará destinados à agricultura familiar em 2023
Manejai (EMBRAPA)	Manejo sustentável de açaizais	Aumenta produtividade para 5-6 t/ha (vs. 1-2 t/ha sem manejo)
Banpará-Bio	Financiamento para atividades sustentáveis	Liberou R\$21 milhões liberados de 2020 a 2024
Decreto nº 1.522/2016 (Pará)	Dispõe sobre tratamento tributário para agroindústrias de açaí	Incentivo a empresas investirem na verticalização da produção
Plano Amazônia Agora (PEAA)	Política integrada de fomento sustentável	Em fase de reformulação durante 2025



MERCADO E CONSUMO



BENEFICIAMENTO, LOGÍSTICA E COMERCIALIZAÇÃO



INOVAÇÕES E SUSTENTABILIDADE

TECNOLOGIAS

Climbot
(colheitadeira automática)

Busca-Cacho
(coleta sem escalada)

ECONOMIA CIRCULAR E GESTÃO DE RESÍDUOS

Produção anual de resíduos (**caroços**) é de **1,6 milhão de toneladas**

Exemplos de uso: combustível alternativo (Hydro), cimento, compostagem

Falta de políticas públicas efetivas para resíduos sólidos da cadeia

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DERIVADOS

PRODUTO	VALOR TOTAL COMERCIALIZADO	PREÇO (R\$/KG)	% DO TOTAL
POLPA AÇAÍ MÉDIO	R\$211,6 milhões	R\$ 6,62	30,93%
FRUTO IN NATURA	R\$150,3 milhões	R\$ 1,63	21,97%
AÇAÍ EM PÓ	R\$19,6 milhões	R\$ 699,68	2,86%

PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

VARIÁVEIS	IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado		
Crescimento da demanda internacional e interna	Pressão sobre a produção Aumento dos preços Risco de exclusão dos pequenos produtores	Expansão de plantios em terra firme com variedades da Embrapa (BRS Pará e Pai d'Égua)
Sazonalidade da produção	Aumento de preços na entressafra Escassez para o mercado local	Organização de batedores artesanais para acesso a crédito e infraestrutura (câmaras frias, batedeiras, etc.)
Concorrência entre indústrias e batedores artesanais	Conflitos locais Aumento de custo de vida	Criação de fóruns de governança para mediação de conflitos
Manejo e Sustentabilidade		
Açaízação de áreas nativas	Redução da biodiversidade Perda de polinizadores e riscos de monocultura	Adoção de práticas recomendadas de manejo de açaizais nativos (400 touceiras/ha)
Falta de manejo adequado	Redução de produtividade Aumento da vulnerabilidade ambiental	Formação massiva de técnicos e produtores em boas práticas
Expansão desordenada em terra firme	Desmatamento, pressão hídrica Dependência de insumos	Incentivos financeiros para plantio sustentável e controle de irrigação com outorga regularizada



VARIÁVEIS	IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Mudanças Climáticas		
Secas e ondas de calor	Redução da produtividade Aumento de custo Risco de escassez	Utilização do Zoneamento Agrícola de Risco Climático (ZARC)
Irrigação cara e dependente de energia elétrica	Inviabilidade para pequenos produtores	Apoio à instalação de sistemas de irrigação com energia renovável e financiamento acessível
Expansão desordenada em terra firme	Desmatamento, pressão hídrica Dependência de insumos	Incentivos financeiros para plantio sustentável e controle de irrigação com outorga regularizada
Aspectos Sociais e Comunitários		
Trabalho infantil e insegurança no trabalho	Violações de direitos Riscos à saúde	Fiscalização e combate ao trabalho infantil com campanhas educativas
Baixa inserção de mulheres e jovens na cadeia	Desigualdade Pouca renovação geracional	Projetos voltados para a inclusão produtiva de mulheres e jovens
Informalidade estrutural	Dificuldade de acesso a crédito, ATER e políticas públicas	Regularização fundiária e inclusão das comunidades em políticas públicas (PAA, PNAE)

VARIÁVEIS	IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Políticas Públicas e Financiamento		
Acesso limitado ao crédito rural	Expansão concentrada em grandes investidores	Ampliação do PRÓ-AÇAÍ, PEQA e Plano Bioeconomia (Plan-Bio Pará 2030)
Insegurança jurídica no licenciamento	Atraso em investimentos e expansão sustentável	Criação de fundo específico para a cadeia do açaí
Baixa capilaridade da ATER	Produtores mal orientados e sem acesso à inovação	Reforço da rede de ATER com foco em agroextrativistas
Beneficiamento e Logística		
Altamente perecível	Necessidade de processamento em 24h	Apoio à agroindustrialização comunitária
Custo elevado de transporte e energia	Redução de margem de lucro para pequenos empreendedores	Incentivo à logística regional com centros de resfriamento
Baixo aproveitamento de resíduos (caroços)	Problemas ambientais e sanitários	Investimento em soluções para uso dos resíduos (energia, fertilizante, biomassa)
Certificações, Rastreabilidade e Inovação		
<p>Mercado externo exige rastreabilidade e selos ambientais</p> <p>Baixa adesão à certificação por falta de estrutura e custo</p>		<p>Apoiar organizações com maior maturidade para iniciarem certificações</p> <p>Estímulo à adoção de boas práticas com base em requisitos de certificação</p> <p>Promoção da rastreabilidade via plataformas digitais públicas</p>



COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO AÇAÍ: ANÁLISE REGIONAL E PERSPECTIVAS DE MERCADO

O açai é amplamente reconhecido como um dos principais produtos da sociobiodiversidade amazônica, com forte inserção cultural e econômica nas comunidades tradicionais da Região Norte. Seu consumo, contudo, apresenta importantes variações regio-

nais, influenciado por fatores como hábitos alimentares, canais de comercialização, formas de apresentação e grau de conhecimento do consumidor sobre o produto.

NORTE

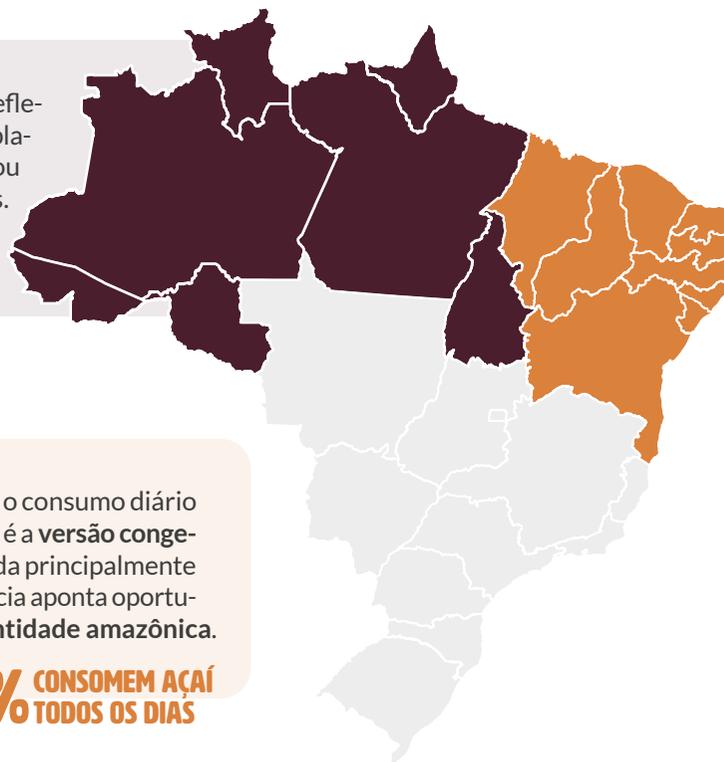
A **Região Norte** apresenta o maior índice de consumo diário (72%), refletindo a **integração do açai à cultura alimentar local**. O produto é amplamente consumido em sua forma tradicional (*in natura*, com farinha ou peixe), com cadeias curtas e presença forte de bateadeiras locais. Além disso, o conhecimento do produto atinge 95%, evidenciando **familiaridade e enraizamento sociocultural**.

95% CONHECEM O FRUTO **72% CONSOMEM AÇAÍ TODOS OS DIAS**

NORDESTE

No **Nordeste**, embora o conhecimento sobre o açai seja alto (85%), o consumo diário é significativamente menor (25%). A forma de consumo mais comum é a **versão congelada**, frequentemente acompanhada de frutas e granola, e distribuída principalmente em **centros urbanos e por redes de alimentação rápida**. Essa tendência aponta oportunidades para **diversificação de formatos e fortalecimento da identidade amazônica**.

85% CONHECEM O FRUTO **25% CONSOMEM AÇAÍ TODOS OS DIAS**



CENTRO-OESTE

No **Centro-Oeste**, o conhecimento é relativamente alto (78%) e o consumo diário é moderado (20%). A região possui potencial para **crescimento com base em políticas de compras públicas e integração do açaí em cardápios** escolares, institucionais e comunitários, sobretudo quando articulado à produção agroecológica regional.

78% CONHECEM O FRUTO **20%** CONSOMEM AÇAÍ TODOS OS DIAS

SUDESTE E SUL

O **Sudeste** e o **Sul** apresentam índices de consumo diário ainda mais baixos (18% e 12%, respectivamente), embora o conhecimento também seja elevado (80% e 75%). Nessas regiões, o açaí é associado a **práticas esportivas, alimentação saudável e cultura fitness**. Isso indica que há espaço para ampliar a inserção do açaí por meio da **valorização de atributos funcionais e estratégias de marketing alinhadas ao estilo de vida urbano**.

SE **80%** CONHECEM O FRUTO **18%** CONSOMEM AÇAÍ TODOS OS DIAS
S **75%** CONHECEM O FRUTO **12%** CONSOMEM AÇAÍ TODOS OS DIAS

Essas diferenças apontam para a importância de estratégias regionais específicas de promoção, levando em consideração o contexto alimentar, as rotas logísticas, as percepções simbólicas e o nível de inserção do produto nos hábitos cotidianos da população. A expansão do mercado do açaí, especialmente do açaí de manejo florestal, requer ações que valorizem sua origem amazônica e diferenciem o produto das versões ultra processadas disponíveis no mercado.

Assim, a ampliação de mercado do açaí passa, necessariamente, pela valorização das narrativas territoriais, pelo fortalecimento da rastreabilidade e pela ampliação dos canais de comercialização que garantam identidade, qualidade e justiça social aos territórios de origem. O comportamento de consumo regional evidencia a importância de ações combinadas de educação alimentar, marketing territorial e políticas públicas integradas.



CAPÍTULO 3

CACAU AMAZÔNICO

TENDÊNCIAS, POTENCIAL DE DIFERENCIAÇÃO
E ESTRATÉGIAS



Foto: Freepik



CACAU AMAZÔNICO

TENDÊNCIAS, POTENCIAL DE DIFERENCIAÇÃO E ESTRATÉGIAS

O cacau amazônico desponta como um dos principais produtos estratégicos para a bioeconomia da Região Norte do Brasil. Sua produção tem se destacado pela adoção de sistemas agroflorestais sustentáveis, pela valorização de cultivos nativos e pela crescente qualidade sensorial dos frutos e derivados. Esse cenário impulsiona uma agenda de diferenciação territorial e conquista de novos mercados para o cacau de origem amazônica.

O Estado do Pará é hoje o maior produtor nacional de cacau, respondendo por cerca de 54% da produção brasileira em 2022, segundo a Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira (Ceplac). A expansão se deu com base na reconversão de áreas degradadas, no fomento ao modelo de cacau cabruca² e na inclusão de agricultores familiares em programas de assistência técnica e certificação.

2 A cabruca é um sistema de cultivo de cacau que lança mão de árvores nativas para fornecer sombra, promovendo a biodiversidade e a conservação da vegetação nativa.

O potencial do cacau amazônico está ancorado em atributos como a origem geográfica, a produção em sistemas agroecológicos, a rastreabilidade e a complexidade sensorial dos frutos.

A cadeia do cacau conta com diferentes perfis de mercado: desde os segmentos de chocolate gourmet, *bean-to-bar* e orgânico, até o mercado de *commodities*. A construção de estratégias de acesso a mercados deve considerar essas segmentações, identificando oportunidades para a agregação de valor, inclusão socioprodutiva e sustentabilidade ambiental. A seguir, apresenta-se um quadro com as principais tendências e desafios:

Quadro - Tendências e desafios na cadeia do cacau amazônico

Dimensão	Tendências	Desafios
Produção	Expansão agroflorestal, recuperação de áreas degradadas	Concorrência com monocultivos e pressões por aumento de produtividade
Qualidade	Premiações de cacau fino; potencial de amêndoas especiais	Padronização de processos; infraestrutura limitada para fermentação
Comercialização	Crescimento de marcas locais e <i>bean-to-bar</i>	Acesso desigual a mercados gourmet; poder de barganha limitado
Exportação	Interesse crescente de compradores europeus e norte-americanos	Exigências sanitárias e logísticas; barreiras tarifárias
Valor territorial	Reconhecimento como produto amazônico; Indicação Geográfica em curso	Falta de articulação institucional; ausência de política de marca coletiva
Inclusão social	Participação de agricultores familiares e cooperativas	Dificuldade de acesso a crédito, assistência técnica e certificações

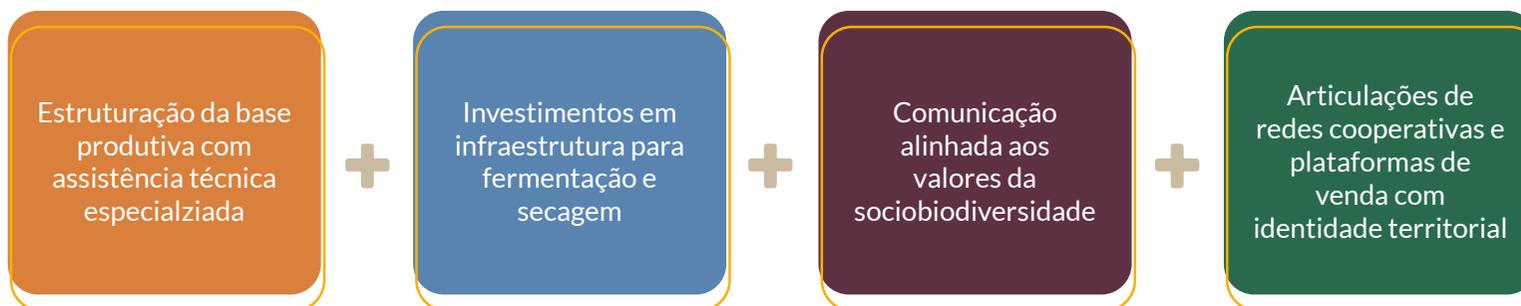


Além disso, há um esforço de valorização do cacau amazônico em eventos, concursos e plataformas digitais. A aproximação com mercados institucionais e com o setor da gastronomia (chefs, cafeterias, lojas especializadas) tem possibilitado maior visibilidade para marcas regionais. Ainda assim, a distribuição permanece concentrada e os volumes comercializados com valor agregado são reduzidos frente ao total da produção.

A discussão sobre a Indicação Geográfica do Cacau do Pará tem avançado como um instrumento para ampliar o reconhecimento do produto no mercado nacional e internacional. Iniciativas de articulação entre cooperativas, centros de pesquisa — como a Ceplac e a Embrapa Amazônia Oriental — e entidades de apoio técnico-financeiro têm sido decisivas para consolidar as bases dessa diferenciação.

A presença do cacau amazônico em cadeias curtas, feiras e vendas diretas também deve ser estimulada. A construção de narrativas autênticas sobre os territórios, a história das famílias produtoras e o vínculo com a floresta são componentes-chave para o engajamento do consumidor e o fortalecimento de relações comerciais éticas.

A ampliação de mercado para o cacau amazônico depende, portanto, de uma estratégia integrada de: estruturação da base produtiva com assistência técnica especializada; investimentos em infraestrutura para fermentação e secagem; comunicação alinhada aos valores da sociobiodiversidade; articulação de redes cooperativas e plataformas de venda com identidade territorial.



CADEIA PRODUTIVA DO CACAU NO ESTADO DO PARÁ

PRODUÇÃO

MAIOR PRODUTOR DE CACAU DO BRASIL

Envolve
31,5 MIL
PRODUTORES
(2024)

Movimenta
R\$2,4
BILHÕES
(2024)

Estima-se que sejam
1.000 NOVOS
PRODUTORES
POR ANO

52% da produção nacional

Bahia =
2º maior produtor

933 KG/HA
= MÉDIA DE PRODUÇÃO

3X
produtividade da Bahia

72% da produção está nos 8 municípios prioritários do PRS-Amazônia

PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO

150 MIL
TON. PRODUZIDAS
(2023)

90%-95% = A GRANEL
CACAU COMERCIALIZADO
Baixa fermentação e pouquíssimo valor agregado

3 beneficiadores de amêndoas mapeados
Estímulo à melhoria da fermentação e secagem de amêndoas

CAPACIDADE DE
MOAGEM > 10% PRODUÇÃO NACIONAL

5% cacau paraense é processado no estado

95% é processado na Bahia





COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO



ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com 173 produtos no Brasil em 24 pontos de venda



CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

BRASIL



AGREGAÇÃO DE VALOR

Mercado mais exigente = rastreabilidade, origem e qualidade da amêndoa (fermentação e classificação)

Design e embalagem = sustentabilidade, origem amazônica e apelo cultural

Crescimento de mercado funcional e saudável

Crescimento do mercado de chocolates especiais e *bean-to-bar*

DESAFIOS

Governança e logística frágeis

limitam o acesso da base produtiva a beneficiamento e comercialização

Assistência técnica insuficiente

Impede avanços em agroflorestas, pós-colheita e qualidade do cacau fino

Baixa inserção em mercados diferenciados e certificações

Restringe a valorização do cacau especial

POTENCIAIS

Iniciativas articuladas

Ampliam o acesso a crédito e conectam a base produtiva a mercados complexos

Parcerias com agências de ATER

Fortalecem a capacitação técnica de estados e OSPs

Boas práticas de acesso a mercados

Avançam por meio de parcerias estratégicas



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSPs)



NÍVEL DE MATURIDADE
Baixo e médio



REGULARIZAÇÃO DOCUMENTAL



FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

7 OSPs



VENDA DO FRUTO
atravessadores e individualizada



FOMENTO À VENDA COLETIVA
consolidação de demanda em canais industrial

3.800 ASSOCIADOS/AS



AGREGAÇÃO DE VALOR
Baixa



CERTIFICAÇÃO ORGÂNICA



RASTREABILIDADE



NARRATIVA SÓLIDA

2.000 TON. POR ANO

DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA DO CACAU NO ESTADO DO PARÁ

CONTEXTO E IMPORTÂNCIA ECONÔMICA

Cultivado no Pará desde **1970** — **2º MAIOR = BAHIA** produtor nacional



Destaque para a região Transamazônica



Pará + Bahia = **92,8%** DA PRODUÇÃO BRASILEIRA

847 KG/HA
68% superior à BA

31,5 MIL PRODUTORES NO PARÁ

269 MIL EMPREGOS DIRETOS
65% agricultura familiar

600 MIL HECTARES CULTIVADOS no Brasil
84% pequenas propriedades

BRASIL

292.200 TON. DE AMÊNDOAS (2024)

R\$10,02 BILHÕES VBP* NACIONAL (2024)
+139% em relação a 2023

PARÁ

152.300 TON. DE AMÊNDOAS (2024)

R\$6,3 BILHÕES VBP* CACAU DO PARÁ (2024)
17% VBP* agropecuário estadual
*Valor Bruto da Produção

52% total nacional

ASPECTOS SOCIOECONÔMICOS

270-300 MIL EMPREGOS DIRETOS (IMAZON/ CEPLAC, 2023) — **3%** em pequenas propriedades <50 ha

75 MIL PRODUTORES (IMAZON/ CEPLAC, 2023) — **60%** da agricultura familiar

DESAFIOS SOCIAIS

- Escassez de mão de obra qualificada, especialmente na colheita
- Práticas informais (ex.: "meação") podem violar direitos trabalhistas
- Baixa participação feminina em cargos de liderança na cadeia

	PARÁ	BAHIA
2024	150.000 T.	123.000 T.
2023	150.565 T.	139.011 T.
2019	128.961 T.	113.065 T.



