

UFRRJ

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE.

Tese de doutorado

**DO CACAU AO CHOCOLATE: TRAJETÓRIA, INOVAÇÕES E
PERSPECTIVAS DAS MICRO E PEQUENAS AGROINDÚSTRIAS
DE CACAU/CHOCOLATE**

MARIA JOSEFINA VERVLOET FONTES

2013



Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)
Instituto de Ciências Humanas e Sociais (ICHS/DDAS)
Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais
em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA)

**DO CACAU AO CHOCOLATE: TRAJETÓRIA, INOVAÇÕES E
PERSPECTIVAS DAS MICRO E PEQUENAS AGROINDÚSTRIAS
DE CACAU/CHOCOLATE**

MARIA JOSEFINA VERVLOET FONTES

Sob a orientação do professor

DR. JOHN WILKINSON

Tese de doutorado submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutora em Ciências Sociais** no programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

Linha de pesquisa: Mercado e Sociedade

Rio de Janeiro, RJ

Agosto de 2013

663.74

F683d

T

Fontes, Maria Josefina Vervloet.

Do cacau ao chocolate: trajetória, inovações e perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate / Maria Josefina Vervloet Fontes, 2013.

216 f.

Orientador: Dr. John Wilkinson.

Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.

Bibliografia: f. 208-216

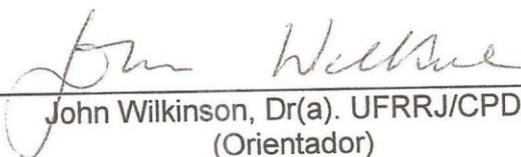
1. Região Cacaueira - Teses. 2. Desenvolvimento Local - Teses. 3. Qualidade - Teses. 4. Inovação - Teses. I. Wilkinson, John. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Humanas e Sociais. III. Título.

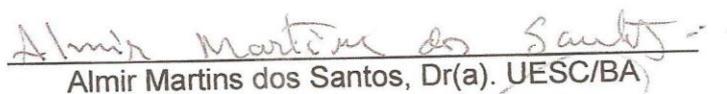
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e
Sociedade (CPDA)

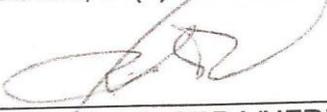
MARIA JOSEFINA VERVLOET FONTES

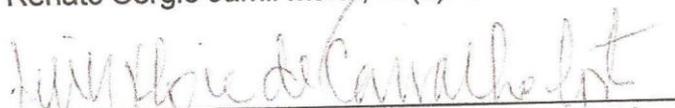
Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em
Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do
grau de Doutor em Ciências.

Tese aprovada em 05/11/2013


John Wilkinson, Dr(a). UFRRJ/CPDA
(Orientador)


Almir Martins dos Santos, Dr(a). UESC/BA


Renato Sérgio Jamil Maluf, Dr(a). CPDA/UFRRJ


Luiz Flávio de Carvalho, Dr(a). CPDA/UFRRJ


Zina Angélica Cáceres Benavides, Dr(a). UESC/BA

AGRADECIMENTOS

Ao longo de minha trajetória acadêmica, reitero meu agradecimento à Universidade Estadual de Santa Cruz-UESC, que me deu a oportunidade de realizar um dos meus maiores sonhos: O Doutorado. Ao iniciá-lo, não imaginei que tantas pessoas, direta ou indiretamente, fossem participar desta empreitada. Assim, agradeço a todos os que ao longo desses quatro anos, me ajudaram a chegar aqui, sob as mais diferentes formas. Em primeiro lugar, quero agradecer a minha família, Eduardo e Tarik, por toda paciência e força, por suportar minha ausência e por cuidar de tudo ao meu redor para que eu pudesse me dedicar a escrever este documento. Aos meus pais Francisco e Emygdia, pelo exemplo ético e apoio integral e por terem me ensinado a ser quem eu sou. Às amigas Maria Luiza, Patrícia e Eurísia, que tornaram minha caminhada muito mais doce. Ao meu amigo Antônio Oscar, por seu exemplo e por sua amizade. Ao professor Dr. Almir Martins que, com o seu conhecimento, contribuiu para o aprofundamento do tema. A todos os meus professores do CPDA, que me encantaram e me ajudaram a entender as doutrinas sociais e econômicas. E, em particular a Professor John Wilkinson, meu orientador, por seu brilhantismo intelectual e competência profissional, que me forneceu a tranquilidade necessária para enfrentar os imensos desafios do curso. Ser sua orientanda foi uma honra e um imenso prazer.

RESUMO

FONTES, Maria Josefina Vervloet. **Do Cacau ao Chocolate: trajetória, inovações e perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate**. 2013. 200 p. Tese (Doutorado) Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, RJ, 2013.

Com o objetivo analisar as inovações e as perspectivas das MPEs agroindustriais de cacau/chocolate que estão sendo implantadas nas regiões da cacauicultura no país, a pesquisa buscou entender a nova dinâmica que vem sendo apontada como possível viabilizadora do processo de reestruturação produtiva, visando à mudança de conceitos consolidados de “produto/mercado exportador/*commodity*”, como historicamente tem sido o sistema de produção e comercialização do cacau brasileiro. Dada toda a instabilidade desse mercado, o poder de concentração e barganha dos grandes *players* internacionais, e as tentativas de reorganização dos rumos do desenvolvimento local nos municípios produtores após a década de 1990, em decorrência da última grande crise, a consolidação de sistemas de produção com qualidade e a verticalização representam alternativas econômicas viáveis de agregação de valor, transformando uma *commodity* agrícola em um produto superior, com novo conceito “cacau/chocolate”. Constituindo-se como alternativas reais para modernização de seu sistema produtivo, as pequenas agroindústrias de cacau/chocolate aliadas ao turismo e a padrões de qualidade inovadores, fortalecerão o desenvolvimento local apoiado na sustentabilidade. Esse novo movimento no mercado do cacau/chocolate, deve atender aos padrões de gestão de qualidade exigidos, implicando em uma visão sistêmica, buscando introduzir produtos que atendam a mercados exigentes, diferenciados, e pouco suscetíveis a economia de escalas, bem como fortalecer os novos formatos associativistas de organização e gestão. Tendo como referencial teórico os estudos da Sociologia Econômica, além dos conceitos de Porter com o modelo “Diamante da Competitividade”, a análise pretendeu contribuir com a construção dos indicativos e das perspectivas para a consolidação das MPs agroindústrias do cacau/chocolate no País.

Palavras Chaves: Agroindústrias Cacau/Chocolate, Inovação, Competição, Desenvolvimento Local.

ABSTRACT

With the objective to analyze the trajectory and prospects of the agro-industrial micro and small business of cocoa/chocolate, that being deployed in cacao growing regions of the Country, the research sought to understand the new dynamic that has been pointed as a possible enabler of the productive restructuring process aiming to change consolidated concepts of "product/market exporter/commodity", as historically has been the system of production and marketing of Brazilian cocoa. Given all the instability of this market, the power of concentration and bargaining of the biggest international "players", and attempts of reorganization the rhumbs of local development in the municipalities producers after 1990s, due to the last great crisis, consolidation of production systems with quality and the verticalization represent viable economic alternatives to add value by transforming an agricultural commodity in a superior product with new concept "cocoa / chocolate." This new movement must meet the required standards quality management, seeking to introduce products that meet the demanding markets, differentiated, and less susceptible to economies of scale, as well as strengthen the new associativist formats of organization and management, allying themselves to local tourism. This new movement must meet the required standards quality management, seeking to introduce products that meet the demanding markets, differentiated, and less susceptible to economies of scale, as well as strengthen the new associativist formats of organization and management, allying themselves to local tourism . Having as theoretical reference the Economic Sociology studies, beyond the concepts of Porter with the model "Diamond of Competitiveness", the analysis sought to contribute to the construction of the indicative for the consolidation of agro-industrial micro and small business of cocoa/chocolate in the Country.

Key- Words: Cocoa/chocolate Agro-Industries, Innovation, Competition, Local Development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Brasil – Maiores produtores de cacau por estado	18
Figura 02: Evolução do PIB do Brasil e do agronegócio familiar, com sua respectiva participação no total nacional, entre 1995 e 2005	33
Figura 03: “Country Diamond”	50
Figura 04: Confronto entre a produção e moagem mundial de cacau nos últimos cinco anos agrícolas	53
Figura 05: Participação percentual dos principais países produtores de cacau nos últimos cinco anos	54
Figura 06: Sistema agroalimentar do cacau/chocolate	55
Figura 07: Participação das indústrias no processamento de cacau no Brasil, 2004/2005	59
Figura 08: Produção, consumo aparente, exportação e importação sob todas as formas . Em volume (mil toneladas), 2006-2011	60
Figura 09: Tabela com os principais produtores de cacau: um comparativo entre produção, área colhida, produtividade e preço	63
Figura 10: Localização no mapa da Ilha de Madagascar	64
Figura 11: Linha clássica de chocolates produzida pela Chocolataria Robert – Madagascar	65
Figura 12: Chocolate orgânico fino produzido no vale do Hermitage pela Grenada Chocolate Company	66
Figura 13: Chocolate orgânico fino produzido em Granada – Chocolate Grococo	67
Figura 14: Evolução dos preços médios da @ de cacau, no período 1975-2000, corrigidos para outubro de 2000.....	108
Figura 15: Sintomas da vassoura-de-bruxa no fruto	110
Figura 16: Cacaueiro – arbóreo do cacau.....	113
Figura 17: Amêndoas dos espécimes de cacau: Criollo, Forastero e Trinitário	114
Figura 18: Espécimes botânicos de cacau e sua distribuição de plantio	114
Figura 19: Grafico com a evolução do Share de produção dos setores ABICAB. Em volume (mil toneladas).....	118
Figura 20: Bar e Restaurante Vesúvio, Ilhéus/BA	120
Figura 21: Casa de espetáculos e Restaurante Bataclan, Ilhéus /BA	120

Figura 22: Avaliação quanto à conservação e divulgação do patrimônio histórico/cultural do município de Ilhéus, segundo os entrevistados. Ilhéus, 2001.....	121
Figura 23: Países produtores de cacau fino e de aroma (critérios da ICCO)	123
Figura 24: Salão do Chocolate, Salvador – BA, 2012.....	128
Figura 25: Cultura do cacau brasileiro (1991-2007)	131
Figura 26: Mélanger – maquinário para processamento da amêndoa do cacau	137
Figura 27: Roça de Cacau – Casca do cacau sendo utilizada como adubo da própria terra.....	142
Figura 28: Produção de cacau no sistema cabruca	142
Figura 29: A colheita do cacau, utilização do podão e da tesoura	144
Figura 30: A “ruma” de cacau no chão	145
Figura 31: A quebra do cacau ainda na roça	146
Figura 32: Processo de fermentação do cacau na fazenda Riachuelo, Ilhéus/BA	149
Figura 33: Máquina para fermentação controlada, Fazenda Riachuelo, Uruçuca /BA	149
Figura 34: Etapa da secagem do cacau – Barcaça.....	151
Figura 35: Etapa da secagem do cacau – Estufa – Fazenda Riachuelo, Uruçuca/BA.....	152
Figura 36: Estocagem do cacau – separação em lotes, Fazenda Riachuelo, Uruçuca/ BA.	154
Figura 37: Processo de torrefação das amêndoas do cacau.....	155
Figura 38: Máquina de descascamento das amêndoas – Ceplac, Ilhéus/BA.....	156
Figura 39: Equipamento para moagem das amêndoas	156
Figura 40: O processo de refino	157
Figura 41: Processo de conchagem do cacau	157
Figura 42: Máquina de temperagem da Ceplac Ilhéus/BA	158
Figura 43: Processo de resfriamento do chocolate – Túnel de resfriamento.....	158
Figura 44: Embalagem manual, Fazenda Riachuelo, Ilhéus/BA.....	159
Figura 45: Máquina embaladora do chocolate, Ceplac, Ilhéus/BA.....	159
Figura 46: Painel na entrada do Salon du Chocolat, Paris, 2011.	166
Figura 47: Amêndoas de João Tavares, produzidas por Samantha Aquim.....	167
Figura 48: Amêndoas produzidas por João Tavares	171
Figura 49: Chocolates AMMA.....	173

Figura 50: M.Libânio Agrícola, Gandú /BA	174
Figura 51: Produto Modaka Cacau Gourmet	175
Figura 52: Loja Cacau do Céu, Ilhéus/BA	175
Figura 53: Stand de chocolates Bahia Superior.....	176
Figura 54: Chocolate Planeta Cacau	177
Figura 55: Fábrica de chocolates Bahia Cacau, Ibicaraí / BA.....	179
Figura 56: Logomarca da fábrica de chocolates da CACAUWAY	180
Figura 57: Fazenda Berg Frut – Chocolate de Itacaré/BA	180
Figura 58: Logomarca Instituto Cabruca, Ilhéus/BA	182
Figura 59: Chocolates Magia do Cacau	183
Figura 60: Maquinário utilizado na industrialização.....	184
Figura 61: 04 Eixos inovadores apontados nessa nova cadeia do cacau/chocolate.....	188

LISTA DE BOXES

Box 01: Propriedades alimentares contidas em uma barra de 100g de chocolate.....	116
--	-----

LISTAS DE SIGLAS

APC – Associação dos Produtores de Cacau

AAI – Ano Agrícola Internacional

Abicab – Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados

AOC – Appellation d'Origine Controlée

APCFE – Associação dos Profissionais do Cacau Fino e Especial

APL – Arranjo Produtivo Local

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEPEA – Centro de Estudos em Economia Aplicada da Escola de Agronomia

CEPEC – Centro de Pesquisas do Cacau

CEPLAC – Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira

CIRAD – Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento

CNI – Confederação Nacional da Indústria

CPDA – Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade

CSA – Commodity System Approach

DO – Denominação de Origem

DOC – Denominação de Origem Controlada

DOP – Denominação de Origem Protegida

EC – Economia das Convenções

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EUA – Estados Unidos da América

FAO – Food and Agriculture Organization

FAO – Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação

FINEP – Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas

FMI – Fundo Monetário Internacional

FUNCEX – Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior

GAP – Good Agricultural Practice

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICCO – International Cocoa Organization

ICCO – Organização Internacional de Cacau

IG – Identificação Geográfica

IIED – Instituto Internacional para o Ambiente e Desenvolvimento

IPC – Instituto Pensar Cacau

IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário

MPE's – Micro e Pequenas Empresas

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

NO – Óxido Nítrico

OCDE – Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PAA – Programa de Aquisição de Alimentos

PAF-SAA – Programa Agroindústria Familiar da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Agronegócio.

Pnae – Programa Nacional de Alimentação Escolar

PNB – Produto Nacional Bruto

PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda

Pronaf – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

Pronat – Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais

Rais – Relação Anual de Informações Sociais

SA – Sistema Agroindustrial

Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UESC – Universidade Estadual de Santa Cruz

Unicamp – Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
Contextualização e Justificativa	16
Transformações do mundo rural	19
Hipótese ou realidade: o chocolate na Terra do Cacau	25
Procedimentos metodológicos.....	26
CAPÍTULO 1	30
Conceitos e fundamentos: entendendo o sistema agroalimentar cacau/chocolate	30
1.1. Sistema agroalimentar	31
1.2. Sistema agroalimentar e a gestão da qualidade	34
1.3. Micro e pequenas empresas – MPE’s	38
1.4. A agroindústria.....	41
1.5. A inovação e a qualidade no contexto das pequenas agroindústrias	45
1.6. Cluster : possibilidade da terra do cacau/chocolate.....	47
1.7. O mercado do cacau/chocolate.....	50
1.7.1. Qualidade e especificidades das amêndoas de cacau	64
CAPÍTULO 2	72
Suporte teórico ao novo paradigma das pequenas agroindústrias na Região Cacaueira	72
2.1. Quadro Teórico/Conceitual	73
2.2. A Nova Sociologia Econômica	76
2.3. A Teoria de Inspiração Schumpeteriana	79
2.4. A abordagem de Mark Granovetter.....	82
2.5. Teoria das Convenções (TC).....	86
2.6. Ploeg e a construção de novas alternativas viáveis e sustentáveis para o mundo rural – o caso europeu.....	87
2.7. Michael Porter: Capacidade competitiva	92
2.8. Nova Economia Institucional (NEI).....	102

CAPÍTULO 3	106
O cacau, a crise da vassoura-de-bruxa, a nova realidade: para um bom chocolate, um bom cacau.....	106
3.1. A crise da vassoura-de-bruxa	107
3.2. O cacau e o chocolate: A importância do cacau para o chocolate.....	112
3.3. O cacau na literatura e no turismo.....	118
3.4. O cacau fino ou de aroma.....	122
3.5. “Do cacau ao chocolate”: Do “Chão da roça a indústria”	129
CAPÍTULO 4	140
Conhecendo uma pequena agroindústria de cacau/chocolate	140
4.1. Contextualizando a pequena produção de cacau/chocolate.....	141
4.2. Da colheita do “chocolate”	143
CAPÍTULO 5	162
Do cacau ao chocolate: trajetórias e perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate no Brasil.....	162
5.1. Trajetória da agroindústria na “Floresta de Chocolate”	162
5.2. Quebrando paradigmas.....	168
5.4. Produtos e chocolates produzidos a partir das agroindústrias	187
5.5. O ambiente do cluster do cacau/chocolate na Região produtora de cacau da Bahia.....	188
5.6. Perspectivas futuras – O papel da qualidade e da inovação	194
CONSIDERAÇÕES FINAIS	199
REFERÊNCIAS	208

INTRODUÇÃO

Contextualização e Justificativa

Ao longo de sua trajetória histórica, a cadeia do agronegócio cacau/chocolate tem demonstrado sua importância econômica e social ao transformar as regiões produtoras, construindo uma cultura própria, como tem sido descrita por grandes nomes da literatura nacional e internacional.

A descoberta do cacau e do chocolate contribuiu para mudar a forma como o homem se relaciona com os alimentos. Notadamente pode-se perceber que poucos produtos alimentícios são tão apreciados como o chocolate. Intitulado como "Alimento dos Deuses" e objeto de desejo em diferentes continentes, países e culturas, ele conquistou uma legião fiel de consumidores cada vez mais numerosa.

No atual estado de grandes transformações sociais e ambientais marcado pela globalização, por um contínuo avanço tecnológico e por uma maior conscientização social, houve uma ampla evolução do sistema agroalimentar no mundo, inclusive em economias menos desenvolvidas. Por suas próprias características endógenas e, mais recentemente, pelas pressões ambientais e institucionais, esse sistema adaptou-se rapidamente à mudança, e vem evoluindo em um processo de constante aprendizado.

Nesse contexto, o sistema agroalimentar do cacau/chocolate caracteriza-se também pelo desenvolvimento de tecnologia e produção de inovações nas diversas etapas da cadeia produtiva, oferecendo, ao mercado mundial, produtos que atendem cada vez mais ao imaginário e às expectativas dos consumidores, disponibilizando uma gama de sabores, aromas, aplicações e formatos. Tanto a grande indústria alimentícia como as pequenas vêm buscando promover soluções inovadoras para todas as possíveis aplicações de derivados de cacau e chocolate.

Assim como todos os setores agroalimentares do país e do mundo, também a cadeia cacau/chocolate tem na gestão da qualidade uma questão de sobrevivência e não apenas uma vantagem competitiva. O estudo e os conceitos sobre gestão da qualidade servem de base para o diagnóstico das agroindústrias de cacau/chocolate estudadas, possibilitando a identificação de variáveis importantes para a presente análise.

Diante do cenário mundial cada vez mais demandante por chocolate e da representatividade e importância do produto no mundo moderno, a presente tese pretendeu analisar a trajetória e as perspectivas das micro e pequenas agroindústrias de cacau/chocolate no Brasil, que estão se estabelecendo nas regiões produtoras, setor que tem sido apontado por órgãos governamentais, associações de produtores e também em debates acadêmicos como promotor de desenvolvimento local e ator estratégico para a reestruturação das regiões produtoras, com destaque para a zona cacauífera baiana, que vem buscando soluções para o enfrentamento de, talvez, a mais nociva e duradoura crise de que se tem registro na cacauicultura brasileira.

A principal região produtora do país, a Região Sul da Bahia¹, com o cacau exerceu por muitos anos, papel preponderante no desenvolvimento de seu estado. Mesmo na atualidade ainda exerce papel de destaque no setor agroindustrial, apesar do desequilíbrio ainda em curso. O cacau que, historicamente, enraizou-se na construção da sociedade dessa zona produtora, mantém-se, ainda hoje intrinsecamente ligado a todos os fenômenos sociais, culturais e econômicos da Região Cacauífera Baiana².

Desde os anos 50, as principais processadoras mundiais da amêndoa se instalaram nessa Região, oportunizadas por uma expressiva produção da *commodity*, figurando como maior produtora de cacau do mundo e importante exportadora de massa e manteiga de cacau. Entretanto, somente nos últimos anos, diferentemente de outras culturas, foram surgindo as primeiras pequenas agroindústrias de cacau/chocolate com localização territorial na região produtora.

Ao analisar o ambiente da pequena e média empresas de chocolate no Brasil, verifica-se que as regiões onde a industrialização do chocolate artesanal se estabeleceu como importante atividade econômica não correspondem às regiões produtoras de cacau. O processo de industrialização incorporado por essas pequenas indústrias concentra-se na aquisição dos principais insumos, massa e manteiga de cacau, das grandes moageiras (processadoras), que se localizam nos estados produtores.

¹Região Sul da Bahia: espaço geográfico situado ao sul do território baiano, onde se desenvolveu grande parte da atividade cacauífera do país, composta por 56 municípios, sendo os mais representativos dessa região Itabuna e Ilhéus. Incorpora toda a microrregião de Ilhéus-Itabuna (população foi estimada em 2007 pelo IBGE em 1.081.347 habitantes e está dividida em 41 municípios. Possui uma área total de 21.308,944 km². É a microrregião com mais cidades em toda Bahia), e pertencente à mesorregião Sul Baiana.

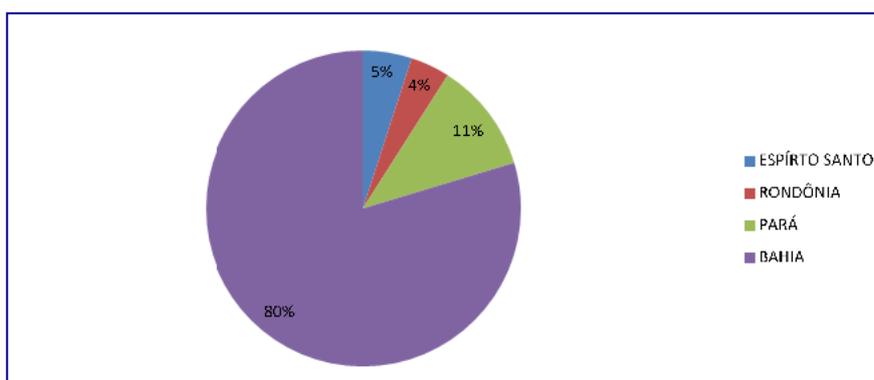
² Região Cacauífera da Bahia: assim denominada por diversos autores em decorrência de sua histórica produção de cacau, e por seu peculiar sistema de produção de cacau – Sistema Cabruca. A região esta inserida geograficamente na Região Sul da Bahia.

Diversamente do previsível, constatou-se que uma dinâmica e bem estruturada aglomeração de pequenas indústrias de chocolate tornou-se realidade no sul do País, região bastante distante das principais regiões produtoras.

Como explicar ou mesmo justificar o não surgimento de um grupo ou de um *cluster* de pequenas agroindústrias de cacau/chocolate na principal Região Cacaueira do País, principalmente por se tratar de importante polo turístico³ do Estado, com potencialidades amplas para o consumo de produtos com identidade local, exclusivos e de qualidade? O mesmo fenômeno, isto é, o não aproveitamento das oportunidades, também se encontra nas demais regiões produtoras no país. Ao final dos anos 90, nenhum arranjo produtivo local (APL) havia sido desenvolvido para incentivar a verticalização da produção, com vistas à geração e agregação de valor para os pequenos agricultores.

Somente a partir de meados da última década este cenário começou a ser reescrito. Em levantamento realizado em 2012, foram localizadas nas principais regiões e estados produtores de cacau no País: Sul da Bahia, Espírito Santo, Pará e Rondônia (Fig. 01), as primeiras agroindústrias de cacau/chocolate de pequena escala, gerando agregação de valor à propriedade rural, a partir de inovações no contexto da cadeia, desde a configuração deste novo ator – as PMEs agroindustriais que produzem o chocolate a partir do seu próprio cacau, da sua própria amêndoa, passando pela produção de novos produtos, novas formas organizacionais e tecnologias de produção, permitindo a integração de toda a cadeia produtiva em suas plantas.

Figura 01: Brasil – Maiores produtores de cacau por estado



Fonte: A autora, baseada em dados da CEPLAC, 2012.

³ No espaço geográfico do sul da Bahia encontram-se importantes destinos turísticos, como Ilhéus “terra da Gabriela”, Itacaré, “paraíso do surf”, Barra Grande (península de Marau e baía de Camamu), Una, “Ilha de Comandatuba”, destinos de consumidores de poder aquisitivo expressivo, além de Porto Seguro e demais municípios do entorno.

Para o desenvolvimento da presente análise no contexto das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate, trajetória e perspectivas no Brasil, tornou-se necessário o entendimento de uma premissa básica que permeia os fundamentos da presente pesquisa: “para a produção de um bom chocolate é necessário um bom cacau”. Com tal argumento, tornou-se imprescindível elaborar em primeiro plano, uma análise dos principais componentes e enfoques para a compreensão de toda a cadeia agroalimentar do cacau/chocolate.

Transformações do mundo rural

A sociedade contemporânea, bem como a economia mundial, vêm sendo marcadas por transformações efetivas nos mais diversos aspectos, desde mudanças tecnológicas nos processos produtivos, até as estruturas de mercado ou a organização social. A busca por oportunidades para o alcance de resultados sustentáveis, neste cenário globalizado, vem justificar a procura incessante, de organizações e territórios, por soluções inovadoras.

O fenômeno da globalização, ao contrário daquilo que se poderia pensar à primeira vista, vem justamente reforçar a importância do desenvolvimento local, apontando para a necessidade de formação de identidades e de diferenciação de regiões e de comunidades.

O debate contemporâneo possibilita a construção de “novos olhares” sobre as transformações do mundo rural, tendo como eixo central a afirmação de que o rural permanece uma categoria pertinente à análise das sociedades modernas. As pesquisas e os exames sobre as relações entre o mundo rural e o mundo urbano, além das transformações da agricultura e dos novos contornos da ruralidade, permeiam o debate sobre o desenvolvimento local e o alcance da competitividade para a pequena agroindústria no país (PLOEG, 2008).

As transformações do mundo rural têm levado diversos autores a reflexões sobre a superação da “dicotomia urbano-rural”, que se constitui na oposição de extremos: da completa urbanização a um renascimento do rural (VEIGA, 2006; GRAZIANO DA SILVA, 1996). As análises se fundamentam em evidências recentes, tanto sobre novas formas de urbanização, quanto sobre novas formas de valorização dos ecossistemas menos artificializados, apontando que, na atual etapa da globalização, a

ruralidade dos países avançados não só não desapareceu, como um novo paradigma está sendo alicerçado. Esta é a hipótese que parece decorrer tanto da revisão da produção científica sobre o assunto, quanto da observação das mudanças institucionais, principalmente no âmbito das políticas públicas.

Desde os anos 1980, a perspectiva da emergência de uma nova ruralidade está em curso no debate nacional e internacional: pesquisadores vêm estudando elementos que permitem repensar a importância, as especificidades e as particularidades do mundo rural (WANDERLEY, 2000; VEIGA, 2006; GRAZIANO DA SILVA, 1996). Nesse contexto é que se observa o uso de algumas designações, tais como: a emergência de uma nova ruralidade, o renascimento do rural, a valorização do meio rural, entre outros, criando até mesmo novos paradigmas mercadológicos, como os conceitos de *fair trade*, indicação geográfica e produção orgânica.

No centro desta análise encontra-se a capacidade do meio rural, no contexto de uma economia agroindustrial, de construção de parâmetros próprios de atuação e análise para a condução de um desenvolvimento rural sustentável. Está em curso uma nova visão do rural, que propõe concepções inovadoras das atividades produtivas e, especialmente, uma nova percepção do “rural” como patrimônio a ser usufruído e a ser preservado (LEITE e DELGADO, 2011). Especificidades nacionais e regionais e formas de resistência de grupos e territórios à universalização constituem-se elementos estratégicos para o debate, o que possibilitou, à presente análise, buscar nos autores da Sociologia Econômica aportes inspiradores e justificantes.

Outro conceito que tem sido cada vez mais utilizado, principalmente para a análise da pobreza, é a chamada “nova ruralidade”, que se refere às transformações experimentadas pelo setor rural, em grande parte como consequência dos processos de globalização e também pela implementação de políticas neoliberais (WANDERLEY, 2000; GRAZIANO DA SILVA, 1996). Transformações mais significativas referem-se à crescente pluriatividade de exploração das propriedades de famílias de pequenos agricultores, as quais estão envolvidas numa crescente variedade de atividades, não só no âmbito do próprio espaço rural, mas também nas rurais não agrícolas, tais como artesanato, indústria, comércio e turismo.

Organismos internacionais como a OCDE⁴ destacam a importância do tema, com estudos sobre as dimensões do desenvolvimento territorial. Programas de pesquisa, já no final dos anos 1970, chamavam a atenção para a noção de “distrito agroindustrial”, discutindo a competitividade das empresas e os processos de inovação à luz de conceitos como “redes”, “meios inovadores” e “efeitos de proximidades” como indicativos de um desenvolvimento rural sustentável.

Os mercados, assim como os territórios, não são entidades constituídas naturalmente. Eles são o resultado de formas específicas de interação social, da capacidade dos indivíduos, das empresas e das organizações locais em promover ligações dinâmicas, propícias a valorizar seus conhecimentos, suas tradições e a confiança que foram capazes de, historicamente, construir (ABRAMOVAY, 2002).

Diversos estudos convergem no sentido de caracterizar o meio rural de acordo com alguns atributos básicos que postulam um valor cada vez mais significativo para as sociedades contemporâneas em razão de sua relação com a natureza. Nesse sentido, ruralidade supõe o contato muito mais imediato dos habitantes locais com o meio natural do que os dos centros urbanos, e também que o próprio crescimento e a interiorização das grandes e médias cidades abrem oportunidades de novas atividades e de valorização dos atributos do meio rural. O dinamismo rural depende também da renda urbana, sobretudo da que se volta para o aproveitamento das virtudes mais valorizadas no meio rural, como a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida. O pressuposto aí é que o meio rural justamente não deve se “urbanizar”, mas que ele tenha, ao mesmo tempo, um conjunto de organizações que planejem o aproveitamento econômico de atributos que os mercados convencionais dificilmente serão capazes de revelar.

O agronegócio brasileiro tem estado num momento extremamente favorável diante do mercado mundial. E a tendência é que esse cenário permaneça pelos próximos dez anos. Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o Brasil será o país com maior crescimento na produção agropecuária mundial⁵, com taxa média

⁴ Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico, organismo internacional de 31 países que aceitam os princípios da democracia representativa e da economia de livre mercado. <http://www.oecd.org/>, <http://www.oecd.org/employment/emp/45282661.pdf>, capturado em 12/02/2013.

⁵ Fonte: Coordenadoria Geral de Estudos e Informações Agropecuárias da Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Disponível em: http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Ministerio/Plano%20Agr%C3%ADcola%20e%20Pecu%C3%A1rio/Plano_agricola_e_pecuario2011-12.pdf

anual de 2,7%, ficando à frente da Ucrânia, Rússia e China. Sua produção agropecuária está entre as mais prósperas do planeta. A safra 2010/2011 levou o País a um novo recorde na produção de grãos: 161,5 milhões de toneladas. O resultado situou-se 8,2% acima da safra anterior, com variação positiva de 3,8% na área plantada e de 4,2% na produtividade. Tal desempenho coloca o País entre os mais competitivos do mundo, com capacidade de atender ao aumento da demanda por alimentos. O Brasil já é um dos principais fornecedores de proteínas no mercado internacional de alimentos, destinando o excedente de sua produção a 215 destinos do globo (Op. Cit.).

Outrossim, o pequeno produtor rural vive hoje no país uma nova realidade. Embalado pelo sucesso do agronegócio brasileiro e por contínuas conquistas provocadas pela construção de políticas públicas especialmente formuladas para o setor, o campo passa por avanços sociais e econômicos significativos. À aposentadoria rural, que garantiu renda aos mais pobres, somaram-se, na última década, as transferências do programa Bolsa Família⁶, além de políticas públicas estabelecidas no sentido de criar facilidades de acesso ao crédito para modernização de suas propriedades e agregação de valor a sua produção.

Depois de anos de marginalização, a partir dos anos oitenta, os pequenos produtores começaram a receber facilidades no acesso ao crédito e, ainda que com restrições, o dinheiro chega a esses produtores. Entretanto, a falta de conhecimento e competências necessária para administrá-lo tem levado a resultados aquém do esperado, apontando para um aumento do endividamento no meio rural. Problemas estruturais graves ainda permeiam o cenário onde está inserido o pequeno agricultor, indo desde precárias condições de escoamento até a deficiência educacional, de serviços de saúde, pouca acessibilidade à informação, e disfunções burocráticas graves no âmbito do Estado.

Todavia, avanços importantes estão ocorrendo. O aumento do emprego, no campo e na cidade, ampliou-lhes a perspectiva de melhoria de vida, conquistada a partir do mercado. Os programas de assentamento de famílias camponesas e programas de regularização fundiária iniciados nos governos de Fernando Henrique Cardoso e de Luiz

⁶ Bolsa Família: O Programa Bolsa Família (PBF) é um programa de transferência direta de renda que beneficia famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza em todo o País. O Programa foi instituído pela Lei no.10.836/04 e regulamentado pelo Decreto no. 5.209/04. <http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>, capturado em 12/02/2013.

Inácio Lula da Silva também contribuíram para construir esta nova realidade, ainda que incompleta, das populações mais carentes da área rural.

Não resta dúvida de que os programas assistenciais implantados pelo governo federal melhoraram as condições de vida dos setores mais carentes da sociedade, mas são providências conceituadas como emergenciais, e programas que criem condições das populações viverem de seu trabalho e de sua competência profissional urgem, para que um desenvolvimento mais humano e sustentável se concretize.

As pequenas agroindústrias, neste contexto, buscam oportunidades para construir vantagens competitivas, aproveitando-se das especificidades do mundo rural, construindo suas próprias capacidades de inovar e competir, possibilitando a promoção de desenvolvimento local através da reestruturação produtiva e inserção dos pequenos produtores rurais em mercados nacionais e internacionais (WILKISON, 2002). Suas especificidades e os diferenciais próprios de suas localidades e culturas agrícolas constituem-se em atributos que o mercado, hoje, busca e valoriza.

As pesquisas acadêmicas mais recentes têm apontado para o reconhecimento de que o desenvolvimento sustentável poderá ser possível se os pequenos produtores rurais agregarem valor a sua produção introduzindo elementos inovadores (ABRAMOVAY, 2003; VEIGA, 2004; WILKINSON, 2002; LIMA e WILKINSON, 2002). Tais novidades podem constituir-se, também, como vetor de ganho de competitividade para a maior inserção das MPEs agroindustriais. A inovação e o conhecimento estão sendo colocados cada vez mais visivelmente como elementos centrais da dinâmica da economia rural.

Considerando a bibliografia pesquisada, a promoção do empreendedorismo entre os produtores rurais aliada à busca de diferenciais competitivos podem se constituir em uma das alternativas para aumentar o conhecimento dos mesmos, necessitando que as políticas públicas evoluam com as demandas presentes do campo. O acesso ao mercado e à comercialização constitui-se em um dos principais gargalos para o setor. A escolha do mecanismo de comercialização envolve ações que sejam adequadas à pequena escala, indo desde a qualificação do trabalho e o relacionamento com fornecedores, clientes e prestadores de serviços, até o entendimento de quais são as estratégias competitivas a serem utilizadas para o alcance de resultados superiores (PORTER, 2002).

Abramovay (2003) defende que o fortalecimento do empreendedorismo de pequeno porte, principalmente de pequenos produtores, pode ser a forma mais eficiente para reduzir, significativamente, as dificuldades encontradas por estes produtores rurais. Para o autor, a vitória sobre a pobreza depende, antes de tudo, do aumento da capacidade produtiva e da inserção desta produção em mercados dinâmicos e competitivos, e em condições de disputa de mercado.

Lima e Wilkinson (2002) apontam que o atual desafio para o desenvolvimento das MPEs agroindustriais brasileiras passa por alternativas tecnológicas adaptadas à produção de pequeno porte, à construção de conhecimento necessário para a viabilização de processos de gestão e de organização da produção, e à diferenciação de produtos e mercados, possibilitando a seus atores acompanhar o nível de inovação e de padronização tecnológico exigido por novas formas de organização dos processos produtivos, estruturados em padrões de demanda globalizada.

Nessa perspectiva de necessidade de alternativas inovadoras e competitivas, também se inserem as regiões produtoras de cacau no Brasil, principalmente a Região Sul da Bahia por ter sua economia enormemente vinculada ao cacau, e por ser responsável pela maior parte da produção nacional dessas amêndoas.

O setor agroindustrial cacau/chocolate no País passa hoje por uma verdadeira revolução tecnológica. As diversas crises registradas ao longo da história da cacauicultura contribuíram para que, desde o início do século XXI, ocorresse uma incessante busca por inovações por parte dos produtores, pesquisadores e gestores públicos. O desenvolvimento de soluções para a recuperação da economia do agronegócio cacau/chocolate exige esforços no sentido de acompanhar o processo de modernização agrícola que vem ocorrendo em todo o território nacional, demonstrando a importância do setor e as suas implicações na dinâmica do desenvolvimento capitalista brasileiro.

Nas mudanças e inovações que vêm ocorrendo no âmbito da produção cacau/chocolate, alguns indicadores já apontam para novos formatos de parcerias e negócios que conduzem ao que Wilkinson (2008, pg.47) chamou de “noção de heterogeneidade das formas organizacionais dentro do mesmo espaço econômico como uma alternativa a economias de escala”, bem como a uma segunda questão, que tem levado pequenos e médios produtores, e a própria agricultura familiar, a irem em direção a mercados baseados na construção de “novos valores, redes e instituições”.

Diante dos cenários descritos acima, os capítulos seguintes têm a finalidade de esclarecer conceitos e princípios norteadores da presente análise, possibilitando o aprofundamento sobre a trajetória e as perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate, sua capacidade de inovação e competição no atendimento aos novos paradigmas do consumo contemporâneo e ao atendimento da nova dinâmica da gestão de qualidade.

Hipótese ou realidade: o chocolate na Terra do Cacau

A nossa análise, portanto, busca identificar respostas focadas em parâmetros estratégicos que venham auxiliar essas pequenas agroindústrias de cacau/chocolate do País a identificar capacidades de inovação e competição para o alcance de resultados superiores. A produção de conhecimento sobre a trajetória e as perspectivas para o setor constituiu-se no principal interesse da presente tese.

Muito mais que uma hipótese, o chocolate, na terra do cacau, representa uma realidade. As pequenas agroindústrias que estão surgindo nas regiões produtoras veem se constituindo em alternativas para modernização desse sistema produtivo, propiciando a construção de um desenvolvimento local inovador apoiado na sustentabilidade. Esse novo movimento no mercado do cacau/chocolate deve atender aos padrões de gestão de qualidade exigidos, implicando em uma visão sistêmica, buscando introduzir produtos que atendam a mercados exigentes, diferenciados e pouco suscetíveis à economia de escalas, bem como fortalecer as formas associativas de organização e gestão.

A partir da grande crise da “vassoura-de-bruxa”, observa-se, nas regiões produtoras, um processo de alternativas de reestruturação que vem transformando o sentido e o significado desses territórios. O cenário expõe diferentes atores, processos e instituições, numa ruralidade conflitada, diferenciada, que busca mecanismos de melhoria na articulação de relações, ao tempo em que intensifica processos de modernização e busca de oportunidades.

Frente a esses cenários, os atores locais vêm demonstrando a percepção da necessidade de se organizar e implementar iniciativas de mobilização, incluindo desde agricultores familiares e produtores desestabilizados pela crise, até uma diversidade de atores, como pesquisadores e gestores públicos, dando origem, por meio de laços fortes e fracos (GRANOVETTER,1973), a redes e estruturas sociais, mesmo que ainda se

observem entraves culturais ligados a uma monocultura cujo passado propiciou o isolamento desses atores sociais.

É possível perceber, ainda, que as experiências atuam dentro dos limites e possibilidades dadas por um ambiente institucional (NORTH, 1990) mais amplo que a escala nas quais as experiências foram implementadas. Essas condições institucionais são dadas, principalmente, embora não unicamente, pelas políticas públicas, dentre as quais se podem citar diferentes linhas do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), Programa Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (Pronat), Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae), da escala nacional, e o Programa Agroindústria Familiar da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Agronegócio (PAF-SAA/RS) da escala estadual, Programa de Apoio à Inovação e apoio às MPEs no País.

Procedimentos metodológicos

Para a construção dos fundamentos pertinentes aos objetivos da tese, as pesquisas foram desenvolvidas, primeiramente, por uma abordagem qualitativa, por se tratar de levantamento e análise de documentos e informações subjetivas que envolvem questões sociais, políticas, históricas e escolhas econômicas contextualizadas pelo entendimento de interesses e significados, além de recursos e capacidades.

Também a abordagem quantitativa foi utilizada com o intuito de auxiliar na apresentação dos dados sistematizados ou ainda empreender maior visibilidade a determinados aspectos e indicadores relevantes à reconstrução de contextos socioeconômicos.

Além das abordagens citadas acima, desenvolveu-se pesquisa descritiva e explicativa (GIL, 2010) como suporte, primeiro à descrição das características dos elementos de desenvolvimento elencados, depois buscando também explicitar possíveis relações entre os indicadores analisados. De acordo com Gil (2010, p. 28), as pesquisas do tipo explicativo têm “como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Estas pesquisas são as que mais

aprofundam o conhecimento da realidade, pois têm como finalidade explicar a razão, o porquê das coisas”.

Como acima colocado, constitui objeto de análise compreender as relações que perfazem e caracterizam as novas dinâmicas construídas por essas pequenas agroindústrias implantadas nas regiões produtoras de cacau como alternativas inovadoras de desenvolvimento. As respostas a esses questionamentos foram construídas também à luz das percepções dos atores envolvidos diretamente na promoção da cadeia.

Utilizou-se como importante fonte de informação a pesquisa bibliográfica realizada em livros, artigos, monografias, dissertações e teses. Concomitantemente à pesquisa bibliográfica, realizou-se pesquisa documental em planos, programas, projetos e relatórios, oriundos de ministérios, empresas de pesquisas, universidades, grupos de estudos. De acordo com Spink e Menegon (2004, p. 283), os “documentos de domínio público são produtos em tempo e componentes significativos do cotidiano, complementam, completam e competem com a narrativa e a memória”.

A pesquisa bibliográfica também se fez útil para delimitar as abordagens teóricas centrais que nortearam a proposta desta pesquisa. Fontes secundárias, como jornais e revistas especializadas, foram utilizadas contribuindo com a visão do mercado no apontamento de tendências e expectativas.

No procedimento concernente à pesquisa exploratória, realizada nos períodos de 2011 e 2012, objetivou-se estabelecer um aprofundamento com a temática, buscando verificar a disponibilidade de dados, coletar indicadores, dialogando com todos os setores que compõem a cadeia, desde os representantes do poder público a gestores de cooperativas, produtores e demais atores da cadeia agroalimentar do cacau/chocolate.

A pesquisadora participou de todos os eventos, científicos ou não, aos quais teve acesso, sobre o tema cacau, cacauicultura e, ou chocolate ocorridos nos anos de 2011 e 2012, além de ter ido ao *Salon du Chocolat* em 2011, em Paris/FR, e em 2012, em Salvador/BA. Com o intuito de aproximação com os atores, foi possível estabelecer diálogos extra entrevistas, além de participar de debates com pesquisadores de renome internacional, como Philippe Bastide, pesquisador do CIRAD, Chloe Roussel, consultora internacional de chocolate e uma das maiores autoridades no assunto, Mirian Rocha Pinkowski Brasil/Alemanha, consultora em gastronomia, e Priscilla Efrain,

pesquisadora UNICAMP, entre outros. Utilizou-se também troca de informações via correspondência eletrônica, o que facilitou o contato, apesar das distâncias.

Na construção de conhecimentos, realizou-se um estudo analítico junto às pequenas agroindústrias recentemente instaladas nas regiões produtoras de cacau, através de visitas *in loco*, participação e observação em eventos de interesse e com a presença dessas agroindústrias, além de entrevistas com os especialistas, acadêmicos ou não, que se constituem como atores integrantes dessa cadeia. Através de visitas programadas às agroindústrias de cacau/chocolate em funcionamento (06 unidades na Região Sul da Bahia e uma no Pará), de acordo com os objetivos da pesquisa, as entrevistas foram semiestruturadas e intencionais. Também foram realizadas entrevistas no contexto do universo de atores “ativamente” envolvidos na construção desse novo paradigma, capazes de “pensar” o vetor de desenvolvimento ou reivindicar ações não apenas compensatórias, mas de fomento, expansão e consolidação. Nesse sentido, definiu-se as seguintes categorias para a seleção de entrevistados: a) Pesquisadores e Gestores da CEPLAC, da CAR, e Secretaria de Agricultura do Estado; b) Representantes das Associações e Cooperativas ligadas ao setor; c) Pesquisadores da UESC (com concentração de estudos na área e capacitados a colaborar com o tema desta pesquisa em específico); d) e Produtores (produtores da agricultura familiar, pequenos e médios com participação assídua nos fóruns e congressos assistidos pela pesquisadora). As áreas de formação não serão explicitadas para evitar artifícios de associação e dedução dos nomes dos respondentes, visando assegurar o anonimato. As entrevistas foram construídas com perguntas direcionadoras semelhantes, em função das questões que precisavam ser identificadas para compor o universo de percepções acerca da consolidação de um arranjo produtivo para a agroindústria cacau/chocolate, visando ao desenvolvimento local.

Em relação à realização das entrevistas, vale ressaltar o interesse dos entrevistados em colaborar com a pesquisa, o entendimento de quanto é necessária a construção de parâmetros científicos para o momento que vive o cacau brasileiro. Outro esclarecimento importante é que os indivíduos entrevistados foram informados acerca dos propósitos da pesquisa, da condição de anonimato e que participar, bem como responder a todas as questões, era facultativo.

A análise das entrevistas foi centrada na identificação de elementos convergentes e contraditórios para compor a complexidade das percepções dos atores

acerca dos rumos do desenvolvimento local, percepções estas que influenciam suas atitudes e seu posicionamento frente às alternativas e oportunidades nas regiões produtoras de cacau, e as possíveis formas de verticalização, em especial a Região Sul da Bahia, a maior e mais atingida pela crise da “vassoura”. Mesmo buscando alternativas fora do âmbito da economia do cacau, como o turismo, prestação de serviços, polo educacional, polo prestador de serviços na área de saúde, de informática, ainda tem no produto cacau importante vetor econômico e vetor ambiental estratégico, o que tem impulsionado esses atores a buscar, também, alternativas viáveis para agregar valor ao negócio cacau, e agora, chocolate.

Para realização deste trabalho, optou-se pela divisão em cinco capítulos, seguidos de considerações finais e além dos demais elementos pré e pós-textuais necessários. O Capítulo 1 concentra-se na conceituação e construção de fundamentos para o entendimento do sistema agroalimentar cacau/chocolate, introduzindo o leitor em temáticas essenciais para o entendimento do objeto da pesquisa, indo desde a formulação de conceitos de sistemas agroindustriais e agroalimentares, MPEs, as agroindústrias e o debate de certificações e padrões, bem como na contextualização do agronegócio cacau/chocolate com a dinâmica de seu mercado no País e no mundo. O Capítulo 2 compreende o quadro teórico/conceitual de suporte ao novo paradigma das pequenas agroindústrias na Região Cacaueira, buscando, na Sociologia Econômica e nos debates de Porter sobre capacidade competitiva, apoio para fundamentar nosso trabalho. O Capítulo 3 convida o leitor a percorrer o mundo peculiar, exótico e por vezes sofisticado que caracteriza o agronegócio cacau/chocolate, caminhando por sua história, suas crises, sua interface com a literatura e o turismo, além de entender a importância do cacau para o chocolate. O Capítulo 4 relata todo o processo operacional de uma pequena agroindústria de cacau/chocolate: “do chão da roça ao chocolate”. Por fim, o Capítulo 5 debate a trajetória e as perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate instaladas nas regiões produtoras, apontando para as inovações que estão ocorrendo nessa nova cadeia produtiva.