MODELOS PRODUTIVOS

SAFs SISTEMAS AGROFORESTAIS

COMBINA CACAU COM



Açaí



Banana



Madeiras nobres

88,87% em áreas já desmatadas antes de 2008

CACAU ORGÂNICO

Crescente demanda, com cooperativas como CEPOTX e COOPOXIM

BENEFÍCIOS



Recuperação de pastagens degradadas



Sequestro de carbono



Diversificação de renda

MONOCULTURA (PLENO SOL)

Adotada principalmente por grandes produtores, porém também adotada por pequenos (agricultura familiar)
Alta produtividade, mas dependente de insumos químicos

ATORES E GOVERNANÇA

identificados a partir de entrevistas realizadas em campo

79 instituições mapeadas na Transamazônica



11 COOPERATIVAS/ ASSOCIAÇÕES DE PRODUÇÃO



12 FORNECEDORES DE INSUMO



03 FINANCEIRAS



03 AGENTES DE BENEFICIAMENTO



11 COMERCIALIZADORES/ PROCESSADORES



03 INSTITUIÇÕES DE PESQUISA/ENSINO



19 INSTITUIÇÕES DE APOIO



10 INSTITUIÇÕES DE ATER



08 REGULADORAS

INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA

Plano Inova Cacao 2030

Câmara Técnica Setorial do Cacao (FAEPA)

Fundo de Apoio à Cacaucultura do Estado do Pará (FUNCACAU)

críticas sobre transparência

Plano ABC+ Pará

Fórum de IG e Marcas Coletivas

CocoaAction Brasil

GTEEB - Bioeconomia

CEPLAC - Fornece mudas e pesquisa para o maior banco de germoplasma do Brasil, da Embrapa

Principais indústrias moageiras

Cargill, Barry Callebaut e Olam processam 90% do cacau nacional na Bahia

Terceiro setor

ONGs: Solidaridad, TNC, Imaflo, GIZ, IPAM, IABS/PRS-Amazônia, Instituto Arapyá

GARGALOS E DESAFIOS

SANITÁRIOS

MONILÍASE

Praga que pode destruir 100% da lavoura

Requer ações emergenciais

TÉCNICOS

93 MIL

propriedades sem Assistência Técnica (ATER) (EMATER-PA, 2024)

Baixa qualidade das amêndoas

95%

destinadas ao mercado interno como commodity - bulk (Cocoa Barometer, 2024)

LOGÍSTICOS

80%

das amêndoas comercializadas via intermediários, sem rastreabilidade

Transporte caro

12% de ICMS

+

taxa do FUNCACAU por carga

ESTRUTURAIS

Regularização fundiária limitante para acesso a crédito

Pouca mecanização (quebra e fermentação ainda manuais)

POLÍTICAS E PROGRAMAS

Plano Inova Cacao 2030

Diretrizes para sustentabilidade, qualidade e aumento da produtividade

Plano ABC+ Pará

Meta de 100 mil ha de SAFs até 2030

Instrução Normativa SEMAS/ IDEFLO-Bio N° 07/2019

Permite recompor Reserva Legal com cacau em SAFs

Rota do Cacao

Turismo e agregação de valor (ex.: 38 marcas de chocolate fino na Transamazônica)

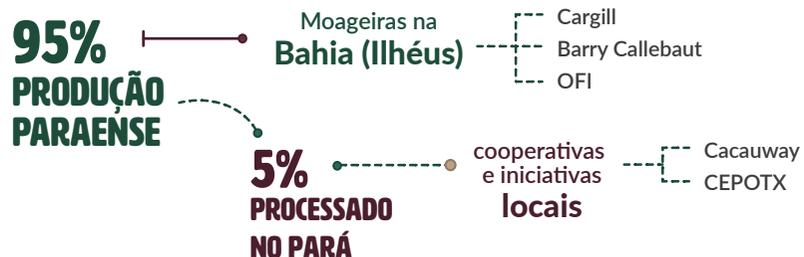


FUNCACAU

Pouca transparência sobre uso dos recursos

MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

BENEFICIAMENTO E COMERCIALIZAÇÃO



INTERNO

860 MIL TONELADAS PRODUZIDAS (2024)

Até **3,9 kg/ano** consumo per capita nas metrópoles (2023)

EXTERNO

US\$1,86 MILHÕES EXPORTADO CACAU BRUTO (2024)

Crescente interesse: chocolate fino, orgânico e sustentável

Experiências de exportações de amêndoas finas



Potencial para chocolates premium
7 MIL TONELADAS/ANO NO PARÁ

GARGALOS	IMPACTO	PROPOSTAS
Regularização fundiária	Dificulta acesso a crédito (Pronaf)	Acelerar titulação
Falta de mudas e sementes certificadas	Riscos sanitários e baixa produtividade	Incentivar viveiros CEPLAC
Monilíase	Pode destruir até 100% da produção	Campanhas preventivas e controle fitossanitário
Baixa ATER	Produtores sem suporte técnico	Fortalecer EMATER, SENAR, TNC, GIZ
Qualidade da amêndoa (Booking)	Preços baixos	Projeto de Qualidade FUNCACAU-CEPLAC
Mão de obra e mecanização limitada	Baixa produtividade e uso de práticas rudimentares	Inovação tecnológica acessível
Logística e transporte caros	Reduz margens de lucro	Investimentos em escoamento local
Aproveitamento de resíduos	Aproveitamento de resíduos	Compostagem, polpa, nibs, tecidos



PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado	
Volatilidade dos preços no mercado internacional afeta diretamente a renda dos produtores	Incentivo à qualificação da amêndoa por meio de fermentação e secagem adequadas
Baixa qualidade das amêndoas limita acesso a mercados premium e especiais	Promoção de certificações socioambientais
Concorrência desigual entre cacau <i>commodity</i> e cacau especial	Estímulo à rastreabilidade da produção
Produção, manejo e sustentabilidade	
Baixa produtividade média nacional (499 kg/ha)	Acesso facilitado à ATER especializada
Falta de boas práticas de manejo e capacitação técnica	Incentivo a modelos SAFs e sistemas de baixo carbono
Presença de pragas e doenças, como a vassoura-de-bruxa	Estímulo à rastreabilidade da produção Monitoramento e controle fitossanitário coordenado

VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos ambientais	
Risco de desmatamento pela expansão desordenada	Priorizar uso de áreas degradadas
Uso de agroquímicos não regulamentados	Regulamentar agroquímicos
Mudanças climáticas afetam produtividade	Adoção de práticas adaptativas Incentivos à recomposição de Reserva Legal com SAF
Aspectos socioeconômicos	
Baixa rentabilidade e pouco acesso a prêmios de qualidade	Fortalecer cooperativas e associações
Intermediação predatória e informalidade	Estimular contratos diretos com a indústria
Pouca inclusão de jovens e mulheres	Ampliar a formação de lideranças jovens e femininas
Infraestrutura e Logística	
Falta de armazéns e espaços de pré-beneficiamento	Investir em infraestrutura local/regional Adotar tecnologias para secagem e armazenamento
Transporte caro e demorado	Criar centros logísticos regionais



VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Políticas públicas e crédito	
ATER pouco capilarizada	Ampliar e especializar a ATER
Baixo acesso ao crédito rural	Criar linhas de crédito para SAFs e agroecologia
Pouca articulação federativa	Facilitar acesso à CAF, CAR, certificações e crédito público
Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI)	
Falta de dados sistematizados	Apoiar pesquisas aplicadas
Pouca inovação em produtos e serviços	Incentivar novos produtos e usos da amêndoa Implantar plataformas digitais de gestão e rastreabilidade

COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO CACAU: ANÁLISE REGIONAL E OPORTUNIDADES DE MERCADO

O consumo de cacau e seus derivados no Brasil apresenta padrões regionais distintos, refletindo tanto aspectos culturais quanto a inserção do produto em cadeias de valor locais e nacionais. A crescente valorização do chocolate premium, a busca por alimen-

tos saudáveis e o reconhecimento dos atributos sensoriais do cacau amazônico têm impulsionado novas dinâmicas de mercado.

NORTE

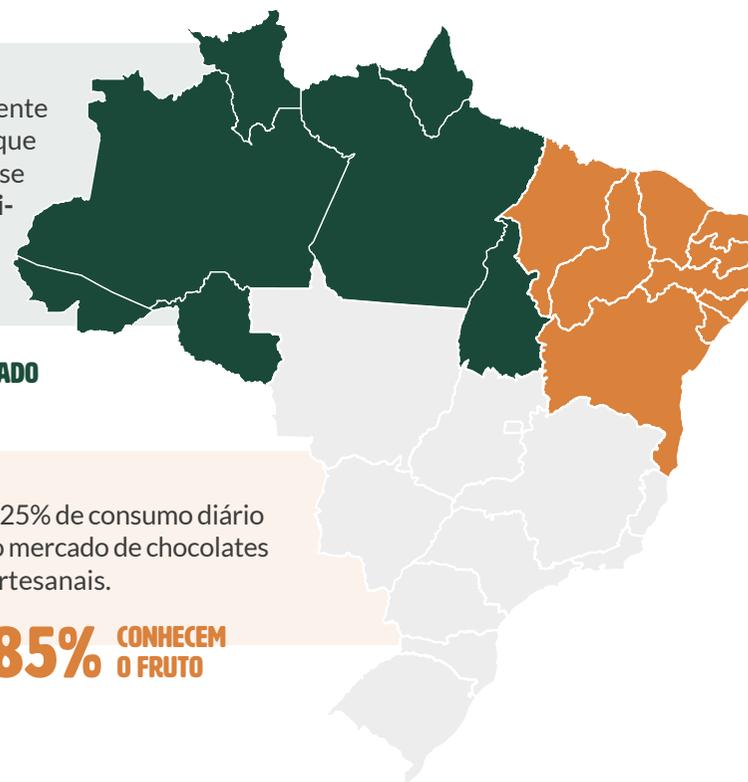
Na **Região Norte**, apesar do cacau ser um produto tradicionalmente cultivado, o consumo diário é relativamente moderado (30%), o que sugere uma **desconexão entre a produção e o consumo local**. Esse cenário pode estar relacionado à **baixa agregação de valor nos territórios produtores** e à **limitada industrialização regional**.

30% CONSOMEM PRODUTOS DE CACAU TODOS OS DIAS
PRODUTO TRADICIONALMENTE CULTIVADO

NORDESTE

O **Nordeste** apresenta um padrão semelhante à Região Norte, com 25% de consumo diário e 85% de conhecimento. A região tem potencial para crescimento do mercado de chocolates finos, sobretudo com foco em turismo gastronômico e produtos artesanais.

25% CONSOMEM PRODUTOS DE CACAU TODOS OS DIAS **85%** CONHECEM O FRUTO





CENTRO-OESTE

28% CONSUMEM PRODUTOS DE CACAU TODOS OS DIAS

90% CONHECEM O FRUTO

No **Centro-Oeste**, os percentuais de consumo diário e conhecimento são 28% e 90%, respectivamente. A região tem se mostrado receptiva à **inserção de produtos da sociobiodiversidade** mas com um mercado **ainda em formação**.

SUDESTE

No **Sudeste**, os índices são elevados: 45% de consumo diário e 95% de conhecimento. A forte presença de marcas **bean-to-bar**, **lojas especializadas** e **consumidores atentos à qualidade** tornam essa região um polo importante para a **expansão do cacau amazônico diferenciado**.

45% CONSUMEM PRODUTOS DE CACAU TODOS OS DIAS

95% CONHECEM O FRUTO

SUL

A **Região Sul** apresenta o maior consumo diário (50%) e alto conhecimento (97%), revelando um mercado consolidado e exigente. O apelo por **produtos com origem, certificação e características funcionais** é crescente, o que favorece o **cacau de base agroflorestal**. Nessas regiões, o açaí é associado a **práticas esportivas, alimentação saudável e cultura fitness**. Isso indica que há espaço para ampliar a inserção do açaí por meio da **valorização de atributos funcionais** e estratégias de marketing alinhadas ao estilo de vida urbano.

50% CONSUMEM PRODUTOS DE CACAU TODOS OS DIAS

97% CONHECEM O FRUTO



Esses dados revelam a necessidade de estratégias específicas para cada região. Enquanto o Norte e o Nordeste demandam ações de incentivo ao consumo local e fortalecimento da cadeia de valor regional, o Sul e o Sudeste se consolidam como mercados de maior valor agregado, exigindo comunicação focada na origem, qualidade e sustentabilidade. A compreensão do comportamento de consumo é fundamental para alinhar a produção ao perfil dos consumidores e potencializar a valorização do cacau amazônico.



A man wearing a wide-brimmed straw hat and a light-colored jacket is seated in a wooden boat on a wide river. The background shows a lush green shoreline under a blue sky with scattered clouds. A yellow line runs diagonally across the top of the image. A dark purple rounded rectangle is positioned in the upper left corner, containing the chapter title. The main title is in large white letters, and the subtitle is in smaller white letters below it. A yellow bar is at the bottom of the page.

CAPÍTULO 4

PIRARUCU DE MANEJO

EXPANSÃO, VALORIZAÇÃO
TERRITORIAL E DE ORIGEM

O manejo do pirarucu nasceu no Instituto Mamirauá em 1999, em parceria com as comunidades ribeirinhas do Médio Solimões e integrando conhecimentos tradicionais e científicos.



Foto: IBAMA - Fábio Cardoso
Agradecemos à cortesia da foto e toda parceria no Amazonas com o Instituto Mamirauá



PIRARUCU

EXPANSÃO, VALORIZAÇÃO TERRITORIAL E DE ORIGEM

O pirarucu (*Arapaima gigas*), um dos maiores peixes de água doce do mundo, ocupa posição singular na sociobiodiversidade amazônica, sendo cultivado em sistemas de aquicultura e manejado de forma sustentável em territórios de comunidades ribeirinhas e indígenas. Nos últimos anos, houve avanços expressivos tanto na estruturação de cadeias produtivas baseadas no manejo comunitário quanto na ampliação da produção em cultivo, especialmente no Acre, Rondônia e Amazonas.

No caso do **manejo comunitário**, o modelo de gestão territorial associado ao uso sustentável dos lagos fortalece o protagonismo de povos indígenas e populações tradicionais, promovendo conservação ambiental, segurança alimentar e geração de renda, com respeito ao modo tradicional de vida das populações envolvidas. Este modelo tem recebido atenção e reconhecimento internacional não apenas por contribuir com a bioeconomia amazônica, mas também por ser um modelo de desenvolvimento com baixos índices de emissão de gases de efeito estufa.

Os produtos oriundos desses sistemas contam com diferenciação de origem e, em alguns casos, com selos de qualidade, como o Selo Origens Brasil.

Já a cadeia do **pirarucu de cultivo** apresenta outra lógica de organização, voltada à regularidade da oferta, padronização dos cortes e inserção no mercado convencional de proteína animal. A produção de cultivo tem garantido escalabilidade e acesso a novos mercados, como supermercados, redes atacadistas, empórios e *e-commerce*.

Ambos os modelos enfrentam desafios distintos. No manejo, persistem entraves como o acesso ao crédito, a regularização fundiária das áreas de manejo e a limitação do processamento local. Já no cultivo, os desafios concentram-se em custos de produção, acesso a insumos — como rações — e necessidade de investimentos em certificações sanitárias e ambientais.

Apesar disso, o mercado do pirarucu encontra-se em expansão. Dados de exportações e vendas diretas apontam crescimento na procura por filetagem de qualidade, produtos com identidade territorial e carne com atributos funcionais, como alta concentração de ômega-3, textura firme e sabor leve.

A diferenciação de origem – entre pirarucu de manejo e de cultivo – deve ser tratada de forma estratégica.

O peixe de manejo comunitário pode ser alavancado como um produto de identidade sociocultural e ecológica, com atuação em mercados de nicho. Alguns deles são restaurantes de alta gastronomia, compras públicas voltadas à sociobiodiversidade, comércio justo e solidário e exportação para países sensíveis à rastreabilidade e origem sustentável, por exemplo.

Já o pirarucu de cultivo deve integrar estratégias de competitividade e ampliação de escala, posicionando-se como uma proteína regional de excelência, com regularidade e controle de qualidade.

A integração de ambos os modelos em políticas públicas e projetos de mercado pode contribuir para ampliar a segurança alimentar, fortalecer territórios e consolidar a imagem do pirarucu como um símbolo da economia amazônica de base florestal.

CADEIA PRODUTIVA DO PIRARUCU PIRARUCU MANEJADO DO ESTADO DO AMAZONAS

PRODUÇÃO

+4 MIL FAMÍLIAS ENVOLVIDAS (2023)

5.000 TON. PRODUZIDAS/ANO (2023)

101.569 PEIXES AUTORIZADOS (2024)

- 42 unidades de manejo
- 23 municípios
- 4 a 5 peixes por canoa

TECNOLOGIA SOCIAL

CONTAGEM DE PIRARUCU

Cotas autorizadas mediante processo de contagem de adultos

Pesca realizada em **LAGOS MONITORADOS** = SERVIÇO AMBIENTAL PRESTADO



PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO

FLUTUANTE

Base de evisceração e pré-beneficiamento

Produz o "charuto" que deve ser levado refrigerado ao frigorífico

Transporte até o flutuante > 1h

Transporte inicial **CANOAS/BOTES**

FRIGORÍFICOS

5 unidades de beneficiamento licenciadas no Amazonas

Volume beneficiado incerto

Pouquíssimo valor agregado no beneficiamento nas comunidades. Peles ficam majoritariamente com os frigoríficos

Muitas vezes, os barcos de pesca com peixes eviscerados navegam por vários dias até chegar ao frigorífico



COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

R\$25 MILHÕES
(2022)

SEM DIFERENCIAÇÃO

PIRARUCU MANEJADO X **PIRARUCU PESCADO**
ou criado em outros estados

PREÇO MÉDIO AO MANEJADOR

ENTRE **R\$6,50** E **R\$10**

Experiências em canais institucionais (PAA - PNAE - Catrapovos)

ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com **44 produtos** no Brasil em **24 pontos** de venda



lombo congelado



filé congelado e seco

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

NORTE 83%

das pessoas participantes consomem pirarucu

- 1º lugar: feiras e mercados
- 2º lugar: supermercados

AGREGAÇÃO DE VALOR

Marcas coletivas = IG Mamirauá e Gosto da Amazônia

Comunicação = apelo à **Amazônia** e **elementos saudáveis** (nutrição e saúde)

Cadeia com **muitos elementos** de rastreabilidade

Potencial pouco explorado para **serviços ecossistêmicos e ambientais**, valorização de comunidades manejadoras e conservação da floresta

Potencial certificação



CENTRO-OESTE | SUL 21%

das pessoas participantes consomem pirarucu

- 1º lugar: bares e restaurantes
- 2º lugar: supermercados

DESAFIOS

Concorrência desleal com pescado ilegal, de outros estados ou de cultivo

Logística complexa agravada por distâncias, clima e etapas de transporte

Baixa agregação de valor nas comunidades

devido a exigências sanitárias que limitam o beneficiamento local

POTENCIAIS

Diferenciação e educação do consumidor para valorizar o pirarucu manejado

Estratégias logísticas com veículos e serviços

para reduzir dependência de atravessadores

Fortalecimento das OSPs, simplificação regulatória e PeD para diversificar produtos



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSPs)



NÍVEL DE MATURIDADE
Bastante heterogêneo



REGULARIZAÇÃO DOCUMENTAL



FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

Consolidação de demanda em canais industriais interno e externo



COMERCIALIZAÇÃO para atravessadores e/ou ASPROC



FOMENTO À VENDA COLETIVA



MERCADO INSTITUCIONAL



MERCADO DE ALTA GASTRONOMIA

5
OSP's



AGREGAÇÃO DE VALOR
Baixa para a base



VALORIZAÇÃO DE IG MAMIRAUÁ E GOSTO DA AMAZÔNIA



RASTREABILIDADE



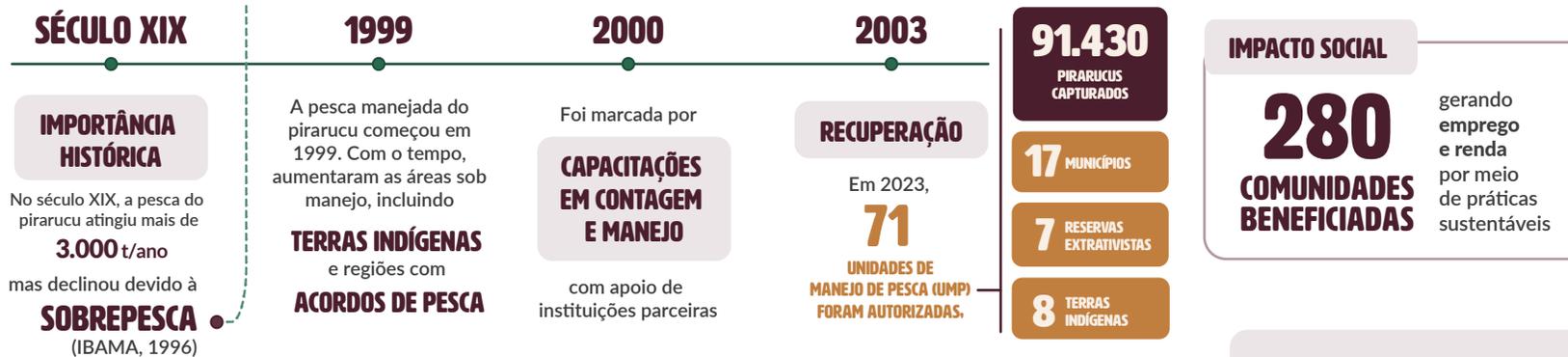
NARRATIVA SÓLIDA

1.700
MANEJADORES/AS

2.200
PEIXES POR ANO

CADEIA PRODUTIVA DO PIRARUCU PIRARUCU MANEJADO DO ESTADO DO AMAZONAS

CONTEXTO SOCIOECONÔMICO



PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE

ESTRUTURA DA CADEIA PRODUTIVA

CAPTURA até chegada do produto ao **CONSUMIDOR FINAL**

ATORES ENVOLVIDOS

- 1 PESCADORES
- 2 CONTADORES
- 3 TRANSPORTADORES
- 4 FRIGORÍFICOS
- 5 COMERCIANTES
- 6 SUPERMERCADOS
- 7 E-COMMERCE



GARGALOS ESTRUTURAIS

Pré-beneficiamento
beneficiamento
logística

PERFIL DAS ORGANIZAÇÕES



OUTRAS ATIVIDADES ECONÔMICAS

- Exatção de frutos, sementes, óleos e cipós
- Agricultura (banana, maracujá, hortaliças)
- Criação de pequenos e médios animais (galinhas, porcos)
- Pesca de outras espécies (tambaqui, aruanã, matrinhã) e de peixes ornamentais



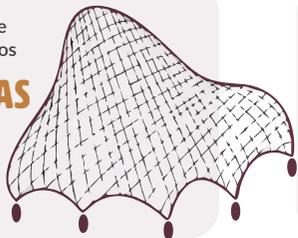
ETAPAS LOGÍSTICAS E COMERCIAIS

PESCA

em lagos previamente contados e autorizados

MALHADEIRAS

para a captura



TRANSPORTE INICIAL

PÓS-PESCA

Peixes são levados em canoas ou botes até o flutuante de pré-beneficiamento



PRÉ-BENEFICIAMENTO

FLUTUANTE

Biometria = medição de tamanho, peso, sexo e maturação

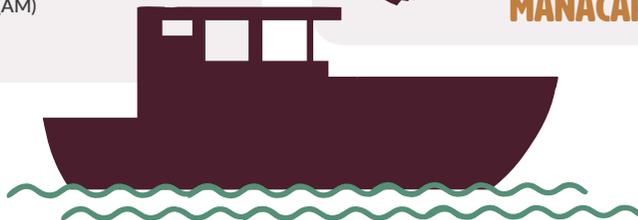
Evisceração, lavagem, inserção de lacre e acondicionamento com gelo



TRANSPORTE SECUNDÁRIO

EMBARCAÇÃO

Do barco geleira, o pescado segue para a sede municipal ou diretamente para Manaus (AM)



BENEFICIAMENTO FINAL

Realizado em frigoríficos localizados em



MANAUS
TEFÉ E
MANACAPURU

COMERCIALIZAÇÃO

- Ocorre nas sedes municipais, em feiras, supermercados e restaurantes locais.
- Manaus é um dos principais centros de venda.
- Algumas associações, como a ASPROC, também vendem via *e-commerce*.

ATACADO

PRINCIPAIS AGENTES DE COMPRA EM VOLUME

Atravessadores e frigoríficos parceiros repassa para Varejistas ou comercializando diretamente

PRINCIPAIS MERCADOS CONSUMIDORES



Esse modelo concentra a oferta e afeta o preço final do produto, além de favorecer a concorrência desleal com a pesca ilegal

Esses estabelecimentos são os principais compradores do pirarucu manejado, especialmente nas regiões urbanas e turísticas

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

8
ESTADOS



Expansão nacional do consumo de pirarucu manejado fora da Amazônia

79
RESTAURANTES

GARGALOS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

GARGALOS E DESAFIOS

INFRAESTRUTURA

Pré-beneficiamento: Estruturas inadequadas (mesas de madeira, falta de revestimento sanitário)

Transporte: Canais demorados (até 12 horas) sem câmaras frias, causando perdas

COMERCIALIZAÇÃO

PREÇO BAIXO
R\$ 3,50 a R\$ 8,50/kg

SEM REAJUSTE
HÁ 15 ANOS
(OPAN, 2018)

CONCORRÊNCIA ILEGAL

Pirarucu não manejado abastece mercados devido à fiscalização insuficiente.

ACESSO A POLÍTICAS

Dificuldade em emitir
DAP/CAF

e acessar programas como
PAA e PREME

OPORTUNIDADES

PRODUÇÃO

Estoque de pirarucu

CONTAGEM (2022)

Manutenção e, em algumas áreas, crescimento dos estoques, o que garante sustentabilidade da atividade e continuidade da pesca manejada

CARNE DE PIRARUCU

Produto da Amazônia

- Inclusão na merenda escolar (Amazonas e outros estados)
- Apreciada por restaurantes de diversas regiões pela textura e sabor
- Potencial de valorização como produto nobre da sociobiodiversidade amazônica, com necessidade de aprimoramento na comercialização, precificação e beneficiamento

SUBPRODUTOS DO PIRARUCU

Produto da Amazônia

- Resíduos (cabeças, vísceras, peles) podem ser convertidos em farinha e óleo para consumo humano
- Potencial de uso na produção de ração animal, biodiesel e biomateriais (indústria calçadista, têxtil e de acessórios)
- Possibilita diversificação de produtos e agregação de valor

COMÉRCIO

Nacional e Internacional

- Ampliação do mercado com vendas institucionais e compras públicas (ex: PNAE, PAA);- Criação de marca própria com selo *Fairtrade*
- Expansão da presença em supermercados, feiras gastronômicas e restaurantes no Brasil e no exterior
- Potencial para inserção em mercados diferenciados por meio de certificações socioambientais

CONSIDERAÇÕES ESTRATÉGICAS

Áreas com assessoria técnica contínua (planejamento, contagem, pesca, documentação e comercialização) enfrentam menos dificuldades, evidenciando a importância do apoio técnico institucional.

FORTELECIMENTO INSTITUCIONAL

É fundamental que as associações desenvolvam mecanismos de geração de fundos próprios, de forma a reduzir a dependência de recursos externos e garantir a autonomia e sustentabilidade econômica da pesca manejada.



ATORES E GOVERNANÇA

- MICRO** — Pescadores e associações: ASPROC, ASPODEX, APSSJ, entre outras
Empresas: Frigoríficos em Manaus, Tefé e Manacapuru
- MESO** — Apoio técnico: IDSM, OPAN, Instituto Juruá
- MACRO** — Reguladores: IBAMA (cotas), MAPA (certificações), SEMA (gestão de UCs)

POLÍTICAS E PROGRAMAS

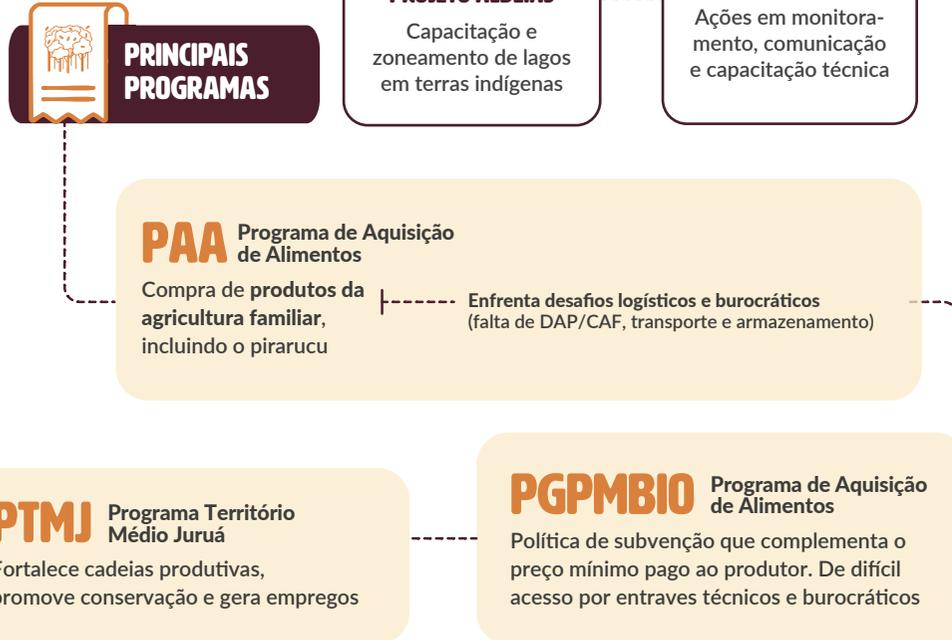
- 5 PROGRAMAS** **3 AÇÕES COLETIVAS**
- 4 PROJETOS** **2 POLÍTICAS PÚBLICAS**

Essas iniciativas atuam em diferentes níveis da cadeia produtiva do pirarucu no Amazonas — desde o manejo até a comercialização e inserção em mercados diferenciados, incluindo o internacional.

PROJETOS RELEVANTES



PRINCIPAIS PROGRAMAS



PREME Programa de Regionalização da Merenda Escolar
Incentiva a aquisição de produtos regionais para merenda escolar

COMERCIALIZAÇÃO E MERCADO

INTERNO

VAREJO

Peixarias e feiras

Preços

FILE R\$ 31/kg

PELE R\$ 160/unidade
(FAS, 2023)



ATACADO

Piraruclub atende
hotéis e restaurantes
em 79 estabelecimentos
em 8 estados



EXPORTAÇÃO

Projeto *Fish of Change* (EUA)
para inserção internacional

DESAFIOS

Logística precária e
concorrência com pesca ilegal

INICIATIVAS E AÇÕES COLETIVAS

ORIGENS BRASIL®

Sistema de rastreabilidade
e valorização de produtos
sustentáveis

PROJETO FISH OF CHANG

Insero o pirarucu
manejado no mercado
internacional

COLETIVO DO PIRARUCU

Estratégias coletivas para
valorização econômica e
social da cadeia

POLÍTICAS PÚBLICAS E INCENTIVOS

SUBSÍDIO ESTADUAL R\$ 1,00/KG

para pescadores,
associações e
cooperativas

ISENÇÃO DE ICMS

para pirarucu manejado em
áreas sustentáveis

(Convênio ICMS 76/98)



PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

Visão Geral

- A cadeia do pirarucu de manejo é baseada na pesca sustentável, autorizada pelo IBAMA em UCs, TIs e Acordos de Pesca.
- Envolve cerca de 4 mil famílias em 23 municípios e gerou R\$ 25 milhões em 2023, com produção de aproximadamente 4.500 toneladas.

IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado	
A demanda é crescente, mas há baixa valorização do produto e concorrência com o pirarucu ilegal	Criação de marcas coletivas e denominação de origem (“Pirarucu de Mami- rauí”, “Gosto da Amazônia”)
Mercado local fraco, concentrado em poucos compradores (Manaus e Manacapuru)	Implantação de frigoríficos locais com selo de inspeção Ações de marketing e fortalecimento da imagem do produto, incluindo uso da pele (curtume regional)
Manejo e Sustentabilidade	
Ausência de norma específica de ordenamento pesqueiro	Criação de uma norma específica para o manejo do pirarucu
Sobreposição de instruções normativas gera insegurança jurídica	Ampliação da capacitação técnica sobre manejo e contagem
Redução dos estoques em algumas áreas por práticas não padronizadas	Estabelecimento de um sistema unificado de dados e indicadores

IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos ambientais	
Secas extremas e alterações hidrológicas reduzem os estoques e dificultam a pesca	Promoção de pesquisas etnoecológicas e sobre impactos das mudanças climáticas
Secas extremas e alterações hidrológicas reduzem os estoques e dificultam a pesca	Monitoramento ambiental constante em áreas de manejo
Degradação dos ecossistemas compromete os habitats naturais	Reconhecimento do pirarucu como indicador de conservação aquática
Infraestrutura e Logística	
Infraestrutura deficiente para transporte e pré-beneficiamento	Investimento em logística (flutuantes, câmaras frias, transporte refrigerado)
Embarcações inadequadas e ausência de flutuantes refrigerados comprometem a qualidade do pescado	Construção de entrepostos e pequenos frigoríficos locais
Tempo prolongado entre pesca e beneficiamento gera perdas de valor	Regulamentação dos flutuantes de evisceração como estruturas sanitárias válidas



IMPACTO	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos Sociais e Comunitários	
Baixo nível de organização comunitária em algumas áreas	Fortalecimento do Coletivo do Pirarucu e da FEMAPAM
Desigualdade na distribuição de renda, especialmente em relação à pele do pirarucu	Formação e inclusão de jovens, mulheres e lideranças comunitárias
Baixa escolaridade e dificuldade de acessar políticas públicas	Estruturação de contratos e parcerias comerciais diretas, evitando intermediários
Políticas Públicas e Regulação	
Acesso difícil a crédito rural e programas de subvenção (PAA, PNAE, PGPMBio)	Criação de legislação sanitária específica para pesca artesanal extrativista
Exigência de SIF/SIE/SIM impede comercialização por muitas comunidades	Simplificação do acesso ao crédito e capacitação para emissão de CAF, CAR, CPP
Falta de normas sanitárias específicas para a carne e pele do pirarucu	Implantação de estrutura de assistência técnica integrada com IDAM e CONAB
Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI)	
Poucas pesquisas aplicadas sobre reprodução, estoque e impacto climático	Criação de programas de pesquisa aplicada, com participação comunitária
Ausência de dados sistematizados sobre a cadeia e desempenho dos manejos	Financiamento à produção de estatísticas pesqueiras locais Incentivo a inovações tecnológicas (como sistemas de rastreabilidade)

COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO PIRARUCU: PERSPECTIVAS REGIONAIS E ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO

O pirarucu (*Arapaima gigas*) é uma das espécies mais emblemáticas da Amazônia, com presença consolidada no consumo regional e crescente inserção em mercados nacionais. A análise do comportamento de consumo por região permite identificar oportu-

nidades de ampliação de mercado e estratégias específicas de valorização, considerando aspectos como o **conhecimento da população sobre o produto** e a **regularidade do consumo**.

NORTE

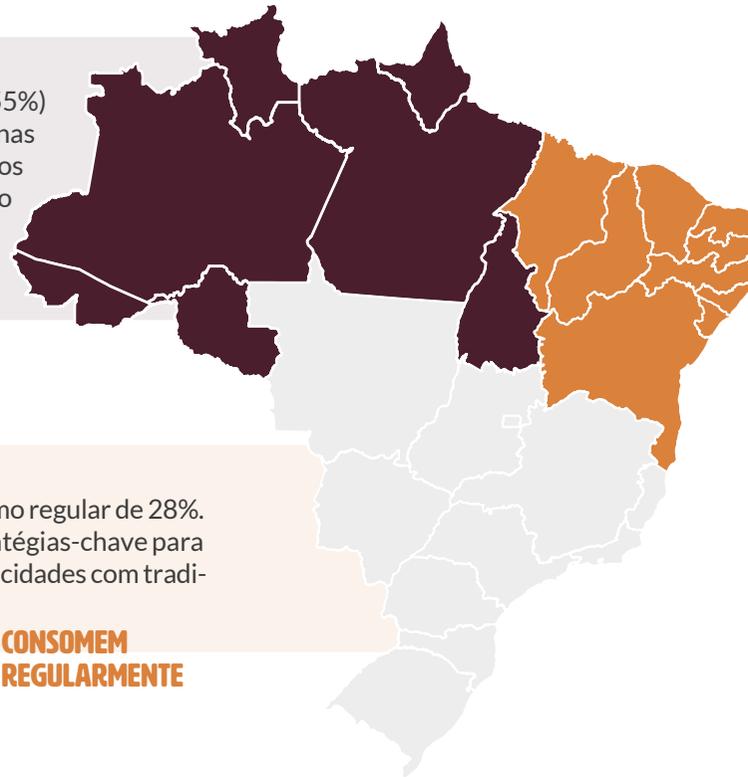
A **Região Norte** apresenta os maiores índices de consumo regular (55%) e conhecimento (85%), reflexo da presença histórica do pirarucu nas práticas alimentares e culturais locais, especialmente nos territórios indígenas e ribeirinhos. Este mercado é maduro e deve ser reforçado por políticas de valorização territorial e certificação de origem.

55% CONSUMO REGULAR **85%** CONHECIMENTO

NORDESTE

No **Nordeste**, o conhecimento atinge 70% da população, com consumo regular de 28%. A ampliação da distribuição e o acesso a cortes preparados são estratégias-chave para consolidar esse mercado intermediário, especialmente em capitais e cidades com tradição pesqueira.

70% CONHECEM O FRUTO **28%** CONSOMEM REGULARMENTE





CENTRO-OESTE

25% CONSUMO REGULAR **65%** CONHECIMENTO

O **Centro-Oeste**, com 25% de consumo e 65% de conhecimento, pode ser um mercado estratégico intermediário, com potencial para compras institucionais e programas de alimentação escolar, dada sua conexão com a região Norte e forte presença da agricultura familiar.

SUDESTE

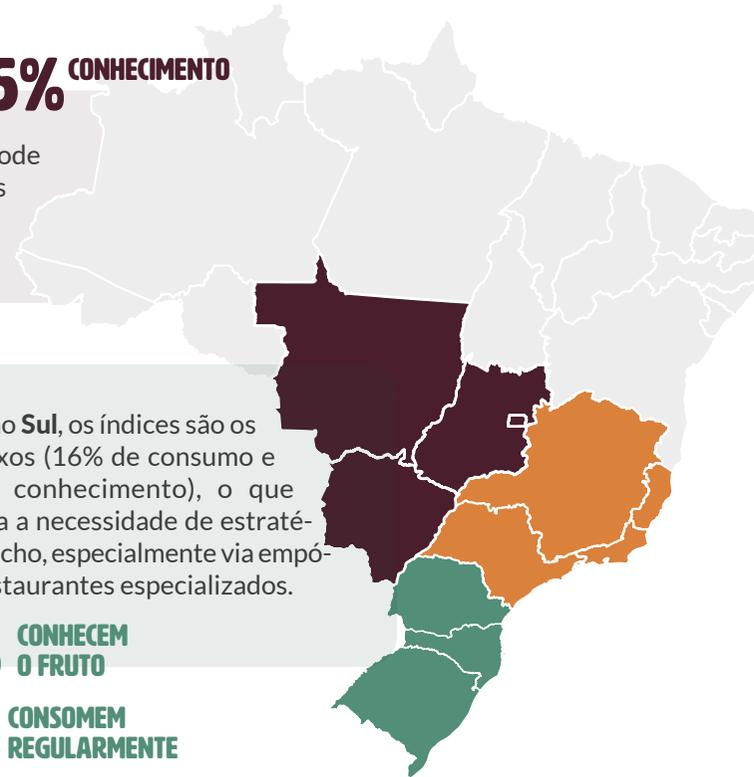
O **Sudeste**, apesar de ter conhecimento em 60% da população, apresenta consumo regular limitado (20%). Esse mercado demanda ações de marketing, educação alimentar e posicionamento do pirarucu como uma proteína sustentável, alinhada a tendências de saudabilidade e gastronomia de origem.