CAPÍTULO 1

Conceitos e fundamentos: entendendo o sistema agroalimentar cacau/chocolate

A proposta do presente capítulo concentra-se na introdução do leitor a temáticas essenciais para o entendimento do objeto da pesquisa, indo desde a formulação de conceitos de sistemas agroindustriais e agroalimentares, MPEs, e as agroindústrias e o debate de certificações e padrões, até a contextualização do agronegócio cacau/chocolate com a dinâmica de seu mercado no País e no mundo. Dadas a complexidade e heterogeneidade do ambiente que um Sistema Alimentar engloba, a pesquisa buscou centrar-se apenas nos aspectos mais relevantes para explorar os temas da tese.

1.1. Sistema agroalimentar⁷

No momento em que a política econômica brasileira tem privilegiado o modelo agroexportador, a agroindústria e a agricultura constituem-se num importante objeto de análise por parte do governo, universidades e organismos de pesquisas, interessados em explicar e apontar novas possibilidades de desenvolvimento para o setor.

Políticas públicas e programas de investimentos vêm procurando popularizar tecnologias visando estimular a integração indústria-produtor rural. A agroindústria brasileira vem dependendo, cada vez mais, no âmbito de sua própria sobrevivência, do incremento e da absorção da tecnologia, capazes de torná-la mais competitiva.

A partir dos enfoques de *commodity system approach* (CSA) e de *filière*, construiu-se o conceito *agribusiness*, ou “agroindústria” assim como o do “*agrobusiness*” que se constituem em unidades fundamentais, “unidades-ativas” (Perroux, 1981, p 96 e 97), para orientar o produtor rural enquanto agente do desenvolvimento rural, articulando a agricultura com a economia como um todo, possibilitando o entendimento de qual será a estrutura das unidades produtivas rurais (incluindo também as regiões cacaeiras) e o tamanho de área explorada que mais favorece o desenvolvimento.

Um Sistema Agroindustrial (SA), segundo Oetterer (2002), corresponde a um complexo que engloba todas as atividades ligadas, direta ou indiretamente, à obtenção do produto e à utilização das matérias-primas agropecuárias, inclusive a área de insumos e também de todo o setor governamental que se relaciona com este sistema.

Wilkinson (2002), citando Toledo no debate sobre a qualidade no caso das cadeias agroindustriais, destaca que o autor introduz a noção de “cadeias agroindustriais e ou agroalimentares”, que se refere ao entendimento de complexo agroalimentar:

“... Até então o foco das discussões de gestão, embora adotando uma visão sistêmica, tinha sido fundamentalmente a empresa. No caso dos alimentos, porém, a qualidade é impensável fora de uma visão que abrange todos os elos da cadeia de produção. Num contexto de desregulamentação e de globalização dos mercados, acompanhado pela crescente desverticalização da produção com base em estratégias de

⁷ Vários termos são utilizados na literatura especializada, revelando conceitos similares: desde o termo inglês “agribusiness”, como complexo rural, complexo agroalimentar, sistema agroindustrial, sistema agroalimentar, cadeia produtiva, *filière* e, por vezes, *cluster*.

outsourcing, as questões da coordenação inter-empresas da qualidade nos estudos de cadeias agroalimentares têm assumido uma importância muito grande” (WILKINSON, pg. 42, 2002).

O Sistema Agroindustrial, segundo Zylberstzain (2000), “vai desde o desenho de políticas públicas até arquiteturas de organizações e formulação de estratégias corporativas”. Envolve como denominador comum, a percepção de que as relações verticais de produção, ao longo das cadeias produtivas, devem servir de balizador para formulação de estratégias empresariais e políticas públicas.

O SA engloba indústrias de insumos, produção agropecuária, indústria de alimentos, organismos de pesquisas e sistema de distribuição. O autor se apropria do termo cadeia para definir sistema agroindustrial, visto que todos os conceitos devem ser utilizados para corroborar um maior entendimento do sistema agroalimentar.

Por suas próprias características endógenas e, mais recentemente, por suas relações ambientais e institucionais, esse sistema adaptou-se rapidamente à mudança, e vem evoluindo em um processo de constante aprendizado. Poder-se-ia dizer que a teia de relações complexas que se formam em torno dos sistemas de agronegócios é muito adequada aos tempos de grande incerteza e imprevisibilidade, onde informação, associações e redes se formam com vistas à sobrevivência em um mundo cada vez mais competitivo e seletivo.

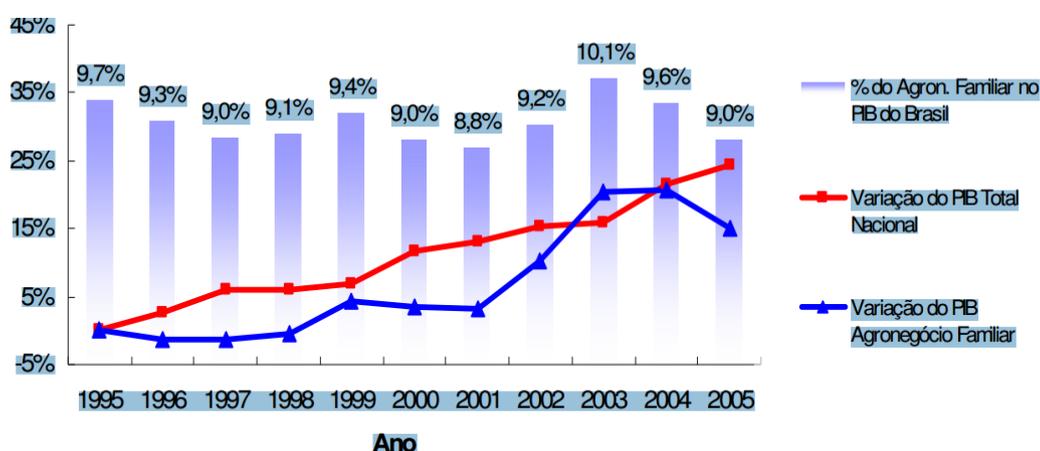
Em artigo publicado pelo CEPEA⁸-ESALQ/USP, sobre a competitividade do agronegócio, se destaca a importância do setor no Brasil, especialmente porque representa cerca de 30% do PIB, 35% do volume de emprego da população economicamente ativa e 40% das exportações. E de acordo com a previsão de analistas, a demanda mundial por alimentos, no período 2010 a 2020, será explosiva, e a expectativa de preços reais agrícolas em patamares iguais ou superiores aos atuais garantirão produção agrícola e renda crescentes e, na sua esteira, crescimento econômico no setor por pelo menos uma década, independente de crises mundiais localizadas. Este novo olhar sobre a agricultura e a compreensão da importância social e econômica do setor para o País estão sendo decisivos para impulsionar a pesquisa agrícola. O aumento da produtividade e competitividade no âmbito da sustentabilidade nacional se dará por meio da aplicação de tecnologia.

⁸ CEPEA - Centro de Estudos em Economia Aplicada da Escola de Agronomia da Universidade de São Paulo - ESALQ/USP - CEPEA <http://www.cepea.esalq.usp.br/pib/> capturado em 12/10/2011).

A participação das cadeias produtivas da agricultura de base familiar também tem posicionamento importante neste contexto de geração de riqueza no país, e de acordo com Guilhoto et. al,

“ O segmento familiar da agropecuária brasileira e as cadeias produtivas a ela interligadas responderam, em 2005, por 9,0% do PIB brasileiro, o que representa uma queda em relação a 2003, quando sua participação constituiu mais de 10% do PIB nacional (Fig. 02). Tendo em vista que o conjunto do agronegócio nacional foi responsável, em 2005, por 27,9% do PIB, é patente o peso da agricultura familiar na geração de riqueza do país. Ao longo do período analisado, aproximadamente um terço do agronegócio brasileiro esteve condicionado à produção agropecuária familiar” (GUILHOTO, et al. 2006).

Figura 02: Evolução do PIB do Brasil e do agronegócio familiar, com sua respectiva participação no total nacional, entre 1995 e 2005



Fonte: Guilhoto et. al. (2006).

Toledo e Batalha (2000) afirmam que a análise da cadeia de produção é especialmente adequada à problemática do sistema agroindustrial, permitindo, por meio de recortes verticais, sua segmentação fina e o entendimento da ação estratégica da empresa. Segundo o autor, a cadeia de produção agroindustrial pode ser dividida em três macros segmentos⁹ que nem sempre são identificados facilmente:

(1) Comercialização: envolve as empresas que estão em contato com o cliente final da cadeia, viabilizando, efetivamente, o consumo e o comércio dos produtos finais como, por exemplo, os supermercados; (2) Industrialização: envolve as empresas responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos destinados ao consumidor, como é o caso dos laticínios; (3) Produção de matérias-primas: representa as empresas

⁹ O autor não inclui, nesta divisão, o setor fornecedor de insumos, apesar de reconhecer sua importância.

fornecedoras de matérias-primas, para que outras empresas da cadeia possam avançar no processo de produção do produto final, como é o caso da pecuária de leite.

A agroindústria constitui-se como um dos mais dinâmicos segmentos da economia brasileira. Além de ser o setor responsável por parcela significativa das exportações do país, também proporciona a fixação do homem no campo, agrega valor ao produto agrícola e utiliza tecnologia e equipamentos que independem do setor externo. Para aumentar a competitividade do setor agroalimentar no Brasil, alguns autores, como Wilkinson e Zylberstajn, sugerem o estudo de *clusters*, que consistem num aglomerado econômico onde indústrias e instituições caracterizam-se por ter ligações particularmente fortes entre si, tanto horizontal como verticalmente.

1.2. Sistema agroalimentar e a gestão da qualidade

A competitividade e a sobrevivência dos sistemas agroalimentares no mercado estão intrinsecamente associadas a sua eficiência em gerar qualidade. Apesar da importância incontestável do setor agroalimentar para o país, o número de trabalhos acadêmicos que tratam da gestão da sua qualidade ainda é insuficiente, segundo Toledo e Batalha (2000).

Mesmo com o esforço do poder público na proteção do consumidor, exercendo para tanto um controle rigoroso sobre a qualidade final do produto, legislando normas de produção, distribuição e comercialização, os sistemas agroalimentares percebem que a qualidade não pode ser entendida somente como um atributo opcional, mas como uma questão de sobrevivência. Um problema de não qualidade, desde a utilização de um produto impróprio para o consumo humano, até a adequação das embalagens para a correta guarda deste produto, pode afetar, de maneira significativa, a imagem de uma marca consolidada no mercado e mesmo inviabilizar a permanência de novos entrantes, comprometendo-os definitivamente.

Admitindo que alguns fatores competitivos do sistema agroalimentar, como custo de mão de obra, características edafoclimáticas¹⁰, volume de terras cultiváveis, entre outros, são o grande foco dos debates e a preocupação da agroindústria nacional, as defasagens na gestão da qualidade em diversos setores, em especial aqueles ligados ao mercado interno, se constituem em critérios operacionais determinantes da competitividade de toda a cadeia.

Numa classificação proposta por Toledo (1997), as características de qualidade de um produtor agroalimentar, podem ser classificadas em duas categorias, referentes às: 1) Questões de sobrevivência: parâmetros e exigências ocultas, que se referem às propriedades nutricionais e aos padrões microbiológicos, ausência de substâncias nocivas e à sanidade do produto em geral; e 2) Questões de aceitabilidade: padrões de apresentação, ligados às características relacionadas às propriedades sensoriais e de apresentação, tais como sabor, forma, textura, estética, entre outros, conhecidas como propriedades organolépticas do alimento. A primeira questão diz respeito ao problema de ingestão de um produto não conforme, o que poderá colocar em risco a saúde do consumidor e afetar severamente a imagem da marca, e a segunda questão pode ocorrer quando um produto, mesmo sendo perfeito do ponto de vista de segurança não seja bem aceito pelos consumidores que, a partir de sua percepção, não apreciem o produto recusando-se a consumi-lo.

As características não podem ser separadas a partir de cada fase das cadeias alimentares, entretanto, a percepção sobre qualidade e segurança é diferente em cada uma das fases. Sendo a unidade de análise, pretendida neste trabalho, uma pequena agroindústria de cacau/chocolate, os esforços foram dirigidos para orientar as ações de gestão de qualidade possíveis a este elemento da cadeia de produção do chocolate a partir da própria amêndoa de cacau.

O fator que mais caracteriza o enfoque sobre qualidade nos mercados agroalimentares, certamente, é a certificação. Segundo Wilkinson (2005), “a certificação sinaliza uma qualidade diferenciada que separa o produto, que se beneficia

¹⁰ Os fatores edafoclimáticos são referidos como os mais importantes, não só para o desenvolvimento das culturas, como também para a definição de sistemas de produção. Ao proceder a análise, verifica-se que a planta capta energia solar (radiação) e necessita de água e nutrientes para manter o seu crescimento. Esses fatores ambientais são definidos principalmente por clima e solo.

da certificação da categoria à qual ela pertence”. A relação entre padronização e certificação se estabelece num sistema de complementaridade, desde quando, no caso da certificação, devam se definir atributos de qualidade mínima ou padrões para uma categoria de produtos.

Um processo de certificação constitui-se, no contexto das cadeias agroindustriais, como uma importante ferramenta para construir sistemas de qualidade. Significa sua sobrevivência, contribuindo não só para o atendimento de uma série de exigências legais, mas como fator essencial de agregação de valor aos bens e serviços produzidos. Envolve todas as etapas do processo produtivo, fornecedores de matérias-primas e funcionários da empresa em todos os níveis.

Para Toledo (2000), a qualidade e segurança de produtos alimentícios são duas dimensões inseparáveis em todas as fases da cadeia agroalimentar. A gestão da qualidade, nesse setor, deve incorporar as boas práticas de manufatura e higiene e a avaliação de riscos para garantir a qualidade e reforçar a segurança do alimento. Ferramentas como as normas de BPH – Boas Práticas de Higiene, as normas do sistema de qualidade - ISO 9000 (*International Organization for Standardization*), e o APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle constituem-se como instrumentos esclarecedores e norteadores para atingir os padrões mínimos de segurança e de qualidade para o setor (TOLEDO, 2001).

No que se refere às grandes organizações ligadas à produção de produtos agroindustriais, autores (GRAZIANO DA SILVA, 1996, WILKINSON, GOODMAN, SORJ, 2008) apontam para o modelo de internacionalização imposto por este setor, baseado em novos padrões de dependência, o que originou a exclusão de muitos produtores do processo agroindustrial, em face da incapacidade de atenderem às exigências de grande escala e de padronização de produtos e processos. Neste sentido, os padrões de qualidade para as pequenas agroindústrias estão diretamente ligados a sua capacidade de criação de tecnologias que possam capacitá-las para o enfrentamento das exigências de mercado, mas, ao mesmo tempo, adequadas a sua realidade e especificidades, construindo padrões e certificações próprias dos seus territórios.

Considerando a padronização e certificação ao produto cacau de qualidade (*flavour, premium, aroma*) e ao produto final, chocolate fino ou *gourmet*, ou outro padrão que indique qualidade ou características especiais, resultado da agroindústria

objeto desta análise, definem-se atributos imprescindíveis para o alcance de um reconhecimento pelo mercado, necessário na identificação de seu diferencial frente aos produtos lançados pela grande indústria mundial agroalimentar de chocolate. Prêmios de qualidade superior, níveis de pureza, atributos sendo estabelecidos para a definição de padrão de qualidade mínima, e a busca de agregação de novas estratégias de qualidade diferenciada, apoiadas em sistema de certificação como orgânicos, comércio justo, denominação de origem, *Rain Forest*, compõem o cenário atual deste novo movimento da cadeia do cacau/chocolate no País.

As mudanças de comportamento do consumo mundial e também nacional apontam para um interesse crescente dos consumidores por qualidade e segurança alimentar. Atributos como rastreabilidade, denominação de origem, transparência nos processos produtivos, bem como certificações ambientais possibilitam a identificação de oportunidades para a cadeia na inserção ao ambiente competitivo. A diferenciação de produtos, fruto de ações coletivas locais, por meio da criação de marcas geográficas como forma de valorizar os usos e costumes locais, aliada a uma estratégia mercadológica, pode proporcionar um importante diferencial competitivo para as pequenas empresas agroindustriais de cacau/chocolate.

Marcas, selos, certificações, indicações geográficas, entre outros, fazem parte do mecanismo de fortalecimento dos “laços fracos”, conceito introduzido por Granovetter (1973), e que será debatido com mais profundidade no próximo capítulo. Entretanto, para que isso ocorra, torna-se necessário que o consumidor consiga identificar, nos signos da qualidade, a informação por eles transmitida, porquanto o processo gere, se não houver clareza do atributo, uma fragilidade na crença da informação, contribuindo para o descrédito da marca/produto.

No caso específico dos territórios produtores de cacau, a região onde se encontra o município de Linhares/ES já é detentora de uma Indicação Geográfica (IG), estando o sul da Bahia em processo de certificação, assim como o município de Medicilândia/PA. Essas localidades buscam, nas certificações (indicações de origem, indicações geográficas), uma forma de proteger os produtores da apropriação do nome de origem e de evitar a “industrialização” dos produtos que carregam especificidades locais, seja nos processos de produção, nas características culturais, na diversidade dos frutos e na identidade de suas comunidades.

Por se tratar de valorização de atributos próprios, que em sua combinação são capazes de identificar produtos diferenciados, Niederle (2009), em recente debate sobre o mercado dos vinhos do vale dos Vinhedos, esclarece que este signo é uma oportunidade para a valorização de produtos locais/territoriais.

A diferenciação destes produtos encontra-se na valorização dos fatores físicos e humanos de um local. Sendo assim, este processo ocorre dentro de uma coletividade que carrega consigo tradições, valores, culturas, entre outras características em comum. Para Wilkinson (2008), há um investimento coletivo na construção de uma imagem para o produto e para o território.

Nesse contexto, a presente análise ressalta ainda a importância da Teoria das Convenções como suporte teórico, retratada com maior detalhamento nos próximos capítulos, tornando visíveis valores escondidos por trás das normas e técnicas dessas regiões produtoras de cacau, capazes de identificar foros de debate em torno de padrões como local privilegiado de negociação de interesses e valores (MAFRA, 2008), onde o conceito de convenção é utilizado para resolver os modos de coordenação de uma coletividade para as situações onde a decisão individual não é suficiente.

1.3. Micro e pequenas empresas – MPE's

Ainda no contexto do universo da análise, buscou-se identificar parâmetros de caracterização das MPE's brasileiras à luz de conceitos e publicações de entidades e organismos que analisam e orientam o setor. Dispor de critérios uniformes de classificação ou de definição do porte de uma empresa e, ou indústria (microempresa, pequena, média e grande empresa) é fundamental para o alinhamento da análise. Não obstante sejam utilizados vários critérios com esse fim no Brasil, ainda não se dispõe de um conceito que seja consensualmente utilizado por instituições bancárias, por programas governamentais de crédito e mesmo no âmbito da academia.

Dentre os vários critérios de identificação do porte das empresas adotados no Brasil, foram identificadas duas variáveis principais para a classificação de firmas por tamanho: o número de pessoas que trabalham com vínculo empregatício e a receita anual. A adoção de um critério único permitiria avaliar com maior precisão os volumes

de crédito que os mercados financeiros disponibilizam para as pequenas empresas, comparando a sua capacidade produtiva na economia, bem como medições mais precisas sobre a sua contribuição na geração de riqueza do País.

De acordo com o Estatuto da MPEs¹¹, o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos valores foram atualizados com o Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004, e, posteriormente, com a Lei Complementar nº 123/2006: Micro: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); Pequeno Porte: receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Apesar da legislação existente, alguns órgãos, como o BNDES¹², bancos públicos e privados e programas governamentais como o PROGER¹³, se utilizam de diferentes valores para a inclusão de uma empresa em determinada categoria, segundo estudo realizado por pesquisadores do IPEA¹⁴ junto a programas de financiamentos e bancos públicos e privados que dispõem de suas próprias normas para empréstimos. Para o PROGER, a micro empresa atingiria R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) e a pequena chegaria a R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões).

Em relação ao número de pessoas trabalhando nas empresas, a mesma pesquisa aponta que, como fontes principais de dados para esse tipo de levantamento, encontram-se as pesquisas estatísticas setoriais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os registros anuais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) sobre o número de trabalhadores nas empresas, contidos na Relação Anual de Informações Sociais (Rais), e os levantamentos das exportações, por porte das empresas, da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex) para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

¹¹ Fonte SEBRAE: capturado em 12/01/2013. Disponível em:
<http://www.leigeral.com.br/portal/main.jsp>

¹² Banco de Desenvolvimento Econômico.

¹³ Programa de Geração de Emprego e Renda (Proger), instituído em 1995, com recursos do FAT, para a concessão de crédito às MPEs, a micro empreendedores informais e a outros segmentos com dificuldades de acesso ao crédito, por meio de instituições financeiras oficiais federais.

¹⁴ Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas - Retirado do Livro: *Políticas de Incentivo à Inovação Tecnológica* de João Alberto De Negri e Luis Claudio Kubota (Editores) / Brasília, 2008.
http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5569:politicade-incentivo-a-inovacao-tecnologica&catid=162:presidencia&Itemid=2

Os critérios adotados na presente análise são os mesmos estipulados no estatuto da MPEs. Os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais enquadram-se na definição do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, onde o setor industrial também está alocado, bem como assim é considerado pelos setores governamentais e institutos de pesquisa. Os critérios do SEBRAE são os mesmos descritos na Lei das MPE's.

Buscando entender o comportamento das MPE's brasileiras frente às novas demandas, e percebendo a importância delas na economia brasileira, a Confederação Nacional da Indústria-CNI e o SEBRAE realizaram, em 2006, um estudo sobre os indicadores de competitividade, da indústria, aplicados a esse segmento. Os indicadores utilizados foram: qualidade, *design*, tecnologia, recursos humanos e infraestrutura. Os resultados percebidos apontaram para a ampliação da competitividade, indicando que as MPEs aumentaram o número de lançamento de novos produtos, que estão investindo mais na aquisição de máquinas e equipamentos, em pesquisa e desenvolvimento e na capacitação de seus empregados. Perceberam a importância do *design* e que a qualidade e os investimentos nessas áreas representam uma realidade. Outro atributo importante apontado na pesquisa refere-se ao aumento da agilidade e da eficiência no quesito pontualidade quanto aos prazos de entrega dos produtos, dado este que eleva o grau de competitividade da pequena empresa (CNI, 2006).

Entretanto, são empresas que necessitam de políticas específicas de apoio por possuírem um papel fundamental na redução da desigualdade regional, na geração de emprego e renda e na incrementação de inovações tecnológicas com visíveis impactos no desenvolvimento econômico e social do Brasil. O ganho de competitividade é fundamental para a maior inserção da pequena indústria, tendo em vista sua importância. Em conjunto, as micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 90% (noventa por cento) do número total de empresas formais, e por 57% (cinquenta e sete por cento) dos empregos totais (Op. Cit., 2006).

Por representar na cadeia cacau/chocolate um dos seus principais atores, torna-se necessário também caracterizar a pequena propriedade agrícola. O conceito de pequena e média propriedade rural encontra-se previsto na Lei 8629/93¹⁵ e estabelece

¹⁵ Segundo o Estatuto da Terra (Lei no 4.504/64), art. 4, a Lei no. 8.629/93 (reguladora do capítulo da Política Agrária da CF/88) dispõe, em seu artigo 4º, I que: “Imóvel rural — o prédio rústico de área

que a média propriedade rural seja aquela que conta com uma área superior a 04 módulos fiscais¹⁶ e inferior a 15 módulos fiscais, enquanto a pequena propriedade rural deve contar com uma área de até 04 módulos fiscais.

Mesmo a cacauicultura passando por crises, a pequena propriedade se mantém importante por representar o maior número de empresas em exploração nas regiões produtoras. Pelas características democráticas de exploração, a lavoura cacaueteira é um cultivo adaptado a qualquer tipo de exploração, e o fator mais importante para o seu cultivo é o trabalho, possibilitando, até mesmo, que pequenas famílias se tornem capazes de conduzir o seu manejo. Segundo Costa et al., (2012), "...83,2% das empresas da região cacaueteira sul baiana (fonte Ceplac, 2012) ocupam uma área territorial agricultável de 54,8%, sendo todas com áreas entre 10 e 300 ha. O que se constata, tratar de uma região eminentemente de pequenos e médios produtores, onde o minifúndio representa 46% das empresas ao se considerar que aproximadamente 19 mil delas têm até 20 ha, representando serem propriedades de exploração familiar".

Cabe salientar que a pequena produção cacau/chocolate necessita de políticas públicas setorializadas que estimulem a criação e o fortalecimento de capacidades especializadas dentro de suas regiões, estimulando a cooperação, possibilitando o desenvolvimento local e a formação de arranjos produtivos.

1.4. A agroindústria

Mesmo, que em algumas análises, a micro e pequena agroindústria se situem no mesmo patamar conceitual das MPEs, vale abordá-las em separado, dada a relevância do tema para a análise.

O conceito de agroindústria está diretamente ligado ao agronegócio. Basicamente a agroindústria constitui-se no setor que transforma ou processa matérias-primas agropecuárias em produtos elaborados, adicionando valor a um produto final.

contínua, qualquer que seja a sua localização, que se destine ou possa se destinar à exploração agrícola, pecuária, extrativa vegetal, florestal ou agroindustrial".

¹⁶ O módulo fiscal (MF) é medido em hectares e é definido por município, cuja tabela está anexa à Instrução Especial Incra nº 20, de 1980. Os municípios que foram criados após 1980 tiveram o valor de seu módulo fiscal fixado por outros atos normativos daquela autarquia federal.

Estabelece com o setor de distribuição da produção, o chamado “jusante do agronegócio”.

A presente análise buscou se limitar ao conceito de agroindústria no contexto da produção do chocolate, mesmo entendendo a amplitude da questão. O próprio conceito de agronegócio contempla toda a extensão da cadeia produtiva, que pode ser considerada desde a indústria até as operações de logística, e as tecnologias necessárias ao seu desempenho.

Segundo Lauschner¹⁷ (1993, pg. 48), a agroindústria define o setor de transformação dos produtos rurais mais próximos da produção rural. Pode ser entendida como o setor mais próximo do produtor, não necessariamente em termos geográficos, mas porque propicia uma ligação estrutural e permanente com ele. A agroindústria potencializa a agregação de valor e maior renda para o produtor rural, expande o emprego em curto e longo prazos. O desenvolvimento da agroindústria está diretamente ligado ao próprio desenvolvimento da produção rural.

As agroindústrias têm sua importância identificada em documento estabelecido pela FAO¹⁸ - “Carta del Campesino”, de 1979, que entre outros princípios e diretrizes, formulou o seguinte:

...“iv) o desenvolvimento nacional baseado num crescimento com equidade e participação exige redistribuição do poder econômico e político, maior integração das zonas rurais nos esforços nacionais de desenvolvimento, com oportunidades mais amplas de emprego e renda para a população rural e o fomento de associações de agricultores e cooperativas e outras formas de organizações democráticas, voluntárias e autônomas de produtores primários e trabalhadores rurais”... “x) a instalação de indústrias nas zonas rurais, tanto no setor público como no privado, e especialmente de agroindústrias, proporciona os vínculos

¹⁷ Lauschner (1993) defende a potencialidade da agroindústria como apoio para o aumento da renda do agricultor, por ser agente de modernização de todo o complexo rural. Ao apresentar sua análise, o autor aponta seis justificativas para afirmar que “...o agricultor, longe de ser apenas uma vítima do processo, pode aumentar significativamente sua renda, na medida que a economia rural se orienta para a agroindustrialização dos produtos”... Potencialidades apontadas por Lauschner (1993, p. 58 - 67): “ a) a agroindústria tende a integrar a produção e a controlar todo o complexo rural do seu produto; b) a agroindústria é o agente principal que direciona e maximiza a eficiência do uso dos insumos e investimentos rurais relacionados com o produto dela; c) a agroindústria, ao controlar sua matéria-prima, localiza adequadamente a produção, evita a perda de produtos e é a agente principal do aumento de produção; d) a agroindústria reduz os custos de armazenamento, de transporte e das margens de comercialização do complexo rural do produto dela; e) a agroindústria valoriza melhor o produto que lhe serve de matéria-prima e diversifica os subprodutos e mercados”.

¹⁸ FAO – Organización da las Naciones Unidas Para La Agricultura y a Alimentacion (Food and Agriculture Organization). Disponível em:
<http://www.fao.org/DOCREP/003/T3666S/t3666s03.htm>;
<http://www2.mre.gov.br/cgfome/CartaDelCampesino2.pdf>

necessários e reciprocamente fortalecedores entre a agricultura e o desenvolvimento industrial”... (FAO, 1981, citado por LAUSCHENER, pg. 09,1993).

As MPEs agroindustriais no País têm sido tema de análise de linhas de pesquisas desenvolvidas recentemente no Brasil no contexto do “novo mundo rural”, chamando a atenção para a importância da agricultura de tempo parcial, de empregos não agrícolas no meio rural, da crescente homogeneização do espaço rural-urbano e do surgimento de novas atividades ligadas à apropriação do espaço rural como lazer ou consumo (chácaras, agroturismo etc.).

Wilkinson (1999) adverte que os trabalhos (pesquisas) sobre o novo mundo rural parecem incluir atividades agroindustriais como parte (de fato, a maior parte) do “não agrícola”, o que significaria reverter uma distinção entre agricultura e indústria que a literatura sobre complexos e cadeias agroindustriais, nos últimos 20 anos, tentou superar (GOODMAN, SORJ & WILKINSON, 2008). Longe de fazer parte do novo rural, estas atividades são tão antigas quanto a agricultura familiar, e sua inclusão nesta rubrica obscurece o surgimento de um novo tipo de valorização do espaço rural para o qual estes estudos, com razão, têm chamado atenção e que deve ser levado em conta nas políticas locais e regionais.

No Brasil, segundo o autor, a agroindústria detém importância significativa na produção de riquezas e pode ser entendida como:

“A agroindústria brasileira, entendida como a agricultura, insumos, maquinaria e serviços agrícolas, bem como as atividades de pós-colheita, processamento e distribuição, conta em torno de 25% do PIB e 35% da mão de obra do país. O setor tem um enorme impacto na dinâmica regional e ocupa lugar de destaque no comércio mundial, sendo o maior gerador de divisas, com um superávit em 2008 de mais de US\$ 60 bilhões. Ao mesmo tempo, dispõe de um dos maiores e mais dinâmicos mercados domésticos” (WILKINSON, 2008, pg 11).

A agroindústria rural de pequeno porte encontra sua definição em diversos aspectos, tanto quantitativos, como qualitativos, que passam pela propriedade, gestão, mão de obra, tecnologia, matéria-prima, e escala¹⁹.

¹⁹ Segundo Testa et al., são os próprios proprietários das agroindústrias que produzem a matéria-prima principal e se necessário adquirem de agricultores próximos, facilitando a logística e reduzindo custos. A posse e a gestão podem ocorrer individualmente ou em organização de grupo de agricultores como associação e cooperativa, favorecendo otimização de recursos investidos. A gestão é desenvolvida pelos agricultores familiares associados, contando, para isso com assessoria de técnicos e com instrumentos

Segundo Presotto (In: LIMA e WILKINSON, 2002), este tipo de industrialização proporciona aos territórios onde estão inseridas importantes vantagens: descentraliza, a nível regional, a produção de matéria-prima, visto que aproxima as agroindústrias do local dos insumos, reduz custo de transporte, favorece a geração de postos de trabalho e aumento da renda em escala regional, e cria a possibilidade de aumento de arrecadação de impostos, especialmente nos pequenos municípios, além de utilizar dejetos e resíduos como fertilizantes, reduzindo o poder poluente, o que estimularia um desenvolvimento regional mais equilibrado.

Para o alcance desses resultados, os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais devem incorporar capacidades competitivas e inovativas aliadas ao enfoque da qualidade. Presotto (In: Lima e Wilkinson, 2002) afirma que a qualificação dos produtos pode ser entendida como um conjunto de informações apresentadas aos consumidores, estabelecendo um diálogo educativo, evidenciando, na qualidade de seus produtos, a perspectiva de uma melhoria de vida da população e da construção da cidadania.

A FAO entende que a aplicação eficaz da estratégia para o desenvolvimento agrícola para os países cujo Produto Nacional Bruto - PNB provém, em grande parte, desse setor, exige a criação de agroindústrias e seleciona agroindústrias prioritárias para países em desenvolvimento, incluindo o Brasil. Segundo esse organismo, foram classificados 12 (doze) tipos, sendo que a agroindústria do cacau/chocolate pertence ao grupo “Industrialização de alimentos estimulantes não alcoólicos. Produtos: chá, café solúvel, cacau, chocolate em pó, produtos de confeitaria, cafeína e aproveitamento dos resíduos da fabricação do café solúvel, tendo como justificativa, o setor se caracterizar por produtos de bom mercado para exportação e obtenção de divisas”.

O Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) institucionalizou linhas de ação do Programa Crédito Rural específicas para a agroindústria, como o Pronaf²⁰

adaptados à sua realidade. A mão de obra pertence às famílias ou a outros agricultores próximos, o que possibilita a promoção de um desenvolvimento descentralizado, e uma distribuição de renda mais equitativa no meio rural. Quanto ao aspecto tecnologia, em geral as pequenas agroindústrias utilizam-se de equipamentos mais simples, com um nível de sofisticação tecnológica menos elevado, e proporcionalmente com uso de mão de obra mais intensiva.

²⁰ PRONAF: Programa Acional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. Pronaf Agroindústria é destinado a produtores rurais, cooperativas e associações que comprovarem que mais de 70% da matéria-prima a ser beneficiada ou industrializada provém de produção própria ou de associados. Os recursos podem ser utilizados de diversas formas, seja na questão de infraestrutura da fábrica, seja no capital de giro, no custeio de mão de obra, etc. O agricultor que utiliza o Pronaf Agroindústria dispõe de oito anos para pagar o empréstimo, com juros entre 1% e 4% ao ano. Se o pedido de financiamento for

Agroindústria, que destina-se ao financiamento para implantação, ampliação, recuperação e/ou modernização de agroindústrias, e o Pronaf Custeio Agroindustrial, para atender às demandas de custeio da atividade agroindustrial, como, por exemplo, a aquisição e o estoque de embalagens, rótulos, matéria-prima, produto final, adequação à orientação das legislações específicas, capacitação, elaboração de manuais técnicos e documentos orientadores e intercâmbio.

A questão da pouca atratividade da pequena propriedade produtora de cacau tem também preocupado pesquisadores e demais atores da cadeia no País, sendo tema dos últimos eventos, acadêmicos ou não, como os congressos de cacau realizados nos anos de 2011 e 2012 em Ilhéus. As palestras novamente se voltam para a importância de se agregar valor e para a diversificação da renda dos cacauicultores, apontando para oportunidades como consorciamento com outras culturas, produção de cacau fino (de boa qualidade) e a implementação de agroindústrias.

1.5. A inovação e a qualidade no contexto das pequenas agroindústrias

A inovação é um processo complexo, e para compreender toda a sua extensão conceitual é necessário ir além do progresso tecnológico, incorporando as questões organizacionais e institucionais. As chamadas práticas inovadoras estão hoje no cerne, praticamente, de todas as análises que levam ao progresso, não só econômico, mas também humano.

Segundo os conceitos adotados pelo FINEP, inovação corresponde “à introdução no mercado de produtos, processos, métodos ou sistemas não existentes anteriormente ou com alguma característica nova e diferente da até então em vigor”. A inovação gerencial e organizacional compreende a “introdução de estruturas organizacionais substancialmente modificadas, a implementação de técnicas avançadas de gestão, bem como a implementação de orientação estratégica corporativa nova ou substancialmente modificada” (FINEP, 2008).

coletivo, o grupo pode receber até R\$ 500 mil. A partir de 2011 ampliou-se de R\$ 20 mil para R\$ 50 mil o limite individual de crédito dos agricultores familiares nas operações da linha de Investimento para Agregação de Renda à Atividade Rural.

As atividades de inovação podem ser executadas dentro da empresa ou podem envolver a aquisição de bens, serviços ou conhecimento de fontes externas, inclusive serviços de consultoria. As atividades de inovação de produtos e processos tecnológicos-PPT são todos aqueles passos científicos, tecnológicos, organizacionais, financeiros e comerciais, inclusive investimento em novo conhecimento que, de fato, levam, ou pretendem levar, à implantação de produtos ou processos tecnologicamente aprimorados (OECD. OSLO MANUAL. Paris, OCDE/Eurostat, 1997, cap.3, pag.58).

O MCT²¹ propõe, como indicadores de capacidade inovativa, algumas medidas de avaliação escolhidas para organizar informações qualitativas e quantitativas sobre fatores intervenientes nos processos de inovação. Os indicadores de capacitação podem ser os seguintes: número e perfil do pessoal qualificado e sua densidade em relação ao conjunto dos trabalhadores; demanda de informação e de serviços técnico-científicos; atividades cooperativas; investimentos em treinamento e formação de pessoal; investimentos em atividades de pesquisa, desenvolvimento de engenharia, etc. (FINEP/MCT, Conceitos. Glossário, 2008).

Em 2006, foi realizada uma pesquisa pelo CNI/SEBRAE para a avaliação da competitividade da indústria brasileira no âmbito das micro e pequenas empresas. Como resultado ficou demonstrada a ampliação da competitividade das MPEs na primeira década do século XXI. Os indicadores apontados pela pesquisa foram:

1º - Qualidade: sua evolução no processo de produção entre 1999 e 2003, onde os produtos foram entregues em prazos mais curtos e os prazos respeitados, houve uma redução no percentual de produtos defeituosos por empresa;

2º - *Design*: há sinais de que as MPEs estão percebendo a importância do *design*, e a proporção do que elas pretendem investir em *design* ultrapassa o que investem as médias empresas. O investimento efetuado afetou positivamente as vendas e teve pouco impacto nos custos;

3º - Tecnologia: o percentual de MPEs que investiu na aquisição de máquinas e equipamentos nacionais, em 2003, foi de 78%, bem acima do percentual de 52% apurado em 1999. Os investimentos realizados em 2003 concentraram-se em aquisição

²¹ Ministério de Ciência e Tecnologia / FINEP/ GLOSSARIOS
http://www.finep.gov.br/o_que_e_a_finep/conceitos_ct.asp

de máquinas e equipamentos, capacitação de recursos humanos, desenvolvimento de produtos e processos e colocação de produtos inovadores no mercado;

4º - Recursos Humanos: o percentual de empresas que treinaram seus empregados aumentou de 49,4%, em 1999, para 66,7%, em 2003;

5º - Infraestrutura: representa um fator de competitividade externo às empresas, entretanto é motivo de preocupação a baixa eficiência da estrutura de transportes do País. Desse modo, embora a competitividade das MPEs seja bastante afetada pela infraestrutura, elas têm pouca influência sobre suas condições, que dependem da ação do governo.

Todos estes indicadores constituem variáveis para a análise das atividades de inovação e da vantagem competitiva. Atividades de inovação são todos aqueles passos científicos, tecnológicos, organizacionais, financeiros e comerciais, inclusive investimento em novo conhecimento que, de fato, levam, ou pretendem levar, à implantação de produtos ou processos tecnologicamente aprimorados. Alguns podem ser inovadores por si mesmos, outros não são novos, mas são necessários para a implantação (MCT. CONCEITOS, GLOSSÁRIO, 1997).

As micro e pequenas agroindústrias que são participantes efetivas do agrobusiness brasileiro têm na inovação elemento cada vez mais decisivo para seu desempenho econômico e social, no âmbito do enfrentamento de um mercado cada vez mais dinâmico e especializado.

1.6. Cluster : possibilidade da terra do cacau/chocolate

Segundo os conceitos adotados pelo FINEP²², *clusters* representam empresas e, ou instituições que interagem entre si, gerando e capturando sinergias, com potencial de atingir crescimento contínuo superior a uma simples aglomeração econômica, geograficamente próxima e pertencente a um setor específico (FINEP, 2008).

²² A FINEP - empresa pública vinculada ao MCT. Criada em 1967 para institucionalizar o Fundo de Financiamento de Estudos de Projetos e Programas. Institucionalizou um glossário (conjunto de conceitos do resultado de um exaustivo trabalho de revisão da literatura especializada, visando explicitar uma terminologia, que possibilite um entendimento homogêneo. 2008. Disponível em http://www.finep.gov.br/o_que_e_a_finep/conceitos_ct.asp#inovacao
http://www.finep.gov.br/o_que_e_a_finep/conceitos_ct.asp

O conceito de *cluster* consiste em agrupamentos de indústrias e instituições com ligações particularmente fortes entre si, tanto horizontal como verticalmente, configurando três dimensões – a empresa, a cadeia produtiva e a região.

Os *clusters* se caracterizam pelos seguintes benefícios potenciais: maior atração de capital, aumento do dinamismo empresarial, redução de *lead time*, redução de custos, redução de riscos, aumento de qualidade, maior qualidade e flexibilidade de mão de obra, aumento da qualidade de vida da região (MCKINSEY & COMPANY, 1999. 163p.). Nesse sentido, essas redes, especialmente beneficiadas pelas externalidades positivas de suas interrelações, e devidamente delimitadas, ajudariam enormemente ao desenvolvimento de novas combinações de produtos com caráter inovador, estimulando a criação de polos de desenvolvimento regionais mais homogêneos, facilitando a transmissão de conhecimento e do processo de aprendizagem em todo o sistema, adequando-o ao ambiente de competição internacional.

Entende-se que, em função das características intrínsecas ao seu modelo, o estímulo ao desenvolvimento de *clusters*, no Brasil, possibilitaria ao sistema agroindustrial uma capacitação mais ágil, tornando-se competitivo internacionalmente. Se combinado com uma política macroeconômica de cunho estimulador, o resultado poderia ser indicativo do estímulo a um maior crescimento e desenvolvimento da economia brasileira.

O ambiente que está sendo construído no âmago da lavoura cacaueteira tem colaborado para a construção, na atualidade, de um clima favorável à formação de arranjos produtivos inovadores, não só por insistência de alguns produtores empreendedores que buscam a qualidade que leve a adquirir vantagens competitivas, mas também por um crescente diálogo do setor, mesmo que ainda lutem para quebrar paradigmas de isolamento social característico da cultura cacaueteira do sul da Bahia, na tentativa de buscar alternativas sustentáveis baseadas no associativismo e na cooperação visando à construção de políticas públicas, parcerias e fortalecimento de suas instituições.

Estudos baseados em Porter (1999) sobre a competitividade dos sistemas produtivos destacam, simultaneamente, a eficiência de organizações empresariais em termos de custos de implantação e de operação dos empreendimentos, o dinamismo das

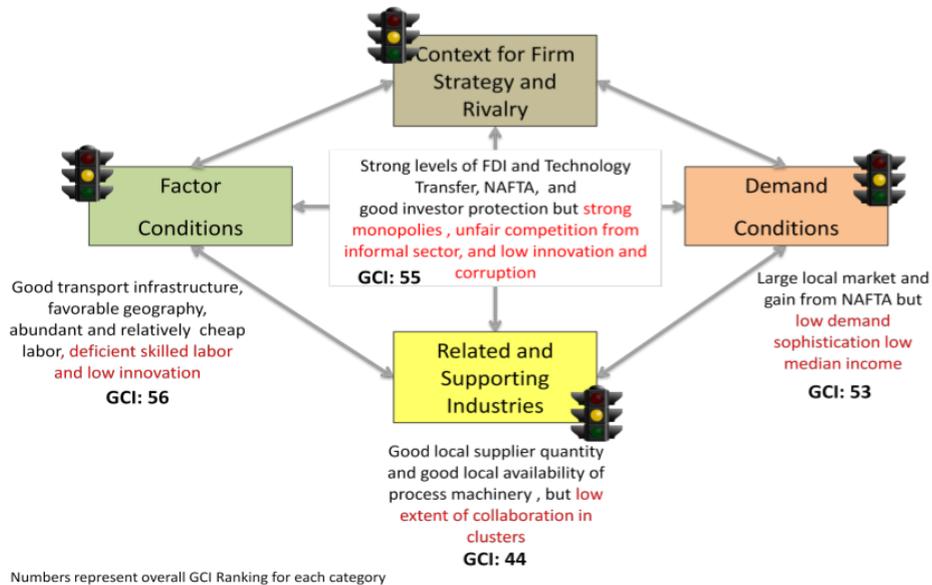
cadeias produtivas em que se inserem e as condições de desenvolvimento das regiões em que se localizam como ambientes favoráveis à formação dos *clusters*.

O desenvolvimento de um *cluster* de cacau/chocolate nas regiões produtoras no País, em especial na Região Sul Baiana, por suas características culturais ligadas ao cacau, poderá ser bastante propício a um desenvolvimento mais efetivo, visto que a Região detém vários atributos que são necessários para a organização de um *cluster*, como empresas de produção especializada, empresas fornecedoras, empresas prestadoras de serviços, instituições de pesquisas e instituições públicas e privadas de suporte fundamental.

Em 2010, Michael Porter, contratado por organizações mexicanas, realizou estudos de implantação do “The Mexican Chocolate Cluster”. Segundo a análise realizada, o desafio para que o México venha a ter desenvolvimento econômico duradouro na formação de *cluster* com vantagens competitivas, é ter mais do que o acesso preferencial de comércio (NAFTA) e insumos mais baratos. É necessário construir vantagens embasadas no fator qualidade, melhorar a demanda local, o desenvolvimento de capital humano específico e inovador, impulsionar melhorias no desenvolvimento local da indústria de cacau, construir uma marca de chocolate mexicano, o que exigirá uma ação coordenada por empresas estrangeiras e nacionais, institutos de colaboração, e pelo governo.

Ao se analisar o “diamante da vantagem competitiva” (Fig. 03), de Porter, proposto para o *Cluster* Mexicano, vê-se que o Brasil, e principalmente a Região Sul Baiana, detêm elementos competitivos muito mais sólidos que os dos mexicanos. Entre os atributos brasileiros, pode-se ressaltar um dado econômico e sociocultural estratégico: o alto consumo brasileiro de chocolate em todas as suas formas.

Figura 03: “Country Diamond”



Fonte: Porter, The Competitive Advantage of Nations, 1990.

1.7. O mercado do cacau/chocolate

Debater a dinâmica do mercado de cacau não é tarefa fácil, nem conclusiva, mas o entendimento dessa dinâmica corresponde a um processo primordial para o fortalecimento de suportes técnicos que contribuam com o apontamento de perspectivas favoráveis à verticalização do agronegócio de cacau brasileiro.

Como colocado por Mendes (2012), analista da CEPLAC, tentar compreender esta cadeia é “pisar em terras traiçoeiras”. E acrescenta em seu entendimento sobre o Mercado de Cacau (artigo publicado no site da CEPLAC, 2012):

“Basta dizer que se comercializa muito mais do que aquilo que realmente irá produzir. Apostam alguns analistas que se comercializa em cada safra entre três e quatro vezes a produção efetiva; trata-se do famoso “comércio de papel”. Dizem até que entre as *commodities* é a mais difícil de trabalhar, dada a grande influência da especulação na formação dos preços. Basta um anúncio “mal humorado” dos tomadores de decisão africanos, especialmente aqueles vindos da Costa do Marfim, Gana e Nigéria, para o mercado ficar nervoso. Desse modo, acertar os prognósticos para o mercado de cacau, ainda é um exercício onde errar é muito fácil” (MENDES, 2012).

De todos os ângulos analisados, a questão da instabilidade desse mercado é parte essencial para o embasamento do presente debate, que tenta abordar a competitividade da produção brasileira de amêndoas de cacau. Compreender os novos movimentos globais, discutindo o próprio sentido de produção pertencente ao seu território, definindo seus atributos de qualidade e compreender as inovações e mudanças desse mercado são posturas necessárias, no caso brasileiro, para a construção de bases econômicas e sociais mais sólidas.

Ser somente uma *commodity* agrícola ou verticalizar a produção, ou ainda “descomoditizar”²³ a produção de cacau de áreas de preservação ou não, são questões que vêm permeando os debates que acontecem entre os produtores brasileiros. Os fatores adversos, como pragas e clima, são algumas das características inerentes à produção agrícola que aumentam sensivelmente o risco desta atividade e que, juntamente com o caráter de produto *commodity*, ocasionam uma alta oscilação na oferta e, conseqüentemente, na alta variação no preço do produto. A certificação de determinados atributos surge como uma ferramenta que auxilia a produção rural a diminuir riscos e adicionar valor e padrões diferenciais ao produto, propiciando a sua *descomoditização*.

O sistema produtivo cacau se caracterizou, ao longo de sua história, pela instabilidade nos preços internacionais, em decorrência do processo especulativo inerente ao próprio funcionamento dos mercados futuros. O cacau é considerado, entre todas as *commodities* negociadas, como o produto que apresenta o maior índice de instabilidade na formação dos preços internacionais. Zugaib et al (2008), citando Coppock, (1967), ao analisar o mercado de *commodities* selecionadas, identificaram o cacau como o produto que apresentava o mais alto índice de instabilidade nos preços de exportação: 49,4%. Outros produtos, como borracha, café e açúcar, apresentaram índices de 46,2%, 25,3% e 25,0%, respectivamente.