60% CONHECEM O FRUTO **20%** CONSOMEM REGULARMENTE

SUL

Na Região **Sul**, os índices são os mais baixos (16% de consumo e 58% de conhecimento), o que evidencia a necessidade de estratégias de nicho, especialmente via empórios e restaurantes especializados.

58% CONHECEM O FRUTO
16% CONSOMEM REGULARMENTE



A consolidação e expansão do mercado do pirarucu devem considerar as distintas realidades regionais. Enquanto o Norte requer valorização da origem e do manejo sustentável, outras regiões demandam investimento em promoção, logística e comunicação estratégica. **A diferenciação entre o pirarucu de cultivo e o de manejo é essencial** para assegurar múltiplas estratégias de mercado que dialoguem com as exigências de consumidores diversos e políticas públicas de fomento à sociobiodiversidade.

A close-up photograph of a person's hand cracking a Brazil nut on a wooden block. The hand is wearing a gold ring with a purple gemstone. A metal tool is being used to crack the nut, and several pieces of the nut's shell and white kernel are scattered on the wooden surface. The background is filled with more cracked nuts and shells.

CAPÍTULO 5

CASTANHA-DO-BRASIL

VALORIZAÇÃO TERRITORIAL E DESAFIOS DE
MERCADO



Foto: Ricardo Wolffenbüttel



CASTANHA-DO-BRASIL

VALORIZAÇÃO TERRITORIAL E DESAFIOS DE MERCADO

A castanha-do-brasil é um dos produtos mais representativos da sociobiodiversidade amazônica, com grande importância social, econômica, ecológica e cultural. Coletada por comunidades extrativistas que vivem em Unidades de Conservação, Terras Indígenas e territórios tradicionais, esta cadeia produtiva articula conservação florestal com geração de renda, sendo reconhecida como estratégica no contexto da bioeconomia amazônica.

A despeito de sua relevância histórica, a cadeia da castanha-do-brasil enfrenta uma série de desafios para sua consolidação e expansão em mercados mais amplos e de maior valor agregado. Os principais entraves estão relacionados à baixa agregação de valor no território, à concentração da comercialização em grandes empresas exportadoras e às limitações logísticas e sanitárias que impactam a competitividade dos produtos oriundos de povos e comunidades tradicionais.

Estudos indicam que mais de 80% do volume comercializado anualmente é exportado in natura, sobretudo em amêndoas inteiras (BRASIL, 2023). Esta característica expõe a cadeia à volatilidade dos preços internacionais e à dependência de poucos compradores. A valorização da castanha no mercado nacional e a ampliação de canais de venda requerem uma estratégia integrada de qualificação produtiva, agregação de valor no território e fortalecimento da identidade cultural do produto.

Entre as estratégias identificadas como prioritárias, destacam-se:

Desenvolvimento de marcas coletivas e selos de origem (como o Origens Brasil), que conferem visibilidade aos modos de vida extrativistas e diferenciam o produto em nichos de mercado sensíveis à sustentabilidade e à rastreabilidade (CUNHA et al., 2022);

Apoio a unidades de beneficiamento comunitárias, incluindo assistência técnica, regularização sanitária e acesso a crédito, como forma de fortalecer a agregação de valor local;

Integração da castanha-do-brasil em compras públicas sustentáveis, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e políticas estaduais de compras da agricultura familiar, criando mercado estável e valorizado para produtos comunitários;

Campanhas de valorização da castanha como alimento ancestral e funcional, destacando seus atributos nutricionais e seu papel na proteção da floresta amazônica.

Apesar das limitações de escala e de competitividade frente a grandes operadores, o segmento comunitário da cadeia da castanha apresenta diferencial importante: a origem socioambiental do produto, que agrega valor em mercados éticos, de comércio justo, orgânicos e gastronômicos. A adoção de estratégias regionais de diferenciação e o fortalecimento das capacidades organizacionais das cooperativas e associações extrativistas são essenciais para a expansão de mercado com base na justiça econômica e ambiental.

Como apontam os dados consolidados por iniciativas como o PRS-Amazônia, o fortalecimento da cadeia da castanha-do-Brasil está diretamente vinculado à superação da invisibilidade dos produtores tradicionais, à criação de mecanismos de governança comercial justa e à consolidação de circuitos de mercado que reconheçam o valor dos territórios de origem.



CADEIA DE CASTANHA-DO-BRASIL NO ESTADO DO AMAZONAS

PRODUÇÃO

MAIOR PRODUTOR NACIONAL

2º MAIOR PRODUTOR GLOBAL

Bolívia = 50%

Brasil = 40%

+11 MIL TON.
PRODUZIDAS

(IBGE, 2024)

2º MAIOR = ACRE
9.947 ton.

3 MAIOR = PARÁ
8.715 ton.

(IBGE, 2024)

+60 MIL
EXTRATIVISTAS
ATUANDO NA AMAZÔNIA

4.589
EXTRATIVISTAS NO AMAZONAS

R\$172,3
MILHÕES

VBP NACIONAL
(2023)

PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO

Mercado internacional valoriza castanha sem casca

94%
das exportações

SEM CASCA
US\$ 8,04/KG

COM CASCA
US\$ 4,42/KG

6%
das exportações

1%
mercado global
de nuts

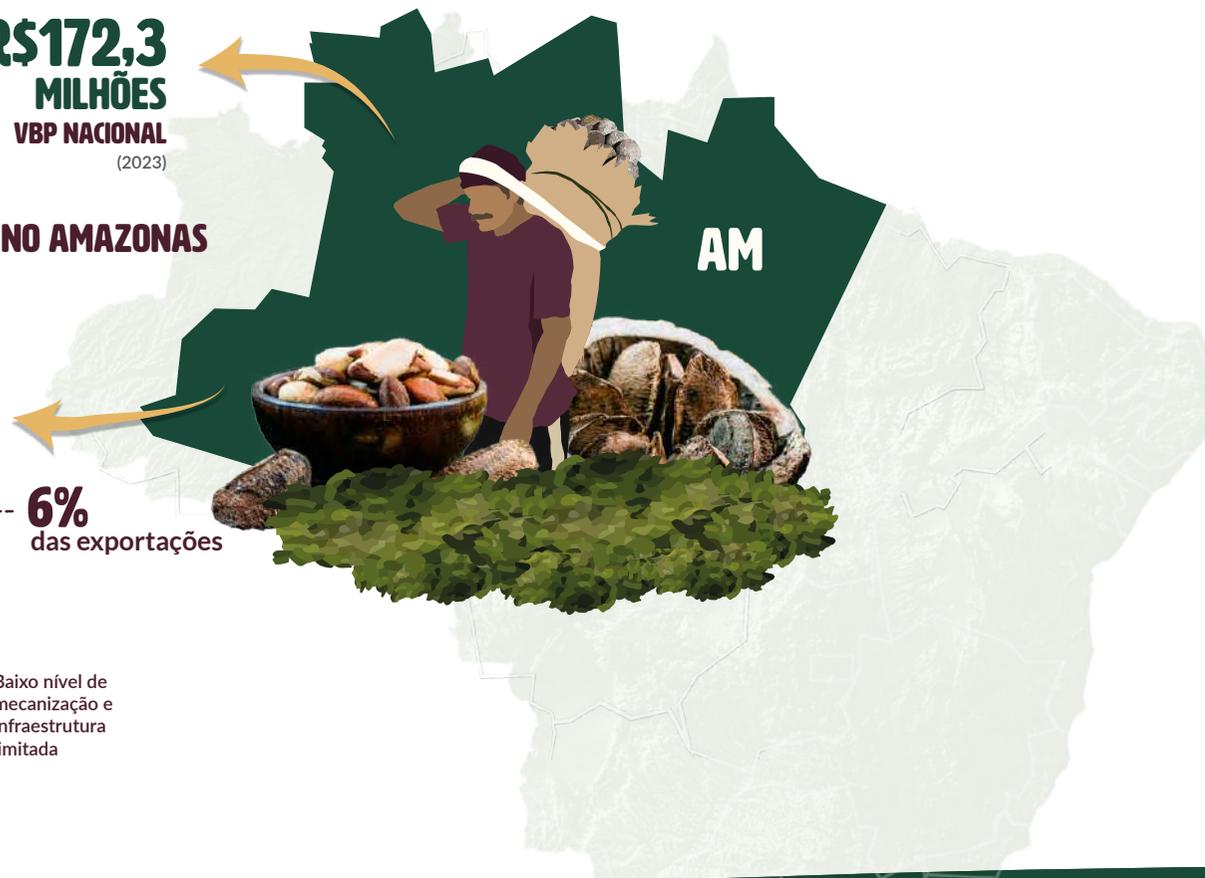
700%
em 15 anos

**BENEFICIAMENTO
NAS COMUNIDADES**

quebra, secagem e
armazenamento da
castanha com casca

14 usinas --- **5** são comunitárias

Baixo nível de
mecanização e
infraestrutura
limitada



COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

EXPORTAÇÃO (2024)

Castanhas com e sem casca

US\$ 9,6 MILHÕES

1.854 TONELADAS

mas apenas **8%** das exportações globais

MAIOR PRODUTOR DO MUNDO



PRINCIPAIS PAÍSES DE EXPORTAÇÃO

CASTANHAS COM CASCA



CASTANHAS SEM CASCA



ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com **185 produtos** no Brasil em **24 pontos de venda**

35,6% castanha desidratada descascada

18,5% granola

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

BRASIL

consome entre 55% e 65%

38% adquire em feiras e mercados

28% adquire em supermercados

23% adquire em empórios

NORTE

21% feiras e mercados públicos
6% supermercados

CENTRO-OESTE | SUDESTE | SUL

23% pequeno varejo
16% supermercados
16% feiras e mercados públicos

AGREGAÇÃO DE VALOR

Superfood = mercados de produtos saudáveis e fitness em expansão

Produto amazônico = conservação da floresta e protagonismo de povos tradicionais

Comunicação apoiada em sustentabilidade e origem

Produtos que valorizam conservação da floresta e valorização de comunidades = Consumidores dispostos a pagar até +20% nos produtos

Certificações



DESAFIOS

Dependência de atravessadores e falta de infraestrutura

Comercialização informal e necessidade de pagamento imediato

Baixa agregação de valor e dificuldade em buscar certificações e mecanismos de rastreabilidade

POTENCIAIS

Estruturas coletivas para acesso a os mercados

Registro de IGs nos territórios das OSPs para distinção e valorização no ambiente de mercado

Fortalecimento das OSPs e estratégias cooperativas para beneficiamento

Atuação coletiva

Busca por capital de giro



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSP)s



NÍVEL DE MATURIDADE
Baixo e médio



REGULARIZAÇÃO DOCUMENTAL



FORTALECIMENTO INSTITUCIONAL

5
OSP's



VENDA DO FRUTO
atravessadores e individualizada



FOMENTO À VENDA COLETIVA

consolidação de demanda em canais industrial, interno e institucional

720
ASSOCIADOS/AS



ESTRATÉGIAS DE VERTICALIZAÇÃO



PARCERIAS COM USINAS EM OPERAÇÃO

120
TON. POR ANO



MARCAS COLETIVAS E TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA



ESTRUTURAS DE BENEFICIAMENTO COMUNITÁRIO

em menor escalas



DIAGNÓSTICO DA CADEIA DE CASTANHA-DO-BRASIL NO ESTADO DO AMAZONAS

CONTEXTO SOCIOECONÔMICO

Movimenta **US\$400 MILHÕES/ANO** NO BRASIL
(OCA, 2022; Conexus, 2021)

Beneficia **60 MIL EXTRATIVISTAS** NA AMAZÔNIA
(OCA, 2022; Conexus, 2021)

30% organizações comunitárias

MAIOR PRODUTOR NACIONAL

11.291 TONELADAS/ANO
(2023)

seguido por **Acre** (9.473 toneladas) e **Pará**

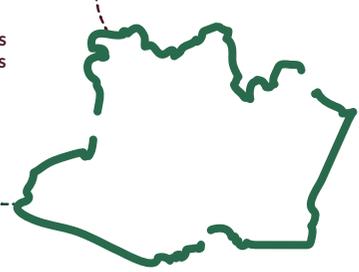
mas com valor bruto inferior ao **Acre**

R\$43,6 MILHÕES VBP*

R\$65,9 MILHÕES VBP*
(IBGE, 2024)

7 ESTADOS produzem castanha: Amazonas, Acre, Pará, Rondônia, Amapá, Mato Grosso e Roraima

14 usinas de processamento
4.589 EXTRATIVISTAS
5 comunitárias
3 privadas



PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE

35.351 TONELADAS
(IBGE/PEVS, 2023)

R\$172,3 MILHÕES VBP*
*Valor Bruto de Produção

PRÉ-COLETA

Limpeza e manutenção dos castanhais (assistência técnica do IDAM e IEB)

Capacitação em boas práticas e recuperação de áreas

COLETA

Realizada manualmente por extrativistas (coleta de ouriços caídos)

Associações/cooperativas organizam a coleta para otimizar o processo



BENEFICIAMENTO

Etapas



ARMAZENAMENTO

DESAFIOS

Falta de galpões arejados leva à deterioração da castanha

Custos inviáveis para comunidades construírem infraestrutura adequada

Qualidade: risco de contaminação sem tecnologias adequadas



DESAFIOS

Falta de equipamentos adequados nas cooperativas

Custos elevados para infraestrutura (galpões de armazenamento, barcos)

Contaminação por aflatoxinas sem controle adequado

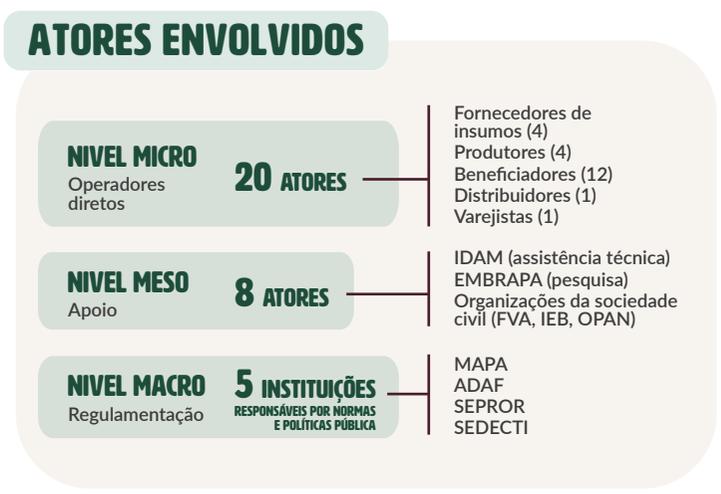
TRANSPORTE

Desafios: Infraestrutura precária, longas distâncias e altos custos

Meios: Barcos (principalmente em comunidades ribeirinhas), caminhões, ônibus (ex.: rota gratuita em Tefé) e motocicletas

Comparado ao Acre, o Amazonas tem custos logísticos mais elevados







MERCADO E CONSUMO

INTERNO

89%
VENDAS REGIONAIS

16.1%
NACIONAL

(OCA, 2023)

EXTERNO

25%
DA PRODUÇÃO



Estados Unidos



Japão



Europa

PRODUTOS DERIVADOS



Óleos



Farinhas



Snacks

DESAFIOS

- Concorrência com nozes internacionais
- Volatilidade de preços

Mercado global de **US\$ 223 milhões** em 2019

Outros municípios de destaque: Tapauá, Tefé, Boca do Acre, Codajás, Amaturá e Autazes

POLÍTICAS E PROGRAMAS

- PGPM-Bio
Garante preço mínimo durante a safra (Lei 13.340/2016)
- PAA e PNAE
Compra direta da agricultura familiar para merenda escolar

PROJETOS

- PRS-Amazônia
Fortalecimento de cadeias produtivas
- InovaSocioBio
Fomento a tecnologias para castanha (SEDECTI-AM)

MUNICÍPIOS LÍDERES EM PRODUÇÃO 2013-2022

BERURI
9.028 T
Maior produtor



LÁBREA
8.012 T



MANICORÉ
6.723 T



PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

Visão Geral

- Produto florestal não madeireiro de alto valor ambiental, social e econômico
- Mais de 25 mil famílias dependem da atividade na Amazônia
- A cadeia enfrenta desafios em produção, infraestrutura, beneficiamento, mercado e regulação
- O Amazonas é o maior produtor nacional, mas ainda exporta predominantemente castanha com casca, de baixo valor agregado

IMPACTOS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado	
Alta demanda externa por castanha sem casca – mas o Brasil exporta principalmente castanha com casca para Bolívia e Peru, que a reexportam com maior valor agregado	Investir no beneficiamento local (castanha sem casca)
Volatilidade de preços e baixa organização dos produtores afetam a renda dos extrativistas	Implementar certificações (orgânica, comércio justo, Rainforest Alliance)
Barreiras sanitárias (aflatoxinas) limitam o acesso ao mercado europeu	Adotar boas práticas de manejo e secagem para reduzir contaminação por aflatoxinas Criar marcas coletivas e melhorar o acesso direto ao mercado externo



IMPACTOS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Produção, manejo e sustentabilidade	
Produtividade baixa e imprevisível por fatores climáticos e envelhecimento dos castanhais	Apoio técnico e financeiro ao manejo sustentável
Coleta dispersa e tecnologia rudimentar aumentam custos e reduzem competitividade	Investir em tecnologias de coleta, secagem e armazenamento
Falta de ATER e pouca capacitação limitam boas práticas	Promover pesquisa para novos usos e valorização de subprodutos (óleo, farelo, ouriços) Incentivar o uso de sistemas de rastreabilidade e boas práticas
Infraestrutura e Beneficiamento	
Usinas comunitárias operam com infraestrutura precária, dificultando o processamento	Revitalização das usinas comunitárias (Manicoré, Beruri, Barcelos, etc.)
Baixa qualidade no beneficiamento afeta o valor de mercado e exportações	Capacitação em gestão e qualidade sanitária Criação de arranjos produtivos locais com foco em agregação de valor

IMPACTOS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos Ambientais	
Pressão por desmatamento, mudanças climáticas e degradação ameaçam os castanhais	Pagamentos por serviços ambientais (PSA) e incentivos para conservação de castanhais
Regularização fundiária deficiente impede o acesso a políticas públicas e financiamento	Programas de monitoramento e mapeamento dos castanhais Regularização fundiária e territorial das áreas extrativistas
Aspectos Sociais e Comunitários	
Intermediação predatória (atravessadores) reduz renda dos extrativistas, ao mesmo tempo em que cumpre papel social e logístico	Fortalecimento de cooperativas e associações
Baixa inclusão de jovens e mulheres limita a renovação da cadeia	Projetos de formação técnica e liderança feminina e jovem
Trabalho invisibilizado e precário nas comunidades	Criação de políticas de valorização do extrativismo tradicional
Políticas Públicas e Crédito	
PGPMBio ineficaz: preço mínimo muito abaixo do mercado atual	Reformular o preço mínimo da PGPMBio para refletir os custos reais
Dificuldade de acesso ao crédito, à CAF e outras políticas federais	Facilitar o acesso à assistência técnica e crédito rural
Ausência de políticas adaptadas à realidade extrativista	Integrar ações interinstitucionais (IDAM, CONAB, MDA, MMA, etc.)



COMPORTAMENTO DE CONSUMO DA CASTANHA-DO-BRASIL: ANÁLISE REGIONAL E ESTRATÉGIAS DE VALORIZAÇÃO

A castanha-do-Brasil (*Bertholletia excelsa*) é amplamente reconhecida no Brasil por seu valor nutricional, sabor característico e relação com práticas alimentares tradicionais, especialmente na

Amazônia. Contudo, o padrão de consumo apresenta variações regionais que exigem estratégias específicas para consolidação e ampliação de mercado.

NORTE

A **Região Norte** lidera tanto em consumo regular (60%) quanto em conhecimento do produto (90%), o que reflete a centralidade da castanha nas dinâmicas alimentares e econômicas dos povos amazônicos. Neste território, a castanha é não apenas um alimento, mas também um **marcador cultural e identitário**.

90%

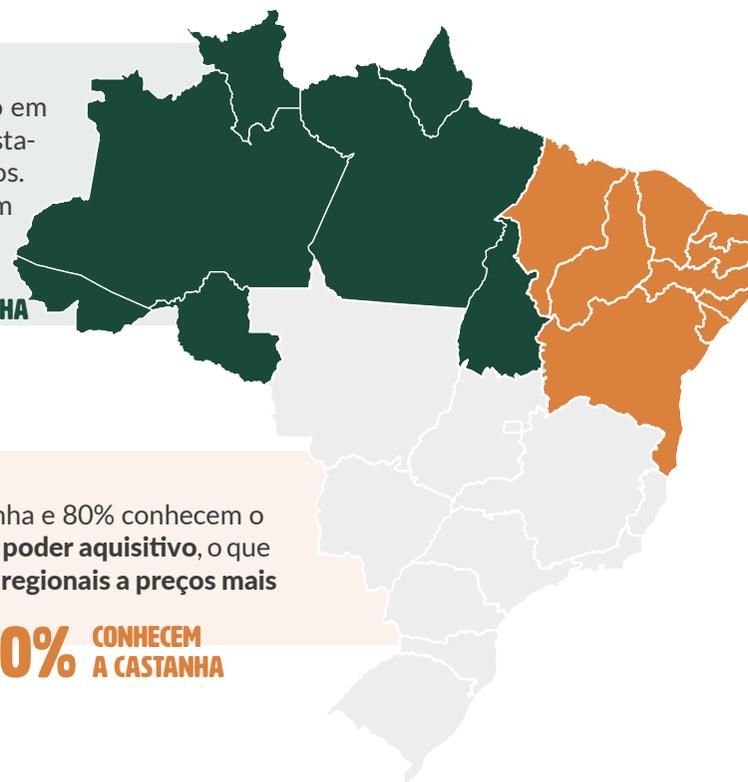
60% CONSOMEM CASTANHA
REGULARMENTE

NORDESTE

No **Nordeste**, 35% da população consome regularmente a castanha e 80% conhecem o produto. O consumo ainda é concentrado em segmentos de **maior poder aquisitivo**, o que indica a necessidade de **ampliar o acesso** e **desenvolver produtos regionais a preços mais competitivos**.

35% CONSOMEM CASTANHA
REGULARMENTE

80% CONHECEM
A CASTANHA



CENTRO-OESTE

82% CONHECEM A CASTANHA
40% CONSOMEM CASTANHA REGULARMENTE

No **Centro-Oeste**, os índices são medianos (40% de consumo e 82% de conhecimento). A inserção da castanha em **programas de compras públicas** e o **fortalecimento de circuitos locais de comercialização** podem ampliar significativamente sua presença regional.

SUDESTE

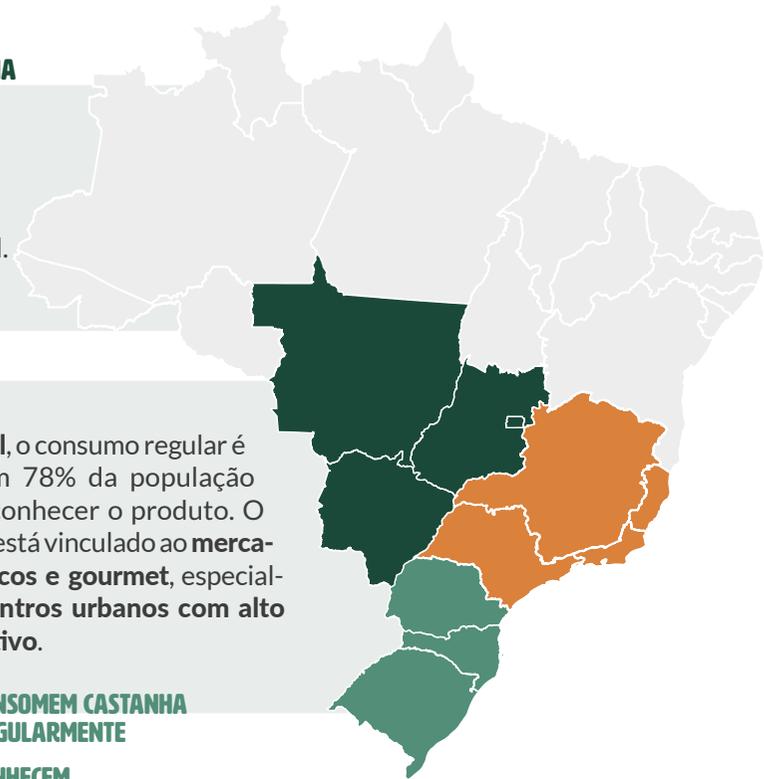
O **Sudeste** apresenta 45% de consumo regular e 85% de conhecimento. É uma das regiões com maior potencial para produtos diferenciados, como **mixes, barras de cereais, farinhas e produtos funcionais**. As **campanhas educativas** e os **selos de origem** ganham relevância neste contexto urbano e sensível a temas de saudabilidade.

45% CONSOMEM CASTANHA REGULARMENTE
95% CONHECEM A CASTANHA

SUL

Na **Região Sul**, o consumo regular é de 38%, com 78% da população declarando conhecer o produto. O crescimento está vinculado ao **mercado de orgânicos e gourmet**, especialmente em **centros urbanos com alto poder aquisitivo**.

38% CONSOMEM CASTANHA REGULARMENTE
78% CONHECEM A CASTANHA



A análise evidencia que o consumo da castanha-do-Brasil, embora disseminado, ainda encontra desafios estruturais para sua valorização plena em mercados urbanos e institucionais. A origem amazônica e o caráter extrativista do produto devem ser valorizados como diferenciais estratégicos para mercados sensíveis à rastreabilidade, comércio justo e sustentabilidade.

O fortalecimento das organizações produtoras e a diversificação dos canais de comercialização são essenciais para consolidar a castanha como um símbolo da bioeconomia brasileira

CAPÍTULO 6

CAFÉ ROBUSTA AMAZÔNICO

PRODUÇÃO, DIFERENCIAÇÃO E MERCADOS ESPECIAIS
TERRITORIAL E DE ORIGEM



Foto: Divulgação/Freepik



CAFÉ ROBUSTA AMAZÔNICO

PRODUÇÃO, DIFERENCIAÇÃO E MERCADOS ESPECIAIS

A produção de café na Amazônia, especialmente nas regiões de Rondônia e sul do Amazonas, é estratégica para o desenvolvimento de mercados sustentáveis. A emergência de Sistemas Agroflorestais (SAFs), o fortalecimento de cooperativas e a adoção de práticas agroecológicas têm possibilitado a consolidação de uma identidade amazônica no setor cafeeiro. A produção de cafés robusta amazônicos de alta qualidade vem ganhando reconhecimento em premiações nacionais e internacionais, o que representa uma oportunidade relevante de diferenciação e acesso a nichos especializados.

As regiões amazônicas produtoras de café robusta enfrentam desafios logísticos e estruturais, mas apresentam vantagens comparativas importantes, como a adoção de práticas de produção de

baixa emissão de carbono, a existência de variedades adaptadas à floresta tropical e o protagonismo de agricultores familiares e comunidades tradicionais. As experiências com sistemas agroflorestais — que integram café, frutas e espécies florestais — têm garantido produtividade e resiliência climática, ao mesmo tempo em que agregam valor socioambiental à produção.

No âmbito mercadológico, o café da Amazônia vem se posicionando em canais diferenciados como o mercado de cafés especiais, feiras e concursos regionais, circuitos curtos de comercialização e exportação por meio de cooperativas estruturadas. A valorização da identidade territorial, dos modos de vida tradicionais e da sustentabilidade da produção são elementos centrais nas estratégias de comunicação e posicionamento de marca.

Além disso, há crescente demanda por cafés com atributos diferenciados, tanto no Brasil quanto no mercado internacional. As preferências dos consumidores vêm se deslocando para produtos com histórias, rastreabilidade, e que promovam impacto social positivo – critérios nos quais os cafés amazônicos têm alto potencial competitivo. O reconhecimento oficial da qualidade do café robusta amazônico – por meio de selos, concursos e indicações geográficas – fortalece a narrativa territorial e favorece a construção de marcas coletivas.

A cadeia do café também se beneficia da articulação com políticas públicas, especialmente aquelas voltadas à agricultura familiar, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e linhas específicas de crédito e assistência técnica. No entanto, é necessário ampliar o acesso a essas políticas, bem como desenvolver estratégias de

escala que combinem qualidade, identidade territorial e viabilidade econômica.

As estratégias de ampliação de mercado devem considerar o reforço das marcas coletivas regionais, o investimento em infraestrutura de torrefação e beneficiamento, o fortalecimento da comunicação territorial e o apoio à comercialização em circuitos solidários e plataformas digitais. A combinação entre qualidade, origem e sustentabilidade posiciona o café amazônico como um produto emblemático na construção de mercados regenerativos e culturalmente enraizados.



CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ ROBUSTA AMAZÔNICO

PRODUÇÃO

5º MAIOR PRODUTOR NACIONAL

2º maior em produtividade

Envolve
18.500
PRODUTORES
(SEAGRI-RO, 2024)

Movimenta
R\$2,32
BILHÕES
(MAPA/VPB, 2024)

170.232
TON. PRODUZIDAS
(IBGE, 2024)

52,6
SACAS/HA
= rendimento
(CONAB, 2024)

99% da produção de café da Amazônia

PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO

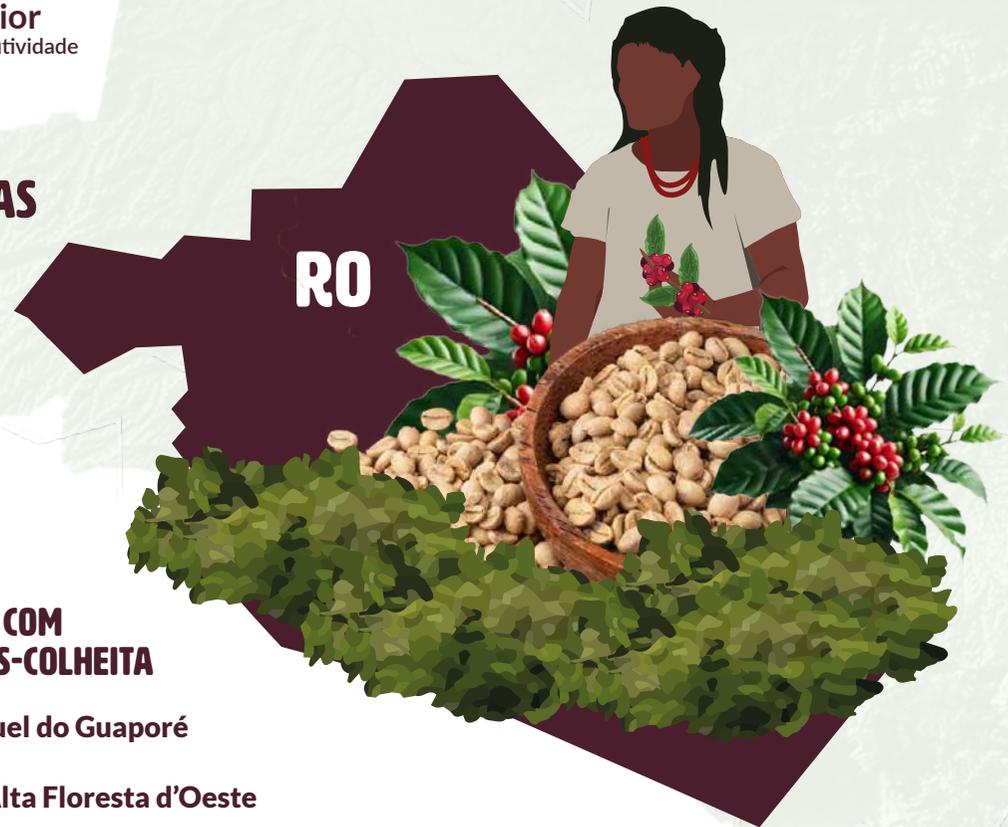
PRINCIPAL PRODUTO INDUSTRIALIZADO
GRÃO VERDE DO TIPO BULK

Grão seco, selecionado e descascado

MUNICÍPIOS COM MELHOR PÓS-COLHEITA

📍 São Miguel do Guaporé

📍 Alta Floresta d'Oeste



COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

EXPORTAÇÃO = 91% É CAFÉ VERDE

2º MAIOR CONSUMIDOR DE CAFÉ DO MUNDO

EUA é o 1º maior consumidor

PRINCIPAIS PAÍSES DE EXPORTAÇÃO



Potencial de cafés especiais ainda é pouco aproveitado

Iniciativas de café indígena e feminino em crescimento

30% AO ANO Mercado de cafés especiais cresce



Bélgica EUA



Colômbia Itália

ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com 81 produtos no Brasil em 24 pontos de venda



Cafés robustas se inserindo em mercados de cafés especiais majoritariamente em blends (arábica e robusta)



AGREGAÇÃO DE VALOR

Superfood = saudável!

Principal certificação



Produto amazônico = conservação da floresta e protagonismo de povos tradicionais

14% indica que prefere o robusta

Apenas 23% das consumidoras respondentes sabia a diferença entre robusta e arábica

DESAFIOS

Baixa agregação de valor

Preconceito com robustas

Poucos parceiros comerciais

Beneficiadores concentrados

POTENCIAIS

Infraestruturas coletivas e gestão compartilhada para agregação de valor

Conexão com mercados diversificados e sustentáveis



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSPs)



NÍVEL DE MATURIDADE

Baixo e médio



REGULARIZAÇÃO DOCUMENTAL



FORTEALECIMENTO INSTITUCIONAL



VENDA DO GRÃO

verde individualizado



FOMENTO À VENDA COLETIVA

consolidação de demanda em canais industrial interno e externo



AGREGAÇÃO DE VALOR

Baixa



VALORIZAÇÃO DA IG MATAS DE RONDÔNIA



RASTREABILIDADE



NARRATIVA SÓLIDA

6 OSPs

480 PRODUTORES/AS

120 DE TON. POR ANO

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

BRASIL +85% das pessoas adquirem em supermercados

+70% das pessoas adquirem café moído (torra média ou escura)



DIAGNÓSTICO DA CADEIA DO CAFÉ ROBUSTA AMAZÔNICO

CONTEXTO SOCIOECONÔMICO

IMPORTÂNCIA ECONÔMICA

A cafeicultura é a segunda maior cultura em Valor Bruto da Produção (VBP) em Rondônia, estimado em

R\$ 2,32
BILHÕES
em 2024

5º

MAIOR PRODUTOR
DE CAFÉ DO BRASIL

2º

PRODUTIVIDADE NACIONAL
3.630 KG/HA

52,6
sacas/ha

18.500
PRODUTORES

em sua maioria
agricultores familiares



AGRICULTURA FAMILIAR

85,7% DOS EMPREGOS
na cafeicultura são em
estabelecimentos familiares

DESTAQUE DE PRODUÇÃO

📍 São Miguel do Guaporé 📍 Alta Floresta d'Oeste

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)

IG MATAS DE RONDÔNIA
é a primeira denominação de origem
para café canéfora sustentável,
abrangendo

15 MUNICÍPIOS
e contribuindo com
63% da produção nacional

PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE

ÁREA E PRODUÇÃO

2012 •.....• **2023**

Área plantada reduziu pela metade



124.454 HA X 61.892 HA
enquanto a produtividade
cresceu x2,6



85.444 T X 224.669 T

devido ao
aumento da produtividade
(de 687 kg/ha para 3.630 kg/ha)

POVOS INDÍGENAS

Comunidades indígenas – como as das **Terras Indígenas Sete de Setembro e Rio Branco** – produzem cafés especiais com apoio de projetos, como o **Tribos da Três Corações**

PRODUTIVIDADE

Rondônia atingiu

51,6 SACAS/HA
(2024)

acima da média
nacional (30,3 sc/ha)

📍 São Miguel do Guaporé 5.397 kg/ha

TÉCNICAS AVANÇADAS

**70% ADOÇÃO DE CLONES
DA PRODUÇÃO**

irrigação e práticas sustentáveis
impulsionaram os ganhos

NÚMEROS DA PRODUÇÃO

INDICADOR	VALOR (2023)
ÁREA PLANTADA	61.892 ha
PRODUÇÃO TOTAL	224.669 toneladas
PRODUTIVIDADE MÉDIA	3.630 kg/ha
VALOR DA PRODUÇÃO	R\$ 2,3 bilhões

REDUÇÃO DA ÁREA PLANTADA
com
AUMENTO EXPRESSIVO DE PRODUTIVIDADE

MAIOR PRODUTOR

São Miguel do Guaporé **49.646 T**
5.397 KG/HA

ESPECIAL E CERTIFICADO



Cafés especiais, IG, orgânicos, Fairtrade
Marcas: Aruá, WR Café, Nova Era, etc

BENEFICIAMENTO E LOGÍSTICA

- Café transportado por estradas e rios, via Porto Velho, Manaus e Sudeste
- 80 torrefadoras no estado, mas apenas 10 regularizadas
- Beneficiamento local incipiente, com exceção de projetos com IFRO e Três Corações
- Cafés especiais exigem infraestrutura diferenciada

MODELOS PRODUTIVOS

TRADICIONAL SEMINAL



Baseado em sementes *conilon*
Predomina na agricultura familiar

CLONAL

70%
da produção
Altamente produtivo e tecnificado

AGROFLORESTAL



Integra café com frutíferas e nativas
Promove sustentabilidade e conservação do solo

ATORES ENVOLVIDOS

MICRO

Cafeicultores familiares
Cooperativas (COOPERCACOAL, COOPAITER, LACOOB)
Povos indígenas (Suruí, Tupari, Paiter)
Produtores de café especial e mulheres do café

MESO

Instituições de apoio
EMATER, SENAR, SEBRAE, IFRO, Embrapa, SEAGRI
Instituições Financeiras
Sicoob Credip, Banco da Amazônia, FUNCAFÉ
Empresas Privadas
3 Corações

MACRO

Reguladores
IDARON, MAPA
Governança
Câmara Setorial do Café, FUNCAFÉ, PROCAFÉ

FLUXOGRAMA DA CADEIA DO CAFÉ





GARGALOS E DESAFIOS

VARIÁVEL	IMPACTO	PROPOSTAS
Logística	Alto custo de transporte aos portos	Melhorar acesso ao Arco Norte e apoiar ferrovia
Infraestrutura	Falta de torrefação e secagem local	Incentivos à agroindustrialização (PROCAFÉ)
Qualidade	Baixa adoção de boas práticas	Expansão de capacitação (SENAR, EMATER)
Crédito	42,3% dos produtores sem acesso regular	Fomentar acesso ao FUNCAFÉ e linhas especiais
Certificação	Pouca adesão a selos	Apoio técnico e logístico para certificações
Comercialização	Predomínio de cerealistas	Apoiar canais diretos com o consumidor e nichos