²³ Ao traduzir o termo “descomoditização”, José Graziano da Silva, representante da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) para América Latina e Caribe, aponta que vai se destacar quem apostar na diferenciação, por meio de investimentos em qualidade, inovação, segurança, responsabilidade socioambiental de processos e produtos, entre outros atributos. De acordo com Graziano, a rastreabilidade da cadeia produtiva e a indicação geográfica do alimento ganham, a cada dia, importância como critérios de competitividade. Contudo, ele alertou que falta normatização do governo brasileiro em relação às novas exigências para produção de alimentos. Ressaltou que o setor privado – principalmente a ligado a grupos internacionais – é quem vem dando as cartas, e que isso pode resultar no rol de exigências, interesses comerciais sem base técnico-científica. Disponível em: <http://www.srb.org.br/modules/news/article.php?storyid=2991>

A principal fonte de informações sobre esse mercado provém da Organização Internacional de Cacau (ICCO - sigla em inglês para *International Cocoa Organization*), organismo mundial composto pelos países produtores e consumidores do produto, sediada em Londres. Foi criada para implementar o primeiro acordo mundial sobre o cacau, e desde então sucederam-se 7 (sete) acordos (REVISTA ESPORO, 2012). Em 2010, por ocasião do sétimo acordo, foram seladas intenções com indicativos de mudanças e inovações. Como resultado, algumas propostas estratégicas foram protocoladas, como elaboração de objetivos definidos voltados para uma economia sustentável do cacau, melhoramento da transparência do mercado através da recolha, tratamento e disseminação de dados de fontes privadas e públicas, e incremento de políticas de luta por preços de cacau mais justos e compensadores²⁴.

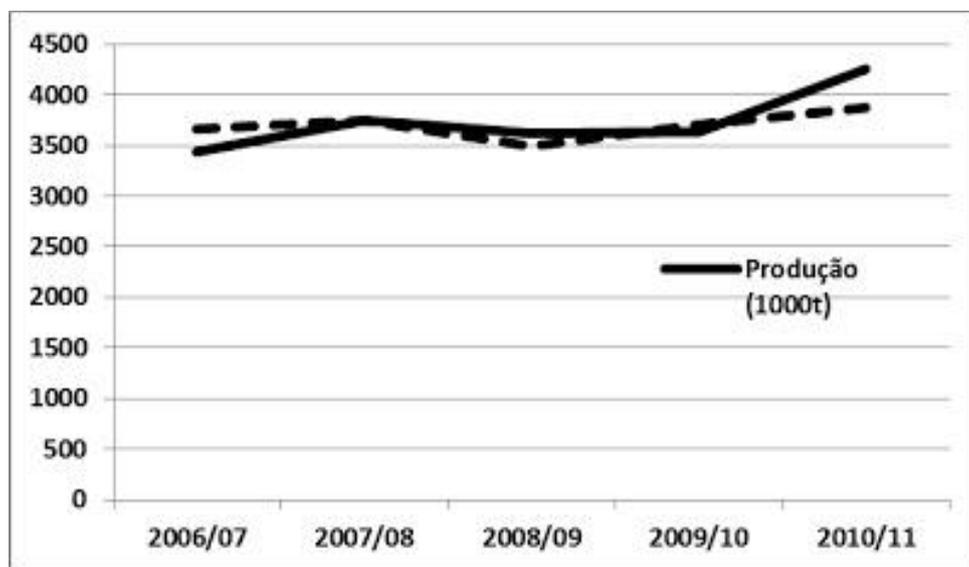
O mercado de cacau (VALOR ECONÔMICO, 2013 e ESPORO, 2012) encontra-se em pleno *boom*, provocado pelo aumento da demanda por chocolate. Recrudesce o interesse mundial por esta cultura, ao tempo em que uma mudança no comportamento dos países produtores é percebida, indo desde os processos de desregulamentação até a construção de parcerias público-privadas capazes de fomentar o aumento da produção e conquistar novos nichos de mercado. Vários países produtores vêm trabalhando no sentido de: melhorar o funcionamento do mercado, beneficiar os produtores, incentivar produções mais sustentáveis em termos ambientais, e apontar, ainda que timidamente, para um futuro melhor para os atores pertencentes às áreas produtoras.

Considerando o ano agrícola internacional (AAI = 1º outubro a 30 setembro), a safra mundial estimada fechou, em 2011, com 4,25 milhões de toneladas para uma moagem de 3,87 milhões de toneladas, aferindo-se um *superávit*, na produção, de 342 mil toneladas (já descontado o 1% na base de cálculo efetuada pela ICCO) (Fig. 04). Esse *superávit* está associado às excelentes colheitas mundiais (especialmente as africanas), que se refletiram diretamente nos preços. Esse resultado provém, essencialmente, da agricultura familiar dos principais países produtores, como Costa do Marfim, Gana, Indonésia, Nigéria, Camarões, Brasil e Equador. Tanzânia, Trindade e Tobago e Venezuela, que mesmo tendo sua produção caracterizada como pouco

²⁴ Além das publicações da ICCO, foram coletados dados primários junto às publicações da CEPLAC, em sites especializados como “Mercado do Cacau”, artigos de jornais e revistas como ESPORO, de publicação africana, e depoimento de analistas e *players* desse mercado.

relevante, são importantes *players* da cadeia, por terem o reconhecimento da qualidade e do requinte de seus aromas como atributo da amêndoa produzida (Esporo, 2012).

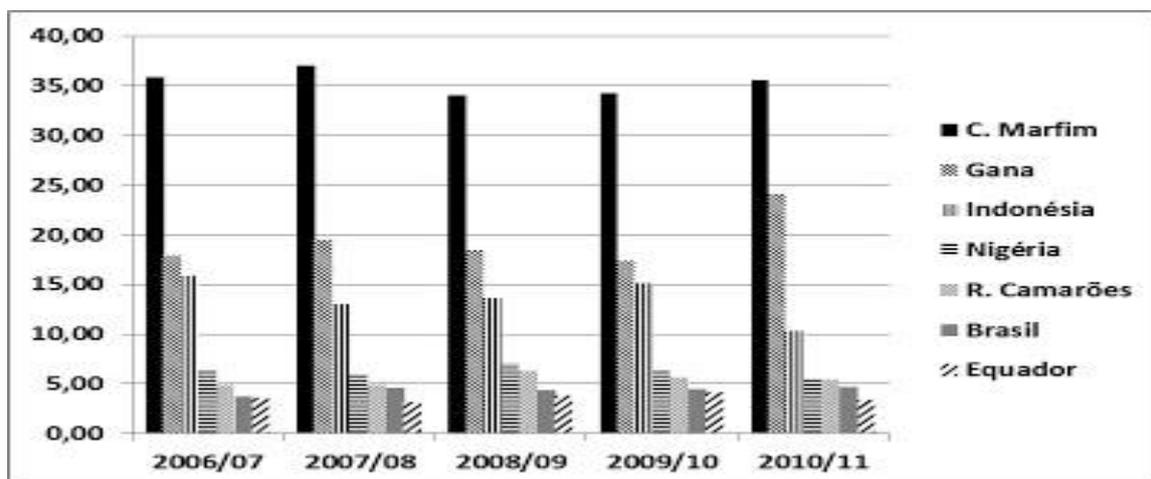
Figura 04: Confronto entre a produção e moagem mundial de cacau nos últimos cinco anos agrícolas



Fonte: AAI, 2012.

Nos últimos cinco anos, as posições de liderança do mercado de cacau não têm se alterado. A Costa do Marfim mantém uma larga distância dos demais concorrentes, concentrando 35% da produção mundial. Gana reagiu significativamente no último ano agrícola, depois de três anos consecutivos de perdas percentuais, estando hoje com pouco mais de 24% deste mercado. A Indonésia, depois de quatro anos de crescente participação, caiu para 10% (Fig. 05). Quanto ao Brasil, ainda não conseguiu ultrapassar a barreira dos 5%, tendo a República dos Camarões como o seu principal concorrente na alternância dessa posição.

Figura 05: Participação percentual dos principais países produtores de cacau nos últimos cinco anos



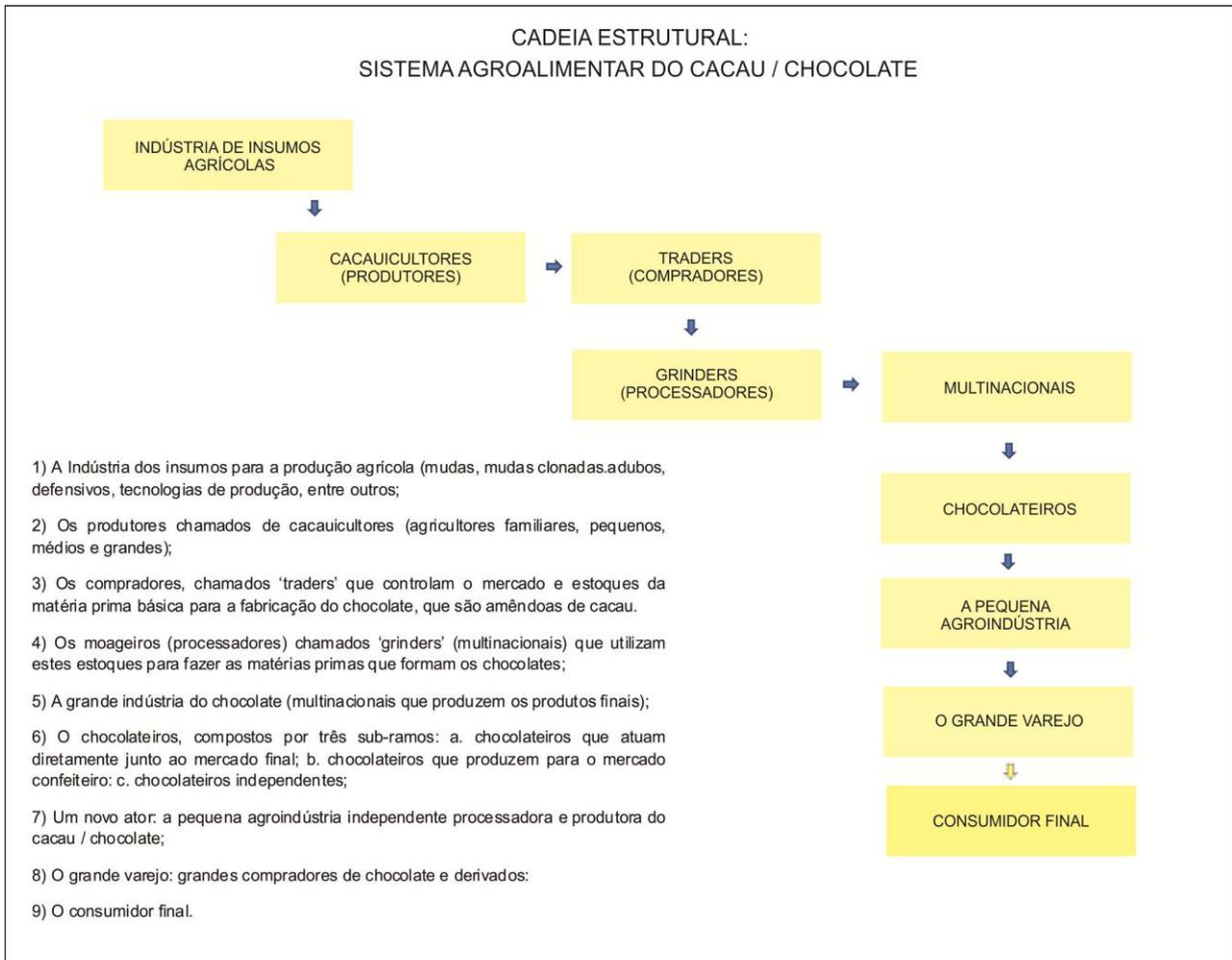
Fonte: Mendes, 2012. Ano Agrícola Internacional - AAI, 2011/12. Folha técnica/CEPLAC.

A produção mundial de cacau se origina de três variedades de frutos: *Forasteiro*, que atinge de 80% a 90% da produção mundial, *Crioulo*, com 1 a 5% da produção, sendo definido por seus atributos como mais fino e aromático, e *Trinitário*, decorrente de cruzamento das outras duas variedades, e corresponde a algo entre 10 e 15%. Desde a década de 90 do século XX, a demanda por cacau de variedades detentoras de atributos de qualidade, definidos por aroma e suavidade, vem sendo crescente, vez que esse mercado se caracteriza por ter como participantes conhecedores exigentes, chocolateiros e indústrias de chocolate *gourmet* e de chocolate com uma maior concentração de cacau. Visualizando oportunidades de obter valorização de seu produto, governos e associações têm se mobilizado para promover o valor que pode ser acrescentado ao cacau de sua região.

A estrutura que compõe o sistema agroalimentar do cacau/chocolate pode ser constituída com os seguintes atores: 1) A indústria dos insumos para a produção agrícola (mudas, mudas clonadas, adubos, defensivos, tecnologias de produção, entre outros); 2) Os produtores chamados de cacaicultores (agricultores familiares, pequenos, médios e grandes produtores); 3) Os compradores, chamados de *traders*, que controlam o mercado e os estoques da matéria-prima básica para a fabricação do chocolate, que são as amêndoas de cacau; 4) Os moageiros (processadores), chamados de *grinders* (multinacionais), que utilizam estes estoques para fazer as matérias-primas que formam os chocolates; 5) A grande indústria do chocolate (multinacionais que produzem os produtos finais); 6) Os chocolateiros, grupo composto por três sub-ramos:

- a. chocolateiros que atuam diretamente junto ao mercado final; b. chocolateiros que produzem para o mercado confeitreiro; c. chocolateiros independentes; 7) Um novo ator: a pequena agroindústria independente processadora e produtora do cacau/chocolate; 8) O grande varejo: grandes compradores de chocolate e derivados; 9) O consumidor final. O sistema pode ser visualizado na Figura 06.

Figura 06: Sistema agroalimentar do cacau/chocolate



Fonte: A autora, baseada em dados da pesquisa.

Os principais importadores de amêndoas de cacau são os países industrializados do Hemisfério Norte, nos quais se concentram mais de 80% do consumo. Os mercados que gerenciam o aparato econômico de comercialização da *commodity* cacau são a Bolsa de Londres e a de Nova Iorque. O mercado, exposto a rumores e às expectativas de ruptura de *stocks*, más colheitas, catástrofes climáticas ou

políticas, como já evidenciado, é muito instável e especulativo, com variações de preços muito acentuadas.

Paradoxalmente ao aumento da demanda, proveniente de novos consumos gerados por parte dos países emergentes, o que aponta para um cenário de contínuo crescimento, em quase sua totalidade, os produtores de cacau, inclusive os africanos, não têm percebido aumento em seus rendimentos. O assunto pauta as agendas de organismos internacionais, como a ONU, que em 2010 já abordava o tema na Conferência das Nações Unidas sobre o Cacau, preocupada com essa repartição desigual: “Os baixos rendimentos auferidos pelos produtores constituem o principal desafio para a economia do cacau (...). Os preços devem ser suficientemente compensadores para os produtores e a produção deve ser mais eficaz, de modo a assegurar-lhes um rendimento decente”.

De acordo com a revista *Espero*, 2012, entidades internacionais como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial têm apontado para a necessidade de apoiar reformas e ações que visem uma reorganização do setor, buscando alternativas para o aumento do preço para os produtores. Como na Costa do Marfim, em que o próprio estado, apoiado em sua estabilização política, e entusiasmado com a safra recorde de 2011, tem assumido posições na tentativa de controlar a produção e comercialização do cacau, implantando ações de melhorias, como as propostas de erradicação do trabalho infantil, renovação das árvores velhas sem recorrer às queimadas, coibir o contrabando de cacau, e a proposta de um preço mínimo garantido ao produtor.

Essas reformas, que envolvem supressões de acordos e benefícios a grandes *players* da cadeia, são ações necessárias, mas que ocasionam conflitos de interesses que só lentamente, e nem sempre, vão sendo contornados. Segundo artigo publicado na revista acima citada, para grande parte dos países produtores, encabeçados pela Costa do Marfim, maior produtor mundial, a cacauicultura aponta para graves problemas, como arbóreos envelhecidos, fileira fragmentada, produtores pouco organizados e muitos seduzidos por outras culturas mais rentáveis e estáveis.

Alguns estudiosos e analistas vêm apontando para um crescente êxodo rural, visto que os mais jovens não se sentem atraídos pelo trabalho agrícola. Em recente estudo realizado para a fabricante de alimentos Cadbury, controlada pela Mondelez Internacional, sobre os produtores de cacau em Gana, a média de idade dos agricultores

era de 51 anos. Ampliando a gravidade do fato, foram também detectadas diferenças significativas de produtividade por idade: os agricultores mais velhos produzem menor tonelagem que os mais jovens, que apresentam maior tendência a usar técnicas mais modernas de cultivo, introduzindo métodos inovadores de produção agrícola. Segundo a pesquisa, uma série de motivos está por trás da mudança de distribuição etária dos produtores de cacau, entre eles a falta de acesso a serviços e a precariedade da dieta alimentar a que tem acesso.

Outra pesquisa sobre as condições das famílias de produtores rurais na América Latina, feita pelo Centro Internacional de Agricultura Tropical, a GMCR, apontou que mesmo nas famílias que tinham suas necessidades básicas atendidas, o baixo potencial de renda dos pequenos proprietários também está levando os jovens a deixar a zona rural, muitas vezes com o apoio dos pais. Como resultado, ações por parte da grande indústria alimentícia ligada ao cacau projeta um investimento na qualificação dos jovens e na melhoria dos vilarejos próximos à produção agrícola. A proposta, ainda que tímida, é propiciar a esses pequenos agricultores condições de se tornarem empresários agrícolas, diversificando as fontes de renda pela incorporação de novos produtos agrícolas ou outras atividades geradoras de renda (MURRAY, 2013).

A organização americana *Feed the Future* (Alimentar o Futuro) investiu cerca de 9 (nove) milhões de euros na instalação de 13 (treze) agroindústrias de chocolate na África Ocidental. Várias parcerias público-privadas estão sendo estabelecidas, principalmente entre as multinacionais como Cargill, Nestle, Cadbury, Barry Callebaut, ADM, entre outras, com os governos locais, visando incentivar a produção e os movimentos decorrentes da crescente demanda.

Entretanto, essas iniciativas internacionais de inovar nas formas de incentivar o setor cacauero, como forma de preservar a lavoura e, ao mesmo tempo, proporcionar melhores ganhos à pequena produção, estão longe de ser realmente eficazes. Os grandes *players*, moageiras e processadoras, a grande indústria do chocolate, não se destacam no cenário mundial como parceiros efetivos, nem como apoiadores estratégicos na construção de tecnologias que realmente possibilitem, aos produtores cacaueros, ganhos mais igualitários.

Numa análise sobre o crescimento de ações realizadas por multinacionais para

apoiar a pequena produção de cacau, principalmente com foco no comércio justo, a revista *Espero*, em artigo escrito no final de 2012, descreve: “... a proliferação destas iniciativas não deve esconder o principal objetivo das empresas envolvidas: garantir o seu provisionamento de cacau, sendo o bem-estar dos produtores uma consequência indireta”. Incentivar a produção, investir na melhoria genética de mudas, desenvolver novas tecnologias são questões decisivas, que devem ser implementadas, para o enfrentamento de cenários preocupantes que vão desde o envelhecimento dos arbóreos e a diminuição de terras disponíveis para o plantio, até as mudanças climáticas.

Detentora de mais de 40% das indústrias de moagem mundial, a União Europeia é a maior processadora de cacau do mundo, sendo a Holanda a líder mundial (525.000 toneladas), seguida pelos Estados Unidos e pela Alemanha. Em alguns países africanos, como Costa do Marfim e Gana, as grandes companhias europeias processadoras têm, nos últimos anos, aumentado suas bases produtivas, assim como indústrias nacionais têm ampliado sua participação nas atividades de transformação, como é o caso da indústria de chocolate e cobertura Harald, no Brasil. Essas empresas processam as amêndoas de cacau, produzindo *liquor*, pó, manteiga e “torta” de cacau, realizando investimentos crescentes em suas plantas. Recentemente a Cargill anunciou a aumento do investimento na sua capacidade moageira no sul da Bahia.

Segundo Andriatiana e Ngoyi (Espero, 2012), que analisaram o mercado de cacau/chocolate na África, para o enfrentamento da atual conjuntura econômica, os países produtores africanos deveriam voltar-se para a América do Sul, nomeadamente para o Brasil. Os autores citam os depoimentos de Philippe Bastide, pesquisador do CIRAD²⁵, que de regresso do primeiro Salão Mundial do Chocolate organizado por um país produtor, em Salvador-BA, entusiasmado aponta as iniciativas dos produtores brasileiros que produzem localmente valor agregado a seus produtos, subprodutos e produtos semiacabados. O Brasil, ficando próximo da quinta posição na produção de cacau, é o terceiro maior consumidor mundial, demandante de toda a sua produção e exibe um dinamismo empresarial muito avançado em relação aos vizinhos africanos (ANDRIATIANA e NGOYI, 2012).

O mercado de cacau/chocolate mundial está constituído por um pequeno grupo de grandes *players*: 1) Processadoras: as multinacionais Cargill, ADM e Barry

²⁵ CIRAD - Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento.

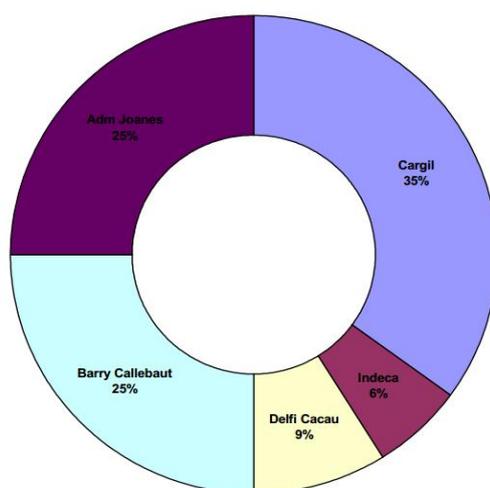
Callebaut, Delfi, Samoi. Algumas delas também produzem chocolate, sem competir com os seus clientes produtores de chocolate no varejo. Caracterizam-se pela formação de consistentes parcerias. 2) Indústria de Cobertura: Cargill, ADM e Barry Callebaut, Delfi, Samoi, Nestlé. (3) Varejo: Kraft, Cadbury e Nestlé.

Esses resultados mostram a imperfeição do mercado, na medida em que, pelo lado da oferta, tem-se um elevado número de produtores sem poder de decisão e reféns das políticas de preço impostas pelas bolsas internacionais, e pelo lado da demanda, tem-se a concentração (comerciantes e indústrias), emprestando ao mercado um caráter oligopsônico que, nesse caso específico, traduz-se em poder de mercado em benefício do lado mais concentrado.

Segundo Zugaib et. al. (2005), uma estrutura de mercado altamente concentrada, como a estrutura de mercado do cacau, impõe perdas consideráveis aos produtores:

“... o mercado altamente concentrado leva as empresas processadoras de cacau a desenvolverem uma conduta maléfica expressa através da política de preços e do produto, levando a cadeia produtiva a ter consequências muito danosas quanto ao seu desempenho, principalmente em relação ao seu elo de produção da matéria-prima. Podemos verificar isto quando analisamos a produtividade da terra com cacau, a renda dos produtores, a eficiência técnica e econômica da cacauicultura, o câmbio, a geração de empregos e a distribuição de renda” (ZUGAIB, op. Cit. 2005).

Figura 07: Participação das indústrias no processamento de cacau no Brasil, 2004/2005



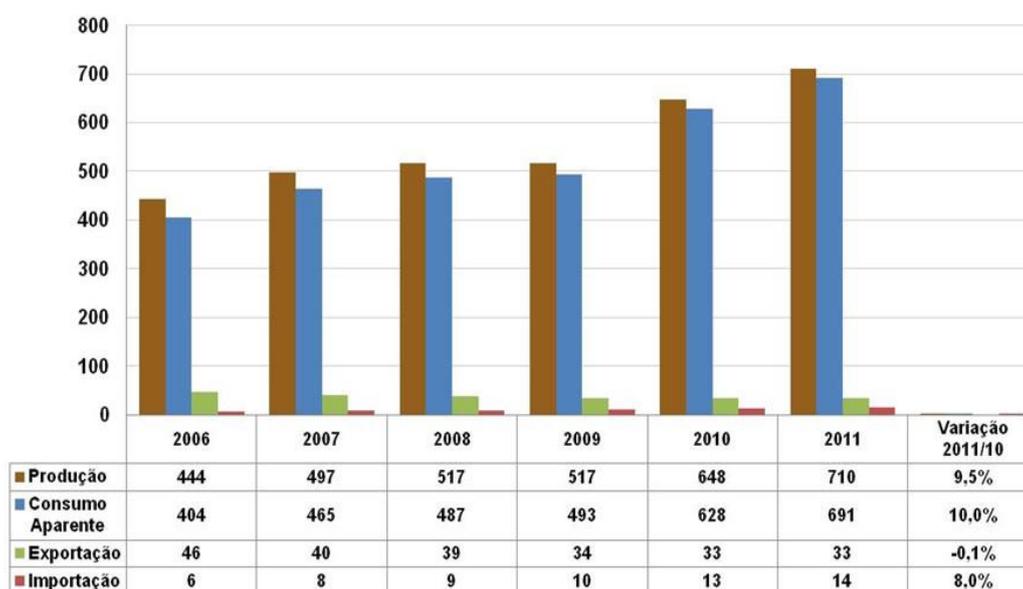
Fonte: Associação das Indústrias Processadoras de Cacau - AIPC
Doce Revista - Agosto 2005

Fonte: Associação das Indústrias Processadoras de Cacau - AIPC Doce Revista - Agosto 2005.

Analisando os dados acima (Fig. 07), vê-se a estranheza desse mercado. As mais importantes processadoras mundiais de cacau têm propiciado a vinda de seus líderes para o Brasil, na intenção de informar suas preocupações quanto à necessidade de matéria-prima para os próximos anos. Mais de uma delas já mencionaram o mesmo: a necessidade de um volume a mais de um milhão de toneladas de amêndoas, que ainda não se sabe de onde virão, pois os atuais plantios não permitem vislumbrar que esse montante seja possível no futuro mais imediato. Apresentam como tendência a possibilidade de serem doadoras de recursos financeiros para incentivar novos plantios.

No Brasil, a Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (Abicab) informa, conforme Figura 08, que o consumo aparente de chocolate, sob todas as formas, tem aumentado significativamente, de 404 mil toneladas, em 2006, para 691 mil toneladas no ano de 2011, e nosso saldo na balança comercial para essa atividade tem gerado resultados positivos, na ordem de US\$ 41 milhões.

Figura 08: Produção, consumo aparente, exportação e importação sob todas as formas . Em volume (mil toneladas), 2006-2011



Fonte: UHY MOREIRA - AUDITORES | ELABORADO PELO SETOR DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA ABICAB-SICAB

Fonte: Abicab (www.abicab.org.br), 2013.

Com cenários indicando demandas cada vez mais sensibilizadas por produtos de qualidade e consumidores atentos às questões de saúde, questões ambientais e de bem-estar no mundo rural, os grandes grupos que comercializam os produtos de

chocolate aderiram à certificação e a cada dia verifica-se um número crescente de produtos oriundos dessas indústrias, com apelos em seus rótulos: Orgânico, Comércio Justo/FLO, *Rainforest*, *Allience* e UTZ, e certificações outras surgem a todo momento, como *grands crus*, indicações de origem controlada e indicações geográficas (IG). Entretanto, estas ainda se constituem em exceção: somente 6% (seis por cento) da produção mundial corresponde à certificação orgânica, e 1% (um por cento) se insere ao comércio justo.

A ICCO, que classifica e define o cacau de qualidade como “cacau fino ou aromático”, ainda o faz basicamente por critério de origem, de localização (considera somente alguns países), o que leva a produção dessa amêndoa a ser bastante insipiente, só alcançando 5% da produção.

A empresária Dora Guimarães, da Kraft Foods Brasil, multinacional considerada uma das maiores indústrias fabricantes de doces e chocolates instalada no país, em entrevista para o site mercadodocacau.com.br (2012), falou sobre esse crescente apetite mundial por chocolate e do forte potencial do Brasil em contribuir para suprir esta demanda. De acordo com a empresária, “o Brasil tem todas as condições de retomar a posição de suprir totalmente a demanda local e criar excedentes para exportação através de uma cadeia produtiva forte e próspera”. E ainda acrescentou: “Sem minimizar a complexidade da situação, um dos pontos-chaves seria o aumento da produtividade do cacau, principalmente na Bahia, onde se verifica um índice bem abaixo do potencial, além da expansão em novas áreas, como já está acontecendo no Pará, por exemplo”. E alerta: “para que isso aconteça, como pontos-básicos seria necessário que o produtor tivesse acesso às melhores tecnologias e melhores variedades de cacau em termos de produtividade e resistência a doenças, acesso à educação e assistência técnica adequada para obter o máximo de sua propriedade de forma sustentável, e acesso a crédito ou outras fontes de renda para realizar esses investimentos. Com esses três pilares considerados, os produtores terão melhores condições para prosperar”, completou.

Sobre a notícia de que até 2020 a demanda por cacau/chocolate, no mundo, pode aumentar em até 25%, a empresária (op.cit.) informou que a indústria, no caso, a Kraft Foods, tem se aproximado dos principais atores da cadeia produtiva para entender melhor a situação e as oportunidades. E ainda considerou a possibilidade de que o chocolate pode virar artigo de luxo por conta do aumento da demanda, mas considera

isso como um desafio a ser superado. “Entendemos que se pudermos fortalecer a base produtiva encontrando soluções eficazes para manter todos os participantes da cadeia (produtores, indústrias e consumidores) saudáveis e competitivos sairemos todos vencedores.”

Segundo Águido Muniz, presidente do Instituto Pensar Cacau (IPC), no sul da Bahia, a demanda, principalmente interna, por cacau e chocolate, vem aumentando, mas ressalta ser preciso apostar na cultura. “Nós estamos trabalhando na atividade e precisamos apostar nisso. Nossa expectativa é de que dentro de pouco tempo possamos ter uma remuneração melhor, porque o produtor está sendo muito lesado, agora eu só espero que todos consigam suportar até lá”. E completa: “É difícil sobreviver em uma situação como essa, mas precisamos sim apostar na atividade. Produzir não só amêndoa, mas também chocolate, só que para melhorar a produção precisamos primeiro resolver a questão do endividamento do setor e ter acesso a novo crédito para a cultura do cacau, pois temos ainda a Vassoura-de-Bruxa, e já temos tecnologia para conviver com esta doença, mas não temos capital para usar” (MERCADO DO CACAU, 2012).

Segundo a CEPLAC (2013), o mercado produtor de cacau deve procurar ser eficiente: ser capaz de produzir com qualidade, com o melhor rendimento e ao menor custo; produzir um cacau tipo Superior, numa produtividade maior que 1000 quilos por hectare, gastando o menos possível. Entretanto, o órgão aponta para a fragilidade deste mercado: falar de um produto com estrutura de comercialização “bem comportada” (pelo menos a lei de oferta e demanda funcionando normalmente), sim, isso seria suficiente. Contudo, o cacau, como já explicitado acima, é considerado uma das *commodities* agrícolas de maior dificuldade nas negociações de mercado, onde a especulação predomina. Sem falar na assimetria de informações advindas dos principais produtores. A tabela abaixo pode servir para ilustrar esse efeito (CEPLAC, 2013).

Figura 09: Tabela com os principais produtores de cacau: um comparativo entre produção, área colhida, produtividade e preço

País	VBP	Produção (t)	US\$/t	ha colhida	kg/ha
	(US\$ 106)				
Brasil	441	248.524	1,774	680.484	365
R. Camarões	440	272.000	1,618	697.000	390
C. Marfim	753	1.350.320	558	2.495.110	541
Gana	698	700.000	997	1.650.000	424
Indonésia	710	712.200	997	1.677.300	425
Malásia	20	15.975	1,252	21.722	735
Nigéria	671	400.000	1,678	1.270.000	315

VBP = valores (US\$) constantes nos anos de 2004-2006.

Fonte: FAO (www.fao.org), 2011.

Como pode ser verificado (ver Figura 09) segundo os dados da FAO (2011), a Costa do Marfim tem a maior produção (1,35 milhão de toneladas), a maior área colhida (2,5 milhões de hectare), a segunda maior produtividade (541 kg/ha) e o pior preço médio pago à produção (US\$ 558/t). Para esse mesmo indicador o Brasil, que tem US\$ 1,774/t, a Nigéria, US\$ 1,678/t, e a República dos Camarões com US\$ 1,618/t, lideram os maiores preços médios. A falta de um padrão dificulta muito a análise e a previsão dessa *commodity*.

A ICCO informa que a produção (oferta) continuará caindo, tal como aconteceu na última safra (queda de 5,5%), havendo previsão de diminuição em relação à safra anterior da ordem de 1,5% (a previsão é de 4,003 milhões de toneladas). No que se refere às moagens (demanda), espera-se que continue a crescer (em 2011/12 foi de 0,3%), podendo atingir o percentual de 1,5% (estima-se uma moagem de 4,008 milhões de toneladas). Esse crescimento da demanda será impulsionado por duas condições: i) uma crescente aceitação asiática (aumento do consumo) quanto aos produtos derivados de chocolate, tais como bebidas e sorvetes com base no cacau em pó; e ii) uma reversão, em fase de execução, para baixo, dos estoques de manteiga de cacau. “Estoques de manteiga de cacau, que foram esgotados nos últimos dois anos, precisam ser repostos, enquanto a busca para o cacau em pó na Ásia continua a crescer”, disse a ICCO (2012).

Visto que a demanda por chocolate no mundo tem aumentado a cada ano, de acordo com estudos publicados pela ICCO e pela ABICAB, o cenário produtivo do cacau tem deixado em alerta representantes da cadeia – produtores e indústrias, principalmente por conta de fatores climáticos, pragas, envelhecimento das lavouras,

crises econômicas e políticas. Tais fatos tendem a agravar a situação, criando “um mar” de incertezas. Indústrias que atuam no ramo de alimentos e comerciantes de *commodities* já deram o alerta de que a demanda por chocolate no mundo poderá aumentar 25% até o ano de 2020, o que significaria produzir um milhão de toneladas a mais por ano (Sporo, 2012).

No Brasil, após uma intensa luta dos produtores, o cacau tem agora a garantia de um preço mínimo: R\$ 75,00 a arroba. O anúncio foi feito no início de julho de 2013, em Salvador, pela presidente Dilma Rousseff. A inclusão do cacau na Política de Garantia do Preço Mínimo (PGPM) era uma das grandes reivindicações dos produtores sul-baianos. Para assegurar um preço mínimo, o Governo Federal, por meio da Companhia Nacional de Alimentos (Conab), interfere comprando estoques a fim de regular o mercado. A política de preço mínimo foi um dos motivos que levaram produtores sul-baianos a protestar queimando sacas de cacau, em Ilhéus.

1.7.1. Qualidade e especificidades das amêndoas de cacau

Madagascar, pequena ilha africana situada no Oceano Índico (Fig. 10), embora produza somente 5.000 toneladas de cacau por ano, enquanto a Costa do Marfim produz 1,5 milhões de toneladas, tem a qualidade de suas amêndoas considerada irrepreensível.

Figura 10: Localização no mapa da Ilha de Madagascar



Fonte: GOOGLE MAPS, 2012.

As amêndoas de cacau produzidas, segundo Rajaonera, Diretor da Chocolataria Robert (Madagascar) (Fig. 11), são finas, frutadas e aromáticas, qualidades bastante procuradas por chocolateiros de todo o mundo. A ilha produz um cacau de alta qualidade numa região chamada Sambirano, reconhecido mundialmente como um *terroir* produtor de cacau de alta qualidade. O país exporta 3.500 toneladas anuais de amêndoas e 40 toneladas de chocolate. Produzindo suas amêndoas a partir das três variedades de cacau, o Crioulo, o Trinitário e o Forasteiro, sua qualidade é percebida pelo mercado, sendo detentora de prêmios internacionais como o de melhor cacau no Salão do Chocolate em 2004. Não obstante a qualidade do próprio fruto, os produtores locais avançam nos processos indispensáveis à qualidade, como uma boa maturidade dos frutos, uma excelente fermentação, assim como equipamentos modernos de transformação, utilizando tecnologias de análises microbiológicas e químicas dos produtos. A ilha está se preparando para a renovação de seus plantares, se antecipando ao envelhecimento das plantas.

Figura 11: Linha clássica de chocolates produzida pela Chocolataria Robert – Madagascar



Fonte: Madacamp (www.madacamp.com/Chocolaterie_Robert), 2013.

Outro *case* a ser analisado é o de Granada²⁶, cuja produção de amêndoas de

²⁶ País da América Central, localizado no mar do Caribe, formado basicamente por três ilhas e pequenas propriedades agropecuárias, com governo monárquico parlamentarista, tem uma população de 102 mil habitantes, aproximadamente, e PIB de US\$ 1.1 bilhão.

cacau encanta os *chocolatiers* da Bélgica e Suíça por sua elevada qualidade. Cultivado nas montanhas, no impressionante vale próximo à cidade de Hermitage, o cacau de Granada também é utilizado por uma cooperativa que possui uma pequena agroindústria de chocolate orgânico, movida completamente a energia solar – “da árvore até a barra” (Fig. 12). No final de 1999, um engenheiro americano pesquisou e criou o equipamento solar e a maquinaria básica para a produção do chocolate, construiu o processo de certificação de cacau orgânico, aproveitando-se de anos sem utilização de produtos químicos, por falta total de recursos.

Figura 12: Chocolate orgânico fino produzido no vale do Hermitage pela Grenada Chocolate Company



Fonte: Grenada Chocolate (www.grenadachocolate.com), 2013.

Outro exemplo em Granada é o chocolate Grococo, tendo todo seu processo de produção definido com padrões ambientalmente corretos. Desde o cultivo do cacau até o transporte, tudo é feito de maneira artesanal. Para fechar o ciclo sustentável, o produto é levado para o Reino Unido em um navio a vela, em uma viagem de seis semanas, substituindo os aviões. Gru Grococo é um chocolate fruto da parceria entre a Rococo, fabricante inglesa de chocolates, e a Companhia de Chocolate de Granada. Ele está disponível nas lojas Rococo, da marca, e no site da empresa. Em Londres também é possível fazer o pedido pelo serviço *delivery*. Cada barra custa 11,95 libras, cerca de 37 reais. O dinheiro arrecadado com as vendas é revertido para a fábrica de Granada (Fig. 13). Esta estratégia visa estimular a produção sustentável de chocolate no país.

Figura 13: Chocolate orgânico fino produzido em Granada – Chocolate Grococo



Fonte: Ciclovivo (www.ciclovivo.com.br/noticia/), 2013.

Notadamente, o mercado do cacau/chocolate demanda quantidade, qualidade e regularidade, e para tanto os produtores, em especial os brasileiros, comprovadamente, reúnem competência. Segundo a CEPLAC (2013), o que não se tem hoje (em termos gerais nacionais) é o requisito da organização, quer seja da produção, quer seja dos produtores, sendo esta última o requisito mais frágil. O mercado de cacau/chocolate se caracteriza por ter pouquíssimos compradores. A organização entre eles, sem dúvida, é fácil, fato que cria barreiras complexas a serem minimizadas.

No Brasil, quebrando paradigmas de produtor de cacau comum, após muitos anos sendo apontado como produtor de amêndoas sem qualidade, essa realidade vai sendo lentamente alterada por conta do trabalho de alguns empreendedores, a exemplo dos produtores João Tavares e Diego Badaró, no sul da Bahia, tendo ambos recebido reconhecimento internacional, associando seus nomes e sua produção a importantes indústrias e lojas especializadas em chocolates *gourmets*, exportando não só amêndoas *premiums*, como o chocolate *gourmet*.

Mudanças no comportamento do consumo, a nível global, validam ou não as diversas opções de certificações que estão sendo colocadas para o consumidor. Que escolhas o consumidor responsável deve assumir, frente a este leque de possibilidades como Comércio Justo, *Rainforest Alliance*, Indicações de Origem, Etiquetas Ecológicas e Orgânicas, são questões que permeiam o debate no que se refere a essa cadeia. Concebidos para ajudar os pequenos agricultores a aceder aos mercados locais, e para

dar aos consumidores uma certa garantia quanto àquilo que adquirem, os esquemas de certificação proliferam em todo o mundo, em particular nos exclusivos mercados de luxo europeus, e também nos estados americanos do Norte.

Notadamente, produzir amêndoas com certificação não constitui garantia de rendimentos suplementares, visto que os atributos e critérios estabelecidos para definir um determinado selo ou rótulo foram, em sua maioria, criados por atores do Hemisfério Ocidental Norte. Os processos são por demais onerosos e implicam em implementações de especificações complexas.

Embora a certificação possa aumentar o valor do produto, o rendimento extra não chega necessariamente aos produtores de cacau. Sem dúvida que a certificação é uma ferramenta de comercialização eficaz, permitindo aos consumidores firmar suas posições sociais e ambientais no ato da compra. Mas os críticos afirmam que, além de confundir os consumidores, alguns esquemas chegam mesmo a enganá-los (ESPORO, 2012, no. 108), pois abonam a informação de que o excedente de preço que pagam pelos produtos certificados chega às mãos dos pequenos agricultores, quando a realidade se apresenta bem contrastante (ESPORO, op. cit.). Em estudos sobre a cadeia do café, apenas 10% do aumento pago numa loja por um café assinalado como Comércio Justo chega efetivamente às mãos do produtor.

Outros estudos confirmam esta perspectiva, revelando que a certificação realmente cria um valor agregado, mas que, em média, menos de 10% desse valor fica retido no país de origem. “Sem dúvida que o valor é criado”, como relata Jacky Charbonneau, do Centro do Comércio Internacional, entrevistado por Esporo, 2012: “...mas não é capturado pela pequena produção. No caso das bananas, as análises da cadeia de valor revelam que a maior parte do valor acrescentado é capturada por operadores a jusante do setor de importação, ficando com estes atores a maior fatia, frequentemente entre 40 e 48%”, enquanto a indústria e o grande varejo ficam com quase a totalidade do restante.

As certificações podem ser entendidas como ferramenta de comercialização ou barreira comercial. Na panóplia dos esquemas de certificação, cada um deles tem a sua perspectiva e finalidade. A designação “Orgânico” ocupa uma larga fatia do mercado de certificação, embora haja outras etiquetas em crescimento rápido. O “Comércio Justo” paga um prêmio aos produtores que satisfaçam padrões específicos de trabalho e

produção, que é despendido em programas comunitários. A *Rainforest Alliance* não paga prêmios, mas oferece aos produtores formação, aconselhamento e acesso a crédito.

Conquanto o sistema de certificação tenha, inicialmente, se caracterizado como um setor de nicho, as grandes cadeias comerciais de varejo abriram caminho e começaram a comercializar as suas próprias linhas orgânicas e de comércio justo, e a exigir conformidade com o GLOBALG.A.P.²⁷. Embora seja tecnicamente um esquema de certificação voluntária – uma vez que não é uma norma pública, essa certificação é hoje um requisito para todos os fornecedores das grandes cadeias de supermercados do Hemisfério Norte.

Entretanto, mesmo com indicadores desfavoráveis, a certificação no caso do produto cacau compreende, além de acesso ao mercado, um mecanismo de ajuda aos pequenos produtores na busca de melhoria da qualidade técnica do produto, melhoria dos processos produtivos e benefícios para a cadeia de valor. Mais a jusante ocorre um fardo administrativo e de despesas, e certos processos e atributos colocam dificuldades técnicas para os pequenos agricultores. O produto certificado é muito dependente dos doadores, sendo, muitas vezes, as ONGs, ou outros apoios externos, os atores que suportam o processo, levantando-se pois a questão referente a até que ponto esta perspectiva pode de fato ser sustentável, a exemplo dos pequenos agricultores do Quênia, que se mostram cada vez mais relutantes em procurar certificação para os seus produtos orgânicos, segundo Sporo (2012).

Entre os custos que ela representa para os agricultores, contam-se as taxas de certificação, as inspeções anuais e as despesas inerentes à implementação de quaisquer melhoramentos identificados como necessários. A certificação orgânica obriga, muitas vezes, a um aumento dos custos de produção, principalmente no caso de procedimentos de alimentação. As taxas de certificação devem ser pagas com grande antecipação, e os críticos argumentam que os objetivos originais de tais esquemas – apoiar os pequenos produtores – estão a perder-se à medida que os sistemas se tornam mais burocráticos.

²⁷ O maior desafio dos mercados globalizados encontra-se hoje na área do setor primário de alimentação. A GLOBALG.A.P.(antigamente conhecida como EUREPG.A.P) conseguiu estabelecer-se no mercado global como referência chave de Boas Práticas Agrícolas (BPA), num número cada vez maior de países - atualmente mais de 80 países. Organização privada, estabelece normas voluntárias para a certificação de produtos agrícolas. GLOBALG.A.P. é uma norma dita "pre-farm-gate" (antes da saída da unidade de produção), o que significa que o certificado abrange toda a produção do produto certificado, começando pelos insumos, como por exemplo forragens ou plântulas e todas as atividades agrícolas, e terminando com o momento em que o produto deixa a unidade de produção. O selo GLOBALG.A.P. é uma marca comercial destinada ao uso de empresa para empresa e, como tal, não é diretamente visível para o consumidor final (http://www1.globalgap.org/cms/front_content.php?idcat=2).

“A certificação pode ajudar alguns agricultores a aceder a mercados mais lucrativos e a obter melhores rendimentos com aquilo que produzem. Mas os elevados custos e exigências da certificação podem também excluir os agricultores mais pobres em favor daqueles que estão mais bem instalados e já organizados,” diz Emma Blackmore, coautora de um relatório recente do Instituto Internacional para o Ambiente e Desenvolvimento (IIED).

Normalmente os agricultores pagam os custos da certificação, embora por vezes os exportadores ajudem a saldar a conta. Em Vanuatu²⁸, 1200 agricultores agruparam-se na Associação de Produtores Orgânicos de Vanuatu, estabelecida com o apoio da empresa francesa de chocolate Kaoka, que paga as suas quotas e oferece apoio técnico e equipamento.

O tempo é uma despesa importante a ser contabilizada. Para conseguir uma certificação orgânica o agricultor deve passar, normalmente, por um período de conversão de 2 a 3 anos. O produtor pode também ter de enfrentar uma diminuição da produtividade da cultura. À medida que a certificação se torna mais comum, existe o risco de saturação do mercado, além de que a capacidade limitada das instituições de certificação pode representar, para os agricultores elegíveis, uma longa espera. Segundo apontado pela revista Esporo, em 2012, ironicamente, menos de um quarto da produção certificada como Comércio Justo é vendida como Comércio Justo.

Uma alternativa adaptada em alguns países africanos consiste no estabelecimento de Sistemas de Garantia de Participação. Tais esquemas, como a *Organic Pacifica* – um rótulo orgânico desenvolvido para a região do Pacífico – permitem que os produtores tenham mais voz na definição dos procedimentos. Todavia, a confiança dos consumidores pode ser um problema, uma vez que não existe nesse processo uma auditoria independente.

Há também a opção das certificações de qualidade de origem, tais como as indicações geográficas (IG), em que os agricultores se envolvem diretamente na definição dos padrões. Entre os exemplos, destaca-se o Cacau Linhares ES, Brasil, já certificado. Todavia, as IGs exigem um apoio considerável aos agricultores e o investimento do Estado para garantir a sua implementação, além de que, segundo a

²⁸ Vanuatu – país insular da Oceania, situado na região conhecida como Melanésia. Seu território é formado por cerca de 70 ilhas, na maioria pequenas e desabitadas. As maiores são de origem vulcânica e as menores são coralíneas. Tem cerca de 220 mil habitantes e a sua capital é a cidade de Porto-Vila. Disponível em www.dicionarioinformal.com.br/vanuatu.

revista Sporo, 2012, “muitas vezes são outros atores da cadeia varejistas (a jusante), e não os produtores, que embolsam os benefícios. Recentemente foi registrado o episódio de uma multinacional que se apropriou de nomes geográficos como Gana e Madagascar para os seus produtos de chocolate, sem que um único centavo beneficiasse os produtores”.

Ainda segundo a mesma fonte (op.cit.2012), o programa de preço garantido ao produtor, que vem sendo implantado pela Costa do Marfim, não obteve o aceite garantido por outros *players* da cadeia, como a certificadora do rótulo holandês UTZ. Esta instituição entende que a certificação não teria como objetivo uma melhor remuneração ao produtor, mas sim a garantia de ser integrante de uma rede merecedora de apoio. O selo UTZ, que envolve 150.000 produtores certificados, sendo 50.000 na Costa do Marfim, objetiva a disseminação das boas práticas agrícolas e ambientais, e não a remuneração.