POLÍTICAS E PROGRAMAS

FUNCAFÉ

Financiamento de R\$6,375 bilhões (2023/24) para custeio, comercialização e recuperação de cafezais

Plano ABC+

Promove práticas sustentáveis e adaptação climática

Programa Plante Mais

Distribuição de mudas e incentivo à agricultura familiar

Concurso CONCAFÉ

Premia cafés de qualidade e sustentabilidade

Projeto Tribos (3 Corações)

Valoriza cafés indígenas e gera renda para comunidades

MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO

EXPORTAÇÃO

91% do café brasileiro é exportado em grãos, com pouco beneficiamento

PRINCIPAIS DESTINOS



Estados Unidos



Europa

19-22% **45-50%**

INTERNO BRASIL

2º MAIOR CONSUMIDOR MUNDIAL
6,40 kg/hab/ano

Cafés especiais têm crescimento de 3,15% no preço
(ABIC, 2024)

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO



PRODUTORES RURAIS



ATACADISTAS E BOLSAS DE MERCADORIAS



CONSUMIDORES FINAIS

PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado	
Crescimento da demanda global por café robusta, especialmente café solúvel e blends	Regulamentar e proteger a marca "Robustas Amazônicos" via INPI
Aumento da concorrência com países vizinhos como Colômbia e Vietnã	Promover certificações (<i>Rainforest, Fair Trade</i>) e rastreabilidade
Ciclos de preços baixos prejudicam rentabilidade e capacidade de investimento	Apoiar a criação de marcas locais e feiras internacionais
Uso indevido da marca "Robustas Amazônicos" reduz valor agregado	Regulamentar e proteger a marca "Robustas Amazônicos" via INPI
Produção, manejo e sustentabilidade	
Baixa adesão a boas práticas agrícolas	Estimular SAFs e integração lavoura-pecuária
Escassez de mudas clonais de qualidade	Fortalecer viveiros e pesquisa com clones adaptados
Falta de produção integrada e diversificada	Melhorar ATER e capacitação técnica
Riscos fitossanitários e ineficiência na irrigação	Ampliar infraestrutura de irrigação e regularização de outorgas



VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos ambientais	
Baixo nível de regularização ambiental	Incentivar regularização ambiental (CAR e licenciamento)
Contaminação e escassez de água	Promover boas práticas agrícolas e uso racional da água
Percepção negativa do café amazônico por associação com desmatamento	Investir em certificações ambientais e adequação à EUDR
Aspectos sociais e comunitários	
Baixo nível de associativismo e cooperativismo	Fortalecer Organizações Socioprodutivas (OSPs)
Falta de mão de obra qualificada	Apoiar Casas Familiares Rurais (CFR) e capacitação continuada
Baixa participação de jovens e mulheres	Incentivar participação feminina e de jovens no café especial
Infraestrutura e logística	
Dificuldades de escoamento via rodovias precárias	Investir em torrefadoras, armazéns e secadores regionais
Baixa capacidade local de beneficiamento e torrefação	Melhorar acesso logístico aos portos (ferrovias e hidrovia do Madeira)

VARIÁVEIS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Políticas públicas e crédito	
Falta de regularização fundiária limita acesso a crédito	Integração entre programas estaduais e federais (ABC+, Plante Mais)
Baixo conhecimento sobre legislação ambiental e trabalhista	Acesso ao CAR, CAF e créditos via PRONAF e FUNCAFÉ
Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI)	
Pouco investimento em pesquisa	Apoiar Embrapa Rondônia na geração de novos clones
Falta de registro de materiais genéticos desenvolvidos na região	Criar banco de dados da cadeia
Carência de banco de dados e diagnósticos integrados	Fomentar plataformas digitais de rastreabilidade



CENÁRIOS DA CADEIA DO CAFÉ (HORIZONTE 2030)

Cenário	Características	Consequências
Mais Provável	Crescimento moderado, problemas persistem	Baixa agregação de valor, risco de desorganização
Positivo	Integração técnica, sustentabilidade e regulação	Expansão com valor agregado e imagem internacional forte
Negativo	Falta de governança e regulação, crises climáticas	Queda de produtividade, exclusão social e ambiental

Quadro – Estratégias de Promoção Regional do Café Amazônico

	Região	Ações prioritárias sugeridas
	Norte	Apoiar circuitos curtos e feiras territoriais; consolidar marcas regionais
	Nordeste	Desenvolver estratégias de inclusão em compras públicas e pontos de turismo gastronômico
	Centro-Oeste	Realizar campanhas educativas em escolas e eventos gastronômicos
	Sudeste	Investir em storytelling e degustações; inserir o produto em cafeterias e empórios gourmet
	Sul	Estimular parcerias com redes de orgânicos e agroecológicos; ativar comunicação digital

COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO CAFÉ AMAZÔNICO: PERCEPÇÕES REGIONAIS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES

O café amazônico – notadamente o robusta produzido em Sistemas Agroflorestais – vem ganhando destaque em feiras, concursos e ações de promoção territorial. No entanto, o consumo ainda é fortemente condicionado por barreiras de acesso, comunicação

e percepção regional. Para entender os padrões de consumo, é preciso observar os níveis de conhecimento e adesão por parte dos consumidores nas diferentes regiões do país.

NORTE

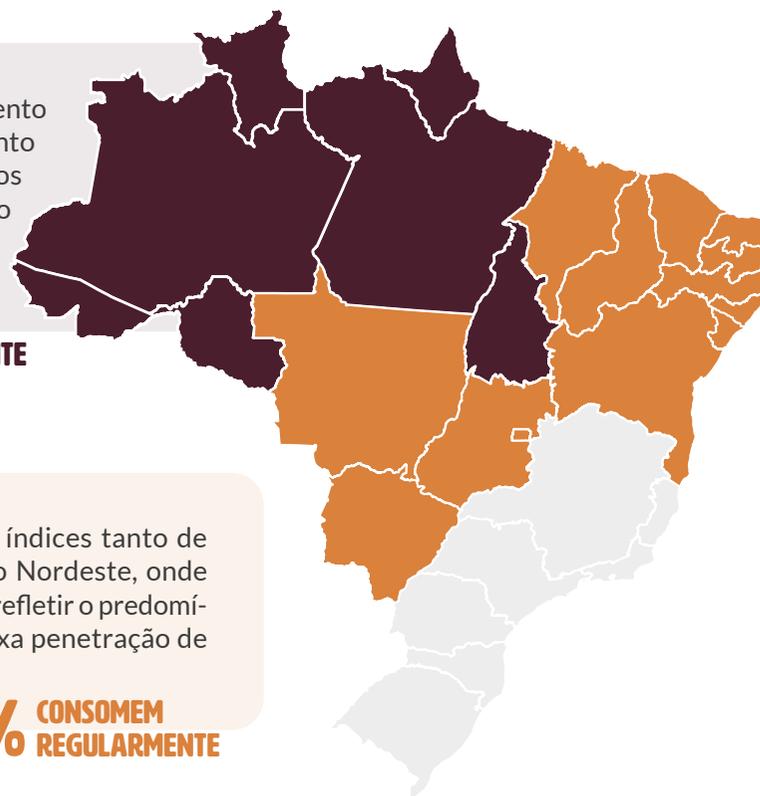
A **Região Norte** desponta com os maiores índices de conhecimento (85%) e consumo (45%), o que pode ser explicado pelo enraizamento territorial do produto, pela presença de cooperativas e circuitos locais de comercialização. O café amazônico faz parte do cotidiano alimentar e do imaginário cultural das populações locais, o que facilita sua circulação.

85% CONHECEM O CAFÉ ROBUSTA **45% CONSOMEM REGULARMENTE**

CENTRO-OESTE E NORDESTE

As regiões **Centro-Oeste** e **Nordeste** apresentam os menores índices tanto de conhecimento quanto de consumo, com destaque para a região Nordeste, onde apenas 15% consomem regularmente o café amazônico. Isso pode refletir o predomínio de hábitos de consumo vinculados à produção local ou à baixa penetração de marcas amazônicas.

15% CONSOMEM REGULARMENTE





SUDESTE

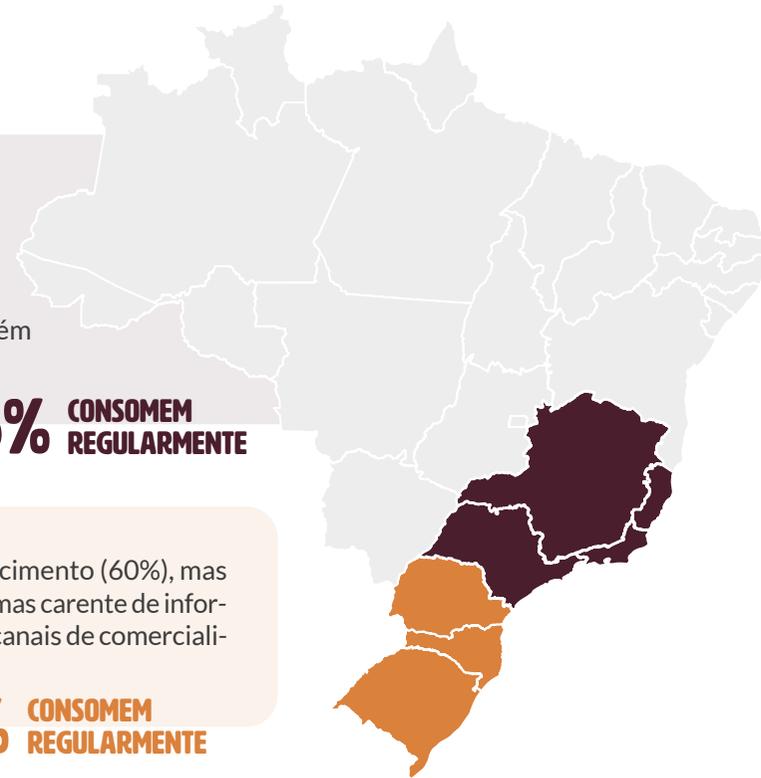
Na Região **Sudeste**, embora o índice de conhecimento também seja elevado (65%), o consumo regular é mais restrito (25%), sugerindo uma lacuna entre valorização simbólica e efetiva compra. Essa discrepância pode estar associada à forte presença de marcas consolidadas de outras origens (como Sul de Minas e Cerrado Mineiro), além da ausência de pontos de venda direta.

65% CONHECEM O CAFÉ ROBUSTA **25%** CONSOMEM REGULARMENTE

SUL

O mesmo padrão se repete no Sul do país, com bom nível de conhecimento (60%), mas baixa adesão (22%), indicando um público potencialmente receptivo, mas carente de informação qualificada, campanhas de degustação e maior presença nos canais de comercialização regionais.

60% CONHECEM O CAFÉ ROBUSTA **22%** CONSOMEM REGULARMENTE



Essa análise aponta a necessidade de estratégias regionais de comunicação e comercialização, que combinem campanhas educativas, experiências sensoriais e ampliação da presença nos canais físicos e digitais. A valorização da origem amazônica, associada à sustentabilidade da produção, deve ser traduzida em mensagens acessíveis, narrativas territoriais e materiais promocionais sintonizados com os repertórios culturais de cada região.

O comportamento de consumo está diretamente relacionado à disponibilidade do produto, confiança na origem e compreensão dos diferenciais. O café amazônico, enquanto vetor de regeneração econômica e cultural, tem potencial para ampliar sua inserção mercadológica com base em estratégias territoriais inteligentes e articuladas com o perfil do público-alvo de cada região.

CAPÍTULO 7

PEIXES REDONDOS

VALORIZAÇÃO REGIONAL E ACESSO A
NOVOS CANAIS







PEIXES REDONDOS

VALORIZAÇÃO REGIONAL E ACESSO A NOVOS CANAIS

A cadeia produtiva dos peixes redondos amazônicos, com destaque para o tambaqui (*Colossoma macropomum*), representa um segmento estratégico da aquicultura e pesca continental brasileira, com expressiva contribuição para a segurança alimentar, geração de renda e valorização de espécies nativas.

A região Norte concentra os maiores volumes de produção aquícola do país, especialmente no Estado de Rondônia, que é hoje o maior produtor nacional de tambaqui em sistema de cultivo (BRASIL, 2022). O tambaqui ocupa papel central na dieta amazônica e apresenta crescente inserção em mercados extrarregionais. No entanto, essa expansão comercial exige a superação de gargalos relacionados à logística, processamento, padronização dos cortes e articulação comercial.

A análise mercadológica indica que os peixes redondos podem ocupar posições estratégicas em diferentes circuitos de comercialização: feiras livres, redes varejistas regionais, mercados institucionais (PAA e PNAE) e canais de médio valor agregado como empórios, restaurantes e plataformas digitais. A tabela a seguir resume as potencialidades e desafios de mercado:

Quadro – Potencialidades e desafios dos peixes redondos da Amazônia

Dimensão	Potencialidades	Desafios
Produção	Alta adaptabilidade climática e alimentar do tambaqui; tecnologias difundidas	Dependência de rações comerciais; custo de insumos
Comercialização	Forte aceitação local; grande capilaridade em feiras	Baixa agregação de valor; informalidade e falta de padronização
Transformação	Possibilidade de cortes diferenciados e produtos defumados ou congelados	Escassez de unidades de processamento certificadas na região
Logística	Proximidade dos polos produtores aos centros urbanos regionais	Dificuldades no escoamento para grandes centros consumidores
Consumo	Peixe com boa aceitação sensorial; forte presença cultural	Baixo reconhecimento fora da região Norte
Políticas Públicas	Inserção no PNAE e PAA; apoio da assistência técnica pública	Limites orçamentários dos programas; descontinuidade institucional



Conforme ressaltado em estudos recentes, o tambaqui representa uma alternativa promissora de substituição a espécies marinhas em cardápios escolares e institucionais, por seu perfil nutricional e baixo custo por quilo (SILVA et al., 2023). Além disso, pesquisas realizadas em Rondônia, Acre e Amazonas apontam que a diversificação dos formatos de apresentação do peixe (filés, postas, hambúrgueres) aumenta a aceitação de pescados entre consumidores urbanos e pode contribuir para a ampliação da demanda (IARA et al., 2022).

A ampliação de mercado dos peixes redondos da Amazônia deve integrar estratégias voltadas para o desenvolvimento de marcas

coletivas e rastreabilidade e para investimentos em processamento e certificação sanitária, além da criação de canais curtos, deparcerias com redes de restaurantes e hotéis e da elaboração de campanhas de valorização cultural do consumo de peixe nativo.

Por fim, destaca-se a necessidade de diferenciação entre o **tambaqui de cultivo** e o **tambaqui de origem extrativista ou de sistemas tradicionais**. Essa distinção permite a atuação simultânea em mercados convencionais e de nicho, como o de produtos da sociobiodiversidade, ampliando as possibilidades de valorização e remuneração justa aos diferentes perfis de produtores amazônicos.

ESTRATÉGIAS PARA A AMPLIAÇÃO DE MERCADO DOS PEIXES REDONDOS DA AMAZÔNIA

Desenvolvimento de marcas coletivas e rastreabilidade

Investimentos em processamento e certificação sanitária

Criação de canais curtos e parcerias com redes de restaurantes e hotéis

Campanhas de valorização cultural do consumo de peixe nativo

CADEIA PRODUTIVA DE PEIXES REDONDOS NO ESTADO DE RONDÔNIA

PRODUÇÃO

MAIOR PRODUTOR NACIONAL DE PEIXES NATIVOS

Movimenta

R\$550 MILHÕES

DE VALOR BRUTO DE PRODUÇÃO
tambaqui
in natura

56,5 TON. PRODUZIDAS

(2023)

Envolve

6 MIL PISCICULTORES

3º maior produtor de pescados

Uso predominante de sistemas semi-intensivos com viveiros escavados

10 municípios concentram a maior produção

INVESTIMENTO EM CRÉDITO

R\$112 MILHÕES

PROCESSAMENTO E INDUSTRIALIZAÇÃO

BAIXA INDUSTRIALIZAÇÃO

Produção majoritariamente vendida **IN NATURA**

Tempo médio de despesca **8 HORAS**, com equipes terceirizadas

LOGÍSTICA

Transporte de peixes *in natura*

caixas isotérmicas + muito gelo

Transporte de peixes beneficiados

caminhão frigorífico

VENTRECHA, BANDA, LOMBO

Potencial de mercado para produtos processados ainda não explorado adequadamente

Apenas **3 FRIGORÍFICOS** em Rondônia, sendo 1 deles desativado

Poucos **FRIGORÍFICOS** com SIF ou SIE





COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

FORTE DEMANDA DO MERCADO DO AMAZONAS

PREÇO MÉDIO AO PRODUTOR

COMERCIALIZAÇÃO FEITA POR INTERMEDIÁRIOS

Preços instáveis e opacos



CONSUMO DE PESCADO



tambaqui

ALTA DEMANDA POR TAMBAQUI > 3KG

= R\$12 varia entre R\$9,30 - R\$18

POUCA PARTICIPAÇÃO DOS PRODUTORES

em canais diretos ou digitais

= 4,35KG por pessoa por ano

ESPÉCIE NATIVA MAIS EXPORTADA

Belém, Manaus e Porto Velho
= 85% das pessoas

Outras regiões
= 25% das pessoas

DESAFIOS

Licenciamento

lento, caro e burocrático, dificulta a formalização

Tributação

ICMS elevado (22,5%)* e baixa participação em mercados institucionais incentiva evasão da produção

*em produtos beneficiados em plantas frigoríficas

Beneficiamento

infraestrutura insuficiente, com poucos frigoríficos e escoamento limitado

POTENCIAIS

Articulação SEMA

diálogo para desburocratizar licenciamento

Articulação GGE

tratar questões tributárias, regulatórias, fomentar mercado institucional

Parcerias

mapear frigoríficos (outros estados) e fortalecer os locais

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

NORTE

50% das pessoas adquirem em supermercados

21% das pessoas adquirem em bares e restaurantes

CENTRO-OESTE | SUDESTE | SUL

20% das pessoas adquirem em bares e restaurantes

14% das pessoas adquirem em supermercados

12% das pessoas adquirem em feiras e mercados

ESTUDO DE MERCADO

PRODUTOS

Estudo com **51 produtos** no Brasil em **24 pontos de venda**



65%
tambaqui
inteiro

NORTE

pescado
inteiro e
em bandas



24%
peças

CENTRO-OESTE

SUDESTE

Costelinha, filé
e lombo (peças
premium)

AGREGAÇÃO DE VALOR

Indicação geográfica
= Tambaqui do
Vale do Jamari

**Baixa utilização
de elementos de
rastreabilidade
e sustentabilidade**

Comunicação
= apelo à **Amazônia** e
elementos saudáveis
(nutrição e saúde)



ORGANIZAÇÕES SOCIOPRODUTIVAS (OSPs)

2
OSP's

90
PRODUTORES/AS

250
TON. POR ANO



**NÍVEL DE
MATURIDADE**
Baixo e médio



**REGULARIZAÇÃO
DOCUMENTAL**



**FORTALECIMENTO
INSTITUCIONAL**



COMERCIALIZAÇÃO
para atravessadores
e individualizada



**FOMENTO
À VENDA COLETIVA**

consolidação de
demanda em canais
industrial e institucional



**ESTRATÉGIAS
DE VERTICALIZAÇÃO**



**PARCERIAS OU MEIOS PRÓPRIOS
PARA PROCESSAMENTO**



**INICIATIVAS DE
AGREGAÇÃO DE VALOR**



**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)
E IDENTIDADE TERRITORIAL**



CONTEXTO SOCIOECONÔMICO

IMPORTÂNCIA ECONÔMICA

A piscicultura gera emprego e renda, especialmente para agricultores familiares, e contribui para o PIB do estado

RO
R\$ 112
MILHÕES
(SEAGRI-RO, 2024)



AGRICULTURA FAMILIAR

A atividade é predominante em pequenas propriedades, com destaque para municípios como Ariquemes, Primavera de Rondônia e Cacaulândia

POVOS TRADICIONAIS

Comunidades indígenas e pescadores artesanais participam da cadeia, com projetos como o "Tribos" incentivando a produção sustentável

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)

A IP (Indicação de Procedência)

"VALE DO JAMARI" PARA TAMBAQUI

agrega valor ao produto e fortalece a identidade regional

PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE

PRODUÇÃO ESTADUAL

Rondônia lidera a produção de peixes nativos no Brasil, com

58.000
TONELADAS

em 2024.

O tambaqui é a espécie mais cultivada, representando **49 mil toneladas em 2024**

MODELOS PRODUTIVOS

SISTEMAS DE CULTIVO

Predominam viveiros escavados e barragens, com técnicas semi-intensivas e intensivas. A produtividade é alta, mas depende criticamente de insumos como ração e energia elétrica

EXTENSIVO

baixa produtividade, menor custo

SEMI-INTENSIVO

mais comum em Rondônia, uso moderado de insumos

INTENSIVO

maior controle técnico, alto investimento

O tambaqui é a espécie mais cultivada no estado de RO pela rusticidade, aceitação de mercado e adaptabilidade

A piscicultura é considerada estratégica para

SEGURANÇA ALIMENTAR

RENDA RURAL

BAIXA EMISSÃO DE CARBONO

MUNICÍPIOS PRODUTORES

Ariquemes, Primavera de Rondônia e Machadinho d'Oeste são os principais polos

NÚMEROS DA PRODUÇÃO

INDICADOR	VALOR
Produção de peixes nativos (2023)	58.000 t
Crédito captado para piscicultura em RO	R\$112 milhões
Consumo médio nacional de pescado cultivado	4,35 kg/hab/ano

GARGALOS E DESAFIOS

INDUSTRIALIZAÇÃO

9%

do pescado é processado no território, limitando a agregação de valor. Rondônia carece de frigoríficos e entrepostos

LOGÍSTICA

Estradas ruins e transporte rodoviário aumentam custos. O escoamento para Manaus depende da hidrovia do Rio Madeira, que é cara e lenta

SANIDADE

Doenças como a acantocefalose afetam a produção, e faltam medicamentos registrados

ENERGIA ELÉTRICA

Tarifas altas para bombeamento de água e aeradores desestimulam a expansão da atividade

TEMA	GARGALO	IMPACTO
Beneficiamento	Carência de infraestrutura	Baixa agregação de valor
Logística	Rodovias precárias	Incentivos à agroindustrialização (PROCAFÉ)
Sanidade	Doenças sem medicamentos registrados	Risco produtivo alto
Comercialização	Concentração no Norte	Preço baixo aos produtores
Assistência Técnica	Baixo alcance da ATER	Pouca difusão de tecnologia
Energia	Custo elevado de bombeamento e aeradores	Desestímulo à ampliação

ATORES ENVOLVIDOS

MICRO

Piscicultores
Cooperativas e Associações (COPEMON, COAPRAV, ACRIPAR, entre outras)
Atravessadores
Empresas de insumos, logística e beneficiamento

MESO

EMATER-RO
SEBRAE
UNIR (pesquisa e extensão)

MACRO

SEAGRI
IDARON
MAPA (regulamentação e políticas públicas)



CAPÍTULO 7: PEIXES REDONDOS - VALORIZAÇÃO REGIONAL E ACESSO A NOVOS CANAIS

POLÍTICAS E PROGRAMAS

Programa Peixe Saudável:

Fomenta a sanidade aquática e boas práticas de manejo (IDARON/SEAGRI)

Licenciamento Simplificado:

Lei 5.280/2022 facilita o licenciamento ambiental para pequenos produtores

PRS-Amazônia:

Oferece assistência técnica a piscicultores familiares (2024-2025)

Isenção de ICMS:

Incentivo fiscal para comercialização de pescado

COMERCIALIZAÇÃO E MERCADO

FORMAS DE VENDA

**90%
DO PESCADO**

é vendido in natura (inteiro ou eviscerado). Cortes e processamento são raros

LOGÍSTICA, BENEFICIAMENTO E COMERCIALIZAÇÃO

- Predomina a venda in natura, com evisceração e resfriamento em gelo

- Processamento é realizado por poucos frigoríficos ou atravessadores

- A logística é rodoviária e precária, elevando o custo final

OPORTUNIDADES



INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Valoriza o tambaqui do Vale do Jamari e abre mercados premium



INDUSTRIALIZAÇÃO

Instalação de frigoríficos e fábricas de ração pode reduzir custos e agregar valor



SUSTENTABILIDADE

Aproveitamento de água e resíduos para agricultura

MARKETING

Premiação internacional (costela de tambaqui) amplia visibilidade e demanda

PROGRAMA/LEI	INSTITUIÇÃO	BENEFÍCIO
PNSAA	IDARON	Sanidade e análise de água/peixe
PRS-Amazônia	IABS	Assistência técnica
Projeto Piscicultura	SEBRAE-RO	Promoção do tambaqui
Lei 5.280/2022	Governo RO	Licenciamento ambiental simplificado
Isenção ICMS	SEDAM	Na venda de tambaqui e pirarucu

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



VAREJO

Supermercados, feiras e peixarias



ATACADO

Frigoríficos e distribuidores



EXPORTAÇÃO

Mercado incipiente, com potencial nos EUA após premiação em feira internacional



ROTAS COMERCIAIS

O pescado é transportado por caminhões frigoríficos para Manaus e outros estados

PROGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA

Desafios como:

- Forte presença de atravessadores;
- Instabilidade de preços e demanda irregular;
- Baixo nível de organização social;
- Deficiências em infraestrutura, beneficiamento e assistência técnica;
- Pouca inserção em mercados formais e internacionais.

VARIÁVEIS CRÍTICAS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Demanda e Mercado	
Oferta irregular Flutuação de preços	Criar centrais de distribuição e plataformas digitais Investir em certificação (SIF) e rastreabilidade
Intermediação com atravessadores	Ampliar o acesso a mercados formais (varejo, food service, exportação)



VARIÁVEIS CRÍTICAS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Produção, manejo e sustentabilidade	
Baixa produtividade	Incentivar planejamento da produção e SAFs
Alto custo com ração	Ampliar acesso a viveiros, mudas, ração e boas práticas
Uso inadequado da água	Aumentar licenciamento e uso racional da água
Infraestrutura e logística	
Alto custo logístico	Modernizar estradas e criar polos logísticos regionais
Dificuldades de transporte	Instalar novas unidades de beneficiamento com SIF e SIE
Armazenamento	Incentivos fiscais e infraestrutura de frio

VARIÁVEIS CRÍTICAS	PROPOSTAS DE LIDERANÇA E ESPECIALISTAS
Aspectos sociais e comunitários	
Baixo cooperativismo	Estimular organização social (cooperativas, associações)
Vulnerabilidade social dos produtores	Apoiar capacitação, lideranças locais e jovens rurais
Políticas públicas e regulação	
Excesso de burocracia	Ampliar isenção de ICMS e acelerar licenciamento ambiental
Insegurança regulatória e fiscal	Promover regulação fundiária e acesso a crédito
Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PDI)	
Falta de dados sistematizados	Apoiar pesquisas aplicadas
Pouca inovação em produtos e serviços	Incentivar novos produtos e usos da amêndoa Implantar plataformas digitais de gestão e rastreabilidade



COMPORTAMENTO DE CONSUMO DO TAMBAQUI: ANÁLISE REGIONAL E PERSPECTIVAS DE MERCADO

O tambaqui, peixe nativo da Amazônia, vem conquistando espaço no mercado nacional por sua alta aceitação sensorial, valor nutricional e adaptabilidade aos sistemas de cultivo. O comportamento

de consumo, entretanto, varia significativamente entre as regiões brasileiras, influenciado por fatores culturais, disponibilidade e estratégias de comercialização.

NORTE

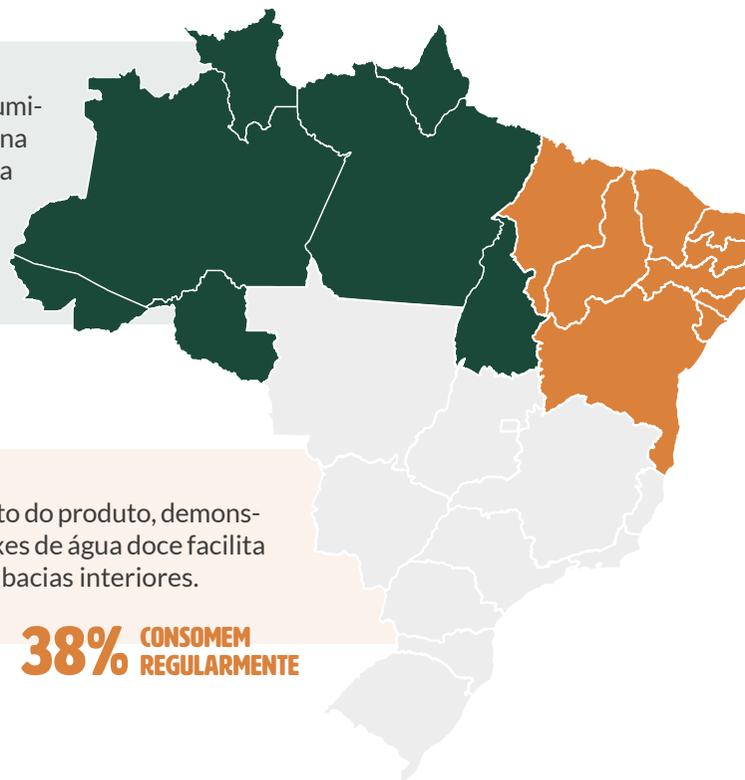
Na Região **Norte**, o tambaqui é amplamente conhecido (90%) e consumido regularmente por 65% da população. A forte presença do peixe na cultura alimentar regional, nas feiras e no comércio informal, sustenta essa alta incidência. Trata-se da principal base do consumo de pescado na Amazônia.

65% CONSUMO REGULAR **90%** CONHECEM

NORDESTE

O **Nordeste** registra 38% de consumo regular e 75% de conhecimento do produto, demonstrando bom potencial de mercado. A similaridade culinária com peixes de água doce facilita a aceitação, especialmente em estados com tradição pesqueira em bacias interiores.

75% CONHECEM **38%** CONSOMEM REGULARMENTE



CENTRO-OESTE

30% CONSUMO REGULAR **72%** CONHECEM

No **Centro-Oeste**, 30% da população consome regularmente tabaqui e 72% conhecem o produto. A proximidade com polos produtores e a familiaridade com peixes de água doce, como o pintado e o pacu, favorecem a ampliação do mercado regional.

SUDESTE

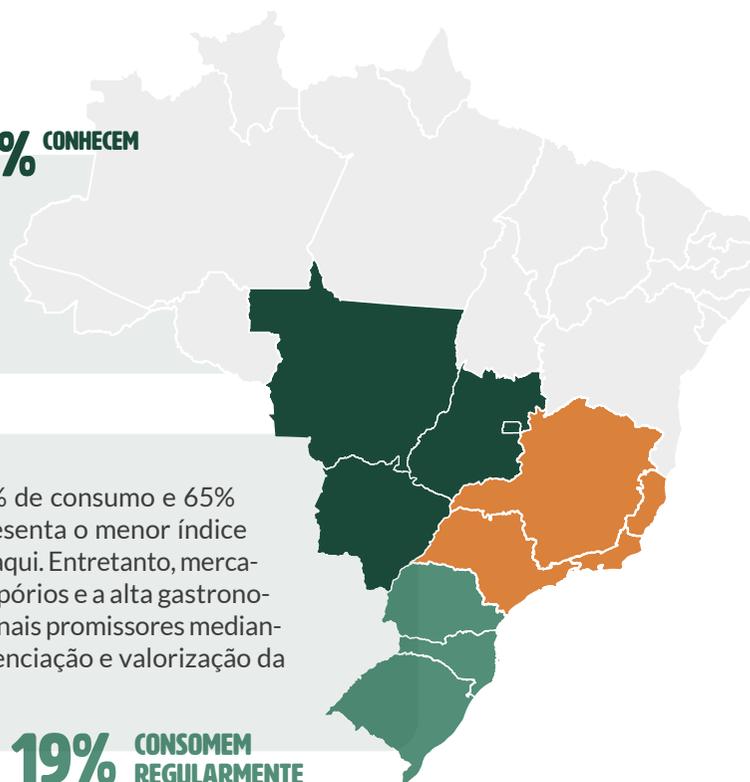
No **Sudeste**, apesar do menor consumo (22%), há razoável conhecimento sobre o produto (68%). O desafio nesta região é romper barreiras logísticas e ampliar a oferta de cortes congelados ou preparados que facilitem o consumo urbano.

68% CONHECEM
22% CONSOMEM REGULARMENTE

SUL

A Região **Sul**, com 19% de consumo e 65% de conhecimento, apresenta o menor índice de penetração do tabaqui. Entretanto, mercados especializados, empórios e a alta gastronomia podem se tornar canais promissores mediante estratégias de diferenciação e valorização da origem.

65% CONHECEM **19%** CONSOMEM REGULARMENTE



A análise do comportamento de consumo evidencia a necessidade de **estratégias regionalizadas de promoção do tabaqui**. Enquanto o Norte sustenta um mercado tradicional e consolidado, as demais regiões apresentam margens de crescimento que podem ser exploradas por meio da diversificação dos produtos

(filés, hambúrgueres, empanados), certificações de origem e campanhas educativas sobre os benefícios nutricionais e ambientais do consumo de peixes nativos da Amazônia.

The background is a vibrant, high-angle photograph of a dense tropical forest. A thin, bright yellow line curves across the upper portion of the image. In the top-left corner, there is a dark purple, rounded rectangular shape. The text is overlaid on these elements.

CAPÍTULO 8

OUTROS PLANOS

PLANO DE AMPLIAÇÃO DE MERCADOS



Foto: Freepik

OUTROS PLANOS

PLANO DE AMPLIAÇÃO DE MERCADOS

O Plano de Ampliação de Mercados do PRS-Amazônia foi concebido com o propósito de qualificar o acesso de Organizações Socioprodutivas (OSPs) e povos e comunidades tradicionais (PCTs) a canais de comercialização mais diversos e sustentáveis. Ele parte da economia da sociobiodiversidade e da justiça territorial como fundamentos estruturantes, tratando os mercados não apenas como espaços de venda, mas também de disputa e transformação social (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

A elaboração do plano baseou-se em uma metodologia de pesquisa-ação, que envolveu entrevistas, questionários, oficinas de validação, reuniões devolutivas e pareceres técnicos. Essa abordagem permitiu a integração com produtos anteriores do PRS-Amazônia, garantindo coerência entre diagnósticos, teses de transformação e propostas estratégicas por cadeia. O processo resultou em um conjunto de teses de transformação, metas e indicadores específicos para cada produto priorizado pelo projeto (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

Entre os princípios fundamentais, destacam-se a valorização dos modos de vida e saberes tradicionais, o fortalecimento da autonomia das OSPs e a diversificação de canais de comercialização baseados em identidade territorial e sustentabilidade. Esses princípios se desdobram em cinco eixos estratégicos: (1) infraestrutura e logística; (2) regularização sanitária e ambiental; (3) agregação de valor e comunicação territorial; (4) governança produtiva e comercial; e (5) ambiente de políticas públicas e fomento (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

De forma transversal, o plano propôs medidas como: a promoção de arranjos de governança territorial produtiva; a criação de unidades técnicas permanentes de apoio às OSPs com foco em comercialização; e o uso de plataformas digitais para fomentar a venda direta e coletiva (B2B e B2C). Essas estratégias visam consolidar a autonomia das organizações e ampliar sua inserção em mercados de forma consistente.





O plano também orienta as OSPs sobre como acessar programas de compras públicas, como PAA e PNAE, destacando os requisitos documentais e procedimentos necessários, além de enfatizar a importância de articulação prévia com gestores locais e planejamento da produção. Reforça, ainda, a relevância dos mercados institucionais como canais estratégicos e da diversificação de portfólios como forma de garantir autonomia, solidez e sustentabilidade das organizações.

PLANO DE DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

O Plano de Divulgação e Comunicação foi elaborado para ampliar a visibilidade, o reconhecimento e a inserção dos produtos da sociobiodiversidade amazônica em mercados estratégicos, por meio de ações articuladas de comunicação, promoção comercial e mobilização de atores-chave. Mais do que promover produtos, a proposta busca valorizar modos de vida, fortalecer narrativas coletivas e apoiar a governança das cadeias produtivas (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

A comunicação é apresentada como instrumento estratégico em cinco dimensões principais: (1) aumentar a visibilidade e valor dos produtos, destacando atributos socioambientais, culturais e nutricionais; (2) fortalecer narrativas autênticas e territoriais, dando voz às comunidades e realçando sua identidade; (3) apoiar a mobi-

Assim, o **Plano de Ampliação de Mercados** constitui um instrumento integrador: conecta infraestrutura, políticas públicas, governança e comunicação, sempre com foco na valorização da sociobiodiversidade amazônica e no fortalecimento da autonomia comunitária. Ele traduz os diagnósticos realizados em caminhos concretos para ampliar canais de venda, qualificar a inserção comercial e promover justiça econômica e territorial.

lização social e a governança, por meio do diálogo e da escuta ativa; (4) promover transparência, rastreabilidade e impacto, utilizando dados e materiais acessíveis; e (5) educar consumidores e ampliar a consciência de mercado, sensibilizando-os para o consumo responsável e consciente (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

Entre as oportunidades que fundamentam o plano, estão a crescente demanda por alimentos de qualidade, a valorização da autenticidade cultural e a expansão do consumo responsável. Em contrapartida, os desafios identificados incluem a oferta irregular, a percepção de preços elevados e a dificuldade de acesso a mercados que exigem certificações. Nesse contexto, a comunicação é pensada como estratégia para reposicionar os produtos amazônicos e superar barreiras históricas (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

O plano está estruturado em eixos estratégicos de atuação: comunicação para mercados institucionais; presença digital e engajamento; expansão de mercados e comercialização; ativação de marca e relacionamento estratégico; e identidade, posicionamento e transparência (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

O percurso metodológico é progressivo, com ações de curto, médio e longo prazo. No curto prazo, priorizam-se sensibilização e capacitação básica em comunicação; no médio, estratégias digitais mais robustas, campanhas segmentadas e participação em feiras; no longo prazo, a internacionalização das marcas, consolidação da presença digital e ampliação da credibilidade institucional (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

Cada cadeia produtiva recebe atenção específica: o café robusta amazônico é posicionado com foco em autenticidade, sistemas agroflorestais e protagonismo de agricultores; o açaí é comunicado a partir de sua identidade cultural, atributos nutricionais e certificações; o cacau enfatiza origem florestal, rastreabilidade e qualidade; a castanha-do-Brasil valoriza a tradição extrativista e os modos de vida locais; os peixes redondos ressaltam a segurança alimentar e a rastreabilidade; e o pirarucu de manejo é apresentado como ícone de sustentabilidade e conservação, com grande potencial em mercados premium (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

O plano também dedica atenção especial às marcas coletivas, selos e certificações como instrumentos para agregar valor, ampliar mercados e proteger a identidade territorial. A recomendação é que tais mecanismos sejam construídos de forma participativa, articulados à comunicação e à comercialização, e vinculados a selos já reconhecidos — como Origens Brasil, Fairtrade, Rainforest Alliance e sistemas participativos de certificação orgânica (SLOW FOOD BRASIL, 2025).

Em sua essência, o Plano de Comunicação e Divulgação busca fortalecer as organizações socioprodutivas da Amazônia, ampliando a visibilidade de seus produtos, qualificando a comunicação institucional e criando vínculos de confiança com consumidores, parceiros e financiadores. Combinando estratégias digitais, narrativas territoriais e instrumentos de valorização coletiva, constitui um marco para reposicionar os produtos amazônicos em mercados nacionais e internacionais, sempre a partir da lógica de sustentabilidade, cultura e justiça social.