A industrialização do cacau e a verticalização da produção, a partir da agricultura, podem potencializar as certificações, agregando valor e possibilitando maior renda para o produtor rural. Nesse modelo, a agroindústria está diretamente ligada ao próprio desenvolvimento das áreas produtoras pela oferta de emprego e renda.

CAPÍTULO 2

Suporte teórico ao novo paradigma das pequenas agroindústrias na Região Cacaueira

O presente capítulo tem como objetivo a construção de um quadro teórico/conceitual de suporte ao novo paradigma das pequenas agroindústrias na Região Cacaueira, buscando na Sociologia Econômica e nos debates de Porter sobre capacidade competitiva, apoio para fundamentar as inovações que estão ocorrendo nas regiões produtoras.

2.1. Quadro Teórico/Conceitual

O estágio atual das pequenas agroindústrias brasileiras é um fenômeno original e cheio de desafios teóricos, não somente se analisado num enfoque econômico, mas também sociológico e organizacional. Objetivando aliar as análises empíricas com o contexto teórico, buscou-se contribuir com a construção de parâmetros que atendam não somente aos interesses acadêmicos, mas auxiliem na construção de políticas públicas e, principalmente, reforcem a reflexão dos próprios atores da cadeia, pequenos e médios produtores, empreendedores, associações e cooperativas, na tentativa de acertar os rumos de seu desenvolvimento e, conseqüentemente, obter a melhoria das regiões onde estão inseridos.

O novo *modus operandi* do final do século XX exige o entendimento de paradigmas inovadores, como proteção ao meio ambiente, qualidade de vida, mercados internacionais, avanços tecnológicos cada vez mais revolucionários e disseminação do ideal democrático.

Buscando esclarecer a trajetória da economia rural das regiões produtoras de cacau no Brasil, e compreender os aspectos culturais e históricos para a análise do atraso da quebra de paradigmas associados ao desenvolvimento destas regiões, a presente pesquisa buscou em Prado Junior (2007[1933]) entendimento de questões referente à estrutura agrária brasileira e, conseqüentemente, à cultura cacauzeira.

Segundo Prado Junior (op.cit), a estrutura brasileira está centrada em três caracteres:

[...] a grande propriedade, a monocultura e o trabalho escravo. A formação da economia brasileira, a partir da sua própria condição como colônia, se estabeleceu e existia somente para benefício exclusivo da metrópole portuguesa. O resultado desta política reduziu o Brasil à simples situação de produtor de alguns gêneros destinados ao comércio internacional, onde se inibia violentamente qualquer tentativa de inovação comercial e de produção. Esta posição de simples produtor de alguns gêneros destinados ao comércio internacional impõe-se como característica da economia brasileira, mesmo depois de não mais ser colônia (PRADO JUNIOR, 2007 [1933]).

O Brasil do século XXI tem se imposto, no cenário internacional, não só por uma revolução no contexto do agronegócio, com a utilização de processos tecnológicos cada vez mais inovadores, mas também por ter se tornado um país de consumo cada vez mais crescente. O modelo de desenvolvimento econômico que imperou até hoje está sendo questionado. O processo produtivo nocivo ao meio ambiente está sendo colocado em xeque (GOES, FONTES, 2009).

Assim como a história e a economia da nação brasileira tiveram sua formação no modelo de monocultura agrário-exportador, a construção da cultura e da economia da Região Cacaueira também se fizeram, no mesmo modelo. Entretanto o que se vê, hoje, no País, é uma revolução tecnológica na produção agrícola que leva a economia rural a ser responsável por 10 % do PIB nacional.

A teoria econômica ainda hoje tem poucas respostas para pensar uma teoria abrangente das firmas, assim como o universo dos pequenos empreendimentos no meio rural também não é totalmente explicado, sobretudo quando os produtores deixam de ser simples fornecedores dos atores dominantes das cadeias agroindustriais e buscam uma inserção autônoma nos mercados (WILKINSON, 2008). Para a economia neoclássica, o setor tradicional de pequena escala não terá nenhuma chance de ser competitivo por seu uso ineficiente de recursos ou por sua falta de acesso a recursos eficientes (op.cit). Um dos pilares da ortodoxia econômica está construído sobre a Teoria Neoclássica da Firma, sendo esta vista como uma função de produção, em que o funcionamento interno da firma é inexistente ou negligenciado.

Williamson (2005, p. 18), concordando com Demsetz, expõe que “é um erro confundir a Teoria Econômica da Firma com a firma do mundo real”. O foco da teoria econômica está construído na oferta e demanda, nos preços e na produção. “A missão da Economia Neoclássica é entender como o sistema de preços coordena o uso dos recursos, e não explicar o funcionamento interno das firmas”. E o autor (op.cit.) argumenta: “Tudo funciona bem, dentro do alcance da teoria, mas como interpretar as formas contratuais de produção?”

Nesta perspectiva ganha adeptos a Nova Economia Institucional – NEI, inaugurada por Ronald Coase, em 1937, cuja abordagem econômica trata a firma como uma estrutura de governança e umnexo de contratos, possibilitando um diálogo entre as ciências jurídicas, econômicas e a Teoria das Organizações. Coase (1937) propõe uma

Teoria da Firma mais voltada para o entendimento analítico da estrutura e do funcionamento interno das organizações. O autor critica a Economia Clássica, indicando que, no, mundo real, há custos de transação, e que o mundo analisado pela economia ortodoxa é o mundo da *blackboard economics*. E neste contexto as instituições não exercem influência no desempenho econômico.

Também no tratamento neoclássico do conceito de desenvolvimento, a percepção de desajuste com a realidade é apontada. Perroux (1981), declara que é necessário substituir a “representação mecânica de deslocamento de coisas num espaço homogêneo” pelas “atividades no espaço humano essencialmente heterogêneo que é o da vida e da história”. Para o autor, “cada indivíduo é portador de poder de transformação e muitas vezes de expansão”. Os agentes são desiguais, diferentes. O poder desenvolvido pelo agente aplica-se a sua unidade de produção, a “sua empresa que se constitui seu espaço de decisão, espaço da clientela, dos investimentos, seu espaço operacional”.

Buscando explicações no âmago da NSE, a presente análise encontra respaldo nos trabalhos de Schumpeter, Bourdieu (*habitus*, campo, interesse e capital), Polanyi, (“A grande transformação”, onde revela que a sociedade de mercado não emerge naturalmente, ela é construída social e politicamente), e Mark Granovetter (com o conceito de enraizamento). Notadamente por se tratar de uma cadeia agroprodutora com dinâmicas complexas e conflituosas, buscou-se também compreender esse movimento à luz da Nova Economia Institucional-NEI (WILLIAMSON, 2005), que entende que o desempenho das organizações e dos atores estariam pautados na existência de “boas” instituições que garantam o pleno funcionamento do mercado.

Enquanto a abordagem da NSE auxilia na compreensão de como se dá a organização dos atores locais/regionais, resultando em estruturas sociais, a NEI fornece elementos para entender como esses atores interagem com outros das demais escalas orientadas pelas instituições e/ou condições institucionais, além de apontar as condições do oportunismo desses atores. As duas escolas que focam suas análises sobre o mercado ou sobre a ação econômica amparam a presente pesquisa na interpretação da dinâmica territorial do desenvolvimento. Nota-se que as mudanças que vêm ocorrendo nas regiões produtoras de cacau/chocolate refletem o esforço dos atores em sua busca por novas formas de inserção no mercado.

Outro importante aporte teórico, também pertinente para a análise das agroindústrias de cacau/chocolate, provém da Teoria das Convenções, teoria consolidada no trabalho de Boltanski & Thevenot (1991), que se baseia no reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade do produto, nas interações entre produtores com relação às regras de produção ou modos de fazer no processo produtivo, e o quanto estes aspectos influenciam na garantia da qualidade dos produtos comercializados. Tudo isso pode ser explicado à luz desse enfoque.

Buscou-se, também, apoio nos trabalhos de pesquisadores nacionais sobre a trajetória e as perspectivas do agronegócio brasileiro: John Wilkinson, Décio Zylberstajn, José Carlos de Toledo, e Marília Oetterer, entre outros.

No contexto do alcance de vantagens competitivas, utilizou-se os conceitos de Michael Porter com o modelo “Diamante da Competitividade”, para contribuir na construção dos indicativos e das perspectivas para a cadeia do cacau/chocolate no país.

2.2. A Nova Sociologia Econômica

Segundo Swedberg (2000), a Nova Sociologia Econômica (SE), cujas raízes remontam a Karl Marx, Max Weber, Joseph Schumpeter e Karl Polanyi, pode ser definida, de modo conciso, “como a aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos – mercados, empresas, lojas, sindicatos, e assim por diante”. O autor acrescenta:

... Apoiando-se no enfoque de Max Weber, a sociologia econômica estuda tanto o setor econômico na sociedade (“fenômenos econômicos”) como a maneira pela qual esses fenômenos influenciam o resto da sociedade (“fenômenos economicamente condicionados”) e o modo pelo qual o restante da sociedade os influencia (“fenômenos economicamente relevantes”) (cf. WEBER, 1949) (SWEDBERG, 2000).

Para responder a seus questionamentos, a nossa pesquisa procurou trabalhar com um conjunto de autores de diversas esferas, mas, principalmente, com os que se

situam no campo teórico da Nova Sociologia Econômica - NSE²⁹, por permitir uma reflexão sobre um desenvolvimento mais sustentável. A partir da década de 1980, a NSE busca dar conta da economia como um conjunto social, considerando-a sob o enfoque das instituições, das organizações, das redes e das formas de governança, reintroduzindo a economia no seio da sociedade, possibilitando uma melhor compreensão do desenvolvimento sustentável.

Nesse enfoque, a lógica puramente econômica passa a não mais ser o centro da análise para abrir espaço a construções sociológicas como economia da boa-fé, lógica da reciprocidade e da historicidade das categorias econômicas e do mercado capitalista. Esse embasamento teórico tem fundamentado as bases analíticas de campos de conhecimentos como: desenvolvimento regional e local, mercado de trabalho, agências de emprego, redes sociais de apoio, consumo de vinhos ou outros produtos, organização de produtores e consumidores, e redes de corrupção.

Wilkinson (1996), em artigo sobre Sociologia Econômica e Agroindústria, traz para o debate o desenvolvimento econômico do campo, o pensar sociológico com uma visão de mundo ampliada, propondo que a Sociologia e a Economia juntas constituam-se caminhos teóricos para entender a complexidade do fenômeno decorrente do sistema agroalimentar. Segundo o autor (p. 85), para uma análise mais profunda do mundo das MPEs no meio rural, sobretudo quando deixam de ser simples fornecedoras de atores dominantes para buscar uma inserção mais autônoma, a Teoria Econômica Neoclássica passa a ser insuficiente, visto que o setor tradicional de pequena escala está fadado a não ser competitivo por seu uso insuficiente de recursos ou por falta de acesso a recursos eficientes.

Neste contexto, os trabalhos de Granovetter trazem, para os debates em questão, contribuições fundamentais. A dinâmica de mercado como extrapolações de redes sociais, o conceito de enraizamento (*embeddedness*) e a formulação de um novo conceito em relação às redes sociais ao destacar o papel chave de atores situados nos pontos de interligação entre diferentes redes são trabalhos fundamentais para a pesquisa. A novidade que a Sociologia Econômica oferece é a possibilidade de explicar o funcionamento dos mercados a partir de uma abordagem de redes sociais.

²⁹ O termo “nova sociologia econômica” foi cunhado por Mark Granovetter numa conferência pronunciada na Associação Norte-Americana de Sociologia, em Washington, D.C., em 1985. (Richard Swedberg, *Principles of economic sociology*, 2003, p. 3).

A Nova Sociologia Econômica, associada aos trabalhos inspirados na obra de Polanyi, funde duas tradições sociológicas - *network analysis* e *social construction theory* - no intuito de desenvolver novos instrumentos analíticos para captar a dinâmica da atividade econômica. Este enfoque, sobretudo no trabalho de Granovetter, representa talvez a alternativa mais abrangente do reducionismo institucional associado à escola de Williamson (1975). Wilkinson esclarece:

“ Num diálogo com a literatura econômica (incorporando noções de “irreversibilidade” e “*lock-in*”), Granovetter elabora uma metodologia que, ao meu ver, evita simultaneamente os problemas de “*contingency*” e “determinismo” na análise da organização da vida econômica. O seu conceito de “redes sociais”, distinto mas complementar à noção de “redes sociotécnicas” de Callon e Latour, bem como a sua noção específica do “*strength of weak ties*” permitem uma análise inovadora tanto dos atores, quanto das organizações e instituições econômicas. O artigo clássico de Granovetter sobre a noção de *embeddedness* já merece citações nos trabalhos de representantes destacados das tradições neo-schumpeteriana e regulacionista. Inicialmente norte-americana, esta corrente foi introduzida nos países nórdicos por Swedberg, e artigos de Granovetter já foram publicados na França. Além dos trabalhos do próprio Granovetter, a coletânea *The Sociology of Economic Life* (Granovetter, 1992) oferece um panorama do potencial deste enfoque e, numa contribuição recente de grande importância, Mingione, no livro *Fragmented Societies*, aplica os conceitos de economia sociológica à análise da dinâmica do setor informal na economia moderna. Acredito que *insights* deste trabalho podem ser muito úteis na análise das formas de organização na agricultura” (op.cit, pg 87).

A SE, que surgiu como uma resposta à expulsão da vida social da análise econômica, tanto na visão neoclássica quanto nas formulações da nova economia institucional, bem como no esforço de estender essas abordagens ao conjunto das ciências sociais, apresentou-se como o melhor caminho conceitual e teórico para o entendimento da economia campesina e do desenvolvimento local.

A contextualização deste enfoque teórico para o entendimento da dinâmica das pequenas agroindustriais cacau/chocolate propiciou a geração de conhecimento para responder às demandas da pesquisa, nas formas específicas de desenvolvimento do setor agroindustrial do cacau/chocolate e as implicações de melhoria do seu território. As novas demandas agroalimentares da era do pós-fordismo criaram um ambiente acadêmico propício à formulação de inúmeras abordagens que levam a complementaridades e também divergências entre as diversas teorias: desde as novas

leituras schumpeterianas, ao contexto da Nova Sociologia Econômica, na expressão de Granovetter e de Boltansky, introduzindo a Teoria Francesa das Convenções, ajudando decisivamente a compreender o universo dos mercados diferenciados, objeto deste estudo.

2.3. A Teoria de Inspiração Schumpeteriana

O pensamento de Joseph Alois Schumpeter pode ser encontrado na maior parte dos trabalhos acadêmicos que objetivam temáticas como desenvolvimento econômico, empreendedorismo e inovação. Schumpeter (1983-1950) descreve claramente a relação entre os períodos de prosperidade com a inovação, a criação de novos mercados, o papel da tecnologia na sociedade e a ação do empreendedor.

Em consonância com outros grandes economistas que o precederam, como Adam Smith (1723-1790), David Ricardo (1772-1823), e Karl Marx (1818-1883), Schumpeter procurou compreender os movimentos gerais da economia e o destino de um modo particular de produzir em sociedade: o capitalismo. Mas, ao contrário dos economistas clássicos, Schumpeter distinguiu a diferença entre crescimento e desenvolvimento e percebeu o papel central do crescimento econômico para a justiça social, advertindo para os perigos da redistribuição prematura, e afirma: “Nem o mero crescimento da economia, representado pelo aumento da população e da riqueza, será designado aqui como um processo de desenvolvimento” (op.cit. 1997, p 10).

Introduz o conceito da “destruição criadora”, onde prescreve a substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos. Na abordagem schumpeteriana – o empreendedor é o agente de desequilíbrio do mercado, é um criador de instabilidade e de destruição criativa. O autor procura entender de onde provêm as inovações, quem as produz e como são inseridas na atividade econômica. Descarta a hipótese de que as mudanças e inovações se originem no âmbito dos desejos e necessidades dos consumidores, embora esses sejam elementos importantes para a adoção e difusão de novas combinações. Para o autor, é o produtor/empreendedor que, igualmente, inicia a mudança econômica (SCHUMPETER, 1997, p. 48).

As mudanças se originam, portanto, no lado da produção, na maneira distinta de combinar materiais e forças para produzir as coisas a serem utilizadas na vida diária das pessoas. Trata-se de modos totalmente diferentes de dispor materiais e forças. A esses modos diferentes Schumpeter (1997, p. 48-9) chamou de inovações ou de novas combinações, e referem-se a:

“1) Introdução de um novo bem, ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estejam familiarizados ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que, de modo algum, precisa ser baseado numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não. 4) Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio” (op. cit).

Schumpeter deixa explícito que os recursos para viabilizar as novas combinações já estão disponíveis na sociedade, estando empregados em atividades que compõem o fluxo circular. São as novas maneiras de combiná-los, retirando-os dos locais onde se acham empregados que, e em sua visão, irão produzir o desenvolvimento econômico.

No que se refere a quem vai tomar a iniciativa dessa mudança, Schumpeter traz para o debate o personagem fundamental: o empresário. Para ele o empresário é uma figura que se distingue na sociedade por ser portador de uma energia e capacidade de realizar coisas novas que não estariam presentes se esse ator (empreendedor) não as tivesse difundido. Portanto, o desenvolvimento é possível quando ocorre inovação, que deve vir apoiada pelo crédito. O autor é incisivo quanto a importância do crédito para fomentar o desenvolvimento, atribuiu a ele papel fundamental no crescimento econômico.

No âmbito da teoria neoschumpeteriana encontra-se o entendimento de que as inovações organizacionais estão num mesmo patamar de importância dos paradigmas tecnológicos, abrindo um leque de oportunidades para o entendimento da modernização do agronegócio bem como no que diz respeito à dinâmica da demanda e sua influência

nas organizações. Nesse contexto, podem ser relacionadas à teoria shumpeteriana a importância de pequenas empresas inovadoras, tanto no campo do desenvolvimento tecnológico quanto na identificação de nichos de mercado, que dentro da análise do sistema agroalimentar permite reflexões sobre os novos entrantes do meio rural.

Ampliando a literatura para o entendimento da dinâmica das inovações, um fator preponderante para a análise da cadeia agroalimentar do cacau/chocolate concentra-se na figura do empreendedor. Este ator apresenta-se, no artigo de Wilkinson e Vale (2008), como agente de inovação, como articulador de redes, e como criador de redes submetidas a graus variados de inovação. O empreendedor pode ser visto como um articulador e não como um ator atomizado e autossuficiente, com capacidade de unir e conectar diferentes atores e recursos dispersos no mercado e na sociedade, agregando valor à atividade produtiva.

A associação da temática do empreendedor como um coordenador e aglutinador de recursos e a abordagem do empreendedor aliada à inovação colaboram para o entendimento deste ator influenciando a transformação social e o crescimento econômico. Numa vertente sociológica, o papel do campesinato e da pequena produção, “como um elo privilegiado do complexo agroindustrial”, e a identificação da “natureza” como “um processo produtivo, “uma fábrica natural”, podem ser apontadas como conceitos-chaves para entender a modernização agrícola, trazendo para o contexto da agroindústria a “interação entre a natureza como processo produtivo e o progresso técnico” (GOODMAN, SORJ e WILKINSON, 1985 e 1987). Nesta perspectiva, os autores advertem que, no âmbito “da teoria do oligopólio, as MPEs podem sobreviver apenas na medida em que a sua ineficiência de custos possa ser apropriada em sobre-lucros pelas empresas líderes”. A teoria de inspiração neo-schumpeteriana, segundo os autores, destaca a importância de pequenas empresas inovadoras, tanto no desenvolvimento tecnológico quanto na identificação de nichos de mercado.

Entretanto, este enfoque não encontra todos os instrumentos que possibilitam o entendimento dos aspectos dinâmicos da produção tradicional do campo. A teoria vem ainda considerando as MPEs agroindustriais como um espaço de menor importância. As pequenas agroindústrias brasileiras muitas vezes ainda são identificadas como modelos frágeis de negócios, cuja competitividade é alcançada pela sonegação, pela pobreza e pela baixa percepção dos consumidores dos riscos embutidos em sua produção (op.cit).

Ao longo do século XX, teóricos como Schumpeter, Bourdieu e Granovetter - passaram a criticar o poder explicativo do pensamento neoclássico e construíram novas categorias analíticas para compreender os fenômenos econômicos. Tais teorias têm em comum a tentativa de romper com o viés estritamente economicista dos neoclássicos e incorporar noções sociológicas na análise da economia. Mais recentemente, a tendência crescente de transição de um modelo de produção fordista, produção em massa, caracterizado pela padronização dos produtos, a um modelo pós-fordista, centrado na diferenciação dos produtos, exigiu a construção de novos instrumentos de análise dos fenômenos econômicos.

2.4. A abordagem de Mark Granovetter

Para justificar que as limitações da pequena agroindústria brasileira podem ser superadas, buscou-se respaldo nos conceitos e formulações no âmbito da Nova Sociologia Econômica, encontrados nos trabalhos de Granovetter.

Como apontado acima, a Nova Sociologia Econômica está respaldada nos trabalhos do Mark Granovetter que, a partir dos anos 70, publicou um conjunto de artigos que postulam uma reformulação da teoria neoclássica. Com os enfoques de “enraizamento (*embeddedness* - termo apropriado de Karl Polanyi), redes sociais e a “força dos laços fracos”, o autor procurou explicar o funcionamento dos mercados a partir de uma abordagem de redes sociais”, defendendo que o mercado não é um sistema neutro de determinação de preços, pois está embebido na estrutura social, permeada de culturas e valores que influenciam o comportamento dos atores. A noção de *embeddedness* assume que o comportamento e as instituições devem ser analisados em conjunto com as relações sociais.

Para Granovetter, uma das questões clássicas da teoria social é como os comportamentos e as instituições são afetadas pelas relações sociais e até que ponto a ação econômica está imersa nas estruturas dessas relações no contexto da moderna sociedade industrial.

Na tentativa de desenvolver uma teoria sociológica complementar à Teoria Econômica (STEINER, 1998), Granovetter (1992) afirma que seu objetivo não é criticar

a Economia Neoclássica, mas reforçá-la ao acrescentar-lhe uma perspectiva sociológica. Ele reconhece a validade da abstração do *homo economicus* para a análise da oferta e da demanda, mas reflete para a necessidade “[...] de mostrar que as teses neoclássicas sairiam reforçadas [...] se lhes fosse acrescida uma perspectiva sociológica” (2007, p. 208).

“Grande parte da tradição utilitarista, inclusive a economia clássica e a neoclássica, pressupõe um comportamento racional e de interesse pessoal minimamente afetado pelas relações sociais, invocando, assim, um estado idealizado não muito distante desses esquemas mentais. No outro extremo reside o que chamo de proposta da “imersão” (*embeddedness*): o argumento de que os comportamentos e as instituições a serem analisados são tão compelidos pelas contínuas relações sociais que interpretá-los como sendo elementos independentes representa um grave mal-entendido” (op.cit p. 02).

Em seu artigo, publicado em 1985, no qual explora a noção do enraizamento, Granovetter reflete que a sua análise da ação humana evita a atomização tácita nos extremos teóricos das concepções sub (da teoria clássica) e supersocializada (na qual inclui a teoria de Bourdieu). Os atores não se comportam nem tomam decisões como átomos fora de um contexto social, e nem adotam de forma servil um roteiro escrito para eles pela intersecção específica de categorias sociais que eles porventura ocupem. Em vez disso, suas tentativas de realizar ações com propósito estão imersas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais.

Em contrapartida ao elemento defendido por Williamson, o “oportunismo” intrínseco da ação humana, o argumento de Granovetter enfatiza, por sua vez, o papel das relações pessoais concretas e as estruturas (ou “redes”) dessas relações na origem da confiança e no desencorajamento da má-fé.

A preferência dominante em fazer transações com indivíduos de reputação conhecida implica em que poucos estão realmente dispostos a confiar na moralidade generalizada ou nos dispositivos institucionais para evitar problemas. Os economistas notaram que um incentivo para não enganar o outro é o custo dos danos infligidos à reputação pessoal; mas essa concepção da reputação como uma *commodity* generalizada, um cálculo entre as vantagens e as oportunidades de enganar, representa uma concepção subsocializada:

“ Na prática, recorremos a essas informações generalizadas quando nada melhor está disponível, mas normalmente buscamos melhores informações. Melhor que a afirmação de que alguém é conhecido pela sua honestidade é a informação de um informante confiável que já lidou com esse indivíduo e o considerou honesto. Ainda melhor é a informação das próprias transações que foram feitas com essa pessoa no passado. Esta última informação é melhor por quatro razões: (1) é barata; (2) uma pessoa confia mais na informação que colheu pessoalmente – ela é mais rica, mais detalhada, e sabe-se que é precisa; (3) os indivíduos com os quais se tem uma relação duradoura têm uma motivação econômica para ser dignos de confiança, para não desencorajar transações futuras; e (4) diferentemente de motivos puramente econômicos, as relações econômicas contínuas tendem a revestir-se de conteúdo social carregado de grandes expectativas de confiança e abstenção de oportunismo” (GRANOVETTER, 2007).

Na SE, conforme Granovetter, o enfoque ativo aponta para uma sociologia da “vida econômica” ou da “atividade econômica”, distinguindo três níveis nos fenômenos econômicos: 1) a ação econômica, 2) os resultados econômicos (como os preços e os salários), 3) as instituições econômicas (1992). O autor aponta, em vários de seus textos, as três proposições fundamentais que orientam sua reflexão: a ação econômica é uma forma de ação social; a ação econômica é socialmente situada; e as instituições econômicas são construções sociais (GRANOVETTER, 1985, 1992; SWEDBERG e GRANOVETTER, 1992).

Nas várias releituras da obra de Granovetter, a importância da análise dos mercados como extrapolações de redes sociais é sempre apontada como ponto chave de sua teoria. Como a atividade econômica é coordenada por grupos de indivíduos e não por indivíduos isolados, as análises econômicas devem levar em conta a historicidade dos fenômenos. Baseado numa pesquisa sobre o mercado de trabalho em Boston, Estados Unidos, onde cerca de 56 % dos entrevistados afirmaram que tinham conseguido seus empregos por meio de contatos pessoais, e mais, que os empregos mais bem remunerados também haviam sido adquiridos por meio de contatos pessoais, o autor aponta para o fenômeno na busca por empregos: mais importante do que a simples lei da oferta e da demanda, é o contato pessoal. O enraizamento da economia em redes sociais estaria, então, relacionado à questão da confiança que minimiza a ocorrência de oportunismo dentro da rede.

No que tange às pequenas agroindústrias, Wilkinson (2008, p. 94) propõe que, de acordo com o ponto de vista de Granovetter, os mercados de proximidade não regulados que se apoiam nesses empreendimentos podem ser percebidos “não como um

simples reflexo da pobreza ou da baixa conscientização do consumidor”, mas “como prolongamento de relações familiares, ou, diretamente, como consumidores ou como canais de comercialização”.

A confiabilidade do produto decorre da confiança no produtor, podendo dispensar as garantias formais de qualidade. Nas localidades rurais, essa produção, geralmente informal, pode adquirir uma reputação de qualidade que conquista a elite local. Entretanto surge um questionamento sobre a expansão, conforme relata Wilkinson (2008):

“...O desafio da expansão da produção não se reduz ao gerenciamento de quantias maiores, nem aos problemas ligados a custos fixos mais onerosos, mas implica a extensão do mercado além da rede social. Como negociar essa ruptura entre mercado e rede social se torna o desafio fundamental” (op.cit.).

Como aponta Wilkinson (2008, p. 95), à luz da Sociologia Econômica, a questão seria como estender a rede social para garantir novos mercados. Um dos mecanismos viáveis para explicar tal embate pode ser a “noção de laços fracos”, de Granovetter, que “aponta para a importância da mobilização de outras redes sociais que podem dar respaldo aos atores locais”.

Na ótica de Granovetter (1973), a unidade de observação extrapola os atributos dos atores, focando o conjunto dos atores com seus laços, as ligações entre os elos. E demonstrou que contrariando o senso comum, os laços que têm maior probabilidade de gerar informações novas, de gerar valor, são os laços fracos. Apesar de envolverem transações pontuais entre agentes, a importância dos laços fracos está, principalmente, na sua função de ligação entre as partes de uma rede social que não são ligadas diretamente através de laços fortes. Um exemplo são os produtos orgânicos comercializados nas gôndolas dos supermercados.

Para compreender as perspectivas da pequena agroindústria, a teoria dos laços fracos constitui-se como importante suporte conceitual, visto que esse setor que tem laços fracos tende a incorporar, cada vez mais, qualidade a seus produtos, atraindo, dessa forma, novos consumidores e novos mercados.

2.5. Teoria das Convenções (TC)

Um importante aporte teórico, também pertinente para a análise das agroindústrias de cacau/chocolate provém da Teoria das Convenções, teoria consolidada no trabalho de Boltanski & Thevenot (1991), que se baseia no reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade do produto. As interações entre produtores com relação às regras de produção ou modos de fazer, no processo produtivo, e o quanto estes aspectos influenciam na garantia da qualidade dos produtos comercializados podem ser explicadas à luz desse enfoque.

A abordagem das convenções desenvolve uma teoria organizacional que explicita muito mais a atividade econômica e leva em consideração as negociações criadoras dos acordos sobre as formas de coordenação econômica. Além disso, a análise da “aprendizagem coletiva” e a insistência na pluralidade das formas que justificam a coordenação econômica levam essa perspectiva a enfatizar a heterogeneidade das formas organizacionais igualmente viáveis (BOLTANSKI & THÉVENOT, 1991). Esse enfoque torna-se bastante pertinente para justificar os sistemas de produção familiar diversificada e para captar as especificidades das formas organizacionais, como as cooperativas.

Ao buscar novos nichos de mercados, a agroindústria, mesmo estimulando a diversidade de produtos e a sua diferenciação através da transformação dentro da propriedade, não evita que persistam ainda muitos gargalos, desde processos de comercialização e acesso aos mercados, inadequação de embalagens, instalações e tecnologia de produção, até o atendimento à legislação sanitária e à qualidade destes produtos.

A garantia da qualidade de produtos produzidos em larga escala está diretamente ligada à padronização dos processos de produção. Essa padronização requer investimentos altos em maquinário e instalações, o que traz dificuldades para as classes menos favorecidas de agricultores, com menor poder aquisitivo, de se adequar às normas. Nesse caso, então, os agricultores familiares continuam com as agroindústrias, mas boa parte deles não consegue atingir a padronização legal idealizada pelos mecanismos governamentais. Assim, o que garante a continuidade da comercialização é o *marketing*, o “boca-a-boca”, ou seja, a confirmação da qualidade através da opinião de

quem já consumiu, da força da “palavra” entre produtores e consumidores, aporte esse defendido pelos princípios da Teoria das Convenções.

A TC está muito próxima das tradições sociológicas de Latour, Callon e Granovetter, que enfatizam a importância e a diversidade dos atores sociais mobilizados para reorganizar as atividades econômicas em torno de determinadas opções tecnológicas. Esse enfoque teórico pode complementar a Nova Sociologia Econômica e a Nova Economia Institucional quanto à formação de abordagens explicativas mais capazes de dar conta da heterogeneidade dos atores envolvidos.

A TC, portanto, baseando-se no reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade imprescindível do produto, passa a ser importante suporte para explicar como funcionam as interações entre produtores das regiões cacaueiras e seus mercados, visando à verticalização, com relação às regras de produção ou aos “modos de fazer” no processo produtivo.

2.6. Ploeg e a construção de novas alternativas viáveis e sustentáveis para o mundo rural – o caso europeu

Na perspectiva de responder conceitualmente sobre a importância da dimensão da inovação no contexto da pequena produção do mundo rural, a pesquisa buscou, nos trabalhos de Ploeg³⁰ (2004), novos elementos para a construção do embasamento teórico, discutindo, à luz das suas propostas, a reconstrução e o desenvolvimento do mundo rural.

Como visto anteriormente, o espaço rural, hoje, não se restringe apenas a sua função agrícola, mas também serve de cenário para o desenvolvimento de novas atividades e de multifuncionalidades, que antes eram desenvolvidas apenas no espaço urbano, o que possibilita a alteração de valores sociais, culturais e também o processo de organização e alocação do trabalho rural.

³⁰ Obras pesquisadas de Jan Douwe Van der Ploeg: “*Camponeses e impérios alimentares*” e “*Seeds of Transition*”.

Os impasses emergidos no final do século XIX e início do século XX ainda hoje oferecem motivos para intensos debates entre os autores marxistas-leninistas; uns preconizam o fim do campesinato, e outros, ao contrário, defendem a sua permanência. Essas divergências têm contribuído sobremaneira para que surjam novos conhecimentos e ideais sobre o assunto, tornando as abordagens sobre o “futuro do campesinato” extremamente dinâmica, mas também conflituosa, no que diz respeito às orientações políticas de seus estudiosos.

O esgotamento do padrão de agricultura convencionalmente chamado de moderno, orientado para a obtenção de crescentes produtividades com base em alto consumo energético, e cujos impactos ambientais e sociais configuram uma crise de amplo escopo, requer, com urgência, repensar os formatos tecnológicos empregados para a produção agrícola. Como consequência, dentro do próprio cenário crítico estão emergindo caminhos criativos que propiciarão a construção de novos paradigmas de desenvolvimentos rurais.

Ploeg (2008, cap. 7), cuja obra vem contribuindo notoriamente para o entendimento do campesinato, busca conciliar a abordagem estrutural com a perspectiva teórica centrada no ator. O autor, nas revisões sobre os estudos do campesinato, identifica um ponto polêmico na literatura que é o não reconhecimento deste como agente ou como ator, o que resulta em uma imagem dos camponeses como vítimas passivas, colocando-os como indivíduos subordinados em uma situação de dominação econômica, política e cultural.

Esta visão tem influenciado vários estudos que tiveram como foco as condições precárias de acesso aos meios de produção, especialmente aos insumos técnicos de origem industrial (máquinas, equipamentos, defensivos químicos etc.) ou as relações de exploração por parte de intermediários, industriais, grandes proprietários e do próprio Estado, tomando-as como relações naturais ou necessárias, inerentes a qualquer processo de produção.

O estudo dos formatos organizacionais e dos processos que vêm sendo utilizados pelos agricultores familiares para construir alternativas viáveis e sustentáveis constituem-se desafios empíricos e também de caráter teórico. No passado, essas formas foram apreendidas a partir de paradigmas conceituais, como o movimento e a acumulação de capital, ou em concepções dos processos tecnológicos (a modernização,

a revolução verde), ou ainda em uma genérica concepção do desenvolvimento das forças produtivas (PLOEG, 2008).

Novas concepções vêm sendo analisadas, possibilitando o debate sobre as práticas individuais e coletivas de reprodução, inovação e gestão, bem como sobre os laços grupais, familiares ou comunitários, formais ou informais, que se desenvolvem em conjunto com os processos produtivos, introduzindo um novo sentido à questão campesina. Trata-se de aspectos que tanto têm uma dimensão local (como as trocas informais, as associações comunitárias e cooperativas), ou articulações mais amplas nos planos regional, estadual e nacional (como os sindicatos, polos sindicais, fóruns de entidades etc.).

Neste contexto surgem questões relevantes para entender a reprodução social e a inovação, desde o entendimento de como podem as entidades desses produtores rurais desenvolver uma maior capacidade de pressionar o Estado e ter acesso às políticas públicas com resultados mais eficientes, até avaliar esse esforço de ação coletiva, e sua repercussão na diversificação das economias locais, leitura essencial na análise da formação de pequenas agroindústrias de cacau/chocolate que estão sendo implementadas nas regiões cacaeiras.

Todavia, observa-se, nas reflexões propostas por Ploeg (2008), as noções da autonomia e da resistência camponesa como constituinte do campesinato. Aponta o autor que a Europa vem testemunhando um processo de recampesinização que envolve um aumento de autonomia e o alargamento de base de recursos, aperfeiçoamento do processo produtivo, ganhos de produtividade e grande sofisticação. O autor é afirmativo ao esclarecer: “... a recampesinização é um processo que torna a agricultura mais camponesa” e responde ao *squeeze*³¹ global.

Enquanto em outros países, como alguns do sudeste asiático, a forma de combater o *squeeze* da agricultura é estabelecer níveis extremamente reduzidos de remuneração, e nos EUA, assim como Brasil, Austrália e Nova Zelândia o fazem através de um aumento de escala de produção agrícola, a Europa segue um outro caminho. Este novo paradigma europeu se centra no fortalecimento e maior desenvolvimento da multifuncionalidade campesina, que consiste: “... no uso de um

³¹ *Squeeze* – o texto original não traduz, entretanto se refere à maneira em que a agricultura é pressionada (literalmente espremida) tanto a montante quanto a jusante.

mesmo conjunto de recursos para gerar uma gama de produtos e serviços crescentes, assim reduzindo os custos da produção de cada produto isolado e aumentando, ao mesmo tempo, o valor agregado realizado na unidade agrícola” (PLOEG, 2008, p. 173).

Os agricultores europeus estão alargando a *campesinidade* de suas unidades agrícolas e se reconstituindo como novos camponeses – não como “camponeses de ontem”, mas como camponeses do terceiro milênio. São novos modelos de fazer agricultura, utilizando-se, muitas vezes, da terminologia “desenvolvimento rural”. Para o entendimento deste novo movimento campesino, Ploeg (2004, p.176) aponta que a agricultura é um processo de conversão (de insumos em produtos) baseado em uma mobilização dupla de recursos (podem ser mobilizados nos mercados respectivos ou produzidos e reproduzidos na própria unidade agrícola). Para o enfrentamento dos grandes mercados, cada vez mais controlados e reestruturados por grandes impérios alimentares, muitos agricultores começam a diversificar seus processos produtivos, o que faz surgirem novos produtos e serviços assim como novos mercados e novos circuitos. Despontam, a partir daí, as unidades agrícolas diversificadas com novos níveis de competitividade e autonomia. Essas unidades agrícolas também tendem a se afastar dos principais mercados de insumos, contribuindo para a construção do que o autor identifica como *agricultura de baixo custo* (prática agrícola cujo processo de produção baseia-se em recursos que não são controlados pela agroindústria), possibilitando o aumento da autonomia.

Na análise desses novos paradigmas, Ploeg (2004, p. 176) monta um quadro analítico para um melhor entendimento do movimento da recampezinação que passa por diversificação, processamento na unidade, criação de circuitos curtos, agricultura de baixo custo, refundamentação da agricultura na natureza, pluriatividade, e novas formas de cooperação local, possibilitando o melhoramento da eficiência da conversão de insumos em produtos.

Embasado em diversos autores³², Ploeg aponta que a “refundamentação da agricultura na natureza” tem um papel central nesta transição. E que a pluriatividade e as novas formas de cooperação local são reeditadas e melhor desenvolvidas. Esses fenômenos possibilitam uma maior independência da pequena agricultura com relação

³² (BRAY, 1986), (SWAGEMAKERS, 2002), (WOLLESWINKEL ET AL., 2004) (WISKERKE ET AL., 2004) – PLOEG, 2004, p. 175.

ao capital financeiro e industrial. Aponta a crescente reintrodução da “artesanalidade” (unidade orgânica de trabalho mental e manual que permite o controle direto sobre o processo de produção e seu aperfeiçoamento), que também se associa aos demais fenômenos possibilitando a criação de uma nova geração de tecnologias orientadas para as habilidades, resultando, muitas vezes, na produção de novidades.

Assim o conceito de novidade refere-se, segundo Ploeg (2004)³³, à modificação de, e por vezes como uma ruptura das rotinas existentes, um desvio, funcionando como uma nova visão de uma prática já existente, ou pode consistir em uma nova prática, que pode trazer diferentes interpretações e é, muitas vezes, vista como algo diferente.

Afirma o autor:

“ mostly a novelty is a new way of doing and thinking – a new mode that carries the potential to do better, to be de superior to existing routines. Novelties can be seen then as seeds of transition. At the same time, though, we should stress that a novelty is often perceived as something different, as a potential critique of current performances” (op cit. 2004, p. 01).

Este conjunto de mudanças tende a romper, tanto na teoria como na prática, com o formato da agricultura empresarial e com a divisão específica do trabalho que ligava a prática agrícola à agroindústria, aos bancos e aos sistemas especialistas. Estas mudanças eram entendidas por muitos, segundo o autor (2004, pg. 177), como um passo para trás, como uma regressão.

Entretanto, apesar destas mudanças parecerem pequenas, é possível perceber uma reestruturação generalizada e radical do mundo social e no natural. A unidade agrícola limitada apenas ao fornecimento de matérias-primas é reinventada como uma unidade nova e multifuncional, que implica uma redefinição de identidades (tanto dos agricultores e agricultoras como de seus familiares), bem como a criação de novas redes de ligação com os consumidores.

Todos estes aspectos de mudança de paradigmas revelam, segundo Ploeg (2004, pg. 178), que a recampenização é, de certa forma, um “processo de mudança de fronteira”: “é uma transição que extravasa as fronteiras tradicionais da empresa agrícola

³³ Retirado da obra do autor *SEEDS OF TRANSITION*, 2004, com tradução livre da autora.

especializada, e que se traduz, através de redes novas, numa ampliação dos fluxos em outros níveis”.

2.7. Michael Porter: Capacidade competitiva

Dentre os teóricos atuais, no contexto dos debates sobre competitividade, Michael Porter se destaca ao explicar as relações de troca que hoje se estabelecem entre países e também localidades. Considera que a competitividade representa a capacidade de empresas e ou produtos alcançar benefícios superiores à média, e de mantê-los em circunstâncias de mudança, e que a competitividade não é uma qualidade que possa ser atribuída a um país ou a um setor específico, mas sim a países ou localidades com produtos ou empresas competitivas.

A competitividade, no sentido estrito, pode ser entendida como a capacidade que os produtos gerados internamente têm de competir com seus similares produzidos no exterior, tanto no que se refere à importação como à exportação. No curto prazo, a competitividade pode se traduzir em preços. No longo prazo, ela reflete a qualidade e a confiabilidade dos produtos, em geral expressas no prestígio da marca. A política de inovação é decisiva para a competitividade que se queira efetiva (FINEP, 2000).

Seguindo o caminho teórico da competição apresentado por Porter (1999), uma localidade, um setor ou uma empresa só alcançarão a competitividade se aumentarem significativamente sua demanda, satisfazendo seu cliente, exigente em relação aos produtos, com diferenciais de qualidade cada vez mais variados. A vantagem competitiva se traduz na ocorrência de níveis de *performance* ou desempenho econômico acima da média de mercado em função das estratégias adotadas pelo setor, capazes de gerar um valor diferenciado para os compradores.

Segundo o autor (op. cit.), o conjunto de recursos, aliado à mão de obra, corresponde às vantagens comparativas de uma localidade. Essas vantagens ou potencialidades, obtidas através dos fatores de produção em um setor específico, como o da agroindústria, não se constituem em vantagem competitiva, por não se caracterizarem num diferencial. Esses recursos tornam-se, portanto, vantagens

comparativas ao se caracterizarem com qualidades reconhecidas para se estabelecer à semelhança de outras localidades que também possuem esses atrativos.

O desafio básico para localidades em desenvolvimento (PORTER, 1999) consiste na migração da vantagem comparativa para a vantagem competitiva. O desafio passa a ser o desenvolvimento de produtos e serviços variados com métodos de produção diferenciados, ao mesmo tempo em que se desenvolvem o conhecimento e o controle da comercialização e da distribuição nacional e internacional.

Nesse contexto, as empresas de uma determinada localidade precisam construir suficiente capacidade de inovação e diferenciação para ingressar em mercados cada vez mais avançados, além de captar novas demandas com base na vantagem comparativa. A vantagem competitiva se manifesta através de custos mais baixos do que os dos rivais ou da capacidade de diferenciar e conseguir um adicional de preço que supere o custo adicional da diferenciação (PORTER, 1999, p. 330).

Analisando as vantagens competitivas e as estratégias de posicionamento, a competição não se encontra associada a poucos setores econômicos ou a alguns países. Praticamente todas as regiões do mundo e todas as empresas se voltam para buscar métodos e ações que as tornem competitivas. Porter afirma que a visão de competição se aplica a todos os setores. Os concorrentes são numerosos e se encontram mais ou menos em igualdade de condições em termos de tamanho e poder: “A prosperidade nacional não é algo herdado, mas sim produto do esforço criativo humano” (op. cit., pg. 331).

De acordo com o autor, a competitividade de um setor decorre, também, da convergência das práticas gerenciais e dos modelos organizacionais mais adotados nas empresas de uma localidade. Os objetivos das empresas e dos indivíduos ligados a um setor refletem as características dos mercados e as práticas de remuneração dos gerentes.

A cultura, a circunstância e o contexto da sociedade de uma determinada localidade influem significativamente sobre como as instituições locais serão constituídas, organizadas e gerenciadas. Os objetivos individuais podem fortalecer a competição. A motivação individual para o trabalho, assim como a ampliação de suas qualificações, incrementa a vantagem competitiva. Porter afirma: “O êxito de um país

depende em grande parte do tipo de educação escolhida pelas pessoas talentosas, suas opções em termos de trabalho e seu grau de comprometimento e esforço”.

A competitividade tem como conceito significativo a produtividade. A competitividade não significa empregos, mas sim a qualidade desse emprego, o tipo de emprego, e não a capacidade de empregar os cidadãos com baixos salários. Neste contexto, a criação de agroindústrias nas regiões produtoras de cacau do país deverá ser um elemento que contribuirá para a melhoria da qualidade de vida das famílias inseridas nesta atividade, além de um condutor de novas dinâmicas na cadeia produtiva cacau/chocolate. O principal objetivo de um país seria proporcionar um padrão de vida elevado e crescente para os cidadãos.

Outra grande contribuição do autor é sua ideia (PORTER, 2002, pg. 84-85) de “cadeia de valores”, em que acentua o papel de “atividades de valor” que uma firma deve desenvolver para ser competitiva. O valor gerado pela empresa é mensurado através do preço que os compradores estão dispostos a pagar pelo produto: “Para conquistar a vantagem competitiva, ela precisa desempenhar estas atividades a um custo inferior ou executá-las de modo a conquistar a diferenciação e o adicional de preço (mais valor)”.

Para o autor, as atividades de valor se enquadram em uma série de categorias, classificadas em primárias e de apoio. As primárias (logística de entrada, operações, logística de saída, marketing e vendas, e serviços) “são as que compõem a criação física, a comercialização e a entrega do produto ao comprador, além do suporte e dos serviços de pós-venda” (op.cit. 2002, pg. 85). As atividades de apoio (infraestrutura da empresa, gestão de recursos humanos, desenvolvimento da tecnologia e compras de bens e serviços) “são as que proporcionam os insumos e a infraestrutura que possibilitam a execução das atividades primárias”.

As empresas que compõem um setor produtivo devem entender que as atividades de valor que formam sua cadeia de valor são um sistema de atividades interdependentes, conectadas por elos. Uma atividade sempre será afetada por outra e vice-versa. Esses elos também exigem coordenação, funcionamento integrado e gestão cuidadosa.

Notadamente na perspectiva sistêmica, a competitividade empresarial da cadeia produtiva cacau/chocolate exige eficiência interna e interorganizacional. Portanto é necessário conciliar e agregar competitividade, inovação e coordenação de atividades internas e interfirmas em um sistema de produção agroindustrial (FAVA E CONEJERO, 2011).

A tecnologia permeia toda a cadeia de valores, afetando o escopo competitivo e reformulando a maneira como os produtos satisfazem as necessidades dos compradores. A transformação tecnológica tem a competência de expandir os limites das possibilidades das empresas com maior rapidez do que a capacidade dos gestores de explorar as oportunidades.

Para o autor, o desafio básico para localidades em desenvolvimento consiste na migração da vantagem comparativa para a vantagem competitiva. O desafio passa a ser o desenvolvimento de produtos e serviços variados com métodos de produção diferenciados, ao mesmo tempo em que se desenvolvem o conhecimento e o controle da comercialização e da distribuição nacional e internacional.

Nesse contexto, as empresas de uma determinada localidade precisam construir suficiente capacidade de inovação e diferenciação para ingressar em mercados cada vez mais avançados, além de captar novas demandas com base na vantagem comparativa.

A competição, hoje, não se encontra associada a poucos setores econômicos ou a alguns países. Praticamente todas as regiões do mundo e todas as empresas se voltam para buscar métodos e ações para serem competitivos. Porter (Ibidi.) afirma que a visão de competição se aplica a todos os setores, e que os concorrentes são numerosos e se encontram mais ou menos em igualdade de condições em termos de tamanho e poder. A prosperidade nacional não é algo herdado, mas sim produto do esforço criativo humano. “O principal objetivo de um país consiste em proporcionar um padrão de vida elevado e crescente para os cidadãos. A competitividade não significa empregos, mas sim a qualidade desse emprego, o tipo de emprego e não a capacidade de empregar os cidadãos com baixos salários” (PORTER, op. cit.).

Para uma determinada localidade, que tem a economia do cacau ainda como importante base econômica, como é o caso do sul da Bahia, é preciso entender que a qualidade da produção, bem como a sua verticalização, poderá representar melhoria de

vida de sua população. Dentro de um ambiente altamente competitivo, o entendimento e a análise de fatores como produtividade, planejamento, inovação e criatividade são essenciais para o entendimento da vantagem competitiva.

A compreensão dos conceitos de vantagem comparativa e vantagem competitiva contextualizados, e analisados, no momento pelo qual passa o mercado internacional, contribui para o entendimento de que as teorias clássicas das vantagens comparativas estão longe de explicar a concorrência e a competição da economia na atualidade. Embora ainda existente, a vantagem comparativa, decorrente de menor custo dos fatores como trabalho, matéria-prima, capital ou infraestrutura, fatores que podem ser adquiridos ou existem em qualquer lugar do mundo, deixou de representar uma vantagem competitiva na maioria dos setores e tampouco redundava em salários elevados. Na atividade agroindustrial, tal fenômeno também vem ocorrendo; como se pode perceber, certos atributos de um determinado setor agrícola deixaram de representar a vantagem competitiva para se tornar somente vantagens comparativas. De fato, a importância dos custos dos fatores tem se tornado cada vez menor, a medida que um setor pode incorporar, através de tecnologia e conhecimento intensivo, valor agregado aos seus produtos e serviços.

Deste modo, segundo Porter (1999), uma empresa é competitiva quando mantém uma alta capacidade de inovação com a garantia permanente da qualidade dos seus produtos e serviços. O fenômeno da vantagem competitiva é, hoje, objeto de busca pelos mercados internacional e nacional, e pode ser definido, conforme Vasconcelos e Cyrino (2000, p. 20), como a ocorrência de níveis de performance econômica acima da média de mercado em função de estratégias adotadas.

Porter (1997, p.167-208) explica que o progresso tecnológico tem proporcionado às empresas a capacidade de reduzir, anular ou contornar muitos pontos fracos na vantagem comparativa. Nas localidades, a vantagem competitiva não decorre apenas da disponibilidade de insumos de baixo custo, ou de aspectos relacionados com o tamanho, mas também da capacidade acima da média de utilizar esses insumos para aumentar a produtividade e a competitividade.

As vantagens duradouras de uma localidade ou de uma cadeia resultam de um ambiente em que as empresas sejam capazes de operar produtivamente e de inovar constantemente, além de aprimorar suas formas de competição para chegar a níveis

mais sofisticados, permitindo, assim, o aumento da produtividade. A inovação refere-se não apenas à tecnologia no sentido estrito, mas também às maneiras de comercializar, de posicionar o produto e de prestar serviços, como se verifica na agroindústria.

Em uma determinada localidade, um produto e as agroindústrias que o produzem alcançarão a vantagem competitiva quando tiverem a seu favor os principais fatores da vantagem competitiva. O autor propõe quatro amplos atributos que uma localidade, ou mesmo um setor econômico, deve possuir, numa visão sistêmica ou isolada, para o alcance da vantagem competitiva. Estes atributos formam o que ele chamou de:

Diamante da Vantagem Nacional (estadual ou local) para o alcance da vantagem competitiva: a – condições de fatores; b – condições de demanda; c – setores correlatos e de apoio; d – estratégia, estrutura e rivalidade das empresas (PORTER, 1999, p. 343).

Ao apresentar as *Condições dos Fatores*, Porter (op.cit.) considera que os fatores de produção, como mão de obra, território, recursos naturais e infraestrutura, não constituem vantagem. Os fatores de produção foram utilizados pelas teorias econômicas como determinantes para explicar o *fluxo do comércio*, teorias essas que remontam a Adam Smith e David Ricardo, o que não mais ocorre hoje, como reafirma o autor:

Nos setores sofisticados, que constituem a espinha dorsal de qualquer economia avançada, o país não herda, mas ao contrário, cria os mais importantes fatores de produção – como recursos humanos qualificados ou base científica. Ademais, o estoque de fatores do país num determinado momento é menos importante do que a velocidade e a eficiência com que os gera, aprimora e distribui entre os diferentes setores (PORTER, op cit.).

A vantagem competitiva realmente só será alcançada quando o fator de produção se tornar altamente especializado, de acordo com as necessidades de um setor, o que pode envolver investimentos vultosos em pesquisa. Esses fatores são mais escassos e de difícil imitação porque, para sua formação, são necessários investimentos sustentados. Com inovação e criatividade, as empresa ou um setor específico podem encontrar soluções com maior valor agregado e mais sustentáveis. Os fatores de produção devem ser altamente especializados, aliados à utilização de tecnologia de ponta e a altos níveis de qualidade.

Os fatores de produção de uma localidade são a mão de obra, os recursos naturais, seu patrimônio cultural e histórico e a infraestrutura. De acordo com Porter

(1999), para que uma localidade tenha competitividade, ela deve criar e preparar seus fatores com qualificação e base científica.

No item *Condições de Demanda*, baseado em Porter (1999, p. 186), uma localidade, inclusive a voltada para o setor de serviços, que pretende ser competitiva no mercado externo, deve ser primeiramente competitiva junto à demanda interna. Esta demanda proporcionará às empresas mais rapidamente um quadro nítido das necessidades de seus compradores. Entretanto, esse cliente – turista – interno deve ser exigente, pressionando as empresas para atingir a qualidade, inovação, agilidade e sofisticação. O importante é analisar não a quantidade da demanda interna, e sim a sua natureza e sua qualidade.

Quanto mais sofisticada e exigente for a demanda interna em relação aos produtos e serviços ofertados, mais ela pressionará as empresas para atingir padrões elevados de qualidade, instigando-as a melhorar, inovar e se expandir para segmentos mais avançados. Se as necessidades dos clientes locais alcançarem tendências de um turismo de padrão elevado, certamente resultarão em ambiente propício, capaz de ajudar as empresas locais a conquistar a vantagem competitiva através de ofertas de serviços sofisticados e de qualidade impecável.

As empresas serão capazes de se antecipar às tendências globais de exigências nos produtos e serviços ofertados, se os valores da sociedade da região se encontrarem em expansão. A melhoria socioeconômica de uma região como um todo, na busca da melhoria de seu padrão de vida, beneficiará a expansão das diversas atividades econômicas, sendo um diferencial a ser colocado na mídia.

No caso dos *Setores Correlatos e de Apoio*, de acordo com Porter (1999, p.188-191), se os fornecedores das empresas de um setor específico forem dotados de competitividade, criarão diferentes tipos de vantagens, pois fornecerão os insumos com maior eficácia de custos, de modo eficiente, antecipado, rápido e, às vezes, de modo preferencial, a partir de um intenso relacionamento de trabalho.

Se os fornecedores e compradores se localizarem próximos uns dos outros, poderão auferir as vantagens das linhas de comunicação de forma mais rápida e curta, propiciando um constante intercâmbio de ideias, informações e, conseqüentemente, inovação, e maior qualidade dos serviços e produtos negociados.

A interação, apesar de ser mutuamente vantajosa e autorrevigorante, não ocorre de forma automática. Apesar de fomentada pela proximidade, as empresas e seus fornecedores devem promover o entendimento de forma deliberada. O fluxo de informação e o intercâmbio técnico propiciam a aceleração da inovação e da melhoria.

Quanto à *Estratégia da Empresa, Estrutura e Rivalidade*, de acordo com Porter (1999, p. 189), a competitividade do setor decorre da convergência das práticas gerenciais e dos modelos organizacionais mais adotados nas empresas de uma localidade. Os objetivos das empresas e dos indivíduos ligados ao setor refletem as características dos mercados e as práticas de remuneração dos gerentes.

A cultura, a circunstância e o contexto da sociedade de uma determinada localidade marcam significativamente como as empresas locais serão constituídas, organizadas e gerenciadas. Os objetivos individuais podem fortalecer a competição. A motivação individual para o trabalho, assim como a ampliação de suas qualificações, incrementam a vantagem competitiva. Porter (op. cit.) afirma: “ O êxito de um país depende em grande parte do tipo de educação escolhida pelas pessoas talentosas, suas opções em termos de trabalho e seu grau de comprometimento e esforço”.

Além da Estratégia Empresarial e da Estrutura da Organização, outro fator que gerará vantagem competitiva é a presença da concorrência intensiva que o autor chamou de *rivals locais poderosos* . A presença de rivais locais poderosos é um último e poderoso estímulo à criação e preservação da vantagem competitiva. De todos os pontos do “diamante”, a rivalidade doméstica é o mais importante, em razão do poderoso efeito estimulante sobre os demais. Porter (1999, p. 192) declara:

“ A sabedoria convencional argumenta que a competição doméstica é um desperdício: conduz à duplicação de esforços e impede que as empresas atinjam economias de escala. Na realidade, contudo, a maioria dos campeões nacionais não são competitivos, apesar dos elevados subsídios e da proteção do governo.”

A rivalidade doméstica exerce pressões sobre as empresas em direção à inovação e às melhorias. Os rivais locais empurram uns aos outros para menores custos, para a melhoria da qualidade e dos serviços, e para a criação de novos produtos e processos.

Outro benefício da rivalidade doméstica é a pressão pela melhoria contínua das fontes da vantagem competitiva, permitindo que se conquistem vantagens mais

sustentáveis. O controle mútuo, decorrente da competição entre uma grande quantidade de rivais domésticos, assegurará a honestidade de cada um na obtenção do apoio governamental. Portanto, é menos provável que se tornem dependentes dos contratos governamentais e das políticas protecionistas. Ao contrário, o setor procurará formas mais construtivas de apoio governamental, como o suporte na abertura de mercados externos, assim como investimentos em determinadas instituições educacionais ou em outros setores específicos.

O *diamante*, segundo Porter (1999, p. 197), deve ser visto como um sistema. Cada um dos quatro atributos define um ponto no diamante da vantagem nacional. Como os pontos do diamante também se reforçam mutuamente, eles compõem um sistema. Dois elementos, a rivalidade doméstica e a concentração geográfica, são poderosos, em especial para transformar o diamante num sistema – a rivalidade doméstica, ao promover melhorias em todos os outros determinantes, e a concentração geográfica, ao promover e intensificar a interação das quatro influências isoladas.

Além dos fatores conceituados por Porter no *Diamante Nacional*, o autor revela a importância do poder público para o alcance da competitividade. O papel apropriado do governo, defendido pelo autor para países em desenvolvimento, é muito mais do que o de catalisador e desafiante, como deve ser nos países desenvolvidos. Não consiste apenas em encorajar, ou até mesmo impelir as empresas a elevar suas aspirações e a galgar níveis mais altos de desempenho competitivo, mas deve agir diretamente no setor com ações firmes e de amplo alcance.

“... as políticas governamentais bem sucedidas são as que criam um ambiente em que as empresas são capazes de ganhar vantagem competitiva, e não aquelas que envolvem o governo diretamente no processo, com exceção dos países que ainda se encontram no início do processo de desenvolvimento” (PORTER, 1999, p.198).

A preocupação é maior no que se refere a países em desenvolvimento. O papel do governo deve ser muito mais relevante como agente de desenvolvimento, e não somente como articulador. O governo deve adotar um papel apropriado no reforço da competitividade nacional, não só como agente de alavancagem de desenvolvimento com subsídios e linhas de créditos especiais, mas também encorajar a mudança, promover a

rivalidade doméstica, estimular a inovação, utilizando as seguintes abordagens para esses países em desenvolvimento (PORTER, 1999, p. 199)³⁴:

- a) *Foco na criação de fatores especializados* – mecanismos como programas de aprendizado, atividades de pesquisa em universidades integradas com um determinado setor, iniciativas de associações comerciais e, mais importante, investimentos privados de empresas geram fatores que desencadearão a vantagem competitiva. Sistemas educacionais de nível elementar e secundário, infraestrutura básica e a pesquisa em áreas de grande interesse nacional são fatores críticos fundamentais³⁵;
- b) *Aplicar normas rigorosas sobre produtos, segurança e meio ambiente* – a severa regulamentação governamental é capaz de promover a vantagem competitiva ao estimular e melhorar o nível da demanda interna;
- c) *Restringir ao máximo a cooperação entre setores rivais* – a rivalidade gera inovação, produtividade e maior competitividade;
- d) *Promover objetivos que conduzam a investimentos sustentados* – a ferramenta mais importante para elevar a taxa de investimentos sustentados são os incentivos fiscais.

O autor enfatiza que apenas as próprias empresas são capazes de conquistar e sustentar a vantagem competitiva. É importante que o setor, isto é, as empresas que o compõem, reconheça o papel central de inovação e de criatividade para o alcance da vantagem competitiva. O autor propõe alguns tipos de política empresarial para o alcance da vantagem competitiva:

- (a) *Criar pressões para a inovação* – as empresas devem dispor de alternativas para vender seus produtos e serviços para compradores e distribuidores mais sofisticados e exigentes; devem procurar os compradores com as necessidades mais difíceis; estabelecer normas internas que superem os obstáculos regulatórios ou padrões de produtos mais exigentes; selecionar os fornecedores mais avançados; e tratar os funcionários como colaboradores permanentes, para estimular a melhoria das habilidades e da produtividade.
- (b) *Procurar, como motivação, os concorrentes mais capazes* – o aprendizado com a concorrência especializada e competitiva é um caminho seguro para a melhoria dos negócios.

³⁴ Outras abordagens são colocadas pelo autor, porém relativas a países desenvolvidos.

³⁵ São fatores críticos, mas não redundam em vantagem competitiva (Ibid., p 199).

2.8. Nova Economia Institucional (NEI)

2.8.1. Economia dos Custos de Transação (ECT)

Para avançar nas reflexões sobre as possibilidades de efetivação do negócio cacau/chocolate no nível das MPEs agroindustriais, a nossa pesquisa buscou a interpretação do fenômeno pelas redes de cooperação no âmbito das teorias organizacionais, focando a Economia dos Custos de Transação (ECT) por ter um enfoque também nas estruturas de governança que se situam entre o mercado e a hierarquia.

Para Castells (1999, p. 498), a intensidade e a frequência da interação entre atores sociais são maiores se esses atores forem nós de uma rede do que se não pertencerem a ela. Para o autor, rede pode ser definida como “um conjunto de nós interconectados. Nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta”.

O estudo de redes no contexto organizacional se justifica pela emergência da competição, por todo o conjunto complexo de ferramentas que permite o compartilhamento de dados, como o correio eletrônico, as intranets, o *groupwares*, as redes de relacionamento, que tem tornado possível uma maior capacidade de interação entre firmas dispersas (BALLESTRIN, ABAGE, 2007).

Um grande número de artigos publicados no campo das ciências econômicas e sociais tem trazido para o debate a importância e a crescente preocupação com uma melhor compreensão sobre o fenômeno de redes, tanto no âmbito organizacional quanto no social.

A abordagem das redes sociais (*social networks*) evidenciou que a posição dos atores em uma rede influencia a organização de seus membros e apresenta forte influência nas interrelações junto à rede. Já a Teoria Institucional constatou que as organizações buscam ganhar legitimidade em seu ambiente institucional no momento de se estruturarem em rede.

Por outro lado, evidências empíricas sinalizam que uma das importantes motivações para a formação de redes interorganizacionais é o fato de terem demonstrado uma eficiente forma de governança das relações econômicas.

Tradicionalmente, duas outras formas institucionais de governança foram frequentemente distinguidas nas redes – mercado e hierarquia.

Williamson (1975), a partir dos estudos de Coase (1937), foi quem definiu o “mercado” e a “hierarquia” como os dois modos alternativos de organização das atividades econômicas. O autor considerou que uma firma contempla diferentes curvas de custos na produção de cada um dos componentes que constituem um produto final.

Caso existam algumas firmas dentro do mercado produzindo o mesmo bem, a priori, a mais eficiente forma de organizar a produção consistirá de uma firma especializada na produção de cada um dos componentes do produto. Assim, a firma especializada apresentará uma curva decrescente de custos e fornecerá para as demais firmas, as quais terão um menor custo em relação à produção desses componentes e terão um menor custo em relação à produção desses componentes por meio da sua integração vertical. Porém, o comportamento das organizações, geralmente, não ocorre dessa forma (op. cit. 2008, pg. 32).

A explicação para tal fato, segundo Williamson (1979), é de que nas relações econômicas entre as firmas existem “Custos de Transação (CT)”. Esses custos são originados pelas ineficientes transações de determinada organização com o seu mercado, o que ocorre, principalmente, pelas seguintes razões: “racionalidade limitada” do tomador de decisões, incerteza sobre o futuro e possibilidade de um “comportamento oportunista” por parte de determinados atores econômicos. A falta de confiança nas relações da empresa com o seu ambiente e a possibilidade de comportamento oportunista por parte de alguns agentes representam questões fundamentais na geração dos CT.

Balestrin e Arbage (2007) argumentam que embora Williamson não tenha exposto que os CT podem ser afetados pela ação consciente de um empresário, essa pode ser uma das fundamentações econômicas para a “estratégia em rede”. A confiança nas interrelações entre os atores é um dos fatores que promove a redução dos CT e torna a existência das redes economicamente viáveis.

Uma rede interorganizacional, através da rede social de seus membros, poderá ter melhor acesso aos recursos, como, por exemplo, capital e influência política. Sua intensidade de laços sociais também permite suportar um compartilhamento livre de

informações entre os membros da rede, encorajando o mútuo aprendizado e a inovação (BALESTRIN et al, 2007).

Coletivamente, as firmas integrantes da rede terão maior capacidade de adaptar-se às mudanças (SABEL 1991; SAXENIAN 1994, apud BALESTRIN, 2007). Essas vantagens são particularmente importantes dentro das características do mercado, representado por ritmo de evolução e custos de inovação, curtos ciclos de vida dos produtos e pressões para responder rapidamente às mudanças quanto às necessidades dos clientes.

As características apontadas acima indicam que as redes constituem-se configurações que respondem às características do cenário econômico atual. Dentro dessa abordagem teórica, e partindo-se do pressuposto de que, na atualidade, as empresas têm buscado cada vez mais a redução dos CT para o alcance da competitividade, a pesquisa entende ser estratégico interpretar o fenômeno das novas dinâmicas do mercado cacau/chocolate das regiões produtoras nacionais dentro do contexto das redes de cooperação à luz da Economia dos Custos de Transação.

Outra abordagem no contexto da Nova Economia Institucional (NEI), que também responde aos questionamentos da pesquisa, se encontra no âmbito das discussões do ambiente institucional e no reconhecimento de que a operação e a eficiência de um sistema econômico são limitadas pelo conjunto de instituições que regulam o jogo econômico.

O Estado, segundo Zylberstajn (2005), desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de redes produtivas, provendo incentivos para os agentes atuarem, em especial na definição de direitos de propriedade, na capacidade de resolver disputas judiciais em tempo hábil, na capacidade de fazer valer a lei e na estabilidade institucional.

Segundo North (1990), instituições são as “regras do jogo” e as organizações são “os jogadores”. O ambiente institucional fornece o conjunto de regras que estabelecem os aspectos da tradição legal, direitos de propriedade, tradições de arbitragem para a solução de disputas, entre outros, que condicionam o aparecimento de formas organizacionais que compõem o arranjo institucional.

Entretanto, segundo Williamson (1993), as organizações também têm a capacidade de modificar o ambiente institucional. Através de posicionamentos estratégicos, as organizações buscam modificar as regras do jogo, como a ação de grupos de poder (*lobby*) junto à instância responsável pelo desenho macroinstitucional.

CAPÍTULO 3

O cacau, a crise da vassoura-de-bruxa, a nova realidade: para um bom chocolate, um bom cacau

O Capítulo 3 convida o leitor a percorrer, junto com a autora esse mundo peculiar, exótico e por vezes sofisticado, que caracteriza o agronegócio cacau/chocolate, caminhando por sua história, suas crises, além de entender a importância do cacau para o chocolate. Este capítulo possibilita ao leitor entender a cultura do cacau, sua interface com a literatura e o turismo, criando possibilidades e vantagens competitivas para as agroindústrias de cacau/chocolate.

3.1. A crise da vassoura-de-bruxa

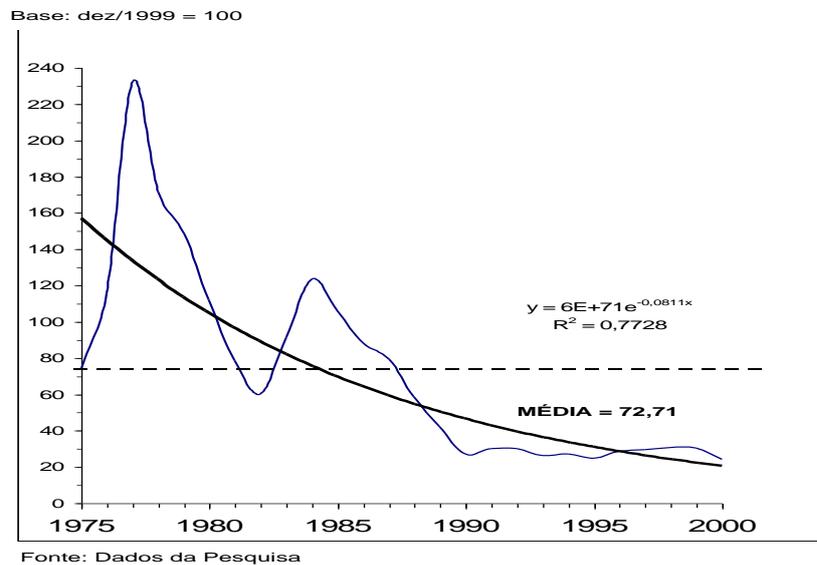
Em meados dos anos 80 e 90 do século XX, as regiões produtoras de cacau assistiram ao declínio da lavoura cacaueteira, de forma vertiginosa, provocado pelos baixos preços do cacau no mercado internacional, pelo excesso de oferta e agravado principalmente pela incidência e alastramento da “vassoura-de-bruxa” (*Moniliophthera perniciososa*)³⁶, o que resultou numa queda drástica da produção, e conseqüentemente a passagem do Brasil de exportador a importador dessa *commodity* (CEPLAC, 2008).

Como conseqüência, ocorreu o abandono da lavoura pelos produtores, a migração para as áreas urbanas e a favelização das cidades próximas as áreas rurais produtoras. Segundo estimativas da CEPLAC, em 1990, cerca de 130.000 (cento e trinta mil) empregos diretos eram gerados na cacauicultura. Em 2008, a atividade absorvia somente cerca de 30.000 (trinta mil) empregos diretos, elevando o nível de exclusão social, e afetando todos os segmentos da cadeia produtiva do cacau desde a grande propriedade rural até, e principalmente, os trabalhadores rurais e a agricultura familiar (op. cit., 2008).

A cacauicultura desenvolvida no país sempre esteve baseada no modelo agrário-exportador, alicerçado em monocultura de exportação. Os preços do cacau, recebidos pelo produtor, sofreram substanciais decréscimos, passando de R\$232,20/@, em termos reais, em 1977, para R\$24,32/@ em 2000 (preços constantes de outubro de 2000) (Fig. 14). Os gastos com insumos e mão de obra evidenciaram uma tendência geral ascendente, resultando em queda de renda bruta dos cacauicultores (SILVA E CATABANI, 2001).

³⁶ A vassoura-de-bruxa é uma praga natural da Região Amazônica, sendo considerada a maior ameaça do cacaueteiro. O nome vem do aspecto físico, porque deixa os ramos do cacaueteiro secos como uma vassoura velha. As áreas afetadas não conseguem realizar fotossíntese e, para piorar, liberam substâncias tóxicas que diminuem a produção de frutos. Os poucos frutos produzidos se tornam inviáveis para a fabricação de chocolate. Disponível em <http://www.ceplac.gov.br/radar/vassoura-de-bruxa.htm>.

Figura 14: Evolução dos preços médios da @ de cacau, no período 1975-2000, corrigidos para outubro de 2000



Fonte: DA SILVA, A. M.; CARTIBANI, Moema, 2000.

Com a crise do cacau na Região Sul da Bahia, o Brasil, de maior produtor do mundo (40% - quarenta por cento), passou a produzir apenas 4% (quatro por cento) do total, passando de exportador para importador. Entretanto o País detém ainda o maior parque moageiro de cacau implantado no centro de uma região produtora, no caso, Ilhéus e Itabuna. Posiciona-se, atualmente como o 5º produtor de cacau do mundo, atrás da Costa do Marfim, Gana, Nigéria e Camarões (op. cit. 2008).

Desde o início da grande crise, a CEPLAC vem indicando aos produtores procedimentos tecnológicos para o combate, sem entretanto alcançar todo o resultado esperado. Vários procedimentos e processos propostos não obtiveram o desempenho pretendido, agravando ainda mais a situação dos produtores, gerando desânimo e descrença sobre como lidar com a praga. Na Região Sul da Bahia, cuja economia vinha totalmente alicerçada na economia da *commodity* cacau, a crise provocou danos incalculáveis, como explica a APCCACAU – Associação dos Produtores de Cacau (2012):

“A deplorável situação em que se encontram os cacauicultores da Bahia exige a união de todos para que, juntos, possamos lutar e reverter o caótico quadro econômico e social que se estabeleceu na região a partir da introdução da Vassoura de Bruxa em nossas lavouras. As dificuldades que surgiram a partir daí deixaram os produtores, empobrecidos, endividados e sem perspectiva, o que os levou a abandonar suas roças e optarem por explorações econômicas, muitas vezes, nocivas à natureza, como a derrubada de árvores da Mata Atlântica. Alguns, menos afortunados, migraram para as periferias das cidades, levando uma outrora rica região à pobreza e à inevitável violência causada pela desagregação social. A proposta técnica da Ceplac, diferentemente do que acreditavam os produtores, não trouxe o resultado esperado e causou mais danos que benefícios. Não fossem algumas experiências individuais bem sucedidas e os esforços de muitos, estaríamos exauridos de esperança e sem expectativa futura. Por outro lado, os órgãos de representação dos produtores, ante a fragilidade em que vivem e sem uma proposta eficaz de união - em que pesem os esforços regionais de alguns sindicatos - ficaram no aguardo de solução governamental que não veio e cuja demora na adoção de providências contribuiu para agravar a situação de penúria da cacauicultura baiana” (APCCACAU, op. cit. 2002).

Decorridos mais de 20 anos do início da crise da cacauicultura na Bahia, motivada, sobretudo, pela ocorrência da doença “vassoura-de-bruxa”, e pelos preços baixos da amêndoa no mercado internacional, muitos produtores ainda tentam renegociar dívidas acumuladas nesse período. Outros pedem a anulação dos passivos e querem ser indenizados pelo governo. O endividamento total é estimado entre R\$ 800 milhões e R\$ 900 milhões (Jornal Valor Econômico, 2012). Milhares de produtores ainda aguardam renegociar os débitos, enquanto as associações locais têm defendido a não pertinência da dívida, e já anunciam ações jurídicas para sua anulação articulada com pedidos de indenização. Os argumentos vão desde a importância da lavoura para a economia regional, até empréstimos atrelados a indicativos técnicos da CEPLAC ineficazes no combate à praga, e a importância ambiental da lavoura: “A dívida tem origem injusta”, atestam os produtores.

Segundo a APCCACAU (2013), a “vassoura-de-bruxa” resiste ao ataque da planta hospedeira e aos mais potentes fungicidas do mercado. Essa resistência da praga foi desvendada por pesquisadores da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). A descoberta, publicada na revista *New Phytologist*, abriu caminho para o desenvolvimento de novas drogas capazes de auxiliar no combate a doença (op. cit., 2002). “Na fase inicial da infecção, a planta tenta deter a ação do invasor liberando grandes quantidades de óxido nítrico (NO), substância capaz de bloquear a cadeia

respiratória do fungo. Mas descobrimos que a vassoura-de-bruxa possui um mecanismo alternativo de respiração que lhe permite resistir a esse ataque”, explicou Gonçalo Amarante Guimarães Pereira, coordenador do Laboratório de Genômica e Expressão da Unicamp, onde a pesquisa foi conduzida: “Ironicamente, a própria planta acaba sofrendo os efeitos tóxicos do NO. Os galhos infectados morrem e viram banquete para a vassoura-de-bruxa. O fungo tem uma fase biotrófica, a qual vive dentro da planta ainda viva, e outra necrotrófica, que se alimenta do tecido morto”, disse Pereira (op. cit.). A equipe coordenada pelo pesquisador descobriu que, durante a fase biotrófica, quando está sob o ataque da planta, a vassoura-de-bruxa (Fig. 15) produz uma enzima chamada oxidase alternativa. Essa proteína lhe permite gerar uma quantidade mínima de energia e garante sua sobrevivência.

Figura 15: Sintomas da vassoura-de-bruxa no fruto



Fonte: CEPLAC (www.ceplac.gov.br/radar/cacau.htm), 2012.

Desde o início da grande crise, e após as várias tentativas de minimizar os danos da “vassoura-de-bruxa”, a Ceplac³⁷ e a UESC – Universidade Estadual de Santa Cruz – vêm tentando desenvolver tecnologias que contribuam para minimizar os efeitos da doença, e possibilitar um maior aproveitamento da lavoura cacaeira no Brasil. Entre

³⁷ A Ceplac, através do Centro de Pesquisas do Cacau (Cepec), integra o consórcio internacional liderado pelo Centro de Cooperação de Pesquisas Agrônomicas para o Desenvolvimento (Cirad), na França, que decodificou o genoma do cacau da variedade Crioulo. A variedade Crioulo foi coletada em Belize, na América Central, região onde o cacau era cultivado há dois mil anos pelos Maias.

as inovações propostas encontram-se o biofungicida Tricovab³⁸, utilizado no controle da “moniliophthera pernicioso”, causador da vassoura-de-bruxa do cacau. A obtenção de variedades resistentes à doença tem sido, nos últimos anos, prioridade do programa de pesquisas do Cepec/Ceplac. Através de pesquisas de mapeamento genético com vários cruzamentos, as seções de Genética e Fitopatologia trabalham na identificação dos genes resistentes às diversas doenças e outros caracteres de interesse, como qualidade e produtividade. Distintas tecnologias de clonagem estão entre os caminhos percorridos pelos produtores para o combate a essa doença.

Com mais de 20 anos de recessão, a Região Sul Baiana, centrada nas cidades de Ilhéus e Itabuna, se posiciona ainda como estratégico polo de desenvolvimento do Estado. As duas cidades se constituem como importante aglomerado econômico/social, principalmente por suas localizações - distam somente 24 km uma da outra, além de se caracterizarem como polo prestador de serviços para mais de 50 municípios. Situam-se entre as mais atuantes cidades da Bahia, mesmo tendo passado por tão devastadora crise. A procura de alternativas para um desenvolvimento mais justo, tendo o cacau ainda como vetor de sustentação para a sua economia, tem contribuído para a promoção de articulações e esforços por parte de todos os segmentos, na busca de outras vertentes econômicas. Nesse contexto, voltado para as alternativas desenvolvimentistas, as regiões produtoras de cacau, no país, constroem alicerces para a incorporação da verticalização como alternativa econômica, aliada ao turismo, deixando de ser somente a “terra do cacau” para ser também a “terra do chocolate”.

Com as novas tecnologias genéticas e de produção, com o empenho de alguns produtores empreendedores, a cultura aponta para um crescimento mais sustentável, e o “fruto de ouro” se apresenta também como protagonista de uma nova rota turística. Projetos como “Os Caminhos do Cacau e Chocolate”, além “da Gabriela e do Nacib” poderão levar o visitante a conhecer a produção do fruto que, curiosamente, é feita da mesma maneira há mais de um século, além de possibilitar ver “in loco” a quase artesanal produção do cacau/chocolate.

³⁸ Segundo a Ceplac, “ o fungo *Trichoderma stromaticum* é a base do biofungicida Tricovab, utilizado no controle de *moniliophthera pernicioso*, causador da vassoura-de-bruxa no cacau. Desde 1999, o Tricovab tem sido produzido e aplicado em plantações de cacau no sul da Bahia.

3.2. O cacau e o chocolate: A importância do cacau para o chocolate

O cacauero - *theobroma cacao* - é uma planta estimulante, tropical, pertencente à família das Esterculiáceas (*Sterculiaceae*), sendo encontrada em seu habitat nas Américas, tanto nas terras baixas, dentro dos bosques escuros e úmidos sob a proteção de grandes árvores, como em florestas menos exuberantes e relativamente menos úmidas, em altitudes variáveis entre 0 e 1.000 m do nível do mar, atingindo entre 4 a 12 metros de altura. Do fruto do cacauero (Fig. 16) se extraem sementes que, após sofrerem fermentação, transformam-se em amêndoas, das quais são produzidos a pasta e o cacau em pó, e a manteiga de cacau. Em fase posterior do processamento, obtém-se o chocolate, produto alimentício de alto valor energético. Envolvendo as sementes, encontra-se grande volume de polpa mucilaginosa, branca e açucarada, com a qual se produzem sucos, refrescos e geleias. Da casca extrai-se a pectina, que após simples processamento mecânico, se transforma em ração animal, ou, ainda, através de transformações biológicas, pode ser usada como fertilizante orgânico. (CEPLAC³⁹, 2012).

Quando os primeiros colonizadores espanhóis chegaram à América, o cacau já era cultivado pelos índios, principalmente os Astecas, no México, e os Maias, na América Central. De acordo com os historiadores, o cacauero, chamado *cacahuatl*, era considerado sagrado. No México, os Astecas acreditavam ser ele de origem divina e que o próprio profeta Quatzalcualt ensinara ao povo como cultivá-lo tanto para o alimento como para embelezar os jardins da cidade de Talzitapec. Seu cultivo era acompanhado de solenes cerimônias religiosas. Esse significado religioso provavelmente influenciou o botânico sueco Carolus Linneu (1707 – 1778), que denominou a planta de *Theobroma cacao*, chamando-a assim de “manjar dos deuses”. Os índios consideravam as sementes de cacau tão valiosas que as usavam como moeda (CEPLAC, 2012).

³⁹ Fonte: CEPLAC, 2012: <http://www.ceplac.gov.br/radar/cacau.htm>.

Figura 16: Cacaueiro – arbóreo do cacau



Fonte: CEPLAC (ceplac.gov.br/radar/cacau.htm), 2012.

Os botânicos acreditam que o cacau é originário das cabeceiras do rio Amazonas, tendo-se expandido em duas direções principais, originando dois grupos importantes: *Criollo* ou Crioulo e *Forastero*. A variedade mais comum é o Forastero, responsável por cerca de 90% da produção mundial de grãos de cacau. Grupo dominante, caracterizado como “*Bulk*”, é responsável pela quase totalidade do mercado mundial, e é cultivado no Brasil, Este da África, Equador, Costa Rica (Matina ou Ceilão) e México. Sendo o espécime mais comum em nosso País, pode ser considerado o verdadeiro cacau brasileiro, e se caracteriza por frutos ovoides, com superfície lisa, imperceptivelmente sulcada ou enrugada (CEPLAC, op. cit., 2012).

O Criollo (*treobroma cacao*, *Linnaeus*), que se espalhou em direção ao norte, para o rio Orinoco, penetrando na América Central e no sul do México, produz frutos grandes, com superfície enrugada. Suas sementes são grandes, com o interior branco ou violeta pálido. Corresponde ao tipo de cacau que foi cultivado pelos índios astecas e pelos maias. Dominou o mercado até o século XVIII, mas existem muito poucas regiões de plantio, sendo encontrado mais no Equador e na Venezuela, e é caracterizado como “*Fine*”. Os grãos do tipo Crioulo são mais raros e por causa do seu aroma e gosto são tradicionalmente os mais procurados pelos melhores chocolateiros.

Há também o cacau *Trinitário*, um cruzamento entre as espécimes Crioulo e o Forastero, que é cultivado na Venezuela, Equador, Camarões, Samoa, Sri Lanka, e Nova Guiné (ilhas de Java e Papua). Na figura 17, pode-se visualizar os diferentes espécimes

através de suas amêndoas, e na figura 18, a forma de distribuição no plantio das mesmas.

Figura 17: Amêndoas dos espécimes de cacau: Criollo, Forastero e Trinitário



Fonte: Chocovic (www. chocovic.es), 2013.

Figura 18: Espécimes botânicos de cacau e sua distribuição de plantio

Espécies Botânicas	Característica	Localização
CRIOLLO (<i>(Theobroma cacao, Linnaeus)</i>)	Pequena produção mundial Cacau Fino - "Fine Cocoa"	Equador Venezuela
FORASTERO	Produção Dominante (90%) "Bulk"	Brasil Este da África Costa Rica Equador México
TRINITÁRIO	Resultado de cruzamento	Venezuela, Equador, Camarões, Samoa, Siri Lanka, Nova Guiné.

Fonte: CEPLAC, adaptado pela autora, 2012.

Oficialmente, o cultivo do cacau começou no Brasil em 1679, através da Carta Régia que autorizava os colonizadores a plantá-lo em suas terras. Em 1746, foi introduzido o cultivo na Bahia, onde a cultura se desenvolveu em bases econômicas. O cacau se adaptou bem ao clima e solo do sul do Estado, Região que produz hoje 95%

(noventa e cinco por cento) do cacau brasileiro, ficando o Espírito Santo com 3,5% (três e meio por cento) e a Amazônia com 1,5% (um e meio por cento) do total produzido (CEPLAC, 2008).

No Estado do Espírito Santo, a introdução do cacau em terras capixabas tem por mentor Joaquim Francisco Calmon, em 1880. O plantio efetiva-se com sucesso na fazenda Guararema, na região de Linhares, próximo ao rio Doce. Posteriormente as experiências exitosas estendem-se para os sítios Taquaral, Sossego e Cipó. O material botânico procede do Estado da Bahia e pertence ao grupo “Forasteiro Amazônico”.

Já na Amazônia, mesmo o cacau sendo originário daquela região, e tendo prosperado em outras terras brasileiras, só recentemente lá foi reintroduzido por agricultores interessados em melhorar sua renda e reflorestar áreas devastadas. O cacau cresce com facilidade na floresta, gerando ganhos financeiros para o produtor, motivo pelo qual se transformou em alternativa real à criação de gado. "Vimos que a pecuária não era viável porque tínhamos que queimar mais floresta para manter a produção. O cacau nos oferece hoje uma renda maior que o gado", disse Altamiro Pereira Lorenzo, que há dez anos semeou 3 mil plantas de cacau em sua propriedade de 62 hectares no município de São Félix do Xingu, Estado do Pará. A produção do fruto na cidade passou de 350 toneladas, em 2005, para 1.500 toneladas, em 2010, segundo dados oficiais. O fato faz do município o segundo maior produtor do país. Outros municípios seguiram o mesmo caminho, e o Pará se consolidou como um dos grandes, com uma colheita que, no ano passado, foi de 63.739 toneladas, equivalente a 25,7% do total nacional.

O cacau é um dos alimentos mais completos que existem. E o chocolate é considerado alimento de melhor balanceamento e de fácil acesso no mercado, contendo uma associação bem equilibrada de cacau, leite e açúcar. Devido ao seu alto índice de carboidratos e gordura, o chocolate apresenta taxas de proteínas bastante apreciáveis. Um tablete de 100 gramas corresponde a 6 ovos ou 3 copos de leite ou 220 gramas de pão branco ou 750 gramas de peixe ou 450 gramas de carne bovina (Box 02). O cacau, segundo uma equipe multidisciplinar de pesquisadores do Instituto do Coração, está associado à fabricação de hormônios sexuais e à integridade das membranas celulares, e ainda participa do armazenamento das vitaminas A, D, E e K nas células (LOPES, 2012).

Box 02: Propriedades alimentares contidas em uma barra de 100g de chocolate

Um tablete de 100 gramas de chocolate ao leite contém:	
Glicídios	56 mg
Lipídeos	34 g
Protídeos	6 g
Celulose	0.5 g
Água	1,1,g
Calorias	550
ELEMENTOS MINERAIS	
Potássio	418 mg
Magnésio	58 g
Cálcio	216 mg
Ferro	4 mg
VITAMINAS	
Vitamina B1	0,10
Vitamina B2	0,38 mg
Vitamina PP	0,80 mg

Fonte: Adaptação do autor, baseado em LOPES, 2012.

O foco constante de diversas linhas de pesquisas na área de alimentos processados tem sido voltado para atender à crescente demanda do mercado que busca uma alimentação mais saudável. Notadamente vê-se, a cada dia, aumentar, nas prateleiras dos supermercados, a oferta de alimentos funcionais, light, diet, de baixa

caloria, enriquecido com fibras, minerais, ou com algum outro composto que promova o bem estar, constituindo-se em excelente oportunidade para que as agroindústrias cacau/chocolate possam inovar.

Do estudo do chocolate, os pesquisadores têm apontado que o tipo amargo, com maior concentração de amêndoas de cacau, apresenta uma concentração dos polifenóis maior que a de outros tipos, como o chocolate ao leite, por exemplo. Das matérias-primas envolvidas no processo de fabricação do chocolate, evidenciou-se que era o cacau a fonte das substâncias conhecidas como polifenóis⁴⁰.

Das amêndoas (sementes) fermentadas do *Theobroma cacao* - o cacau, (após o processo chamado de fermentação), são produzidos o *líquor*, a torta, o cacau em pó e a manteiga. O chocolate é obtido a partir de procedimentos complexos de processamento destes insumos. O produto chocolate, como se conhece hoje, resulta de um processo globalizado. As texturas, os sabores, e até as formas são resultados de experiências em diversos países. Originalmente, o chocolate que os astecas bebiam era resultado da moagem das sementes de cacau misturada a água fria. A partir daí, o produto passou por grandes transformações com os seguintes acréscimos: por parte dos espanhóis, açúcar, dos suíços, leite, dos italianos, avelãs. Em 1828, os holandeses inventaram uma prensa que permitiu extrair a manteiga do cacau e transformar o restante da massa em pó. Misturando a manteiga, a massa e o açúcar obtinha-se uma pasta que podia ser moldada em qualquer formato, ocorrendo uma mudança significativa do consumo: em vez de beber, o mundo passaria então a comer chocolate.

Por muitos anos o consumo do chocolate foi símbolo de status da elite europeia, mas com os avanços tecnológicos da revolução industrial, as barrinhas de chocolate passaram a ser produzidas em larga escala. Desde então sua fórmula vem sendo aprimorada, transformando o produto chocolate não num produto qualquer, mas num produto cobiçado, atraente e sedutor: “o manjar dos deuses”.

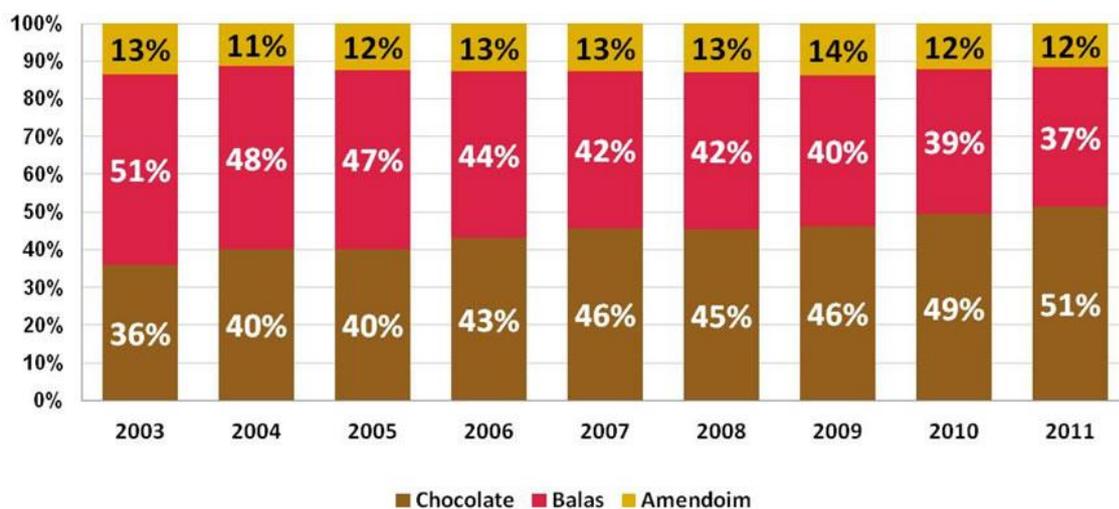
No cenário atual, com o crescimento da demanda por produtos especiais, o chocolate cada vez mais tem sido associado à natureza e à qualidade do cacau. Portanto,

⁴⁰ EFRAIM, P. et al.: Os polifenóis, ou compostos fenólicos, têm sido largamente estudados em razão dos efeitos benéficos que propiciam à saúde, como uma potente atividade antioxidante na prevenção de reações oxidativas e de formação de radicais livres, bem como na proteção contra danos ao DNA das células.... Outros efeitos positivos para a saúde são as propriedades anti-inflamatória, anticarcinogênica, antiaterogênica, antitrombótica, antimicrobiana, analgésica e vasodilatadora, comprovadas em estudos científicos (WOLLGAST e ANKLAN, 2000a; GOTTE et al., 2006).

o País, que vem buscando ser reconhecido pela produção de cacau fino, de qualidade, com aroma, aponta para estratégias de viabilização das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate para também ser reconhecido como produtor de um chocolate especial, gourmet, oriundo de territórios únicos, com características de produção únicas. O consumidor está cada dia mais preocupado em saber a origem dos produtos, quais suas contribuições sociais e como se deu o processo de produção.

No Figura 19, notadamente, percebe-se a evolução da produção de chocolate no País, demonstrando a força do consumo deste produto. Segundo a ABICAB, 2012, enquanto o consumo de balas declinou, saindo de um volume de 51% da capacidade da indústria, em 2003, para 37%, em 2011, a produção do chocolate saltou de 36% para 51% em 2011.

Figura 19: Gráfico com a evolução do Share de produção dos setores ABICAB. Em volume (mil toneladas)



Fonte: ABICAB, 2012. Disponível em <http://www.abicab.org.br/associado-chocolate-e-cacau/estatisticas/>

3.3. O cacau na literatura e no turismo

O foco de toda a presente análise, a cadeia agroalimentar cacau/chocolate, se tornou o objeto de toda uma obra literária que ajudou a construir um imaginário próprio desse *habitus*. A literatura nascida no espaço da cacauicultura, evidenciada através das publicações, em distintos países, adaptadas ao cinema, teatro, novelas e mesmo aparecendo nas artes plásticas, constrói cenários e sonhos para um número incontável de pessoas. Em todo o mundo, leitores se deleitam com as histórias contadas por essa

literatura, construindo percepções, expectativas e interesses provocados pelo exotismo da cacauicultura.

Segundo Simões, 1998, a literatura constitui-se em foco do universo cultural e vivencial que configura uma visão de mundo do ficcionista e, posteriormente, do leitor: “De início, vale observar que o entendimento da literatura é o de expressão artística comunicadora, inclusive influenciada e influenciadora da História”. Comportamentos éticos, filosóficos e políticos, reveladores no imaginário povoam corações e constroem querências: “O imaginário do cacau habita a literatura sul-baiana e esse imaginário ficcionalizado contribuiu, para a sustentabilidade regional, através do incentivo ao fluxo turístico” (op. cit., 1998).

O imaginário do cacau se faz presente na literatura da Região Sul Baiana desde o início do século XX, quando Afrânio Peixoto antecipou o tema em obras regionalistas como *Maria Bonita e Fruta do Mato*. Grandes nomes da literatura nacional contaram em prosa e versos as questões da terra, sua conquista, passando o cacau a ser o referente do imaginário regional. E como relata Simões (op. cit., 1998), como gerador de dramas, foi tematizado, por Jorge Amado, Adonias Filho, Jorge Medauar, Hélio Póvora, Cyro de Mattos, Sosígenes Costa, dentre tantos outros, e assegurou um lugar para a literatura dessa Região no panorama da Literatura Brasileira. Essas obras expõem, segundo a autora:

“... a realidade dessa época, região rica, opulenta e poderosa, terra de coronéis, jagunços e trabalhadores rurais, matrizes do perfil da Região Cacaueira. Tempos de conquista de terras. Tempos em que o cacau, ‘fruto de ouro’, era o centro gerador de toda a dinâmica sociocultural da região, termômetro das alegrias e tristezas da sua gente. A busca do ter, do poder, a ambição, o abuso da força do fazendeiro compunham aquele cenário, contrapondo-se à submissão, à ignorância dos trabalhadores rurais. Aqueles coronéis, jagunços, ruralistas, com seus costumes, tradições, credences e superstições, formavam o painel humano da terra, e construía a sua identidade. Era uma região monocultora, de identidade socioeconômica e cultural de referência nacional e internacional” (Simões, op. cit., 1998).

E Simões (2012) acrescenta a importância da contribuição da produção literária de Jorge Amado:

“Em todo esse tempo, nenhum autor projetou mais o imaginário do cacau que Jorge Amado. Por isso, de tantos autores, aqui ressalto a produção amadiana, que melhor responde à proposição que tento defender: da produção literária ao seu consumo. O imaginário do cacau é cenário de grande parte da sua ficção; ele chama de terras do sem-fim à região do Sul da Bahia. O escritor baiano descende de fazendeiros e viveu a sua infância nas terras do cacau, onde prendeu o seu imaginário, na memória

do “menino que anos depois veio a escrever as histórias dessa terra”, segundo ele próprio diz em Terras do Sem-Fim” (op. cit, 2012).

Jorge Amado, em sua obra, escreve sobre os aspectos da formação da nação grapiúna: do seu povo, da sua cultura, das suas origens. E a autora (op. cit, 2012) acrescenta: “O árabe, o negro, o sertanejo sergipano. A cor não importava: branco, preto, mulato, o prestígio estava no poder e na riqueza; a cor é a do dinheiro, o cacau é o gerador da riqueza.” Todos esses temas que compõem o imaginário literário têm contribuído para a sustentabilidade regional através do fluxo turístico. O cacau, a literatura e o turismo, potencializados como atração turística para a Região, tendo a literatura como agenciadora, compõem elementos com potencial mercadológico inestimável para um desenvolvimento mais sustentável.

Nesse entendimento, o turismo toma corpo como atividade cultural e de impacto na economia e no desenvolvimento das localidades. A literatura, enquanto veiculadora da cultura, é aqui olhada como fenômeno instigador do turismo. Agora, como relata Simões (2012), o turista-leitor encontra no seio da Região Cacaueira, na cidade de Ilhéus, um Bataclan (Fig. 20) e um Vesúvio (Fig. 21) restaurados e ressignificados, mas ainda insuficientes para suprir toda a demanda construída a partir da literatura.

O cenário descrito acima possibilita questionar e repensar o papel das agroindústrias de cacau/chocolate neste contexto, como agregação de valor para toda a cadeia, a questão do cacau/chocolate para o turismo e do turismo para o cacau/chocolate. As duas cadeias estão intrinsecamente ligadas, considerando toda uma gama de oportunidades que ainda timidamente vem sendo construída.

Figura 21: Casa de espetáculos e Restaurante Bataclan, Ilhéus /BA



Fonte: Bataclan (bataclan.com.br), 2013.

Figura 20: Bar e Restaurante Vesúvio, Ilhéus/BA



Fonte: Bar Vesúvio (barvesuvio.com.br), 2013.

O trinômio turismo, cultura e gastronomia, considere-se, aqui, em relação ao chocolate, deve levar a uma reflexão que propicie a concretização de um planejamento e manejo adequado ao turismo cultural e gastronômico, contribuindo para fomentar um setor carente de soluções inovadoras. Fontes, 2002, relata que um dos grandes problemas do turismo de Ilhéus seria a insatisfação do turista com a falta de opção de entretenimento, principalmente os vinculados à cultura. Mesmo na atualidade, aos sítios históricos na Região Sul Baiana, não é oferecida ação interpretativa, como também poucos locais próximos à história e à cultura do cacau estão preparados para encantar o visitante que tanto investiu de seu tempo, dinheiro e expectativas na realização de seus sonhos. Em pesquisa realizada em 2001, Fontes, 2002, ressalta que o patrimônio histórico cultural de Ilhéus foi avaliado como ruim por 84,6% dos entrevistados (Fig. 22), em decorrência da subutilização da história e da cultura do cacau por parte do município, por empresários e dirigentes locais como atrativo turístico, culminando em ações mercadológicas insipientes. E a autora acrescenta:

“Torna-se preciso divulgar e promover o que se quer vender. Talvez a região não entenda seus monumentos patrimoniais e sua história como uma potencialidade. A propaganda é necessária para informar e persuadir o comprador, forçando uma decisão de compra, sem a qual fica muito difícil atrair mais visitantes. A região é riquíssima de atrativos culturais, naturais e gastronômicos. Um exotismo único e de sabor inigualável, quando atrelado à cultura do cacau com o sabor do chocolate. Os atrativos culturais e naturais, trabalhados com uma adequada formatação para o turismo, junto a uma oferta de serviços e produtos de qualidade, e valorizados pela interpretação, certamente devem merecer publicidade nos principais guias de turismo nacionais e internacionais. Sem esses preceitos de formatação de qualidade e sofisticação necessários aos produtos culturais e ecológicos na atividade turística, não há como divulgar. Não se pode vender o que não existe” (FONTES, 2002).

Figura 22: Avaliação quanto à conservação e divulgação do patrimônio histórico/cultural do município de Ilhéus, segundo os entrevistados. Ilhéus, 2001

Grau de Qualificação (%)	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Conservação	-	-	61,5	38,5
Divulgação	-	7,7	7,7	84,6

Fontes: FONTES, M. J. V., 2001.

3.4. O cacau fino ou de aroma

O Brasil, apesar da queda vertiginosa de sua produção, ainda hoje é percebido como um dos mais importantes *players* na cadeia agroalimentar do cacau/chocolate, não só por ser um país produtor, e de já ter sido o maior exportador mundial, e contar em seu território com plantas das maiores moageiras e processadoras da cadeia, como também por seu alto consumo do produto chocolate, mercado que, a cada ano, vem aumentando sua demanda, não só de produtos de chocolate de “massa” como produtos *gourmets*.

Em se tratando da qualidade do cacau, seu principal atributo é o aroma. A participação do cacau fino, ou de aroma, ou mesmo o chamado “cacau de qualidade”, na composição do chocolate gourmet, é essencial, porquanto os sabores e aromas são distinguidos em suas delicadas notas pelos chocolateiros e, cada vez mais, por apreciadores exigentes. O cacau fino é o componente crucial e estratégico para que as pequenas agroindústrias das regiões cacaeiras possam resgatar o reconhecimento, dos consumidores de chocolate brasileiros, de ser produtora de chocolate especial. Nesse contexto também surgem grandes oportunidades para o cacau/chocolate orgânico, bem como as certificações DO, IG, rastreabilidade (Mata Atlântica), e todas as demais possibilidades de reconhecimento.

Segundo os critérios da ICCO, o mercado de cacau distingue duas grandes categorias de amêndoas de cacau: “Amêndoas de cacau fino ou aroma (*flavour*)” e “a granel ou amêndoas de cacau comum”. Como uma generalização, cacau fino ou de aroma são produzidos a partir da variedade Criollo ou de variedades de cacaeiros Trinitários, enquanto o cacau comum vem de cacaeiro Forasteiro (ICCO, 2012).

Há, no entanto, exceções quanto a essa generalização. Os cacaeiros do Equador provêm de uma variedade de *Forastero*, e são considerados como produtores de cacau fino ou de aroma. Por outro lado, o cacau produzido por Camarões, mesmo sendo da variedade *Trinitário*, é classificado como *bulk-cocoa beans* (cacau comum). Os avanços tecnológicos da cacauicultura nacional têm possibilitado o entendimento de que o cacau fino pode ser de qualquer variedade, importando mais os processos de produção das amêndoas. Novos paradigmas nos procedimentos da fermentação e secagem fundamentam experiências exitosas para o alcance de um produto que vem atendendo aos mais exigentes mercados.

A porcentagem de cacau fino na produção mundial de amêndoas de cacau corresponde a pouco menos de 5% ao ano, mas a sua demanda experimenta forte crescimento. O cacau fino ou de aroma (*flavour*) é reconhecido por seu aroma único e por suas cores. Seu valor de mercado pode chegar ao dobro ou mais do preço do cacau comum (ICCO, 2012). Apesar dos avanços na produção de um cacau superior e de qualidade, o Brasil ainda hoje não é considerado, pela ICCO (2012), produtor de cacau fino e de aroma. Entretanto, segundo pesquisadores e relatos de produtores brasileiros de cacau fino, o País não necessariamente precisa estar na lista da ICCO (Fig. 23). Os argumentos são que existem países exportadores de cacau com alto valor agregado fora da lista e a demanda interna brasileira permite valorizar os chocolates feitos no País a partir de amêndoas selecionadas.

Mesmo com os argumentos defendidos acima, e ainda que no momento não seja decisiva a entrada do País na lista de produtores de cacau fino, já existe pressão por parte do setor, junto à ICCO, para que o Brasil seja incorporado à lista dos países produtores de “cacau fino e de aroma”, ainda que o produto só corresponda a 1% das exportações. Como argumento, as representações dos produtores, bem como os órgãos governamentais e a academia, apontam para o fato de que se deve respeitar a diversidade genética do cacau, podendo a variedade “cacau comum” também ser valorizada, o que dependerá muito mais do processo de fermentação e secagem do que da espécie dos arbóreos.

Figura 23: Países produtores de cacau fino e de aroma (critérios da ICCO)

América Central	Costa Rica, México
América Andina	Bolívia, Colômbia, Equador, Peru, Venezuela
Zona do Caribe	Dominica, República Dominicana, Granada, Jamaica, República Santa Lúcia, Trinidad e Tobago
Ásia	Indonésia, Papua, Nova Guiné
África	Madagascar, São Tomé e Príncipe.

Fonte: ZUGAIB, 2012. Adaptação da autora, 2012.

Muito embora a ICCO não defina com exatidão todos os atributos que devem constituir a qualidade do cacau fino ou de aroma, alguns pesquisadores apontam a urgência de aprimorar os conceitos dos atributos que definirão essa tipologia de amêndoas. A importância dos *terroirs*⁴¹ ainda não vem sendo considerada, apesar de o tema estar presente em todos os debates sobre a produção e industrialização do cacau fino ou de aroma.

Atualmente os produtores brasileiros de cacau que, por muitos anos, foram caracterizados no mercado de *commodities* como produtores de cacau sem qualidade, vêm se impondo junto ao mercado especializado como detentores e produtores de tecnologia para que os seus territórios sejam reconhecidos como produtores de cacau fino ou de aroma. O reconhecimento do mercado, através da participação em eventos profissionais e a obtenção de prêmios internacionais, e o reconhecimento também da própria CEPLAC, vêm demonstrar que os produtores estão construindo, com as próprias mãos, a qualidade do cacau brasileiro. Esse movimento tem levado os territórios produtores a pleitear o registro de IG – Indicação Geográfica, como é o caso já efetivado do Cacau Linhares. Outras regiões produtoras estão em processo de pleito, como o Cacau Bahia e Cacau Cabruca na Região Sul da Bahia, como também no norte do País, a Região de Miscelândia/Rondônia se prepara para buscar sua certificação.

A socialização dos procedimentos tecnológicos para o alcance dessa qualidade, a divulgação das informações para todos os produtores, a propagação da importância de se focar na qualidade são caminhos estratégicos que precisam ser construídos. A definição de qual tipo de história os produtores querem vender também se faz necessário, quando se constata as oportunidades que o mercado vem abrindo para novas experiências e emoções. Quando se vende chocolate especial, *gourmet*, se está vendendo uma história, uma cultura, a história da própria cacauicultura.

O Brasil está construindo sua reputação para ser reconhecido como produtor de cacau fino, cacau com alto valor agregado, utilizando suas próprias variedades de cacau Forasteiro. O cacau fino é definido pelo sabor e aroma da amêndoa, e para alcançar estes atributos, o conhecimento armazenado e sistematizado é crucial.

⁴¹ Para Tonietto, J. (2008) o termo *terroir* refere-se a “uma extensão limitada de terra considerada do ponto de vista de suas aptidões agrícolas”, “um gosto particular que resulta da natureza do solo”, “remete a uma notação positiva em relação ao vinho”. A partir dos anos 60, a palavra *terroir* passa a exprimir “a interação entre o meio natural e os fatores humanos, abrangendo não somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também de forma simultânea os fatores humanos da produção, incluindo escolha das variedades, aspectos agronômicos e aspectos de elaboração dos produtos”.

Especificamente no Brasil existem margens de progresso muito importantes e inovações para investir no manejo moderno do cacau. Como pontos fortes ou vantagens do cacau brasileiro, pode-se apontar para as seguintes possibilidades, que estão sendo distinguidas por analistas e pesquisadores: promoção e valorização dos trabalhos sobre variedades (adaptar os processos); a guarda e preservação da grande diversidade de sistemas de cultura, da “cabruca” até o sistema produtivo; aumento e preservação do interesse dos produtores de cacau em certificar sua variedade e ou sistema.

Quais são as oportunidades do Brasil neste contexto e tendo à frente tantos desafios? Os mercados apontam para um aumento de demanda, para um consumo crescente de cacau. Entretanto os produtos devem ser diferenciados para serem competitivos em mundos diferentes, com regras diferentes e, ao mesmo tempo assegurar sua renda de maneira sustentável.

Para a valoração do cacau brasileiro são necessários vários atributos. Um deles refere-se a uma característica do produto ou do processo de produção que tenha valor para os compradores (disposição para pagar). Pesquisadores apontam que os atributos relacionados ao processo de produção interferem e agregam valor ao produto como: 1- Atributos geográficos: região de produção, altitudes, solos; 2 - Atributos técnicos: variedade, colheita, processo pós-colheita; 3 - Atributos meio-ambientais: manejo e consumo de água, nível de fertilização dos solos, preservação da biodiversidade; 4 - Atributos sociais: respeito aos direitos humanos, construção de estrutura e redes, sinais e selos de qualidade, (DO, IG, comércio justo, *Rain Forest* (mesmo não sendo floresta primária, as regiões produtoras têm preservado grandes áreas de floresta devido ao seu uso comercial principal, a cultura do cacau orgânico)).

No Congresso da Cacaucultura, realizado em 2012, em Ilhéus/BA, os debates apontaram que a construção da marca de cacau fino no Brasil é possível em consequência da associação de 3 elementos: o produtor, a região e a informação (tecnologia e qualidade). A diversidade e a inovação são uma realidade na cadeia do cacau Brasil. O cacau fino, além da qualidade da amêndoa, deve ter qualidade em todos os processos de sua comercialização. A questão mercadológica, com suas ferramentas e estratégias, traz mecanismos complementares essenciais para o reconhecimento da qualidade do cacau brasileiro e, portanto, do sabor do chocolate produzido a partir dele.

Como discutido anteriormente, a cadeia agroindustrial do cacau/chocolate no País tem buscado alternativas e processos de inovação. Os atores, mesmo que lentamente, estão quebrando seus paradigmas, encarando novos formatos, combinando as coisas de forma diferente, desde a tecnologia da própria produção da amêndoa do cacau, buscando atingir uma maior produtividade com maior qualidade, como novos formatos de parceria e articulação na agroindustrialização. Daí a urgência de pensar e analisar os passos seguintes para a construção desse novo cenário.

O setor da cacauicultura baiana, num esforço de quebrar um ciclo histórico de negação às propostas associativistas, tem buscado, ainda que de forma conflituosa, estabelecer suas estratégias a partir de ações oriundas de suas associações e outros formatos institucionais que representem toda a cadeia. Nesse contexto, está estabelecendo critérios para o planejamento da cacauicultura baiana para os próximos 20 anos, focado no sentido de conservacionismo e sustentabilidade. Ferramentas como a Carta de Ilhéu (documento reivindicatório do setor, construído pelos participantes do último Congresso do Cacau, Ilhéus/BA, 2012), a consolidação da Câmara do Cacau, e a efetivação de cooperativas são elementos da construção desse novo cenário.

Nas outras regiões produtoras, Linhares-Espírito Santo e Micelândia- Rondônia percebe-se um entrosamento com menores atritos e melhores resultados que na Região Sul Baiana. Em Linhares, a produção de cacau fino já obteve a certificação da Indicação Geográfica. E em Rondônia o processo já está bastante avançado. As tentativas de união do setor sul baiano caracterizam-se como sendo mais conflituosas. Mesmo assim elas estão possibilitando algumas conquistas, e outras demandas estão sendo solicitadas, inclusive uma solução mais satisfatória para a dívida dos cacauicultores da Região.

Dentre os seus atributos e especificidades técnicas, o setor possui o sistema de produção, em algumas regiões, denominado sistema cabruca de produção. Composto predominantemente pelos cacauais sombreados com indivíduos arbóreos da Mata Atlântica, o sistema permitiu a conservação de remanescentes florestais que circundavam as áreas antropizadas, bem como a permanência de indivíduos da floresta primária como proteção de topo e lateral do cacauero. Sua característica está definida na Lei Estadual de 2011, no. 12.377, de 28/12/2011, Política Estadual do Meio Ambiente e de Proteção à Biodiversidade – Art. 117-A: “O cacau-cabruca é um sistema agroflorestal (agrossilvicultural) que proporciona benefícios ambientais, econômicos e sociais; manejo, plantio, condução e interferências silviculturais nos elementos arbóreos

serão disciplinados em disposições regulamentares, ouvindo o Órgão Agrônomo responsável pela Política Cacaueira da Bahia” (SETENTA e LOBÃO, 2012). Esse sistema corresponde a um agroecossistema tradicional das regiões Sul e Sudeste da Bahia, constituído pelas experiências e pelos saberes dos cacauicultores acumulados por séculos de interação com a Mata Atlântica.

Diante da importância ambiental dos produtores de cacau Cabruca, o setor vem demandando políticas públicas próprias que viabilizem a sustentabilidade dessa cultura com possibilidades de manejo sustentável da Mata Atlântica, como o sistema de *fair trade*: premiação especial para a cabruca.

De acordo com Philippe Bastide (2012), pesquisador do Cirad, em palestra proferida de 2012, no *Salon du Chocolat* realizado em Salvador-BA (Fig. 24), “expandir a produção para o cacau de qualidade, bem como expandir para a produção de chocolate de qualidade, que apesar de já ser uma realidade, precisa ser consolidada, deve ser a meta dos produtores das regiões cacaueiras: “é evidente a ascensão da imagem do Brasil no mercado cacaueiro e que a tendência é o aumento da quantidade de propriedades certificadas com o selo *Rain Forest Alliance*”. Aponta também para “a urgência da união do setor, sua capacidade de trabalhar associativamente e em redes, o que certamente definirá várias demandas e também o resultado das negociações das dívidas da lavoura: FNE verde, PESA, criação da Câmara Setorial do Cacau, elementos de construção de uso coletivo. A lavoura deve valorizar as variedades - como o fazem os produtores de uvas e guardar sua história produtiva. Em relação ao cacau fino e IG, deve-se promover reuniões de sensibilização, reuniões de construção de conceitos, reuniões de comitê gestor, levantamento histórico do cacau Bahia, e intensificar a participações em eventos internacionais.”

Figura 24: Salão do Chocolate, Salvador – BA, 2012



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

De acordo com Bastide (2012), “a Bahia é modelo extraordinário de como se produzir cacau”. Ele considera muito importante o fato de o Estado, através dos órgãos dos governos federal e estadual, ter encontrado soluções técnicas e genéticas para superar a vassoura-de-bruxa. “O Brasil está se tornando um país mais interessante para produzir cacau”, analisou. A chocolateira parisiense Anne Benoit, em palestra no mesmo evento, declarou que “é importante conhecer o processo de produção do cacau brasileiro. Percebe-se os cuidados com a plantação, colheita e secagem. Além disso, existe a preocupação com a conservação da natureza. Tudo isso é fundamental para a produção de chocolates finos”.

A convite da CEPLAC e da APC, Bastide (2012) e o criador e organizador do Salon du Chocolat de Paris, François Jeantet, quando na Região, foram convocados para classificar o cacau produzido na Bahia. Após dois dias de visitas a várias propriedades, classificaram as amêndoas selecionadas como de excelente qualidade. O sistema de produção e pós-colheita diferenciados, a qualidade das amêndoas, e a sustentabilidade social e ambiental foram algumas das características apontadas no encontro.

Uma comitiva, composta por 34 *chocolatiers* da França, Espanha, Portugal, Bélgica, Itália, Dinamarca, Japão, Costa do Marfim e São Thomé e Príncipe, foi convidada, em 2012, para visitar algumas propriedades na Região, onde conheceu, *in*

loco, todo o processo produtivo do cacau, com ênfase no beneficiamento do cacau ao chocolate. “Este é um momento importante para Bahia, pois estamos trazendo os mais famosos chocolateiros do mundo, que são formadores de opinião, para conhecer fazendas modelo, que produzem com tecnologia de ponta”, isto de acordo com Eduardo Salles (2012), Secretário de Agricultura da Bahia, destacando que o objetivo do governo é fazer com que o cacau deixe de ser vendido apenas como *commodity*, e passe a ser comercializado com valor agregado. Além disso, o setor pode demonstrar que a Bahia pode ser um fornecedor confiável de cacau, e atrair para o estado indústrias de chocolates gourmet⁴².

“Já visitei a Bahia, e fiquei encantado com a paixão com que o cacau é produzido aqui. Agora retorno com meus amigos, para que eles conheçam também”, disse François Jeantet, criador da marca *Salon du Chocolat*, afirmando ainda: “sinto o renascimento do cacau muito ligado ao meio ambiente”. Jeantet destacou que “a Bahia reúne todas as condições para produzir chocolates finos, e a vinda de chocolateiros internacionais para investir em fábricas aqui é questão de tempo”. Segundo ele, “temos que andar passo a passo”.

Também de Paris, Chloe Dutra-Roussel, pesquisadora da área, declarou que “a Bahia possui propriedades rurais onde se produz grande variedade de cacau, o que não é comum em outros países produtores. Superada a crise gerada pela vassoura-de-bruxa, os cacauicultores estão trilhado novos caminhos”.

A visita dos *chocolatiers* internacionais às fazendas de cacau fez parte da programação do *Salon du Chocolat* realizado em Salvador (2012) que pela primeira vez, ocorreu na América Latina e em um país produtor de cacau. Até agora, o evento só acontecia em Paris, Nova York, Tokyo, Moscou, Shangai, Madrid, Cairo, Bologna, Marselha, Lille, Lyon e Bordeaux.

3.5. “Do cacau ao chocolate”: Do “Chão da roça a indústria”

Nas regiões produtoras de cacau, no Brasil, somente na última década vêm surgindo as primeiras pequenas agroindústrias de cacau/chocolate. Derivados do cacau

⁴² Capturado em: <http://ruralcentro.uol.com.br/noticias/producao-do-cacau-na-bahia-encanta-chocolateiros-internacionais-58338>

são consumidos, hoje, em muitas formas, em quase todos os países do mundo, e fazem parte da vida do homem moderno. Existe um mercado, amplo e imediato, de produtos do cacau/chocolate além dos industrializados pelas grandes instituições processadoras. Produtos de valor agregado de cacau/chocolate têm grande demanda, alavancados por um consumo cada vez mais exigente.

Várias alternativas estão surgindo, como chocolates com certificações especiais, os de denominação de origem controlada (DOC), com indicação geográfica (IG) a exemplo de certas marcas de vinho e de azeite, os oriundos de comércio justo, os orgânicos, os de pequenas propriedades rurais, os originários da agricultura familiar, assentamentos, cooperativas e associações, além dos produtos caracterizados como de aproveitamento de matérias-primas da Mata Atlântica, a partir do conceito de conservacionismo.

A partir da segunda guerra mundial, os grandes *players*, moageiros e a indústria de chocolates, buscando atender à demanda mundial de produtos de baixo custo e grande produção, investiram em tecnologias que possibilitaram a substituição da manteiga de cacau, considerado produto nobre, por outros itens mais rentáveis e menos nobres.

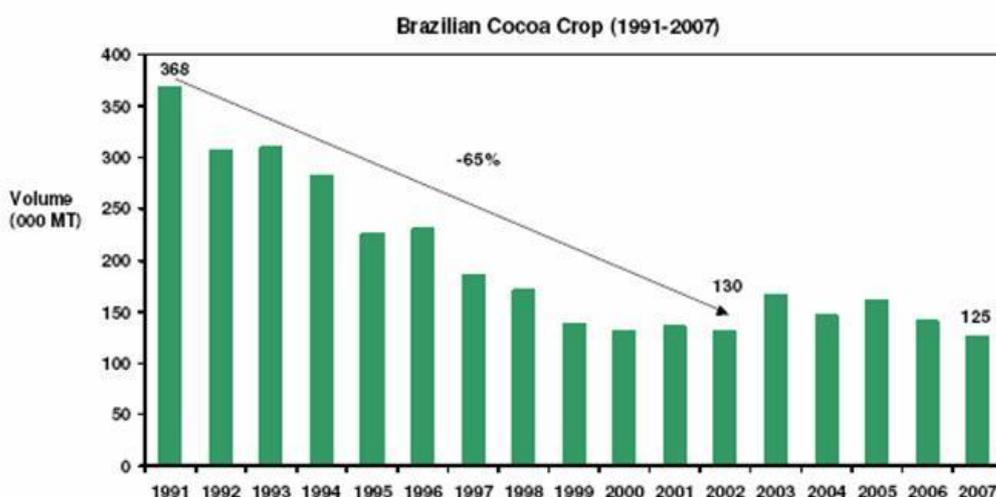
O processo de industrialização das multinacionais do chocolate constitui hoje fonte de debate, levando vários pesquisadores e críticos a questionar o modelo de processamento da indústria, que passa não só pelas características dos ingredientes que compõem o chocolate (sucedâneos da gordura do cacau, por exemplo), como também a relação de comércio, nexos de contratos, estabelecida entre estes e os produtores.

A indústria do chocolate requer uma sofisticação e investimentos em tecnologias inovadoras cada vez mais exclusivas. Neste cenário, o chocolateiro independente vem ocupando um papel importante na manutenção do valor de um produto de qualidade, utilizando o processo industrial tecnológico disponível, mas inovando ao oferecer ao mercado um produto de qualidade que é percebido e exigido pelo consumidor final, possibilitando o resgate do verdadeiro sabor do chocolate/cacau.

Após a incidência da doença “vassoura-de-bruxa” na lavoura de cacau da Bahia, a produção brasileira caiu de 360.000 toneladas para 125.000/130.000 toneladas, conforme a figura 25 (abaixo). Isso levou alguns aspectos tradicionais da comercialização de cacau no Brasil a se agravarem. O cacau, em sua comercialização,

diferentemente de outras *commodities* agrícolas, como o café, não tem classificação nem de aroma nem de sabor. O cacau é prioritariamente produzido para o chocolate, produto em que o sabor é qualidade fundamental. O ingrediente mais importante na construção do gosto do chocolate é a massa (ou *líquor*) de cacau. Na ocorrência em paralelo com o avanço da “vassoura” sobre a lavoura, e uma série longa de preços baixos, o cacau brasileiro perdeu muito da sua qualidade.

Figura 25: Cultura do cacau brasileiro (1991-2007)



Fonte: Retirado do site: http://www.spali.com.br/portal/?page_id=678.

Associado a isso, a produção brasileira de cacau tornou-se insuficiente para atender a capacidade produtiva instalada no Brasil, que é de 250.000 toneladas, fazendo com que o Brasil passasse a ser importador regular de cacau. Entretanto o produto que se tem importado tem vindo com qualidade inferior à do brasileiro, pois a destinação desse cacau é para a produção de manteiga e torta de cacau.

Com a combinação dos problemas acima descritos, notadamente com a perda significativa de qualidade sensorial do chocolate do Brasil, pode ser questionada a qualidade da massa de cacau disponível no mercado brasileiro. A grande indústria, aparentemente, pois não há estudos técnicos comprobatórios sobre a questão, encontrou na tecnologia estratégias de substituição e adequação às características sensoriais necessárias ao consumo.

Visualizando oportunidades, alguns produtores do País, unindo o conhecimento em cacau, formalizando parcerias com fabricantes de equipamento e desenvolvendo tecnologias para o processamento do cacau para o chocolate, vêm buscando integrar, à

lavouira de cacau, na produção do chocolate, a restauração, em seus produtos, da qualidade sensorial, com a autenticidade de um bom cacau, que os produtos de chocolate no Brasil já tiveram⁴³.

Com o desenvolvimento de equipamentos próprios para indústrias de menor porte (pequenas e médias), voltados para o processamento de cacau, com tecnologia desenvolvida especificamente para produção do *líquor*, com uma melhor preservação de suas qualidades sensoriais, a instalação de algumas unidades nas regiões produtoras de cacau foram possibilitadas e já permitem a interação de toda a cadeia para a melhoria do cacau e, por conseguinte, do chocolate.

O beneficiamento do cacau, por parte do produtor, para obtenção de um produto de qualidade, apesar da disponibilidade de tecnologias, por várias décadas não foi devidamente considerado pelos produtores brasileiros, uma vez que não existiam preços diferenciados no mercado para produtos de melhor qualidade. Segundo Mororó, pesquisador e atualmente sócio proprietário de uma agroindústria de cacau/chocolate, em artigo publicado em 2007, “a indústria compra o produto indistintamente, não havendo nenhum estímulo para o agricultor melhorar a qualidade do produto” (CEPLAC, 2012).

A produção cacaeira, no Brasil, ao longo de sua história se caracterizou pelo uso ineficiente das tecnologias disponíveis para o aprimoramento da qualidade do produto cacau, assim como o setor agroindustrial cacau/chocolate não ocupou o espaço que, em outras economias, as tornou tão bem sucedidas.

A grande indústria processadora de amêndoas, buscando estar próxima das regiões produtoras, se instalou no sul da Bahia, desenvolvendo tecnologias para superar a falta de qualidade da produção, o que muito contribuiu para a não inovação da economia da Região.

Contudo, não só a pequena propriedade, mas também todos os produtores, desde os grandes até os da agricultura familiar, estiveram à margem das inovações, e não buscaram entender que o mercado do chocolate apontava para mudanças de

⁴³ Segundo Lobão, em 2007 o nível tecnológico empregado na produção, no beneficiamento e no aproveitamento dos subprodutos do cacau no Brasil, eram considerados ainda baixos, necessitando, assim, de uma mudança de paradigma que alterasse, principalmente, a performance do cacauicultor no sentido de viabilização do agronegócio cacau/chocolate através da diversificação e modernização da empresa rural.

comportamento dos consumidores que exigiam novos produtos, com especificidades que pudessem atender a essas novas demandas com alto valor agregado.

Com as mudanças ocorridas no consumo mundial, uma nova realidade vem despontando no mercado cacau/chocolate: consumo mais exigente, a noção de qualidade de vida e de viver saudável, a informação mais acessível, a questão ambiental e social como foco do grande debate e desafio da sociedade contemporânea constituem-se cenários favoráveis que apontam novos caminhos para as pequenas agroindústrias do cacau/chocolate. Os produtores, vislumbrando oportunidades, se espelham em outras culturas, como as que trabalham com os processos de obtenção de vinhos, queijos e cafés de qualidade, comparando-as com aquelas utilizadas para a obtenção do cacau (amêndoa) e dos chocolates de qualidade.

A participação de toda a cadeia é fundamental, entretanto quem fecha a cadeia até o consumidor final é o chocolateiro (*chocolatier*⁴⁴). É ele o demandante das inovações e, ao mesmo tempo, é quem indica novas tendências, incorpora qualidade, exigências e experiências. A consolidação de parcerias, redes e outras formas de negócios com esses atores têm contribuído para que vários produtores estejam dando os primeiros passos para a verticalização e agregação de valor à produção.

A identificação de novas oportunidades para a agroindústria cacau/chocolate, com propostas inovadoras que buscam a agregação de valor aos seus produtos finais, se aliam às exigências atuais do mercado. Para o alcance de vantagens competitivas, as empresas de uma determinada região precisam construir suficiente capacidade inovadora e diferenciação para ingressar em mercados mais avançados, buscando oportunidades em novas demandas (PORTER, 1999).

As estratégias para o atendimento dessa demanda partem do desenvolvimento de tecnologias de produção inovadoras e empreendedoras, com foco na qualidade, e da modernização da pequena produção, aliada à noção de progresso técnico, enfatizando o potencial das novas biotecnologias. As inovações e a aprendizagem organizacional estão também, segundo Wilkinson (1996), no mesmo patamar de importância dos paradigmas tecnológicos, abrindo um leque de oportunidades, desde que haja percepção destes diferenciais por parte de todos os atores envolvidos, principalmente os pequenos produtores e o micro e pequenos empreendedor da agroindústria cacau.

⁴⁴ *chocolatier* ou mestre chocolateiro.

As novas tendências mundiais no mercado de chocolate refletem a segmentação da sociedade moderna, que começa a demandar inovações e a preferir produtos mais elaborados, mais seguros do ponto de vista da alimentação, com forte apelo ambiental e que sejam produzidos e comercializados de forma socialmente mais justa. O paladar do brasileiro sempre foi acostumado a um produto adocicado, mas esta preferência vem mudando aos poucos com o surgimento de chocolates com alto teor de cacau, acima de 60%, que resultaram em chocolates especiais e *gourmets*, vistos hoje em lojas varejistas especializadas no país.

Um dos aspectos da cadeia produtiva do cacau no Brasil mais relevante refere-se aos produtores de cacau fino. Grupos de cacauicultores, entre agricultores familiares, pequenos, médios e grandes, em conjunto com pesquisadores, acreditaram na diferenciação para o alcance da competitividade necessária para o seu desenvolvimento econômico.

Esses empreendedores, que acreditaram na inovação e diferenciação através de novas tecnologias, buscaram compradores que objetivavam produzir chocolate de alta qualidade e, para isso, demandassem um cacau também superior. Durante os últimos 10 (dez) anos, pesquisaram técnicas de manejo do cacau e de fermentação para aprender como o processo pode alterar o sabor da semente. Conseguiram entrar em mercados que têm como principais fornecedores a República Dominicana, o Equador e a Venezuela. Hoje exportam para chocolateiros *gourmets* da Europa, e já buscam alcançar o status de *terroir*⁴⁵ (CEPLAC, 2008).

Um novo tipo de cacau, manejado sob cuidados e técnicas inovadoras, vem ganhando impulso no mercado brasileiro. Trata-se de um cacau que gera para quem o produz um ganho superior ao obtido com o fruto tradicional. Hoje, muitos produtores já estão se preparando para entrar neste mercado. Por conta da alta rentabilidade, a

⁴⁵ *Terroir*: por sua complexidade a palavra francesa não apresenta uma definição única. Tem origem no latim popular *territorium*. Ao longo do tempo, foi se transformando e ganhando novos significados. Na França do século XIX, o termo chegou a ser associado a vinhos sem caráter nobre, consumidos apenas pelas pessoas da região. Atualmente, possui uma conotação positiva e, apesar de ser mais comumente associado ao vinho, aplica-se a diversos produtos, como queijo, azeite e café. O conceito é amplo envolvendo aspectos: geográficos, como clima e solo; botânicos, que incluem as variedades e tipos de plantas; além das técnicas de produção. O conceito vai além: “Terroir está ligado à história da região, aos aspectos socioeconômicos e às pessoas que ali vivem e produzem coisas diferenciadas”. Não existe *terroir* sem o homem. O termo *terroir* apresenta uma coerência geográfica, socioeconômica e jurídica. Na verdade ele está na base do conceito das denominações de origem. Jorge Tonietto, pesquisador da Embrapa, artigo capturado em 26/10/2011: http://www.cnpqv.embrapa.br/publica/artigos/afinal_o_que_terroir.pdf

produção do chamado cacau fino cresceu, entre 2005 e 2007, 130% e chegou a 70 toneladas (APCFE, 2008).

A diferença entre o cacau comum e o chamado "fino" está na seleção dos frutos e na maneira como ele e suas amêndoas são manipuladas. Apenas 40% (quarenta por cento) do cacau colhido por esses produtores é vendido como especial, pois a seleção dos frutos é criteriosa. Os custos desse manejo não são muito maiores que os do tradicional, mas a arroba do cacau fino pode ser vendida até pelo dobro do preço do comum. Já o quilo do chocolate produzido com a semente selecionada chega a custar R\$ 120,00, cerca de quatro vezes o valor do chocolate fabricado com o cacau não selecionado (APCFE, 2008).

Atualmente já é possível produzir derivados de cacau com alto teor de compostos fenólicos sem alterar o seu sabor característico. Uma nova patente divulgada pela Unicamp descreve uma tecnologia inovadora capaz de minimizar as perdas desses compostos, principalmente os flavanoides – considerados importantes antioxidantes naturais –, durante o processamento do cacau. O professor Néelson Horácio Pezoa Garcia, da Faculdade de Engenharia de Alimentos, coordenou o projeto no qual se descobriu um novo processo de fermentação de sementes de cacau, a partir da utilização de inibidores químicos e enzimáticos. A descoberta pode beneficiar a obtenção de matéria-prima como massa de cacau (*liquor*), cacau em pó e produtos de chocolate com teor elevado de compostos fenólicos, sem comprometer o gosto.

Programas oriundos de ações públicas como Plataforma Cacau e Bahia Inovação, com diversas ações de pesquisas na área de aproveitamento integral do cacau e de outros frutos da Mata Atlântica que dão sombra ao cacauzeiro, estão em andamento. Entre eles, o projeto de “Desenvolvimento de produtos não tradicionais derivados do cacau enriquecidos com frutas desidratadas e outros produtos agropecuários da Região Cacaueira” e o Projeto de “Desenvolvimento de equipamentos de pequeno porte para a indústria chocolateira”.

Os governos federal e estadual, em suas propagandas oficiais, têm apontado que, com estes projetos, dentro dos próximos anos a Região Cacaueira se tornará um grande polo chocolateiro – com a criação do que foi denominado “Fazendas de Chocolate”, a exemplo do que ocorreu com polpa de frutas na Região. A proposta é produzir um chocolate diferenciado e que conquiste sua denominação de origem.

Com o objetivo de mudar este sistema implantado ao longo de décadas, o Governo Federal lançou o PAC⁴⁶ do Cacau, com propostas para a implantação de pequenas e médias indústrias destinadas ao processamento de amêndoas de cacau. A intenção é mudar a realidade das regiões produtoras que, há mais de dois séculos, apenas produzem e vendem a matéria-prima. A proposta visa também, através de um esforço coletivo, promover a integração entre todas as entidades públicas e privadas, bem como os atores envolvidos diretamente nos processos produtivos.

O Ministério da Agricultura construiu, na sede regional da CEPLAC, um Centro Tecnológico Industrial, onde passou a disponibilizar informações e tecnologias necessárias ao processamento da amêndoa para o pequeno produtor, fornecendo conhecimentos para se obter um chocolate com um mínimo de 65% (sessenta e cinco por cento) de massa de cacau. Alguns produtores estão produzindo seu chocolate através da parceria com a própria CEPLAC.

Um dado relevante que vem animando a cadeia refere-se ao comportamento da demanda por chocolates mais amargos. A pesquisa indica que o consumo cresceu 17% no Brasil, em 2007, mas os amargos cresceram 27%, e a indústria está apostando em um crescimento ainda maior para os próximos anos (SWISSINFO, GERALDO HOFFMANN, 2008)⁴⁷.

De acordo com dados coletados (CEPLAC, 2008), existem, no Brasil, hoje, basicamente, duas empresas que desenvolvem produtos, maquinário e tecnologia, para a pequena e média agroindústria de cacau, a operacionalização do processamento da amêndoa de cacau, até a formatação de produtos finais, como bombons e barras de chocolate (ver capítulo 05). Segundo fontes governamentais, 20 plantas de agroindústria cacau/chocolate estão sendo implementadas, mas somente 7 desses empreendimentos já estão em funcionamento, além de microagroindústrias que processam a amêndoa em equipamentos artesanais e ou caseiros como as *mélangers*⁴⁸ (Fig. 26).

⁴⁶ PAC do cacau - Plano Executivo para a Aceleração do Desenvolvimento e Diversificação do Agronegócio na Região Cacaueira foi lançado recentemente, prevendo a injeção de R\$ 2 bilhões de recursos novos para a renovação de cacauais em bases mais produtivas e a diversificação da atividade agrícola na região. <http://www.seagri.ba.gov.br/noticias.asp?qact=view¬id=10773>.

⁴⁷ Disponível em: <http://www.ibraf.org.br/news>

⁴⁸ *Mélanger cocoa liquor* : misturador [mesclador], moedor e homogeneizador de sementes para a obtenção do líquido (pasta ou massa) de cacau.

Figura 26: Mélanger – maquinário para processamento da amêndoa do cacau



Fonte: Blog Cacau e chocolate (<http://cacauechocolatee.blogspot.com.br>), 2013.

As agroindústrias de cacau/chocolate nacionais vêm se expandindo, ainda que modestamente, e apresentando uma maior integração com a cadeia produtiva. A pesquisa demonstrou que as agroindústrias de cacau/chocolate cadastradas estão localizadas, principalmente, nas regiões produtoras de cacau e que a maioria não ultrapassa os 05 primeiros anos de existência, o que é resultante da própria história dessa cultura, cujo foco sempre foi à exportação da amêndoa e a venda às grandes processadoras que se instalaram no sul da Bahia. Ao longo de sua trajetória, as regiões produtoras não construíram planos e, ou políticas para a sua verticalização, estando sempre centradas no modelo agrário exportador.

Uma das agroindústrias que surgiu nos últimos anos representa uma cooperativa de agricultores familiares que, com recursos não reembolsáveis governamentais, operam numa planta bem estruturada no nível de produção do chocolate, ainda que na base produtora do cacau se encontrem fragilidades recorrentes na produção de cacau fino.

Aliando a produção de cacau fino ao conceito de *terroir* e buscando agregar valor ao verticalizar a produção com a fabricação também de chocolates finos, alguns exemplos de agroindústrias inovadoras já despontam no cenário regional e no internacional. No último Salão do Chocolate de Paris, uma pequena barra de 5 gramas de chocolate desta procedência foi vendida a dez euros.

No Capítulo 5, as trajetórias dessas pequenas agroindustriais cacau/chocolate são descritas, bem como as indústrias nacionais que fornecem equipamentos e maquinário para essas pequenas processadoras e produtoras de cacau/chocolate no País, localizadas pela pesquisa até a presente data. Porém, o fortalecimento do setor agroindustrial cacau chocolate depende, ainda, do fornecimento de matérias-primas, com qualidade e regularidade, do estabelecimento, disseminação e fiscalização de controles de qualidade e de normas e padrões sanitários. A capacitação empreendedora, a profissionalização de dirigentes nas áreas administrativas e de agronegócios, a qualificação da mão de obra, a assistência técnica com qualidade, a busca de padrões e formatos (*design*) inovadores, a comercialização que adequa estratégias mercadológicas ao negócio, a simplificação de normas fitossanitárias para as MPs, bem como educação e conscientização de consumidores, além da elevação de renda da população contribuirão para a construção de um desenvolvimento efetivo.

Outro aspecto relevante na construção desses novos paradigmas, no contexto da cacauicultura, é a construção de padrões e procedimentos próprios para o alcance de certificações, como o selo de Indicação Geográfica⁴⁹, que têm se constituído para os produtores como uma alternativa de crescimento mais competitiva.

Amostras de cacau têm sido selecionadas e enviadas, sistematicamente, para avaliação nos eventos do Salão do Chocolate⁵⁰, em busca do reconhecimento internacional, participando e ganhando prêmios internacionais. O agronegócio cacau/chocolate brasileiro busca inovação e discute aspectos até pouco tempo desconsiderados, como produção de cacau fino, fases da fermentação e qualidade final das amêndoas e sua relação com o sabor do chocolate.

Nesta perspectiva de busca de novas alternativas de agregação de renda e de sustentabilidade da atividade na Região, a constituição de MPEs agroindustriais num

⁴⁹ Indicação Geográfica – IG: proteção sobre o nome, utilizado para identificar produtos que provêm de uma determinada região e ou que possuam qualidades ou reputação, associadas a referida área geográfica.

⁵⁰ Segundo a Ceplac (2012), “... são encaminhadas à França amêndoas de cacau brasileiro para participação no Salão do Chocolate de Paris. São identificados nas amostras da América do Sul, América Central e Caribe, África Ocidental, Sudeste Asiático e Oceania pelo menos três conceitos sensoriais dominantes para cada região nas categorias "Cacau Chocolate", "Frutado" e "Caramelo". Na capital francesa as amostras são avaliadas por um júri composto por fabricantes de chocolate, jornalistas gastronômicos internacionais, representantes institucionais e pessoas com conhecimento no assunto. Em 2010, produtores de cacau do Sul da Bahia foram destaque no Salão do Chocolate de Paris, especialmente João Tavares, da Fazenda São Pedro, em Ilhéus, que conquistou o prêmio de melhor cacau da América, na categoria “Cacau Chocolate”.

contexto de inovação, o posicionamento de produtos em mercados de nicho e a sustentabilidade econômica podem ser considerados como alternativas das mais consistentes.

O entendimento de que é preciso uma mudança no comportamento das regiões produtoras de cacau do país e que o mercado exige produtos diferenciados e exclusivos está focado no novo paradigma: “para se obter um bom chocolate, é preciso um bom cacau”. Esforço redobrado tem sido realizado no sentido de que o Brasil possa ser reconhecido por sua excelência na produção de cacau fino.

O aproveitamento de suas características únicas, como a *Cabruca* (sistema produtivo encontrado no sul da Bahia), que representa um sistema produtivo, não uma mata, e pode ser considerada como um sistema produtivo praticamente perfeito são potencialidades concretas que estão sendo resgatadas. Outra característica peculiar do sistema Cabruca são as inúmeras possibilidades de consorciamento com outras culturas, o que não representa uma característica de monocultura: o sistema pode produzir várias culturas. Tendo como características técnicas o sombreamento, a composição florística, entre outras especificidades, esse sistema garante a conservação produtiva do agroecossistema regional, além de contribuir para a melhoria da qualidade de vida na zona rural com a conservação produtiva. Os autores Setenta e Lobão (2012) apontam que “a modernidade na Região Sul está posta há mais de 20 anos, e que o povo desta terra (Sul da Bahia) tenha orgulho do seu saber”, ao se referirem ao sistema Cabruca.

CAPÍTULO 4

Conhecendo uma pequena agroindústria de cacau/chocolate

O Capítulo 4 foi construído como objetivo de relatar todo o processo operacional que envolve a pequena agroindústria de cacau chocolate, contribuindo para que o leitor possa conhecer com mais detalhamento as peculiaridades desse novo negócio que vem surgindo nas regiões produtoras – “as florestas de chocolate”.

4.1. Contextualizando a pequena produção de cacau/chocolate

Ao analisar este novo movimento da cadeia agroalimentar cacau/chocolate, e construir um conhecimento de todo o processo, foi possível adentrar este mundo repleto de especificidades e exotismo. Afinal, o processo de produção do cacau/chocolate inicia-se na terra, no plantio, na “roça”.

Ao pensar o chocolate agregado à cultura cacauífera, é difícil, para o pesquisador não se imbuir de um sentimento de entusiasmo e encantamento, dadas as características especiais dessa indústria. Desde as primeiras pesquisas documentais, indo até as visitas às plantas das agroindústrias, às especificidades e à sofisticação deste sistema, percebe-se um fascínio em todos os sentidos. O ambiente da cadeia, sua história, o território, as amêndoas do cacau com seu aroma exótico, a grande alquimia para a transformação em chocolate vão, lentamente, aguçando os sentidos do visitante, provocando um delicioso anseio de experimentar as inigualáveis iguarias.

Entretanto, o trabalho do pesquisador deve centrar-se fundamentalmente na compreensão dos atores, em cenários, informações e processos que possibilitem a análise, em termos sociais e econômicos, a partir do enfoque de Granovetter, onde a natureza dessas redes sociais e a posição do ator nesse contexto constituem-se em pontos de partida para o entendimento da vida econômica das regiões da cacauicultura.

O processo de industrialização se inicia com o próprio fruto do cacauífera e o caminho percorrido até a produção do chocolate, além de bastante peculiar, é também de um exotismo encantador, com uma ligação perfeita com a natureza. Desde o cultivo até a embalagem, distribuição e comercialização, o chocolate passa por um delicado e sofisticado processo que exige qualidade. O aroma e o sabor, além da qualidade no processo de industrialização, são consequências, também, como debatido no decorrer desta análise, das variedades das espécies cultivadas, do tipo de cultivo, da origem e geografia da propriedade rural e de toda a tecnologia envolvida.

Em todas as unidades agroindustriais cacau/chocolate visitadas, foi constatado que as estruturas físicas e os processos operacionais estão de acordo com os padrões fitossanitários impostos pelas normas exigidas pela ANVISA, e pelos demais órgãos oficiais pertinentes, como a Vigilância Sanitária.

Vale ressaltar a importância da própria roça de cacau (Fig. 27), da propriedade rural, para o desenvolvimento efetivo das pequenas indústrias de cacau/chocolate nas regiões produtoras. Levantar a história, seus atributos naturais, as riquezas típicas da Mata Atlântica ou do bioma nela inserido, são procedimentos que agregam valor ao negócio.

Figura 27: Roça de Cacau – Casca do cacau sendo utilizada como adubo da própria terra



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Os biomas no qual estão inseridas as propriedades de cacau no Brasil e, em particular, no sul da Bahia, caracterizam-se por uma beleza típica e exuberante dos atributos das propriedades de cacau: do amarelo ouro, ao vermelho do fruto do cacau associado à beleza de imensas arvores, o verde da mata (Mata Atlântica no sul baiano), além da excepcionalidade do sistema cabruca e boa parte das propriedades rurais no sul da Bahia, compõem uma “simbiose perfeita entre o homem, a lavoura e a mata” (Fig. 28).

Figura 28: Produção de cacau no sistema cabruca



Fonte: Revista Globo Rural (revistagloborural.globo.com), 2013.

No sistema cabruca o cacau é cultivado sob as árvores nativas da Mata Atlântica que, após a retirada de parte da vegetação, permite que o “pé de cacau” receba 50% de luz. A importância do sistema para essa Região é destacada por Dario Ahnert, (UESC e Instituto Cabruca, 2012): “a região é detentora de uma preciosidade, tem um patrimônio em suas mãos, algo que só existe aqui. O consorciamento com árvores existe também na África, mas este sistema “cabruca” só aqui é encontrado”.

4.2. Da colheita do “chocolate”

Para ser classificado como cacau fino, de aroma e, conseqüentemente, chocolate *gourmet*, os cuidados e a tecnologia utilizados iniciam-se desde a colheita, com a seleção dos frutos, até a embalagem. Procedimentos tecnológicos com padrões de qualidade se impõem em todas as fases da produção.

1ª. Fase: Da colheita – Da “poda”

Para a obtenção de amêndoas com características de qualidade adequadas ao produto final chocolate, a colheita dos frutos precisa ser realizada quando estes se apresentarem maduros. É dada atenção especial ao ponto ideal de maturação dos frutos, visando à diminuição da acidez e a garantia de quantidades adequadas de açúcares e de outras substâncias necessárias para uma boa fermentação. Durante a coleta ou colheita (“apanha”) e arrumação dos frutos, evita-se que eles sejam perfurados. Os frutos doentes e danificados são retirados formando outra ruma, com outra destinação. Utiliza-se um “podão” ou tesoura de poda para a retirada da fruta do pé. Esses são procedimentos importantes, que vão desde como e quanto tempo o cacau ficará no solo até a sua “quebra” para a retirada do fruto da casca. Na linguagem rural cacaueira, denomina-se “ruma de cacau” o amontoado de frutos (cacau) depositados no chão, dentro das plantações após a colheita.

Esquematizando a colheita: a) A colheita – é a retirada do fruto do “pé de cacau” em que se utiliza o “podão” (instrumento de corte que é colocado na ponta de uma vara), ou a tesoura, para a retirada de frutos em “pés de cacau” de baixa estatura (Fig. 29).

- b) A “cata” ou “apanha” do fruto no chão - Os frutos do cacau possuem uma casca muito resistente que não se rompe ao cair no chão, sendo então recolhidos e amontoados em pontos estratégicos nas “roças”. Nesta etapa, utiliza-se normalmente um facão para espetar o fruto do chão, para então serem depositados nos “panacuns” (cestos), que são colocados nos ombros para transportar os frutos até as “rumas”.
- c) A primeira seleção dos frutos – ocorre quando os “panacuns” são esvaziados ainda nos espaçamentos no chão da lavoura, formando as “rumas” de cacau (Fig. 30). Procede-se, a seguir, a primeira seleção dos frutos para a obtenção do cacau *gourmet*. Para isso são retirados os frutos danificados.
- d) A segunda seleção – ocorre por maturação, quando os frutos verdes e verdoengos são isolados.
- e) A separação dos lotes por espécie dos frutos – a separação acontece pelas espécies dos frutos, pelas variedades produzidas. A diversidade de frutos possibilita uma riqueza de sabores.
- f) A separação dos frutos danificados – nesta etapa separam-se os frutos danificados ou de padrão inadequados para a fabricação do chocolate que será, posteriormente, comercializados como cacau *bouilk*.

Figura 29: A colheita do cacau, utilização do podão e da tesoura



Fonte: Fotografia de Jochen Weber, extraído do site <http://www.foto-grafo.de>, 2013.

Figura 30: A “ruma” de cacau no chão



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

2ª Fase: Da remoção das amêndoas – Da “quebra”

A abertura dos frutos e a remoção das sementes (“amêndoas”) são feitas manualmente, utilizando um pequeno facão (Fig. 31). Esse procedimento deve ser realizado com cuidado fitossanitário para que nada possa prejudicar o sabor e o aroma das amêndoas colhidas. Os frutos são quebrados para a extração das sementes, para daí serem fermentadas. As sementes com a polpa que as envolve são retiradas, separadas da placenta, colocadas em recipientes adequados e, posteriormente, são transportadas para a “casa de fermentação”.

A quebra deve ser controlada através de lotes específicos (cada volume é numerado). Misturas e fermentação de sementes provenientes de quebras diferentes não são recomendadas, pois isto leva a uma fermentação desigual, o que fatalmente comprometeria a qualidade final do cacau. Os frutos infectados por doenças, como a “vassoura de bruxa”, “podridão parda”, danificados por pássaros ou roedores são separados para serem classificados como “cacau sem qualidade⁵¹”. Após esta etapa, novamente se faz outra seleção por maturação, quando os frutos verdes, são descartados do lote. Na agroindústria visitada, os lotes foram formados por duas espécies, dois produtos distintos: 1 – Espécies denominadas “Pará”, “Parazinho” e “Maranhão”; 2 – e os “Híbridos de scavina”, material muito especial, segundo o produtor, que leva o nome

⁵¹ Mesmo sendo separados, os frutos inadequados para a produção do chocolate podem ser vendidos como amêndoas de baixa qualidade.

de cacau “Origem Bahia”. Pela própria diversidade de frutos nos lotes, pode-se colher uma enorme diversidade e riqueza de sabores.

Figura 31: A quebra do cacau ainda na roça



Foto: Fotografia da autora, 2012.

Da “polpa” que envolve a amêndoa de cacau pode-se extrair o “mel do cacau”. A polpa é utilizada, por indústrias de alimentos, como matéria-prima de diversos produtos, e nas regiões produtoras de cacau, utilizam-na principalmente para a elaboração de sucos, néctar, refresco, sorvetes. O “mel” pode ser consumido *in natura*, como insumo de geleias, licores, destilados e bebidas fermentadas.

Esquematizando a “quebra” – Remoção da amêndoa:

- a) A “Quebra” – depois de formados grandes montes com o cacau, as “rumas”, um grupo de trabalhadores, que pode variar de dois a seis, senta-se ao redor desses frutos e inicia a “quebra”. Essa tarefa é dividida da seguinte forma: o primeiro trabalhador quebra o cacau com um pequeno facão chamado de “cotunho”, enquanto o outro retira as amêndoas do fruto com as mãos, lançando-as em uma caixa de madeira. Alguns trabalhadores, principalmente as mulheres, quando vão realizar a quebra, costumam levar seus banquinhos para a lavoura. Os frutos vão sendo quebrados um a um.
- b) A “bandeira” de cacau – uma espécie de “ruma” de cacau. Os frutos que foram perdidos na colheita vão sendo amontoados e jogados nas bandeiras. Constitui-se numa revisão da colheita e poda.

c) A terceira seleção – durante a quebra ocorre mais uma seleção. Se algum fruto passou despercebido nas duas seleções anteriores, neste momento pode-se corrigir alguma inconformidade, descartando frutos danificados ou doentes, retirando-os do sistema *gourmet*.

d) A guarda e o transporte das sementes antes da fermentação – a quebra é feita e os frutos são colocados em caixas de madeiras denominadas “caixas de cacau”, utensílio semelhante a tabuleiros com alças/braços, que servem para medição da produção – uma caixa comporta normalmente 15 quilos de amêndoas com polpa ou (01) uma arroba de cacau. Essas caixas são forradas, em seu fundo, com folhas de bananeira e nelas são depositadas as amêndoas cobertas de polpa. Nessa etapa é possível retirar o mel de cacau. Posteriormente são acondicionadas em “caçúas” (um tipo de balde) forrados por sacos plásticos reforçados e transportados para a “casa de fermentação” por animais (“lombos de burros”). Mais uma vez a mecanização não existe.

3ª Fase: Da fermentação

A fermentação (Figura 32) caracteriza-se por ser uma etapa essencial para obtenção de amêndoas de boa qualidade. Os produtores de cacau fino do País vêm buscando desenvolver suas próprias tecnologias, além de coletar experiências com outros produtores e de buscar tecnologias desenvolvidas por institutos de pesquisas, como as desenvolvidas pelo CIRAD/França - Dr. Michel Barel, pelo ITAL/Brasil - Dra. Priscilla Efraim⁵², e pelo Centro de Pesquisa da CEPLAC. O processo de fermentação, nas condições climáticas da Região Sul da Bahia, tem duração por volta de cinco a sete dias, variando em função da temperatura e umidade relativa do ar. Utiliza-se, usualmente, como parâmetro de volume de massa de cacau para cada lote destinado a esta etapa, um mínimo de 100 e um máximo de 1.000 quilos. Cada lote deve ser acondicionado em caixa (“coxo” de madeira), de forma que atinja uma altura mínima de

⁵² Efraim et al, apontam para a importância das etapas de fermentação e secagem das sementes de cacau para as características sensoriais dos produtos finais obtidos, bem como para os teores de compostos fenólicos presentes. Suas análises objetivaram avaliar a influência do tempo de fermentação e do tipo de secagem de sementes de cacau nos teores de compostos fenólicos, bem como nas características físicas, físico-químicas e sensoriais dos produtos obtidos. Os tempos de fermentação avaliados foram 3 e 7 dias e a secagem foi realizada naturalmente (ao sol) e artificialmente (estufa com circulação de ar a 35 °C). Os teores de compostos fenólicos totais, flavanóis e procianidinas foram quantificados durante a fermentação e ao término da secagem. A avaliação sensorial demonstrou que a amostra fermentada durante 7 dias apresentou as melhores notas sensoriais, sendo que o produto seco naturalmente foi o mais bem avaliado em relação aos demais.

60 e máxima de 80 centímetros. No fundo das caixas, onde se acomoda a massa, existem drenos (furos) que ficam sempre desobstruídos para facilitar o escoamento do mel - a pectina da polpa é quebrada, fazendo com que se torne líquida e escoe, permitindo que o ar entre em contato com as sementes - início da fase aeróbica.

Sendo o processo de fermentação apontado como um dos fatores determinantes da qualidade da amêndoa e, conseqüentemente, da qualidade do chocolate, o desenvolvimento dos novos saberes (tecnologia) sobre esta etapa implica na construção de procedimentos técnicos quanto a: definição do sistema de fermentação, definição da adequada temperatura do ambiente e da temperatura inicial da massa (sementes com polpa), acompanhamento do pH e acidez da polpa e do cotilédone⁵³, tempo de processo e revolvimento. A presença da polpa é muito importante para que se tenha ausência de ar, a fim de permitir o desenvolvimento de leveduras, fase alcoólica da fermentação. A qualidade resultante da fermentação ocorre devido a complexas reações bioquímicas que provocam a morte do embrião, hidrólise de açúcares e proteínas, liberação de enzimas e substratos, difusão de compostos fenólicos que entram em contato com as enzimas, entre outras (FORSYTH; QUESNEL, 1958; BECKETT, 1994; BRITO, 2000; EFRAIM, 2004). O tempo requerido para a fermentação das sementes é variável, dependendo do material genético. Para a ocorrência das principais reações que levam à formação dos principais precursores do sabor do chocolate, as sementes de cacaueteiro do grupo Forastero, tipo predominante em todo o mundo, inclusive no Brasil, devem ser, geralmente, fermentadas por período superior a cinco dias (BECKETT, 1994).

⁵³ O cotilédone é parte do embrião da semente da planta e pode tornar-se as primeiras folhas de uma plântula. Plantas com uma única folha embrionária são chamadas de monocotiledôneas e plantas com dois cotilédones são chamadas dicotiledôneas. Cotilédones são as folhas primordiais dos embriões das plantas com sementes, e são sempre as primeiras a irromperem durante a germinação das sementes. São, em sua maioria, estruturalmente diferentes das outras folhas, contendo reservas de nutrientes que alimentam a plântula em desenvolvimento, enquanto esta não pode ainda produzir alimento suficiente através da fotossíntese (ARAÚJO, 2012).

Figura 32: Processo de fermentação do cacau na fazenda Riachuelo, Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Os principais fenômenos físicos e bioquímicos que ocorrem nessa etapa são: remoção natural da polpa mucilaginoso, morte do gérmen (perda da capacidade de germinação da semente), hidrólise de proteínas (aminoácidos), hidrólise de açúcares presentes na polpa, escurecimento dos cotilédones, provado por reações de oxidação dos compostos fenólicos.

Nessa fase, ocorre a quebra da parede das células, as enzimas entram em contato com seus substratos, as proteínas são quebradas e surgem os aminoácidos, e os açúcares são quebrados em cadeias menores e consumidos pelos microorganismos que se desenvolvem durante a fermentação (Figura 33).

Figura 33: Máquina para fermentação controlada, Fazenda Riachuelo, Uruçuca /BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Esquematisando a fermentação

a) A Casa de Fermentação - no ambiente do local da “casa de fermentação” estão os “cochos”, feitos normalmente de madeira. Esses utensílios, que podem ter formato de caixas ou de barris (redondos), possuem furos laterais para escorrer o chamado “mel de cacau”. Esse processo exige, a cada 24 horas, a remoção das amêndoas, para uma boa uniformização da fermentação. As sementes fermentam entre três e sete dias, conforme a variedade e a região. É recomendável privilegiar o processo da fermentação alcoólica em detrimento da fermentação acética.

No processo de fermentação do produto Joao Tavares⁵⁴, (04) quatro fermentações foram observadas:

b) 1ª Fermentação: fermentação anaeróbica (sem oxigênio) chamada de fermentação alcoólica – a polpa ácida e adocicada transforma-se em álcool, num processo semelhante ao da fermentação da uva. É considerada a etapa mais importante, quando se desenvolvem os sabores de qualidade da amêndoa. Para tanto é necessário alongar ao máximo esse período, introduzindo a menor quantidade de ar possível.

c) 2ª Fermentação: fermentação acética – a medida que se introduz ar, se privilegia a fermentação acética, que ocorre por meio das bactérias.

d) a 3ª Fermentação: Fermentação láctica – ocorre (2) dois dias após o início do processo de fermentação. Bastante importante essa etapa (ácido láctico) se bem conduzida e curta, pois possibilita a formação de mais sabores na massa do cacau, agregando algumas notas cítricas. Todas essas etapas contribuem para que os componentes, ao sofrerem uma série de reações bioquímicas, tenham como resultado a formação dos precursores dos aromas.

e) 6º dia: Prova de corte – ao final da fermentação, toda a massa passa a ser monitorada. Realiza-se então a prova de corte, com 50 amêndoas que são cortadas e avaliadas. Obtendo-se 80% da amostra das amêndoas coletadas perfeitamente fermentadas, o passo seguinte é a secagem. Caso contrário, elas ficarão mais uma dia fermentando. E no sétimo dia, é preciso retirar, porque poderá ocorrer uma outra fermentação, o que acarretaria perda de qualidade da amêndoa.

⁵⁴ Joao Tavares – produtor de cacau e precursor dos atributos de qualidade.

f) Sangramento ou morte da amêndoa – a partir do momento em que ela morre, ocorre uma absorção de parte dessa polpa pela amêndoa, possibilitando reações complexas, reações bioquímicas que provocam a morte do embrião, hidrólise de açúcares e proteínas, liberação de enzimas e substratos, difusão de compostos fenólicos que entram em contato com as enzimas, entre outras.

g) 4ª Fermentação – esta deve ser evitada. Ocorre a partir do 7º dia de fermentação nos cochos. Sua ação prejudica a qualidade das amêndoas.

4ª Fase: Da secagem

Após a etapa da fermentação, as amêndoas são encaminhadas para o processo de secagem. A massa de cacau, após o processo de fermentação, apresenta ainda uma elevada retenção de água, em torno de 60% de teor de umidade que, no processo de secagem, deve ser reduzido para 7% a 8%. Nesta fase, que normalmente é efetuada nos secadores artificiais ou, naturalmente, em “barcaças” (Figura 34), sistema este que vem sendo apontado como o melhor para o alcance de amêndoas com o aroma almejado, passa pela utilização de um processo de secagem integrada entre o uso de estufa e de barcaça, buscando um processo cem por cento natural, isto é, aproveitando a luz solar e a ventilação natural. O objetivo não é apenas melhorar a qualidade final do cacau, mas também evitar sua contaminação por “hidrocarbonetos aromáticos policíclicos” ou quaisquer outros tipos de contaminação. Ao não utilizar lenha (madeira) para secadores artificiais, esse sistema também atende aos requisitos de preservação da Mata Atlântica. Este processo, junto com o da fermentação, constitui o sistema garantidor do aroma e da qualidade da amêndoa do cacau. O método mais adequado para garantir a qualidade é o efetuado naturalmente.

Figura 34: Etapa da secagem do cacau – Barcaça



Fonte: Fotografia de Jochen Weber, extraído do site <http://www.foto-grafo.de>, 2013.

Também no processo de secagem, procedimentos técnicos corretos são necessários visando a não proliferação de fungos. No primeiro momento, realiza-se o enxugamento da massa o mais rápido possível (na estufa) (Fig. 35) e, posteriormente, alterna-se a utilização de estufas e barcaças, procurando evitar uma secagem rápida demais, mantendo a temperatura da massa em torno dos 35°C, não possibilitando a perda da manteiga de cacau para a “testa” - película que envolve a amêndoa - e ao mesmo tempo permitindo que os ácidos voláteis formados na fermentação sejam eliminados de forma satisfatória, além de conferir às amêndoas uma menor adstringência e amargor. O tempo médio gasto nesta fase situa-se entre sete e dez dias para a correta secagem das amêndoas de cacau.

Sendo uma característica das amêndoas de cacau a facilidade de absorção de odores externos, as barcaças (a parte térrea) que anteriormente serviam também de morada ou depósito de defensivos agrícolas, devem ter sua utilização bem conduzida, evitando a contaminação do cacau por odores externos, prejudicando suas qualidades sensoriais.

Figura 35: Etapa da secagem do cacau – Estufa – Fazenda Riachuelo, Uruçuca/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Esquemmatizando a secagem

a) Com “barcaça” – esse é um sistema único, só empregado na cultura do cacau. Novas tecnologias na construção de barcaças vêm sendo desenvolvidas pelos produtores, por

iniciativas próprias, na tentativa de modernização, para otimizar a qualidade da amêndoa e preservar suas características sensoriais.

b) Com tela – esse sistema provoca a desidratação pela ventilação, uma melhor velocidade de secagem, sem necessariamente esquentar o grão. Este processo permite enxugar as amêndoas durante 2 a 3 dias sem aquecê-las, preservando sua qualidade.

c) Com secador – na impossibilidade de se utilizar a secagem natural, a alternativa é utilizar a secagem artificial através do secador, onde os fenômenos naturais são substituídos por outras fontes de calor que promoverão a secagem das amêndoas. Com bastante cautela, o produtor deve monitorar qualquer forma de vazamento de fumaça, evitando a contaminação. Pode-se também utilizar estufas com fontes de calor artificial. Uma secagem artificial bem conduzida é realizada em, aproximadamente, 40 horas.

d) Na barcaça – a cada 2 horas é necessário o revolvimento da amêndoa. Esse tempo pode ser mais espaçado à medida que for secando. Caso seja necessário em função das questões climáticas, dias nublados ou chuvosos, deve-se aumentar o número de revolvimentos. À noite deve-se formar “rumas” de amêndoas nos lastros das barcaças para evitar sua exposição à umidade noturna.

e) O “pisoteio” – anteriormente utilizava-se o pisoteio para acelerar a secagem. Hoje, com o controle da umidade e do mofo, utiliza-se o pisoteio, que deve ser realizado com os pés descalços, somente em caso de aparecimento de mofo nos primeiros dias de secagem, amontoando as amêndoas em rumas, umedecendo com água para diminuir o atrito.

Processo de limpeza

f) Última prova de corte – na última prova de corte o controle de qualidade deve ser feito pelo produtor, com a análise das planilhas (verificação dos dados e conformidade do processo) e degustação das amêndoas. O padrão pretendido é que pelo menos 80% das amêndoas estejam perfeitamente fermentadas. O produtor faz o teste da degustação (prova as amêndoas) identificando os aromas e sabores.

g) Limpeza e seleção – aprovadas no controle de qualidade, as amêndoas são encaminhadas a um maquinário que tem a função de limpar e padronizar as sementes por tamanho e peso, e ainda separar as que estão unidas. Para a indústria (para o

chocolateiro), é muito mais fácil trabalhar com amêndoas com um certo padrão de tamanho, porque permite o aprimoramento da torra e possibilita ter um lote mais homogêneo.

h) O armazenamento – o produto deve ser armazenado em local arejado até o momento da comercialização ou utilização pela agroindústria. Este sistema de produção valoriza a forma ecologicamente correta e socialmente justa da cultura cacaueteira.

5ª Fase: Do armazenamento (estocagem)

A etapa seguinte é o armazenamento (Figura 36), que deve ser realizado em local arejado até o momento de sua comercialização, ou entrada para a indústria parceira ou terceirizada. Quando a agroindústria se localiza na propriedade rural do produtor, esta etapa nem sempre é necessária, visto que o processo é contínuo, da secagem para a unidade agroindustrial.

Figura 36: Estocagem do cacau – separação em lotes, Fazenda Riachuelo, Uruçuca/ BA.



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

6ª Fase: Na indústria – limpeza e torrefação

No caso do processo de industrialização ser realizado em uma indústria parceira, terceirizada ou cooperada, as amêndoas ensacadas, ao chegarem à unidade industrial, são classificadas pela prova do corte.

Conforme trabalho publicado no último *Salon du Chocolat* (2012), os parâmetros para avaliação dos critérios de sabor e de aroma, mesmo sendo subjetivos, exigem que sua avaliação seja feita utilizando como referência aromas e sabores

conhecidos, tais como: floral, erva seca, silvestres (grama, clorofila, cogumelo), temperos (pimenta, canela, baunilha), madeiras, café, tabaco, frutas (cítrica e secas), castanha, amendoim, amêndoa, avelã, nozes, pistache, castanha de caju, macadâmia, e açúcares (caramelo, melaço, mel). Além destes, outros podem ser incluídos como referência para se atribuir notas que caracterizem o sabor específico de um tipo de cacau de uma região e ou um produtor. É necessário também considerar os aromas percebidos em relação à intensidade, grau de percepção relativo ao conjunto de aromas, contribuição da nota percebida para o sabor final do chocolate, e tempo de permanência, na boca, do sabor, e do aroma.

Os sistemas convencionais de processamento de amêndoa de cacau contemplam, em seu processo, dois modelos distintos: o que torra o grão antes de separar a casca e o que torra o *nibs* de cacau limpo.

O primeiro passo na pequena agroindústria de cacau/chocolate é o processo de limpeza e torrefação (Figura 37), no qual as amêndoas passam por um sistema de peneiras para a limpeza com aspiração de partículas finas, como pó, areia, película das amêndoas etc., além de um sistema magnético para retenção de partículas metálicas. A torrefação tem como objetivo reduzir a umidade da amêndoa de cacau de 10 – 8 para 2 – 1 %.

Figura 37: Processo de torrefação das amêndoas do cacau



Fonte: Fotografia de Jochen Weber, extraído do site <http://www.foto-grafo.de>, 2013.

7ª Fase: Da fragmentação e do descascamento

Após esse processo, o material passa por maquinário específico para a fragmentação e o descascamento das amêndoas, a fim de se obter o *nibs* (amêndoas granuladas de cacau *gourmet*). A retirada da casca é feita simultaneamente à fragmentação (Figura 38).

Figura 38: Máquina de descascamento das amêndoas – Ceplac, Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

8ª Fase: Da moagem

Em seguida, chega-se ao equipamento para a moagem, que é realizada em um maquinário tipo moinho de facas, objetivando a obtenção do *líquor*, matéria-prima (insumo) principal para a produção do chocolate (Fig. 39).

Figura 39: Equipamento para moagem das amêndoas



Fonte: Fotografia da autora, Acervo Ceplac, Ilhéus /BA, 2012.

9ª Fase: Do refino

A próxima etapa é realizada em equipamento de refino de massa, que visa a obtenção de um produto com fineza padronizada abaixo de 20 micras (Fig. 40).

Figura 40: O processo de refino



Fonte: Fotografia da autora, Acervo Ceplac, Ilhéus /BA, 2012.

10ª Fase: Da conchagem

Em seguida, essa massa vai para o equipamento de “conchagem”. O concheamento tem como principal objetivo promover a retirada de compostos indesejáveis ao aroma (Fig. 41).

Figura 41: Processo de conchagem do cacau



Fonte: Dhom Chocolat (dhomchocolat.com.br), 2013.

11ª Fase: Da temperagem

Finalizando o processo, segue-se a “temperagem”. Esse processo garantirá um maior ponto de fusão, brilho, evitando assim a migração de gordura para a superfície do chocolate. A massa obtida da têmpera é colocada no formato de bombons. Na figura 42, um modelo de maquinário de temperagem.

Figura 42: Máquina de temperagem da Ceplac Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

12ª Fase: Do resfriamento e da formatação do chocolate

As formas de bombons são colocadas no túnel de resfriamento até a cristalização do chocolate e sua liberação da forma, o que leva em torno de 30 a 60 minutos (Figura 43).

Figura 43: Processo de resfriamento do chocolate – Túnel de resfriamento



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

13ª Fase: Da embalagem

Na etapa da embalagem, pode-se utilizar um processo manual (Figura 44) ou através de maquinário próprio (Figura 45). A embalagem tem como objetivo proteger o chocolate contra contaminações externas, evitar a absorção de umidade e odores estranhos, facilitar o transporte, aumentando seu tempo de vida de prateleira, além de agregar valor ao produto.

Figura 44: Embalagem manual, Fazenda Riachuelo, Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Figura 45: Máquina embaladora do chocolate, Ceplac, Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

PEQUENO GLOSSÁRIO DO PROCESSO PRODUTIVO DO CACAU/CHOCOLATE

Apanha - coleta de frutos.

Bandeira de cacau – espécie de “ruma” ou amontoado de cacau.

Barcaças - local onde são postas as amêndoas para secagem natural.

Burara - pequena fazenda ou roça de cacauzeiros.

Cabruca - forma diferenciada e privilegiada de cultivo do cacau no sul da Bahia.

Cacau *boulk* – cacau sem qualidade.

Cacau fino ou de aroma – amêndoas de cacau produzidas dentro de padrões de qualidade específicos.

Cacauzeiro – arbóreo que produz o fruto do cacau, “pé de cacau” (*Theobroma cacao*)

Cacaucultura – sistema produtivo da cultura do cacau.

Caçua - tipo de balde e ou cesto para transporte das amêndoas de cacau.

Caixas de cacau - utensílio semelhantes a tabuleiros com alças/braços, que servem para medição da produção: uma caixa comporta normalmente 15 quilos de amêndoas com polpa ou (01) uma arroba de cacau.

Cama de bananeira – para a retirada do mel de cacau, no ato da quebra, faz-se uma espécie de forração no chão da roça com folhas verdes e sem rasgos de bananeira para que o mel possa escorrer.

Casa de fermentação – local destinado à fermentação das amêndoas.

Cata – o mesmo que apanha, coleta de frutos no chão da roça.

Cibirra - espécie de cordinha natural (cordão), localizada no centro do fruto, que vai de um extremo ao outro, onde as sementes do cacau ficam presas.

Cocho de madeira – espécie de caixa de madeira colocada na casa de fermentação.

Conchagem – processo que tem por finalidade promover a retirada de compostos indesejáveis ao aroma.

Cotunho – pequeno facão para a quebra do cacau.

Líquor de cacau – matéria-prima para a produção do chocolate.

Manteiga de cacau - gordura comestível natural da semente de cacau, extraída durante o processo de fabricação do chocolate.

Mel de cacau - líquido extraído da “polpa” que envolve a amêndoa de cacau.

Moagem – processo de moer as amêndoas de cacau e transformá-las em *líquor* .

Modelagem – processo de moldar o chocolate, passando por um túnel de refrigeração.

Nibs - amêndoas granuladas de cacau gourmet.

Panacum - cesto trançado de palha para carregar o cacau.

Pé de cacau – arbóreo que produz o fruto do cacau, cacaueiro.

Pisoteio - procedimento que deve ser realizado com os pés descalços, nas barcaças, evitando o aparecimento de mofo nos primeiros dias da secagem do cacau.

Poda - processo de desgalhamento dos arbóreos e também a retirada do fruto do pé de cacau.

Podão - instrumento de lâmina recurvada preso a uma vara, que serve para cortar madeira, podar árvores, colher frutos etc.

Polpa de cacau – camada aveludada, esbranquiçada, de sabor exótico, que reveste a amêndoa do cacau.

Podridão Parda – uma das pragas da lavoura do cacau, causada pelo fungo *Phytophthora palmivora*.

Quebra - abertura dos frutos e remoção das sementes (“amêndoas”) do cacau.

Roça - pequena propriedade produtora de cacau.

Ruma de cacau – amontoado de cacau quando da colheita, colocado no chão da roça.

Temperagem – processo que garante um maior ponto de fusão e brilho a massa do cacau.

Vassoura-de-bruxa – doença considerada uma das piores pragas da lavoura cacaueira, causada pelo fungo *Moniliophthora perniciosa*.

CAPÍTULO 5

Do cacau ao chocolate: trajetórias e perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate no Brasil

O Capítulo 5 debate a trajetória e as perspectivas das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate instaladas nas regiões produtoras, apontando para as inovações que estão ocorrendo nessa nova cadeia produtiva.

5.1. Trajetória da agroindústria na “Floresta de Chocolate”

De acordo com os dados coletados, alguns posicionamentos estratégicos conscienciosos em relação à cadeia do cacau/chocolate estão sendo consolidados. Pode-se constatar, hoje, que parte da cadeia produtiva busca alternativas competitivas favoráveis ao rompimento do ciclo do produtor/grande empresa compradora e processadora de cacau.

Como anteriormente registrado, a crise da vassoura-de-bruxa, com a queda vertiginosa da produção, levou as regiões da cacauicultura a buscar mudanças, possibilitando uma verdadeira “revolução tecnológica na produção de cacau no Brasil”, conduzindo ao debate sobre as possibilidades de agregação de valor como a verticalização, apontada como alternativa viável, inclusive pelo governo. A crise provocou abandono, mas trouxe oportunidades para produtores que decidiram permanecer, inovando na maneira de produzir e comercializar o cacau. São produtores que compõem uma nova geração de cacauicultores que quebra paradigmas e agrega valor à produção. Debates construtivos e apoiados, cada vez mais em dados favoráveis, confirmam esses movimentos. Determinantes como variedades e aromas, atributos e processos, valoração de produtos, saúde e qualidade de vida são agora objetivos da cadeia produtiva⁵⁵.

Esse movimento tem levado as regiões produtoras de cacau, em especial a Região Sul da Bahia, a buscar novos caminhos, reformulados a partir da necessidade de construir estratégias autônomas, visando buscar novos mercados, organizações e instituições e a gerar novos padrões de aprendizagem (Wilkinson, 2008). Essas novas trajetórias têm levado a: 1) construção de estratégias visando fortalecer a *commodity*, empregando novas economias de escala apoiadas no uso de inovações tecnológicas e organizacionais (custos de produção, clones resistentes, irrigação, consorciamento, critérios de qualidade no contexto da *commodity* etc...); 2) construção de estratégias visando fortalecer a descomoditização, agregando valor, apostando em padrão de qualidade, com atributos únicos (cacau fino, cacau orgânico, IG, DO etc...); 3) construção de estratégias visando fortalecer a verticalização, apostando nas agroindústrias cacau/chocolate (do “pé ao chocolate”) coletivas ou individuais (cooperativas da agricultura familiar ou não, artesanais, familiares, parcerias etc...), mercados de nicho, qualidades e atributos especiais.

⁵⁵ Fonte: Fórum do Chocolate, São Paulo – Palestra do Dr. Almir Martins (CEPLAC) Data: 03/07/ 2011.

O grande desafio está na união dos esforços de toda a cadeia do cacau chocolate no país. Buscando a construção de novos paradigmas, o setor se apropria do entendimento da importância estratégica, no âmbito produtivo, do conceito de qualidade e agregação de valor na cadeia do cacau. Notadamente as estruturas sociais locais/regionais podem ser ou não fortalecidas, resultantes do fortalecimento de laços fracos e laços fortes (GRANOVETTER, 1973). Também a dinâmica externa pode ser resultante da interação dos atores locais/regionais com os atores das demais escalas por relações de caráter institucional (NORTH, 1990), em geral decorrentes do Estado e/ou mercado.

Entretanto, a formação de um arranjo produtivo sólido, com fundamentos voltados para uma gestão estratégica com formatos de governança inovadores, fortalecedores de ações coletivas que possibilitem a união de toda a cadeia, principalmente dos produtores, para a execução de objetivos comuns, ainda encontra barreiras para sua consolidação. O entendimento das noções de regras e normas que a Teoria das Convenções discute, atrelada a um tipo de coordenação dos atores, em que o que move suas ações é o bem comum, ou um objetivo comum podem elucidar a importância da consolidação das relações entre esses atores.

Apesar da fragilidade na construção e entendimento de objetivos coletivos, a cadeia notadamente demonstra a percepção do aproveitamento das oportunidades, com os novos movimentos de consumo, que apontam para a verticalização da produção, a agroindustrialização. A construção de políticas públicas próprias para o cacau, a valorização dos atributos e processos próprios da cultura do cacau, bem como a valorização de sua territorialidade e importância ambiental compõem esse novo momento do setor.

A reconstrução

“O início de um bom chocolate é ter um bom cacau”: com essa visão os produtores vão refazendo sua trajetória, construindo valores, buscando alcançar os atributos de cacau fino, resgatando conceitos próprios de cacau de qualidade: “sem um bom cacau não se tem um bom chocolate”. As associações e cooperativas produtoras falam hoje de variedades, de aromas, de qualidade e de categorias de cacau, exigências e oportunidades que são uma tendência do mercado mundial e que visam à demanda por

qualidade e produtos exclusivos. O consumidor quer, cada vez mais, qualidade e produtos diferenciados. Em 1973, o consumo mundial de chocolate ao leite correspondia a 77% da produção de chocolate. Em 2006, o consumo de cacau meio amargo passou a ser de 49% do total. Para a produção de chocolate meio amargo, isto é, com uma maior concentração de cacau (90% a 40% de cacau) é necessário a utilização de amêndoas de qualidade, de aroma, desde que o produto a ser produzido seja especial, com sabores únicos, *gourmets*.

O agronegócio cacau/chocolate no país passa por uma transformação, está voltado para a inovação qualitativa e aromática.⁵⁶ A utilização de tecnologias próprias faz parte dessa premissa, colocando a gestão da qualidade e a busca de identificações de padrões locais como estratégias para o alcance de resultados compensatórios. A atual produção brasileira de cacau fino, embora ainda pequena, está na pauta das exportações brasileiras. Somente as amêndoas de cacau fino no Brasil são exportadas, hoje.

A CEPLAC destaca o meio natural, o material genético, o manejo e a colheita, os procedimentos da pós-colheita, a torrefação e a transformação como determinantes para a obtenção do cacau fino. Martins (2011) afirma que “um bom cacau precisa ser: cacau com *flavor*, um cacau com *flavor* precisa de um *terroir*”. É esperada a valoração do atributo territorial, valoração da propriedade, da própria “roça de cacau”, de todo um bioma. Como a produção cacaueira requer um padrão de qualidade para atender às exigências atuais do mercado, também a pequena indústria de cacau/chocolate necessita qualidade técnica, qualidade aromática, bem como qualidade nos processos produtivos e mercadológicos, pois processos apoiados em tecnologia e sofisticação são mecanismos necessários para a formação de produtos que têm por base o chocolate, e devem ser competitivos.

Só recentemente a indústria tem demonstrado interesse por ter chocolate certificado Brasil. Mesmo que a demanda ainda possa ser considerada como pequena, esses grandes *players* (processadores e indústrias de chocolate) têm buscado, a nível global, cada vez mais cacau fino e amêndoas com outras certificações.

⁵⁶ Fonte: Fórum do Chocolate, São Paulo –Palestra Nicolas Maillot, Data: 03/07/2011.

Como apontado ao longo da análise, com a ousadia e inovação de alguns produtores através de experimentos motores, o país passa a se posicionar também como produtor de cacau e chocolate de qualidade. Em 2011, no Salão do Chocolate em Paris, o Brasil já ocupava uma posição de destaque como o mais novo produtor de cacau fino, como pode ser observado na figura 31. O enorme painel localizado na entrada do Salão indicava todos os países produtores de cacau no mundo, com destaque para alguns, como o Brasil: “*Le BRÉSIL est un nouveau venu parmi les producteurs de cacaos fins. Mais il met les bouchées doublés avec des cacaos aux notes de réglisse, de fruits séchés et d’épices*” (ver Figura 46).

Figura 46: Painel na entrada do Salon du Chocolat, Paris, 2011.



Fonte: Fotografia da autora, 2011.

Chocolateiros internacionais cada vez mais exigentes estão inserindo, nas especificações de seu produto final, as qualidades aromáticas, as indicações geográficas, a procedência e tantos outros elementos que agregam valor e traduzem a busca do mercado por novas experiências. Os chocolateiros precisam hoje cada vez mais, de produtos diferenciados para atender às novas demandas. O chocolate de qualidade, para esses públicos, constitui-se em mais que um produto, podendo ser traduzido como uma “emoção”, tal é o grau de sofisticação em sua elaboração. No cenário mundial, o chocolateiro precisa hoje de produtos diferenciados.

A busca por produtos exclusivos e sofisticados (*gourmets*) levou uma chocolateira brasileira, Samantha Aquim (RJ), a produzir, para comercialização em suas lojas, um chocolate com *design* de Oscar Niemayer. O chocolate é produzido por com

amêndoas fornecidas por João Tavares (BA) (Fig. 47), e com design assinado pelo citado arquiteto. Cada caixa chega a custar R\$ 1.500,00.

Figura 47: Amêndoas de João Tavares, produzidas por Samantha Aquim



Fonte: Site oficial Aquim Gastronomia, 2013.

Além do atendimento no contexto das demandas, nos atributos sabor, aroma, experiências únicas, produto paixão, o chocolate (o produto cacau/chocolate com componentes de cacau fino acima de 70%) vem sendo apontado, como anteriormente analisado, como um dos 5 melhores alimentos das Américas para a saúde humana, junto com a “quinoa”, o “açai”, a “ castanha do Pará” e a batata peruana “yacon”. E quanto maior o teor de cacau, mais saudável é o chocolate, visto que o cacau é rico em substâncias antioxidantes e vaso dilatadoras, além de contribuir para a melhoria do humor e nível de *stress*.

Em recente declaração feita ao Jornal Valor Econômico (Moreira, 2013), o presidente do Conselho de Administração da Nestlé (“maior fabricante de alimentos do mundo”), ... “ sinaliza que vai continuar investindo fortemente na sua evolução, de grupo alimentar para líder indiscutível em nutrição, saúde e bem-estar”. Essa ação vem em decorrência de novas demandas, não só por parte dos consumidores finais, mas também em razão de pressões e regulações crescente de governos. Tais fatos oportunizam desempenhos superiores para os produtos de chocolates das agroindústrias objeto da presente análise, por estarem fundamentados na qualidade sensorial e principalmente no valor nutricional.

Constata-se, também, que o fator inovação nas formas de articulação do negócio, nos novos formatos organizacionais da cadeia produtiva cacau/chocolate, nas alianças, parcerias e relações entre organizações têm constituído oportunidades viabilizadoras desse movimento. Mesmo com gargalos na formação associativista, percebe-se, cada vez mais, a formação de redes ou estruturas policêntricas que abarcam diversos atores e organizações no estabelecimento de objetivos comuns embasados em modelos de governança compatível. É notória a relevância do estudo de redes no delineamento e na implementação de políticas públicas que visam ao desenvolvimento regional/local. Elucidando a temática, Castells (2005, pg 225) aponta que “a experiência histórica recente já oferece algumas das respostas sobre novas formas organizacionais [...]. As redes são e serão os componentes fundamentais das organizações”.

Estudos de formação de arranjos produtivos, formação de *clusters* de cacau/chocolate (Porter, 2002), bem como a fundamentação da Teoria das Convenções, capazes de elucidar as inovações nos formatos de governança, contribuem para o esclarecimento dos fenômenos apontados nesta análise, e corroboram a constatação afirmativa da construção de novos saberes e novos fazeres nas regiões produtoras de cacau no País.

5.2. Quebrando paradigmas...

Relatar a construção desse novo paradigma que está sendo formado nas regiões produtoras de cacau em todo o País, principalmente na Região Sul da Bahia, vem confirmar que uma mudança cultural, ainda que incompleta, se faz no contexto da produção cacauífera. Apesar desta história ser recente (pouco mais de dez anos), os fatos analisados apontam para uma nova leitura do setor. Num primeiro momento, pode-se pensar que são fatos menores, mas que, contribuíram e continuam contribuindo para mudar o cenário de crise tão incorporado à *commodity* cacau.

Uma geração de empreendedores produtores de cacau visualizou oportunidades e buscou estratégias inovativas capazes de conduzir à autonomia, criando ambiente favorável ao enfrentamento das precárias condições que foram instaladas na lavoura no final dos anos noventa. Em 1996, um grupo de produtores, numa tentativa de articulação, criou, através da internet uma “lista de cacau”, tentando quebrar o

paradigma da *commodity* como única alternativa de geração de renda e escoamento da produção (Fabio Feldman, 2012). Nesta época, os planos de recuperação da lavoura cacaeira eram todos voltados para o combate às pragas e o aumento da produtividade, sem contemplar opções que levassem à agregação de valor, verticalização e quebra de *commodity*.

Nessa ocasião, o WWI – *Worldwatch Institute*, em parceria com a Rede Globo e o jornal Folha de São Paulo, publica, para o mundo, o potencial da Região Cacaeira da Mata Atlântica, batizando-a de “Floresta de Chocolate”. Em 2001, a revista publicou, nos EUA, matéria de capa com o título: “Começa a recuperação da Mata Atlântica. O Chocolate pode resgatar a floresta” (a matéria foi republicada pelo Jornal *The New York Times*). Em 2002, a mesma matéria foi tema de debates calorosos em Johannesburgo, na África do Sul, “mostrando como a cultura do cacau pode ajudar a melhorar a qualidade de vida nos locais de cultivo preservando os ecossistemas” (Feldman 2012). Em 2003, o WWI lança o livro “Econegócios da Floresta de Chocolate da Bahia”, na embaixada brasileira em Washington, em parceria com o Jornal Washington Post (PNUD, 2005).

Os produtores, sabedores de dados econômicos cada vez mais desiguais no contexto da cadeia – o chocolate move no mundo um montante de US\$ 200 bilhões, deixando apenas 3% deste total para o produtor (ESPORO, 2012), buscando oportunidades, iniciaram um processo de busca de informações, conduzindo a formulação de estratégias de renovação de negócios para a cacauicultura. Através de participação em feiras, festivais e congressos internacionais sobre o produto chocolate, puderam perceber novos movimentos de consumo, visualizando oportunidades reais para o desenvolvimento local.

Através de uma pesquisa realizada pela TV Santa Cruz, afiliada da Rede Globo, e posteriormente apresentada como documentário com o título “A Saga do Cacau”, e amplamente divulgado, percebeu-se uma nova realidade na Região, que aos poucos ia quebrando seus próprios paradigmas. O documentário instigava a produção de chocolate como alternativa lógica para o setor.

No mesmo período, a CEPLAC instalava sua planta piloto para a produção de chocolate, cujo processo industrial se iniciava com a separação das amêndoas, indo até a barra de chocolate, fato que muito contribuiu e ainda contribui para operacionalizar e

viabilizar parte da produção dos produtores de cacau fino da Região Sul da Bahia, produzindo chocolates com assinatura e *gourmets*.

Notadamente, todo esse movimento é fruto do trabalho e da crença de produtores reativos. “Esta revolução não seria possível sem a garra e determinação de cacauicultores que acreditam que a crise, antes de ser da bruxa é da cultura econômica que “doa” a riqueza do cacau a 3,00 reais o quilo, nas fazendas, enquanto o quilo do chocolate - cada vez produzido com mais cacau – ultrapassa 300,00 reais em muitos lugares do mundo” (CEPLAC, 2012). Alguns produtores, rompendo a barreira do cacau *bouilk*, da bolsa de Chicago e Londres, da *commoditização*, passam a vender suas amêndoas diretamente a compradores interessados em um produto fino.

Parte importante deste movimento foi também iniciada em 2005, quando o *chocolatier* francês Nicolas Maillot, da fazenda Vitória, e proprietário da Exportadora Apanole, uniu-se com parceiros para a criação da APCFE – Associação de Produtores de Cacau Fino e Especial, organizando missões de chocolateiros europeus para visitar e comercializar o cacau fino, o que possibilitou a primeira exportação do produto com assinatura do produtor João Tavares para a empresa belga Pierre Marcolini. Considerado como conhecedor do mundo do chocolate fino, Maillot apostou que o produto Bahia podia ser comercializado como cacau de qualidade.

Em 2007, ocorre o primeiro lançamento dos chocolates de origem Brasil através do chocolateiro Silvio Bessone/Itália, cuja produção de cacau fino foi originada da fazenda Vitória/Ilhéus/BA, de propriedade do Sr. Nicolas Maillot, que apostou na inovação, estabelecendo, em sua produção, processos com padrão de qualidade, o que encantou o chocolateiro. Em 2008, criou, com um grupo de pequenos e médios produtores do Brasil, Venezuela, Peru e Vietnã, uma rede focada na qualidade, na percepção de qualidades distintas para cada ator da cadeia, produtor, indústria, chocolateiro e consumidor final, tudo isto incorporado à rede.

Em 2008, Tavares firmou o primeiro contrato com a Nespresso, multinacional ligada a produtos do “mercado de luxo”. Passou, desde então, a ser fornecedor de cacau fino para a companhia, se adequando às exigências do programa de sustentabilidade, o *Triple A.*, programa que envolve melhorias nas áreas social e ambiental na propriedade, culminando com a certificação do selo *Rainforest Alliance*, que atesta práticas agrícolas sustentáveis. Em 2011, a Harald, indústria brasileira, lançou uma linha de chocolate

“Origem brasileira - a *Melken-Unique*, com um produto Bahia com 63% de cacau, com a assinatura João Tavares. A assinatura João Tavares consolida o empenho e o empreendedorismo, constatados pelo reconhecimento nacional e internacional. Ganhador de prêmios nacionais e internacionais, como a melhor amêndoa em eventos especializados, o chocolate produzido com amêndoas da produção João Tavares tem lugar de destaque no mercado de produtos finos (Figura 48).

Figura 48: Amêndoas produzidas por João Tavares



Fonte: Site oficial João Tavares, 2013.

Segundo Maillot (op.cit., 2011), em debate no Fórum Internacional realizado em São Paulo, em 2011, as inovações modificam o mercado e são alvo dos grandes atores (negação, imitação e apropriação). Com a divulgação dos primeiros resultados e a ampliação de benefícios para os produtores de cacau fino do sul da Bahia, que receberam prêmios internacionais, a busca por informações é cada vez maior. O palestrante explicava, em 2011: “urge a formalização de treinamentos e capacitações para os produtores e pequenas agroindústrias, visando à criação de cenário favorável às certificações qualitativas. Elementos inovadores e contemporâneos, como uma nova nomenclatura federal para a composição dos chocolates, as IGs – indicação geográfica/bacia de produção, definições das DOCs: denominação de origem controlada e programação de visitas de chocolateiros às destinações (fazendas) são constitutivos deste novo mercado”.

Ainda no Estado da Bahia, o trabalho de outro produtor de cacau, Diego Badaró, junto com o empenho de Tavares, contribuiu e ainda está contribuindo de maneira decisiva para posicionar a agregação de valor e o compromisso com a

qualidade como estratégias para alcance de melhor desempenho econômico, influenciando vários atores da cadeia. Os nomes de Diego Badaró e Joao Tavares⁵⁷ são hoje marcas premiadas de sabores específicos de chocolate, e influências decisivas para a mudança de paradigma na cadeia cacau/chocolate no País.

Em 2010, Badaró, cuja propriedade localiza-se no município de Itacaré-BA, e cuja trajetória familiar, assim como a de Tavares, se confunde com a própria história do cacau na Região Sul Baiana, juntamente com um sócio, o americano Frederick Schilling, fundador da Dagoba, marca de chocolates orgânicos dos Estados Unidos, instala a primeira agroindústria de chocolates, pós crise da “vassoura” em Salvador – a AMMA Chocolate, desenvolvendo produtos “do cacau ao chocolate” (Figura 49). Em dezembro de 2010, a barra AMMA 75% de cacau foi citada no livro *Chocolate Unwrapped*⁵⁸ — *taste and enjoy the World’s Finest Chocolate*, entre os melhores chocolates *premium* do mundo. Para tanto, Badaró, além de verticalizar sua produção, inovou com produção de cacau fino e orgânico, colocando-se no mercado através de parcerias com renomados mestres chocolateiros de reputação internacional, como o francês François Pralus. Em 2011, 50% de sua produção de amêndoas finas foram exportadas, cerca de 60 toneladas de cacau, com estimativa de nos próximos dois anos, mais que dobrar sua produção. Seu foco na inovação e construção de diferenciais competitivos foi apontado em declaração publicada em 2012: “Nós produzimos cacau fino e orgânico, e esse é um diferencial” “Nem todo cacau orgânico encontrado no mercado é fino e vice-versa” (Revista PIB, 2012).

⁵⁷ Diego Badaró, além de produtor e exportador de amêndoas finas para importantes *chocolatiers* europeus, se posicionou no mercado do chocolate ao operar também com uma indústria de chocolate, tendo alcançado com seu produto industrializado, mercados sofisticados e exigentes. No último Salão de Chocolate realizado em Paris, sua barrinha de chocolate alcançou enorme sucesso, chegando a ser vendido por 10 euros. João Tavares recebeu prêmios nos últimos anos como melhor amêndoa de cacau produzida na América do Sul (Salão do Chocolate, Paris, 2011). Seu nome aparece, hoje, associado a várias marcas importantes, como a Nespresso (importante marca de café) que já está associando o café com o chocolate, buscando colocar o conceito de origem e indicação geográfica em seus produtos (Fonte: Salão do Chocolate, Paris, 10/2011).

⁵⁸ A autora, Sarah Jane Evans, é uma das mais conhecidas escritoras inglesas de gastronomia e de vinhos e fundadora da Academy of Chocolate. Fonte: Rolim, 2013, Diagnóstico do cacau fino, ainda não publicado oficialmente.

Figura 49: Chocolates AMMA



Fonte: Site oficial AMMA Chocolate, 2013.

Com espírito inovador, produtores desenvolveram capacitação tecnológica própria, elevando os padrões de qualidade de seus produtos, além de lograrem um ambiente organizacional inovador, buscando oportunidades de novos negócios e parcerias fundamentais para alcançar seus objetivos. Intitulados de produtores de cacau de qualidade, esses produtores estão desenvolvendo seus próprios atributos, buscando inovar, estabelecendo distintos formatos de parcerias, e estabelecendo sua própria marca de chocolate. Novamente citando Castells (2005, p 218), a formação de redes entre empresas aponta para as formas de flexibilidade organizacional, que é caracterizada por conexões em um modelo de “redes multidirecionais posto em pratica por empresas de pequeno e médio porte” [...] que desempenham papel considerável no crescimento econômico de vários países.

A pesquisa aponta para alguns dos novos formatos de organização produtiva encontrados hoje na cadeia: a) O produtor de cacau fino terceiriza para uma agroindústria para produzir o chocolate segundo os critérios definidos pelo próprio produtor do fruto; b) O produtor de cacau fino terceiriza para uma agroindústria para produzir o chocolate segundo os critérios definidos pelo fabricante parceiro; c) O produtor de cacau fino associa sua marca com a de renomado chocolateiro, que pode produzir ou não o chocolate; d) O produtor de cacau fino cede a utilização de sua marca para uma indústria de cobertura de chocolate; e) O produtor de cacau fino cede a utilização de sua marca para uma indústria de chocolate; f) O produtor de cacau fino cede a utilização de sua marca para o desenvolvimento de um produto especial; g) A

indústria consorcia-se com o produtor para utilizar sua propriedade como parte integrante da cadeia, para uso mercadológico; h) O produtor monta sua própria agroindústria; i) O produtor utiliza parte do processo de industrialização, adquirindo parte do equipamento de industrialização; j) Produtores se unem em cooperativa para a verticalização; k) Produtores se associam para a construção de uma agroindústria.

Diferentes alternativas de organizações se identificam nessas redes, desde organizações não governamentais, órgãos públicos, institutos de pesquisa, universidades, conselhos, pequenos, médios e grandes produtores, além de cooperativas e movimentos ligados a assentamentos.

Estabelecendo suas próprias marcas e construindo sólidas parcerias, destacam-se produtores como M. Libânio, da Fazenda Juliana, que buscou espaço internacional (Figura 50).

Figura 50: M.Libânio Agrícola, Gandú /BA



Fontes: Site oficial M. Libânio, 2013.

Outro percurso de produção inovativa pertence a produtores que estão apostando na produção artesanal, associados ou não com parcerias com a indústria. Com equipamentos caseiros, alguns utilizam as *mulangers*; os produtores desenvolvem seus produtos, permitindo o amadurecimento de futuros projetos de agroindústria, ao mesmo tempo produzindo sabores e texturas especiais nos seus produtos.

Com seu chocolate “Modaka Cacau Gourmet”, a fazenda São José, localizada no município de Barro Preto/BA, produz distintos produtos a partir de amêndoas 100% orgânicas, cultivadas e selecionadas pela família Viana Lima. Também o conceito do

negócio e gestão é realizado pela própria família (Figura 51). Pertencentes à Cooperativa Cabruca, desenvolveram seus próprios padrões de qualidade para o enfrentamento no mercado.

Figura 51: Produto Modaka Cacau Gourmet



Fonte: Site oficial Cacau Modaka, 2013.

Com uma bem montada loja em Ilhéus/BA, a “Cacau do Céu” (Figura 52) apostou não só na produção artesanal, utilizando equipamentos especiais, como também em consorciar com insumos de grandes processadoras. Apostando no formato chocolate “conceito”, desenvolveu todo um composto mercadológico, que vai desde a concepção da loja até o cuidado com os detalhes, como as cores, aliando o *design vintage* com a concepção de chocolate fino.

Figura 52: Loja Cacau do Céu, Ilhéus/BA



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Da fazenda Boa Vista Recreio, de Gandu, nascem os Chocolates “Bahia Superior” (Fig. 53). Premiado com o título de Cacaucultor do ano pela Ceplac, por sua produção de amêndoas de qualidade superior, os chocolates Superior Bahia já saem da fazenda embalados, indo direto para os pontos de venda. Estabelecendo parcerias com varejistas de destaque no mercado de produtos alimentícios de padrão superior, como a rede PERINI, em Salvador, sua produção sai em pequenos lotes, visando atender a uma demanda específica, como o chocolate com açúcar mascavo.

Figura 53: Stand de chocolates Bahia Superior



Fonte: Fotografia da autora, 2012.

Já a agroindústria Planeta Cacau, empresa fundada por produtores de cacau estabelecidos na Região da Bacia do Rio Pardo, no sul do Estado da Bahia, foi criada com o objetivo de fornecer, diretamente ao consumidor final, informações técnicas, inclusive sobre os aspectos nutricionais, receitas e produtos naturais derivados do cacau. Com 06 produtores associados, está em funcionamento desde 2008. A empresa desenvolveu seu próprio processo de qualidade para a produção do “chocolate natural” (definição adotada pela empresa), monitorando desde a fase do cultivo do cacau, por tratar-se de um produto com a finalidade específica do consumo in natura, até o processo de estocagem. Parte da produção é destinada a produtos *nibs*, enquanto outra parcela segue para o processamento de moagem e fabricação de pasta e de barras de chocolate, em máquinas específicas, numa produção artesanal de pequena escala, da “amêndoa à barra”. O processo de produção permite produzir chocolate de alta

qualidade e alto teor (70% ou mais de massa de cacau), sem desodorizantes e sem adição de químicos.

Buscando estimular o consumo de cacau *in natura* no Brasil, como já ocorre nos Estados Unidos e na Europa, a empresa utiliza, como conceito do negócio, as características nutricionais da amêndoa de cacau, destacando seus produtos como alimento funcional, além de destacar os benefícios proporcionados pelos antioxidantes. Seus produtos de destaque são: amêndoas orgânicas de cacau *gourmet*, *nibs* de cacau *gourmet*, orgânico e cru, pasta ou *liquor* de cacau *gourmet*, orgânico e cru, chocolate artesanal, *gourmet*, orgânico e cru. Os produtos são produzidos e embalados no município de Camacã, localizado no sul da Bahia, próximo das fazendas fornecedoras do cacau orgânico e *gourmet*. Posteriormente é postado (Correios ou transportadoras) até a entrega ao cliente. O processo de venda direta ao cliente é feito através de loja virtual (www.dietacrua.com.br) ou de lojas parceiras (Figura 54).

Figura 54: Chocolate Planeta Cacau



Fonte: Site Dieta Crua (dietacrua.com.br), 2013.

Este movimento também foi percebido pelas esferas públicas federais e estaduais, assim como pela Ceplac. Com vários estudos apontando para a necessidade de verticalização da produção, o cacau passou, em 2005, a fazer parte de um programa vinculado ao PAC Federal, denominado PAC do Cacau. A criação do fundo de desenvolvimento do cacau – FUNCACAU, do PAC do Cacau, impulsionou a formação de cooperativas na Amazônia e no sul da Bahia, o que viabilizaria, a estes produtores, o acesso a mercados diferenciados. Com recursos do PRONAF, e visando resgatar a cidadania do pequeno “*burareiro*” (agricultor familiar, dono de pequenas propriedades), excluído do processo econômico, o governo estabeleceu como meta incentivar sua inserção através do beneficiamento de seus produtos *in natura*, agregando-lhes valor

com a disseminação da tecnologia para a produção de cacau de qualidade e, conseqüentemente, a produção de chocolate, com a instalação de agroindústrias.

Em 2006, a Ceplac instalou uma fábrica de chocolate e derivados com o objetivo de aprimorar e difundir tecnologias inovadoras de agregação de valor ao cacau e a outros produtos da Mata Atlântica. Denominado Centro de Desenvolvimento Tecnológico e de Treinamento, localizado na sede regional, no eixo Ilhéus-Itabuna, o projeto piloto dispõe de uma estrutura que serve para capacitar e orientar os agricultores em todas as etapas do processo, da produção à comercialização. A unidade foi implantada através de uma parceria com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) e Financiadora de Estudos e Projetos (Finep). A unidade produz chocolate, *líquor*, torta e manteiga de cacau. A partir dessa unidade-piloto, a CEPLAC vem estimulando a instalação de pequenas agroindústrias nos municípios da Região Cacaueira. A unidade tem formado parcerias para o fabrico de chocolates com assinaturas de proprietários rurais, além da Cooperativa Cabruca e associações de produtores.

Segundo dados levantados pela pesquisa, 04 (quatro) agroindústrias de processamento de cacau e industrialização do chocolate, em sistema de cooperativas de pequenos agricultores, foram instaladas com recursos federais a “fundo perdido”, nas regiões produtoras, sendo 03 (três) no sul da Bahia, e uma em Medicilândia, no Pará.

A primeira, localizada no município de Itamaraju, extremo sul da Bahia, teve sua inauguração em julho de 2009. Entretanto, a unidade nunca funcionou. Com investimento de maquinário perto de R\$ 400.000,00⁵⁹ (quatrocentos mil reais), através de parcerias entre a Prefeitura Municipal de Itamaraju, o SEBRAE e o Instituto Evaldo Lodi (IEL), a indústria funcionaria através da cooperativa CAFAED - Cooperativa de Agricultura Familiar Agroecológica do Entorno do Descobrimento, entidade que seria a gestora, depois de implantada, junto com a Prefeitura Municipal. Visando gerar 26 empregos diretos, inicialmente iria produzir somente a pasta do chocolate, para

⁵⁹ Segundo algumas publicações não oficiais, o investimento ultrapassou a casa de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais). A Secretária de Agricultura do município na época, em declarações à imprensa local, quando da inauguração, explicava que “de início, produziremos somente a pasta do chocolate que será exportada. Inclusive já temos clientes certos. Futuramente, pretendemos, já para o próximo ano, a ampliação da fábrica onde, além da pasta do chocolate, produziremos licores e bombons”.

exportação. Ocorreram algumas tentativas de produção de líquido, mas não foram viabilizadas.

A segunda, localizada no município de Ibicaraí, sul da Bahia, iniciou suas atividades em 2009. Com o nome de BAHIA CACAU – Chocolate Fino da Bahia, a indústria, considerada a primeira fábrica de chocolate da agricultura familiar do País, produz a partir de amêndoas selecionadas fornecidas por agricultores filiados à cooperativa COOPSUL / COOAFBA (Cooperativa da Agroindústria Familiar do Sul da Bahia) (Fig. 55). Ainda sem poder andar com os próprios pés, a indústria possui uma estrutura física e tecnológica com padrões viáveis, e desenvolveu produtos de sabor diferenciado, como os bombons recheados com *nibs* de cacau. Apesar da fragilidade da organização cooperativa e da gestão, a indústria tem produzido com certa regularidade.

Figura 55: Fábrica de chocolates Bahia Cacau, Ibicaraí / BA



Fonte: Site Pimenta na Muqueca, 2011.

A terceira, instalada em 2010, no município de Medicilândia, no oeste paraense, representa a primeira fábrica da agricultura familiar na Região Norte de processamento de cacau e produção de chocolate, a “CACAUWAY” (Fig. 56). A Região, que é tida como produtora de frutos de alta qualidade, se destaca por sua produção altamente vinculada à agricultura familiar, e pelo ponto de fusão para a fabricação do chocolate. Gera 15 empregos diretos e possui uma loja própria. Gestada pela Cooperativa COOPATRANS, possui 40 sócios. Possuidora de uma situação geográfica difícil, no coração da floresta amazônica, a Cooperativa luta por sua sustentabilidade.

Figura 56: Logomarca da fábrica de chocolates da CACAUWAY



Fontes: Página da internet Chocolate Cacauway, 2013.

Ainda em decorrência das políticas públicas que buscam impulsionar a verticalização da cacauicultura, o governo, via recurso PRONAF, financiou, em 2009, parte da Indústria de Chocolate de Itacaré/Fazenda Berg Frut com recursos na ordem de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), como protótipo para a Região. A indústria que fica localizada dentro da propriedade, é conduzida pela família, responsável desde a produção dos frutos até a comercialização do chocolate (Fig. 57). A marca “Chocolate de Itacaré” já se posiciona no mercado, possuindo dois pontos de venda próprios, nas cidades de Ilhéus e Itacaré, além de participação em eventos especializados.

Figura 57: Fazenda Berg Frut – Chocolate de Itacaré/BA



Fonte: Blog Fazenda Berg Frut (<http://fazendabergfrutbahia.blogspot.com.br>), 2013.

No contexto de políticas públicas, o governo criou o programa “Cacau para Sempre”⁶⁰, que está vinculado ao Vida Melhor e, ao mesmo tempo, se conecta com o Brasil Sem Miséria. A ação, coordenada pela Casa Civil, é uma parceria entre a Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR), a Superintendência de Agricultura Familiar (SUAF), da Secretaria da Agricultura do Estado, da EBDA, do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). Objetiva financiar, também a “fundo não reembolsável”, uma planta para a Cooperativa de Produtores Orgânicos do Sul da Bahia – a “Cabruca”.

Completando 10 anos, a CABRUCÁ, Cooperativa de Produtores Orgânicos do Sul da Bahia, surgiu da união e parceria entre o IESB (Instituto de Estudos Socioambientais do Sul da Bahia) e produtores rurais preocupados não somente com a conservação da fauna e flora, mas também com a preservação dos solos e recursos hídricos que compõem a Mata Atlântica do sul da Bahia. Atualmente a CABRUCÁ é representada por 39 cooperados engajados na agricultura orgânica, que contribuem diretamente com a preservação do meio ambiente e a produção de alimentos mais puros e saudáveis. Promovendo a certificação orgânica em grupo, a CABRUCÁ auxilia e facilita o processo de certificação de todos os seus cooperados através do Instituto Biodinâmico de Desenvolvimento Rural (IBD), garantindo ao consumidor a aquisição de produtos livres de insumos sintéticos, agrotóxicos e modificações genéticas, que não só são prejudiciais à saúde, como também ao meio ambiente. Existe a preocupação com a preservação ambiental, no sentido de realizar um processo constante de adequação ambiental dos cooperados com a averbação das suas reservas legais e recomposição de áreas de floresta de preservação permanente, produzidos sob condições trabalhistas justas durante todo o processo produtivo.

Operando com certificação orgânica, realizada pelo IBD, credenciada à IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) e à DAR (Deutscher Akkreditierungsrat), a cooperativa conduz, hoje, o projeto IBD, BA – 036, que congrega trinta e quatro membros, produtores rurais de pequeno, médio e grande porte, visando garantir a recuperação e ampliação do cultivo agroflorestal baseado em um manejo orgânico que procura unir agricultura, saúde e sustentabilidade ambiental,

⁶⁰Capturado:http://www.casacivil.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=411%3Ancamento-da-acao-cacau-para-sem-pre-reune-mais-de-600-agricultores-familiares-da-regiao-cacaueira&catid=35%3Anoticias-destaque&Itemid=99

buscando diferenciação e padrões de qualidade únicos. Apoia as iniciativas de cooperados para produção de produtos já beneficiados, como o vinho de cacau, chocolate caseiro, polpas, geleias e doces de frutas orgânicas.

Além disso, a Cabruca (Fig. 58) também disponibiliza frutas, palmito, hortaliças e especiarias para o mercado local, contribuindo para a divulgação do trabalho com manejo orgânico da terra e saúde de seus consumidores. Alguns membros da cooperativa produzem, em parceria com a agroindústria da Ceplac, chocolate com alto teor de cacau, com apelo orgânico e qualidade superior, enquanto outros produzem dentro do mesmo apelo, só que de forma mais artesanal, utilizando-se de equipamentos mais caseiros, como as *moulangeries*.

Figura 58: Logomarca Instituto Cabruca, Ilhéus/BA



Fonte: Site Oficial Instituto Cabruca, 2012.

Vários cooperados da Cooperativa Cabruca (cacau orgânico), como a família Maron Gomes, e a produtora Lola Baracat, produzem chocolates finos com alto teor de cacau, a partir de parceria com a agroindústria da CEPLAC, assim como tantos outros, que buscam e acreditam na valorização do cacau brasileiro, visando principalmente ao mercado externo, agregando valor à produção.

Em 2006, foi instalada, na Fazenda Riachuelo, no município de Uruçuca-BA, uma agroindústria de processamento de cacau, em decorrência não só da alta qualidade da amêndoa produzida na propriedade, mas como resultante do conhecimento de um dos seus sócios. Por muitos anos operou a planta piloto da Ceplac, trazendo para a Região a possibilidade de produzir chocolate a partir do processamento da amêndoa. A unidade está funcionando ainda em caráter experimental, embora a comercialização esteja em andamento. Com a marca “Magia do Cacau”, produz barras de chocolate com

várias concentrações, além de buscar desenvolver outros produtos associando o doce de leite ao *nibs* do cacau, chocolate com café *gourmet*, e outras inovações que vêm ganhando espaço no mercado (Figura 59).

Figura 59: Chocolates Magia do Cacau



Fonte: Fotografia da autora, 2013.

No Estado do Espírito Santo, a união de um grupo de produtores do município de Linhares, maior produtor de cacau capixaba, na busca de alternativas econômicas para o setor frente à crise instalada, desenvolveu um modelo que vem apresentando resultados expressivos. Construíram um sistema de trabalho (sistemas agroindustriais) unindo toda a cadeia: os cacauicultores - 44 produtores locais, a Empresa GECAL – empresa local responsável pela logística e rastreabilidade, e a MELLER- indústria de maquinário. Investiram em qualidade controlada, construíram a Indicação Geográfica Linhares, apostaram em ensino técnico e acreditaram no estabelecimento de rede e de parcerias. Na parceria, a empresa VALORA trabalha na capacitação e certificação. Em 2010, iniciaram a produção de massa de cacau e de chocolate, com a inauguração da primeira indústria de processamento de chocolate de origem Linhares, Floresta Rio Doce Agroderivados SA. Na figura 60, abaixo, vê-se modelo de maquinário utilizado na industrialização do chocolate.

Figura 60: Maquinário utilizado na industrialização



Fonte: Site Rio doce, 2013.

O cenário analisado acima descreve parte desse fenômeno que, por sua característica dinâmica e inovadora, se movimenta rapidamente buscando aproveitar oportunidades através de novas demandas. Todo esse processo vem sendo adotado nas diferentes escalas de atuação, desde as principais empresas transnacionais produtoras e comercializadoras de cacau e chocolate, até os pequenos produtores, em suas localidades.

Em notícia veiculada em caderno especializado do Jornal Valor Econômico (2013), empresas como a Cargill e a Barry Callibaut falam de crescimentos superiores. A Herald, maior fabricante de cobertura de chocolate do País, projeta uma expansão, para 2013, de 12% na receita, e aposta em nova planta exclusiva para chocolate *gourmet*. Assim como em Ilhéus, em Eunápolis, no sul da Bahia, no Pará, e também em Linhares-ES, grupos de cacauicultores, oriundos da agricultura familiar ou não, pequenos e médios, além de grandes produtores, se articulam associativamente na construção de projetos para viabilizar plantas para produção do produto cacau/chocolate, o que comprova a intensa movimentação da cadeia.

Esses fenômenos, acompanhados de uma agenda de governança construída pela ação coletiva desses atores e dos atores dos movimentos ambientalistas, e com a aceitação do consumidor verde, constituem-se como outro importante aspecto no que tange ao posicionamento no mercado. O fenômeno de mudança no padrão de produção, conversão do cacau para a qualidade e certificação orgânica, é um contundente avanço e uma realidade vivida pelas regiões produtoras.

5.3. A indústria fornecedora de tecnologia para a produção do chocolate a partir da amêndoa de cacau

Um dos aspectos que impactaram negativamente na não formação de arranjos produtivos de agregação de valor ao produto cacau no decorrer do século XX, como o desenvolvimento de pequenas agroindústrias de chocolate, e demais produtos oriundos do cacau nas regiões produtoras, principalmente no sul da Bahia, certamente foi o fato de que não havia, no País, indústrias capazes de desenvolver soluções técnicas para a pequena produção de chocolate. A CEPLAC, nos anos 80, montou uma pequena indústria piloto cujo maquinário era totalmente importado, o que inviabilizava economicamente a implantação de unidades no país. Só recentemente, duas indústrias de desenvolvimento de maquinários para o processamento da amêndoa e produção de chocolate se firmaram no mercado: a Meller e a Jaffa.

Essa morosidade, de fato, causa estranheza à pesquisadora, quando se retroage no tempo, e se constata dois fenômenos bastante contrastantes: primeiro, o fato da Região Sul Baiana ter sido, por um longo período, a maior produtora de cacau do mundo, sem, entretanto, se tornar uma Região de pequenas agroindústrias de chocolate; e o segundo, também apontado anteriormente, o fato de uma indústria vigorosa de chocolate ter se instalado no sul do Brasil, especialmente na região de Gramado. Apesar de sua produção de chocolate ter como base, em sua maioria, insumos fornecidos por multinacionais processadoras, atualmente parte desta cadeia gaúcha já incorpora a produção também de cacau/chocolate, construindo parcerias com produtores de cacau fino das regiões produtoras de cacau, produzindo produtos com denominação de origem, indicação geográfica, orgânicos, entre outros.

Caracterizada como fornecedora de tecnologia para atender à indústria, a Meller explica como se tornou fornecedora de maquinário para a pequena produção de cacau/chocolate:

“Fomos procurados por um cliente que tinha o desejo de adquirir uma máquina para fabricar sua própria cobertura de chocolate. Inicialmente nos convidou para dar uma assessoria na escolha de uma unidade produtiva que melhor atendesse a necessidade da empresa. Fomos juntamente com o cliente, à maior feira de máquinas para chocolate, a Interpack, na Alemanha, em 2002. Ao participar da feira, percebemos que não existiam equipamentos de pequeno porte que respeitassem o processo convencional de fabricação, comercializados apenas para grandes empresas, o que, devido ao alto custo, inviabilizava o pequeno

fabricante de chocolate, deixando apenas a opção de sistemas alternativos que não têm a capacidade de refletir no produto final a qualidade necessária ao chocolateiro gourmet. Veio então a ideia de potencializar o conhecimento do engenheiro Flávio da Cruz Abaurre, que possui experiência de 25 anos em processamento de cacau e chocolate, onde se especializou em processos de fabricação de semi-acabados de cacau (massa de cacau, manteiga e pó), coberturas de chocolates e *compounds*. Com esta experiência, decidimos, em conjunto com o primeiro cliente da Meller, fabricar a primeira unidade sob medida, uma fábrica otimizada em tamanho físico(7mX8mX6). Esta unidade de fabricação foi concebida segundo um espelho de processamento utilizado por uma fábrica convencional de chocolate, a qual utiliza refinadeiras e conchas na sua linha de produção. Esta unidade foi projetada para produzir 6.0 toneladas de massa de chocolate dia. Com a operacionalização desta unidade a Meller iniciou uma nova era, propiciando ao pequeno e médio fabricante de bombons que realizasse seu sonho de produzir sua própria cobertura personalizada, com alta qualidade e um preço extremamente competitivo, viabilizando assim o ressurgimento das indústrias regionais do setor” (site, Meller, 2012).

Reconhecendo as dificuldades enfrentadas pelas indústrias do segmento de chocolate no Brasil, e aproveitando as novas demandas, a empresa se especializou em propor soluções para cada tipo de demanda, procurando entender a necessidade de cada empresário, flexibilizando a formatação do negócio. Viabiliza, para seus clientes, tecnologia e maquinário de produção do chocolate com sua personalidade específica, utilizando a sua própria matéria-prima (o cacau), por considerar que isso “é a alma do seu negócio”, respeitando a fórmula que seu cliente utilizar.

Com o mesmo foco e visualizando oportunidades nesse novo movimento na cadeia do cacau, a JAF INOX, também 100% nacional, caracteriza-se como empresa desenvolvedora e fabricante de tecnologia para cacau e chocolate, em especial equipamentos de ponta para todos os estágios da produção. Não importando o porte do fabricante de chocolate, e também em que estágio da cadeia ele inicia seu processo, a empresa propõe atender a todas as demandas. A Jaff construiu uma planta completa, indo desde o processamento da amêndoa até o chocolate *gourmet*, para que o seu cliente tenha "uma deliciosa surpresa", tenha realmente conhecimento da tecnologia necessária à produção planejada.

5.4. Produtos e chocolates produzidos a partir das agroindústrias

De acordo com o relatado no corpo do trabalho sobre a produção agroindustrial, o chocolate oriundo da propriedade rural das regiões produtoras, continuidade da produção da amêndoa de cacau, cujo cultivo, colheita e todo o processo de transformação em cacau fino caracterizam-se como produto especial, saudável, atende aos critérios de novas demandas, que buscam não só sabores e aromas, mas experiências únicas. As agroindústrias estudadas produzem hoje produtos cacau/chocolate inovadores, com alto teor de cacau, que vão desde a produção da massa de cacau até chocolates associados com outros produtos, como chocolates com café *gourmets*, com amêndoas de vários tipos, chocolate misturado com o próprio *nibs* de cacau, amêndoas de cacau fino ou gourmet caramelizadas e com outras coberturas, além da utilização de frutas, como o cupuaçu, o maracujá e tantas outras, agregando ao chocolate sabores especiais.

5.5. O novo paradigma: Desenvolvimento de uma nova cadeia

Como demonstrado no desenvolvimento do trabalho, muito mais que uma hipótese, o chocolate na terra do cacau representa uma realidade, a constituição de um novo paradigma: o desenvolvimento de uma nova cadeia agroindustrial produtora de cacau/chocolate constituída por pequenas agroindústrias e produtores empreendedores, que acreditaram na inovação e na modernização desse sistema produtivo.

O estudo dessa nova cadeia no mercado do cacau/chocolate aponta para o esforço dos atores em atender aos padrões de gestão de qualidade exigidos, implicando em uma visão sistêmica, buscando introduzir produtos que atendam a mercados exigentes, diferenciados, e pouco suscetíveis à economia de escalas, bem como fortalecer as formas associativas de organização e gestão.

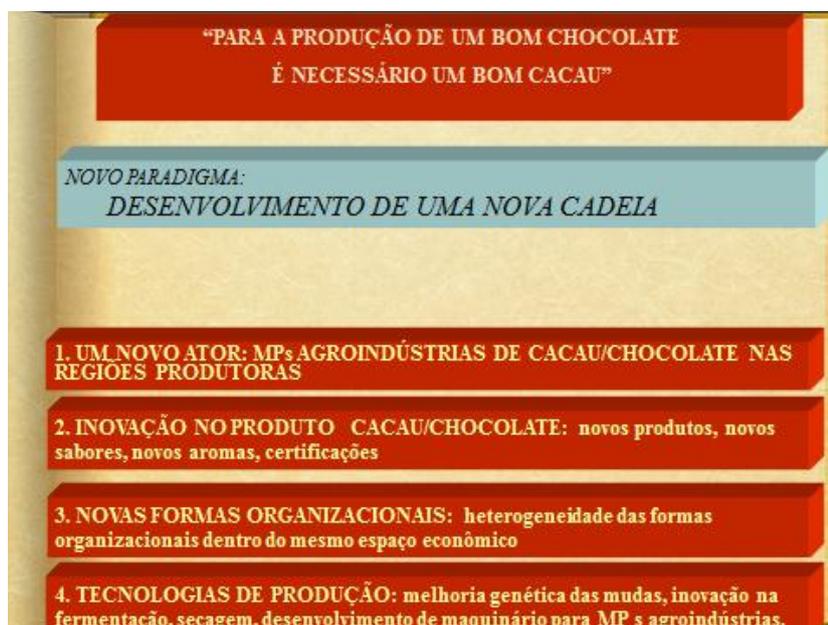
Conforme o figura (//) , quatro grandes eixos inovadores podem ser apontados nessa nova cadeia do cacau/chocolate: 1- Um novo ator: as micro e pequenas agroindústrias de cacau/chocolate instaladas nas regiões produtoras de cacau; 2- Inovação no produto cacau/chocolate: novos produtos, novos sabores, novos aromas, certificações, experiências; 3- Novas estruturas organizacionais: heterogeneidade das

formas organizacionais dentro do mesmo espaço econômico; e 4- Inovação das tecnologias de produção: melhoria genética das mudas, inovação na fermentação, secagem, desenvolvimento de tecnologia específica para a produção do produto cacau/chocolate para a pequena agroindústria.

O processo de alternativas de reestruturação que vem transformando o sentido e o significado desses territórios expõe novos atores, processos e instituições, numa ruralidade diferenciada, que busca mecanismos de melhoria na articulação de relações, ao tempo em que intensifica processos de modernização e busca de oportunidades.

As oportunidades para esses novos atores se sustentam também num dado econômico e sociocultural estratégico: o alto consumo brasileiro de chocolate em todas as suas formas (o Brasil é o terceiro maior consumidor mundial de chocolate), e as projeções de aumento de demanda para os produtos com alto teor de cacau em todo o mundo.

Figura 61: 04 Eixos inovadores apontados nessa nova cadeia do cacau/chocolate



Fonte: A autora, baseada em dados da pesquisa, 2013.

5.5. O ambiente do cluster do cacau/chocolate na Região produtora de cacau da Bahia

Fundamentamo-nos em Granovetter, que aponta, em vários de seus textos, as proposições que orientam a reflexão: a ação econômica é uma forma de ação social, a ação econômica é socialmente situada, e as instituições econômicas são construções sociais (Swedberg e Granovetter, 1992); deve-se entender *clusters* também como construções que dependem da ação organizada e empreendedora de todos os atores envolvidos.

O desafio básico para localidades em desenvolvimento (PORTER, 1999) consiste na migração da vantagem comparativa para a vantagem competitiva. O desafio passa a ser o desenvolvimento de produtos e serviços variados, com métodos de produção diferenciados, ao mesmo tempo em que se desenvolvem o conhecimento e o controle da comercialização e da distribuição, possibilitando a implantação de arranjos produtivos suficientemente fortes para a instalação de um *cluster*. O conceito que se caracteriza por trazer importantes benefícios potenciais como maior atração de capital, aumento do dinamismo empresarial, redução de *lead time*, redução de custos, redução de riscos, aumento de qualidade, maior qualidade e flexibilidade de mão de obra, aumento da qualidade de vida de uma região, constitui uma possibilidade concreta para a Região Sul Baiana.

O ambiente da Região Sul da Bahia, por se tratar, como relatado no decorrer do trabalho, da maior área de produção de cacau do País, local da implantação de praticamente todas as MPEs agroindústrias cacau/chocolate, além de também ter em seu território plantas de grandes *players* da cadeia, como Barry Callebaut, Cargill, Delphy Cacau, Nestlé, Mars Cacao, e Joanes, torna-se local propício à implantação de um *cluster*.

Os *clusters* representam empresas e ou instituições que interagem entre si, gerando e capturando sinergias, com potencial de atingir crescimento contínuo superior a uma simples aglomeração econômica, geograficamente próxima e pertencente a um setor específico.

O ambiente da lavoura cacauzeira tem na atualidade um clima favorável à formação de arranjos produtivos inovadores, não só por insistência de alguns produtores empreendedores que buscam a qualidade que leve a adquirir vantagens competitivas, mas também por um crescente diálogo do setor, mesmo que ainda lutem para quebrar paradigmas de isolamento social característico da cultura cacauzeira do sul da Bahia, na

tentativa de buscar alternativas sustentáveis baseadas no associativismo e na cooperação visando à construção de políticas públicas, parcerias e fortalecimento de suas instituições. A Região detém vários atributos que são necessários para a organização de um *cluster*, como empresas de produção especializadas, empresas fornecedoras, empresas prestadoras de serviços, instituições de pesquisas e instituições públicas e privadas de suporte fundamental.

Nesse contexto, as empresas locais precisam construir suficiente capacidade de inovação e diferenciação para ingressar em mercados cada vez mais avançados, além de captar novas demandas com base na vantagem comparativa. A vantagem competitiva, que se manifesta através de custos mais baixos do que os dos rivais ou da capacidade de diferenciar e conseguir um adicional de preço que supere o custo adicional da diferenciação (PORTER, 1999), corresponde exatamente à estratégia que hoje a cadeia do cacau/chocolate da Região Sul Baiana detém: capacidade de diferenciação através de processos produtivos pautados em padrões de qualidade e na inovação integrando toda a produção: “da árvore ao chocolate”.

Utilizando o modelo do “Diamante da Vantagem Nacional” de Porter, para o alcance da vantagem competitiva, os fatores competitivos analisados, como as condições de fatores, as condições de demanda, os setores correlatos e de apoio, bem como estratégia, estrutura e rivalidade das empresas, no contexto da cadeia cacau/chocolate do sul da Bahia, a partir do entendimento dos diversos atores que contribuíram com seus depoimentos e respostas aos questionamentos da análise, apontam para importantes oportunidades e capacidades que a Região, ao longo de sua história não soube aproveitar. Superar as suas próprias fragilidades de se entender enquanto grupo e rede, fortalecer o ambiente para a implantação desse agrupamento de indústrias e instituições que produzam ligações particularmente fortes entre si, ligar as empresas, a cadeia produtiva e a região, conduzirão o setor a resultados realmente efetivos.

Ao se analisar, à luz da própria fala dos atores da cadeia, as condições dos fatores da Região Sul Baiana como fatores de produção, mão de obra, território, até recursos naturais e infraestrutura, percebe-se que são considerados com níveis razoáveis de competição. A Região tem boa infraestrutura de transportes, geografia favorável, produção de cacau se reinventando, demonstrando um grau elevado de inovação, uma

estrutura educacional competitiva, visto a Região ser possuidora de uma universidade estadual, 5 instituições de ensino superior, inclusive nas áreas tecnológicas, um instituto federal, um centro de pesquisa de cacau, além da instalação, em curto espaço de tempo, de uma universidade federal. Entretanto os atores apontam que os recursos humanos ainda não atendem aos requisitos necessários para a competição. Apesar de mão de obra relativamente abundante, a qualificação ainda se situa em patamares aquém das necessidades do setor. O nível da qualidade do ensino, principalmente do fundamental, se situa como um dos mais tristes indicadores do estado baiano como um todo.

Os fatores de produção só serão competitivos se forem qualificados, como aponta Porter: “Nos setores sofisticados, que constituem a espinha dorsal de qualquer economia avançada, o país não herda, mas ao contrário, cria os mais importantes fatores de produção – como recursos humanos qualificados ou base científica”. Esses fatores são mais escassos e de difícil imitação porque, para sua formação, são necessários investimentos sustentados. Com inovação e criatividade, as empresas ou um setor específico podem encontrar soluções com maior valor agregado e mais sustentabilidade, o que aponta para a Região como detentora de vantagens competitivas. Os fatores de produção locais caminham para processos cada vez mais sofisticados e especializados, aliados à utilização de tecnologia com níveis de qualidade, como os que estão ocorrendo hoje na cadeia do cacau/chocolate na Região. Entretanto, uma articulação a nível de cadeia, ou *cluster*, facilitaria a construção de pressões políticas e institucionais para a melhoria dos fatores de produção.

Ao se analisar as condições da demanda, os atores entrevistados consideraram ter a Região um potencial turístico importante, mesmo com críticas severas ao turismo de Ilhéus, pois detém uma demanda turística qualificada, principalmente nos municípios de Una, Canavieiras, Itacaré, na Península de Maraú e Baía de Camamu. Com uma clientela exigente, havendo um grande consumo de chocolate no País, tem-se na Região um cenário bastante favorável para a demanda. Quanto mais sofisticada e exigente for a demanda interna em relação aos produtos e serviços ofertados, mais as empresas serão pressionadas para atingir padrões elevados de qualidade, o que as instigará a melhorar, inovar e se expandir para segmentos mais avançados. Outra oportunidade poderá advir com a chegada do Porto Sul, empreendimento que, segundo os atores governamentais, atrairá para a Região investimento superiores a um bilhão de dólares.

Apesar de índices econômicos ainda relativamente baixos, as duas principais cidades da região, Ilhéus e Itabuna, impõem-se como importante centro de distribuição de serviços, produtos e entretenimento para mais de 50 municípios. Com expectativas de crescimento devido à implantação do Complexo Intermodal, amplamente divulgado pelos governos Estadual e Federal, e com a proximidade das duas cidades, o que leva à circulação de um número elevado de pessoas em seus comércios, pessoas oriundas desses diversos municípios que as rodeiam, há possibilidade de novas migrações. Segundo Porter, as empresas serão capazes de se antecipar às tendências globais de exigências nos produtos e serviços ofertados, se os valores da sociedade da região se encontrarem em expansão. A melhoria socioeconômica de uma região e a busca de melhoria de seu padrão de vida permitirão a expansão de diversas atividades econômicas, sendo um diferencial a ser colocado na mídia. Uma localidade que pretende ser competitiva no mercado externo deve ser, primeiramente, competitiva junto à demanda interna. Essa demanda proporcionará a região, mais rapidamente, um quadro nítido das necessidades de seus compradores. Entretanto, esse cliente – consumidor local, turista – interno deve ser exigente, e pressionará as empresas para a qualidade, inovação, agilidade e sofisticação.

No caso dos setores correlatos e de apoio, se os fornecedores das empresas de um setor específico forem dotados de competitividade, criarão diferentes tipos de vantagens, pois fornecerão os insumos com maior eficácia de custos, de modo eficiente, antecipado, rápido e, às vezes, de modo preferencial, a partir de um intenso relacionamento de trabalho. De acordo com os depoimentos dos entrevistados, existem, na Região, uma quantidade razoável de bons fornecedores, boa disponibilidade de maquinário e tecnologia de processos. Entretanto, a Região ainda se depara frágil quanto à colaboração e à cooperação. A percepção do coletivo, como analisado anteriormente, é ofuscada pela cultura local do individualismo, do oportunismo. Em todas as entrevistas realizadas, o tema é sempre apontado como um dos gargalos da ineficiente utilização dos recursos. O setor não consegue se entender o suficiente para construir bases sólidas de pressão e construções coletivas.

Essa questão foi apontada também por Bastide, pesquisador do CIRAD, em palestra realizada em meados de 2012, em Ilhéus. Entretanto, com a crença de alguns atores, com o fortalecimento de associações locais, assim como das cooperativas, a Região tem avançado, ainda que timidamente, no caminho da construção coletiva. A

interação, apesar de ser mutuamente vantajosa e autorrevigorante, não ocorre de forma automática. Apesar de fomentada pela proximidade, as empresas e seus fornecedores devem promover o entendimento de forma deliberada. O fluxo de informações e o intercâmbio técnico propiciam a aceleração da inovação e da melhoria do ambiente de negócios.

Quanto à estratégia das empresas, estrutura e rivalidade, a competitividade do setor decorre da convergência das práticas gerenciais e dos modelos organizacionais mais adotados nas empresas de uma localidade. Os objetivos das empresas e dos indivíduos ligados ao setor refletem as características dos mercados e as práticas de remuneração dos gerentes. Nas entrevistas realizadas com os atores da cadeia cacau/chocolate, foi apontado que a busca por conhecimento gerencial tem sido uma preocupação constante, assim como a utilização de planejamento, construção de estratégias de sustentabilidade e foco nas oportunidades. As parcerias com o SEBRAE, a CAR e a CEPLAC, além do apoio da UESC, têm fomentado melhores desempenhos gerenciais. Entretanto, as tecnologias dos processos de produção, não só pertinentes a padrões de qualidade na produção do cacau, mas também do chocolate, ainda não estão suficientemente processadas e difundidas. 100% dos entrevistados alegaram a necessidade de ampliação da difusão de tecnologias, e criticaram a instabilidade delas.

Outro elemento analisado no contexto dos processos de produção relaciona-se com a questão mercadológica incrementada pela divulgação. Como apontado por todos os entrevistados, trata-se de uma fragilidade, por entenderem que ainda não há um processo construído, articulado, estratégico de divulgação do produto cacau fino brasileiro, nem dos produtos inovadores cacau/chocolate.

Outro ponto de fragilidade, segundo os entrevistados, é o sentimento de instabilidade institucional, no aspecto referente à proteção dos investidores, visto se tratar de uma Região com alto índice de conflitos de terra, causados por invasões. Entretanto, no que se refere aos objetivos individuais como capazes de fortalecer a competição, também 100% indicam que a motivação individual para o trabalho, assim como a ampliação de suas qualificações, incrementam a vantagem competitiva. Porter afirma: o êxito de um país depende em grande parte do tipo de educação escolhida pelas pessoas talentosas, suas opções em termos de trabalho e seu grau de comprometimento e esforço.

Além da Estratégia Empresarial e da Estrutura da Organização, outro fator que gerará vantagem competitiva é a presença da concorrência intensiva que o autor chamou de rivais locais poderosos. A presença de rivais locais poderosos é um último e poderoso estímulo à criação e preservação da vantagem competitiva. De todos os pontos do “diamante”, a rivalidade doméstica é o mais importante, em razão do poderoso efeito estimulante sobre os demais. A rivalidade doméstica exerce pressões sobre as empresas em direção à inovação e às melhorias. Os rivais locais empurram-se uns aos outros para menores custos, para a melhoria da qualidade dos produtos e dos serviços, e para a criação de novos produtos e processos. O surgimento de novas agroindústrias, e de novos formatos de verticalização contribuirão, de maneira decisiva, para o desenvolvimento local e a possibilidade real da formação de um *cluster*.

Outro benefício da rivalidade doméstica é a pressão pela melhoria contínua das fontes da vantagem competitiva, permitindo que se conquistem vantagens mais sustentáveis. O controle mútuo decorrente da competição entre uma grande quantidade de rivais domésticos assegurará a honestidade de cada um na obtenção do apoio governamental. Portanto, é menos provável que se tornem dependentes dos contratos governamentais e das políticas protecionistas. Ao contrário, o setor procurará formas mais construtivas de apoio governamental, como o suporte na abertura de mercados externos, assim como investimentos em determinadas instituições educacionais ou em outros setores específicos estratégicos para a construção de conhecimento. A proposta de implantação de uma IG para os produtos cacau/chocolate da Região Sul da Bahia, trabalho que vem sendo construído ao longo de mais de três anos, e já exitosa quanto à certificação dos produtos orgânicos oficializados com o “Selo Cabruca”, correspondem a ações de demonstram um grau importante de maturidade para a efetivação de estratégias nos contextos da qualidade e da inovação para o setor.

5.6. Perspectivas futuras – O papel da qualidade e da inovação

Terão as MPEs agroindustriais de cacau/chocolate, instaladas na última década nos territórios produtores de cacau, realmente capacidade de competição e estarão aptas ao aproveitamento dessa nova dinâmica do consumo de chocolates especiais? Que elementos determinantes devem ser ordenados e fortalecidos que contribuam na criação

de parâmetros, indicadores e estratégias para que esse novo movimento alcance resultados superiores? Sabemos que nenhuma análise é conclusiva, ninguém apresenta uma proposta de construção de um modelo acabado de arranjo produtivo ou mesmo um *cluster*, ou traça um padrão operacional finalizado. A proposta será sempre de se realizar uma leitura dos cenários socioeconômicos configurando essa nova cadeia produtiva, um sistema único agroindustrial do cacau/chocolate construído nas regiões produtoras, e apontar perspectivas para um desenvolvimento mais sustentável, podendo criar indicativos para instrumentalizar as discussões dos atores e organizações que se constituem como vetores estratégicos na efetivação desse novo paradigma que é o produto cacau/chocolate com denominação de origem.

Esse movimento de construção de um agronegócio focado no fortalecimento da verticalização da produção, através da implantação de pequenas agroindústrias e novos formatos de arranjos produtivos, aliado à indústria do entretenimento e do turismo, operando com produtos inovadores de cacau/chocolate oriundos de territórios descritos por importantes autores da literatura nacional e internacional, resulta em indicativos que mais que uma possibilidade, correspondem a uma realidade viável, principalmente para a Região Sul Baiana.

Na análise das agroindústrias já instaladas na Região Cacaueira, os fatores esclarecedores do comportamento organizacional revelaram o perfil dessas empresas, bem como seu procedimento operacional, indicando potencialidades e fragilidades. Todas as agroindústrias visitadas têm menos de 3 anos de funcionamento (as visitas foram realizadas em 2012), algumas ainda operando em caráter experimental, e todas enquadradas como optantes do Simples Nacional. Geridas por seus proprietários, detentores, em sua maioria, de formação acadêmica, inclusive os gestores das cooperativas, todos buscam conhecimento e participação no contexto da cadeia.

Nos quesitos de inovação, apoiados em parâmetros de qualidade de produção, definidos aqui pelo atendimento a padrões internacionais de produção conforme legislação vigente no País, produtos entregues em prazos anteriormente acordados, e produtos de padrão de consumo de acordo com padrões definidos pela indústria e aceitos pelo mercado, o que ficou demonstrado é que 100% dessas agroindústrias investiram recursos adequados e atenderam aos quesitos referentes à qualidade nos processos operacionais, de acordo com a legislação vigente. Estão investindo na

aquisição de máquinas e equipamentos, formalizando parcerias com fornecedores para o desenvolvimento de soluções específicas para a sua produção. Os investimentos realizados concentraram-se em aquisição de máquinas e equipamentos, construção de espaço físico apropriado para o atendimento de normas legais, capacitação de recursos humanos, desenvolvimento de produtos e processos e colocação de produtos inovadores no mercado. Todas essas agroindústrias desenvolveram produtos com diferenciais próprios, utilizando cacau fino ou de aroma produzido em suas propriedades, ofertando ao mercado chocolates de qualidade, produtos inovadores, a partir de um cacau de qualidade organoléptica superior, bastante diferente do que é ofertado por grandes *players*. Notadamente existe uma real diferença de qualidade quando comparados aos produtos dos grandes fabricantes de chocolates encontrados nas redes de varejo de todo o mundo. Os chocolates (cacau/chocolate) produzidos na Região da Cacauicultura, com teor mínimo de 40% de massa de cacau, sem conservantes, com sabores especiais, únicos, agradam aos paladares mais exigentes e conscientes, haja vista a diversidade de combinações e os teores de massa de cacau.

Entretanto, essa dinâmica só se justifica se o mercado comprador reconhecer seu valor e pagar um prêmio diferenciado sobre o preço dos mercados interno e internacional. O reconhecimento e o respeito do mercado comprador pela marca de qualidade de um tipo de cacau e ou massa de cacau, ou chocolate, seja de uma fazenda específica, seja de uma região produtora, levará algum tempo, sendo construída através da constância, da consistência do fornecimento, e do reconhecimento da origem, por um processo mercadológico articulado e sistematizado de divulgação e distribuição.

Para a efetivação da comercialização desses produtos, uma oportunidade é ofertá-los no mercado interno brasileiro, cuja demanda tem crescimento garantido. As empresas locais, num esforço conjunto, têm participado de feiras e festivais para a divulgação de seus produtos, faltando ainda uma unidade, uma procedência, como garantia de aroma, de atributos únicos, como uma certificação de origem. Uma comunicação voltada para além dos atributos alimentares, aliando o produto ao turismo e à qualidade de vida, à literatura, oportunizando todos os atributos e especificidades que a Região produtora oferece.

O reconhecimento de um produto local relacionado com a sua origem requer, por parte dos atores, uma série de acordos e normas para garantir que aquele produto

seja único