PLANO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA SOCIOBIODIVERSIDADE AMAZÔNICA

PROPÓSITO GERAL

Ampliar a visibilidade, o reconhecimento e a inserção dos produtos da sociobiodiversidade amazônica em mercados estratégicos – valorizando modos de vida, fortalecendo narrativas coletivas e apoiando a governança das cadeias produtivas.

CINCO DIMENSÕES ESTRATÉGICAS DA COMUNICAÇÃO



Visibilidade e valor
Destacar atributos socioambientais, culturais e nutricionais.



Narrativas autênticas e territoriais
Dar voz às comunidades e realçar identidades locais.



Mobilização e governança
Promover diálogo e escuta ativa entre atores.



Transparência e impacto
Comunicar rastreabilidade, dados e resultados.



Educação e consciência de mercado
Sensibilizar consumidores para o consumo responsável.

OPORTUNIDADES

Crescente demanda por alimentos de qualidade Valorização da autenticidade cultural Expansão do consumo responsável

DESAFIOS

Oferta irregular Percepção de preços elevados Dificuldade de acesso a mercados com certificações

A comunicação é chave para reposicionar os produtos amazônicos e superar barreiras históricas.

CADEIAS PRODUTIVAS E NARRATIVAS

AÇAÍ

Identidade cultural, nutrição e certificações

CAFÉ ROBUSTA AMAZÔNICO

Autenticidade, agroflorestas e protagonismo dos agricultores

CACAU

Origem florestal, rastreabilidade e qualidade

PEIXES REDONDOS

Segurança alimentar e rastreabilidade

CASTANHA-DO-BRASIL

Tradição extrativista e modos de vida locais

PIRARUCU DE MANEJO

Ícone de sustentabilidade e conservação

MARCAS COLETIVAS E CERTIFICAÇÕES

Instrumentos para agregar valor e proteger identidades territoriais.

Devem ser participativos, articulados à comunicação e à comercialização, alinhados a selos como:

Origens Brasil • Fairtrade •
Rainforest Alliance • Certificação Orgânica Participativa

EIXOS ESTRATÉGICOS

1. Comunicação para mercados institucionais
2. Presença digital e engajamento
3. Expansão de mercados e comercialização
4. Ativação de marca e relacionamento estratégico
5. Identidade, posicionamento e transparência

PERCURSO METODOLÓGICO



Curto prazo
Sensibilização e capacitação básica em comunicação.



Médio prazo
Campanhas digitais robustas e participação em feiras.



Longo prazo
Internacionalização, consolidação digital e credibilidade institucional.

CAPÍTULO 9

PRINCIPAIS PROPOSTAS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

PRINCIPAIS PROPOSTAS PARA O FORTALECIMENTO DAS CADEIAS
PRODUTIVAS DA SOCIOBIODIVERSIDADE AMAZÔNICA



Foto: Ricardo Wolffenbüttel

PRINCIPAIS PROPOSTAS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

PRINCIPAIS PROPOSTAS PARA O FORTALECIMENTO DAS CADEIAS PRODUTIVAS DA SOCIOBIODIVERSIDADE AMAZÔNICA



Café (Rondônia)

- **Infraestrutura e qualidade:** investimentos em secagem, torrefação comunitária e torrefações indígenas
- **Tecnologia e inovação:** pesquisa genética, clones mais resistentes e indicação geográfica (Matas de Rondônia)
- **Organização social:** cooperativas fortes, governança integrada (CAFERON, Câmara Setorial) e inclusão de jovens e mulheres
- **Mercado:** acesso a nichos premium, certificações, marketing vinculado à biodiversidade e valorização do café indígena
- **Políticas públicas:** crédito, regularização fundiária, programas estaduais de irrigação e combate ao trabalho infantil



Peixes redondos (Rondônia)

- **Sanidade e nutrição:** rações adaptadas, padronização de tamanho, controle fitossanitário
- **Beneficiamento:** novas indústrias de filetagem, defumação e congelamento; agregação de valor com produtos processados
- **Tecnologia e sustentabilidade:** bioflocos, recirculação de água, ILPA (integração lavoura-pecuária-aquicultura), economia circular
- **Organização social:** criação do COOP-Peixe, fortalecimento do cooperativismo e assistência técnica especializada
- **Governança:** marco regulatório simplificado e políticas de estabilização de preços



Açaí (Pará)

- **Assistência técnica e inovação:** manejo de baixo impacto (Manejatech/Embrapa), irrigação de baixo custo, energia solar, agroindústrias comunitárias
- **Rastreabilidade e qualidade:** reformulação da GTV, selo Açaí Pai D'égua, ozonização para eliminar riscos sanitários
- **Políticas públicas e fundos:** criação do Fundo Açaí, incentivos fiscais diferenciados, zoneamento de áreas aptas
- **Governança:** central de cooperativas, comitês e observatórios de cadeia
- **Inclusão social:** protagonismo de mulheres, combate ao trabalho infantil, crédito acessível para batedores e agroextrativistas



Cacau (Pará)

- **Qualidade e beneficiamento:** fermentação e secagem adequadas, apoio às OSPs na padronização
- **Assistência técnica:** capacitação em fitossanidade, certificações socioambientais e acesso ao crédito
- **Turismo e marketing:** Rota do Cacau e divulgação do chocolate amazônico em grandes centros
- **Governança:** Observatório do Cacau Paraense, fóruns multissetoriais e fortalecimento de OSPs
- **Inovação:** pesquisas em rastreabilidade, mecanização e uso de SIGs (MapBiomas Cacau)



Pirarucu (Amazonas)

- **Infraestrutura:** entrepostos flutuantes, frigoríficos com SIF, unidades de beneficiamento próximas às áreas de manejo
- **Organização social:** fortalecimento das OSPs, cooperativismo e arranjos coletivos (Coletivo do Pirarucu)
- **Valorização do produto:** diversificação de cortes, aproveitamento de subprodutos e definição de preço mínimo
- **Políticas públicas:** crédito específico para a pesca manejada, assistência técnica pesqueira (ATEP) e desburocratização de financiamentos
- **Inclusão:** participação de jovens, mulheres e povos indígenas em todas as etapas



Castanha-do-Brasil (Amazonas)

- **Organização social e gestão:** capacitação de OSPs em finanças, comercialização e governança
- **Infraestrutura:** armazéns, secagem e usinas de beneficiamento regularizadas
- **Crédito e certificações:** acesso facilitado a financiamento, certificações de origem e comércio justo
- **Inclusão social:** estímulo à participação de jovens e mulheres, uso de subprodutos (artesanato, biscoitos)
- **Pesquisa e inovação:** monitoramento de aflatoxinas, recomposição de reserva legal com castanheiras, aplicativos de rastreabilidade

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabemos que os limites planetários para a sustentação da vida que todos conhecemos vêm sendo constante e crescentemente testados pelas atividades econômicas em um modelo de desenvolvimento que se mostra insustentável. Ao falarmos sobre justiça ambiental, vemos situações nas quais quem mais se beneficia dos produtos de modelos mais sustentáveis são justamente aqueles que menos têm conhecimento técnico e que menos investem no valor agregado que esses produtos trazem. Na grande maioria dos casos, sequer se reconhece o valor gerado por um modelo que alia a conservação e regeneração ambiental à geração de renda duradoura, justa e estável para as populações amazônicas. O custo da conservação, portanto, não é compartilhado de forma igualitária – pesa mais para as populações mais pobres.

Ao exportar o benefício das emissões de carbono evitadas por valores bastante inferiores àqueles gerados pela emissão correspondente, por exemplo, incorremos na perpetuação de um modelo de concentração de riquezas, gerador de desigualdades históricas. Sendo assim, faz-se de suma importância que os pagamentos por serviços ambientais não apenas existam, mas sejam adequados e tragam reconhecimento e equilíbrio de forma que permita uma correção desse fluxo que ameaça replicar mode-

los historicamente assimétricos e geradores de concentração de riquezas em países que já são ricos.

Para aterrissar mais nas cadeias produtivas apoiadas pelo projeto PRS-Amazônia, reconhecemos a necessidade de apoiar as OSPs para que possam se apropriar dos benefícios gerados de forma mais direta e justa. Para tanto, é necessário ajustar os fluxos de recursos financeiros de forma que uma parcela maior do valor agregado – ao longo da trajetória de seus produtos até o consumidor final – fique na origem. Dessa forma, seremos capazes de garantir que formas de produzir que respeitam os meios de vida locais e mantêm as paisagens naturais e os serviços ambientais correspondentes sejam viabilizadas e valorizadas.

Não há discussão sobre a altíssima qualidade dos produtos da Amazônia e seu apelo local, regional e global. Modelos de negócios inovadores, arranjos que possibilitem essa justiça social e ambiental são, portanto, os próximos passos a partir do conhecimento gerado nesses importantíssimos estudos que apresentamos neste documento.

Diversas possibilidades vêm sendo exploradas pela equipe do Projeto para tirar do campo das ideias todo o fortalecimento dese-

jado para as cadeias produtivas da floresta amazônica e o acesso a mercados promissores, transformando produtos do mais alto padrão de qualidade em renda efetiva para as famílias das OSPs apoiadas pelo projeto. Apesar das especificidades de cada cadeia, três linhas estratégicas transversais se repetem em todas:

- **Organização social e governança**, que pressupõe fortalecimento de OSPs, inclusão de mulheres e jovens, criação de fóruns e observatórios;
- **Infraestrutura e assistência técnica**, envolvendo agroindústrias comunitárias, beneficiamento, crédito, certificações e ATER/ATEP especializadas;
- **Mercados e comunicação**, incluindo acesso a políticas públicas (PAA, PNAE), inserção em nichos *premium*, marketing territorial e narrativas de biodiversidade.

Por fim, cabe ressaltar que, cientes do fato que não se transforma toda a realidade de um território a partir de um único projeto, o que se espera é que se traga ideias de caminhos possíveis. Em meio a uma complexa teia com tantos desafios para os produtos da sociobiodiversidade amazônica, demonstrar que é possível ter renda digna, em valores iguais ou superiores aos das alternativas que pressupõem a conversão das florestas para outros usos, é um primeiro passo.

A expectativa de que os formadores e formuladores de políticas públicas encontrem nesses caminhos possíveis a inspiração para transformações estruturais está posta. Esperamos que cada pessoa tocada pelas ações do projeto se contagie por essa vontade de construir um futuro desejável e possível. Seja qual for o seu papel nessas cadeias produtivas – produtor, intermediário, beneficiador, consumidor, investidor –, esperamos que tenha objetivos aliados aos nossos, de trazer benefícios sociais e ambientais para a Amazônia e quem vive nela.

Se, ao longo das páginas desta publicação, fomos capazes de trazer você, leitor, para esse rol de aliados, nos sentimos honrados e fortalecidos para que sigamos na busca de um presente melhor que o melhor futuro com o qual sonhamos. Esta é a Amazônia que queremos, com um meio rural sustentável social, ambiental e economicamente.



Foto: Divulgação/Canva

BIBLIOGRAFIA

ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café. Indicadores da Indústria e do Consumo de Café no Brasil 2024. São Paulo: ABIC, 2024. Disponível em: <https://abic.com.br/estatisticas>. Acesso em: 4 nov. 2025.

ACRE. Secretaria de Estado de Produção e Agronegócio – SEPA. Indicadores da Produção Florestal Não Madeireira 2023–2024. Rio Branco, 2024.

AMAZÔNIA LEGAL EM DADOS (PNAD/IBGE). Painel demográfico – população estimada 2024 da Amazônia Legal. Plataforma Amazônia Legal em Dados, 2024.

AMAZÔNIA LEGAL EM DADOS (PNAD/IBGE). Painel demográfico – população estimada 2024 da Amazônia Legal. Plataforma, 2024.

BANPARÁ. Programa Banpará-Bio: Relatório de Execução 2020–2024. Belém: Banco do Estado do Pará, 2024.

BRASIL. CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. PGPM-Bio: Preços Mínimos e Operações de Subvenção para Produtos da Sociobiodiversidade – Safra 2024. Brasília, 2024.

BRASIL. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

a) Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura – PEVS 2022 (publicado 2023). Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

b) Levantamento Sistemático da Produção Agrícola – LSPA (Estimativas 2023–2024). Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

c) Produção de Castanha-do-pará por Unidade da Federação. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

BRASIL. IBGE. Produção da Pecuária Municipal – PPM 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

BRASIL. MAPA – Ministério da Agricultura e Pecuária. Valor Bruto da Produção Agropecuária – VBP Brasil e Amazônia Legal, Boletim Técnico 2024. Brasília: MAPA, 2024.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Valor Bruto da Produção Agropecuária – VBP 2024. Brasília: MAPA, 2024.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA). Plano Amazônia Agora – PEAA: Diretrizes em revisão 2024–2025. Brasília: MMA, 2025.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Relatório de Fiscalização do Trabalho Infantil na Cadeia do Açaí (2023–2024). Brasília: MTE, 2024.

BRASIL. Pará. Decreto nº 2.475, de 10 de setembro de 2010. Institui o Programa Estadual de Qualidade do Açaí (PEQA). Belém: Governo do Estado do Pará, 2010.

BRASIL. Pará. Decreto nº 2.475, de 10 set. 2010. Dispõe sobre a implementação do Programa Estadual de Qualidade do Açaí (PEQA). Belém: SEMAS/PA, 2010.

BRASIL. Pará. Decreto nº 250, de 13 de outubro de 2011. Altera o Decreto nº 2.475/2010. Belém: Governo do Estado do Pará, 2011.

BRASIL. Pará. Decreto nº 250, de 13 out. 2011. Altera dispositivos do Decreto nº 2.475/2010. Belém: SEMAS/PA, 2011.

BRASIL. Pará. Decreto nº 326, de 20 de janeiro de 2012. Dispõe sobre boas práticas na manipulação de açaí e bacaba. Belém: Governo do Estado do Pará, 2012.

BRASIL. Pará. Decreto nº 326, de 20 jan. 2012. Estabelece requisitos higiênico-sanitários para a manipulação de açaí e bacaba por batedores artesanais. Belém: Governo do Pará, 2012.

CEPEA/ESALQ-USP. Indicadores de Preço do Tambaqui Vivo – Relatório Técnico 2024.

COLETIVO DO PIRARUCU; parceiros. Diagnóstico – Manejo comunitário de pirarucu em áreas protegidas da Amazônia. 2023.

COMEXSTAT/SECEX. Sistema de Análise das Estatísticas de Comércio Exterior – Exportações de Açaí (fresh/pulp/powder), 2023–2024. Brasília: Ministério da Economia, 2024.

CONAB. Panorama da Piscicultura no Brasil – Safra 2024. Brasília: CONAB, 2024.

BIBLIOGRAFIA

CONEXSUS – Instituto Conexões Sustentáveis. Finanças que Impactam: Diagnóstico Econômico e Financeiro de Organizações Comunitárias da Sociobiodiversidade. São Paulo, 2021.

CONEXSUS. Caderno de Negócios das Cadeias Socioprodutivas da Amazônia: Castanha-do-Brasil. São Paulo, 2022.

DIÁLOGOS PRÓ-AÇAÍ. Quem somos. 2018-. Disponível em: site oficial da iniciativa.

EMBRAPA AMAZÔNIA ORIENTAL. Manejo de açaizais nativos e biodiversidade de sub-bosque. Belém: Embrapa, 2024.

EMBRAPA Pesca e Aquicultura. Sistema de Produção do Tambiqui na Amazônia. Palmas, 2024.

FAS – Fundação Amazônia Sustentável. Relatório de Atividades 2023. Manaus: FAS, 2024.

FGV AGRO. Informalidade e estruturas produtivas na cadeia do açaí no Norte do Brasil. São Paulo: FGV, 2023.

FNDE – Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Relatório de Avaliação do PNAE – CMAP 2020. Brasília: Governo Federal, 2022.

FNDE – Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Relatório de Execução do PNAE – Pará (2011–2023). Brasília: FNDE/MEC, 2024.

FUTURE MARKET INSIGHTS (FMI). Global Açaí Berry Market Outlook 2024–2032. Nova York: FMI Research Group, 2024.

GIZ; NATURA. Rastreabilidade e Agregação de Valor em Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade Amazônica: Experiência Castanha-do-Brasil. Manaus, 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Amazônia Legal – recortes geográficos e mapa 2024/2025. Rio de Janeiro: IBGE, 2025.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PAM – Produção Agrícola Municipal (Açaí, por município) 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PEVS – Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PEVS – Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura 2024. Rio de Janeiro: IBGE, 2024–2025.

ICMBio – Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. ICMBio em Foco nº 528. Brasília: ICMBio, 2019.

IDAM – Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Amazonas. Assistência Técnica e Extensão Rural para Castanha-do-Brasil: Plano Operacional 2023–2024. Manaus, 2024.

IDARON. Plano Estadual de Sanidade Aquícola, 2024. Porto Velho: IDARON, 2024.

IEB – Instituto Internacional de Educação do Brasil. Organização Comunitária, Logística e Governança da Castanha-do-Brasil no Amazonas. Brasília, 2023.

IMAZON – Instituto do Homem e do Meio Ambiente da Amazônia. Economia do Açaí na Amazônia: Emprego, Renda e Território. Belém: Imazon, 2022.

MMA – Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. Documento-base (consulta pública) do Plano de Sociobioeconomia. Brasília: MMA, 2025.

NAEA/UFPA – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos. Dinâmica do consumo urbano de açaí em Belém: Série Safra-Entressafra 2021–2024. Belém: UFPA, 2024.

OBSERVATÓRIO DO CLIMA (OC). Análise das emissões de GEE e implicações para as metas climáticas do Brasil – Relatório Analítico SEEG 11. São Paulo/Brasília: OC/SEEG, 2023.

OBSERVATÓRIO DO CLIMA (OC). Análise das emissões de GEE e implicações para as metas climáticas do Brasil – Relatório Analítico SEEG 12. São Paulo/Brasília: OC/SEEG, 2024.

OCA – Observatório da Castanha. Panorama Socioeconômico da Cadeia da Castanha-da-Amazônia na Amazônia Legal. Manaus, 2023.

OCA; WWF-Brasil; CNS. Aspectos Econômicos e Mercadológicos da Castanha-da-Amazônia: Tendências para Mercados Interno e Internacional. Brasília, 2023.

OPAN – Operação Amazônia Nativa. Cadeias Comunitárias e Segurança Alimentar em Territórios Extrativistas. Manaus, 2024.

OPAN – Operação Amazônia Nativa. Manejo do pirarucu fortalece a proteção dos territórios. 18 dez. 2020.

OPAN – Operação Amazônia Nativa. Plano de Manejo Pesqueiro do Pirarucu – Povo Deni do Xerua. Brasília: OPAN/Fundo Amazônia, 2017.

BIBLIOGRAFIA

PRS-AMAZÔNIA / IABS / MAPA. Cadeias e Mercados: Diagnóstico e Fortalecimento da Sociobiodiversidade Amazônica – Relatório Técnico 2023. Brasília/Belém/Manaus, 2023.

RAMOS, R.; EULER, A. Sociodiversidade e Economia Ribeirinha do Açaí. Manaus: IDESAM/FAS, 2019.

RECABAAM – Rede de Cooperativas da Castanha do Amazonas. Relatório de Estrutura Produtiva e Capacidade Operacional das Usinas Comunitárias. Manaus, 2022.

RONDÔNIA. SEAGRI-RO. Boletim de Crédito Rural e Piscicultura, 2024. Porto Velho, 2024.

RONDÔNIA. Secretaria de Estado da Agricultura – SEAGRI. Perfil da Cafeicultura Familiar de Rondônia: Produção, Produtividade e Organização Territorial. Porto Velho: SEAGRI, 2024.

SEEG/OC. Relatórios e linha do tempo das coleções. Disponível em: portal SEEG.

TNC – The Nature Conservancy. Bioeconomia da Sociobiodiversidade no Estado do Pará. São Paulo/Belém: TNC, 2021.

TNC – The Nature Conservancy. Bioeconomia da sociobiodiversidade no estado do Pará. São Paulo/Belém: TNC, 2021.

Execução:



Realização:



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA

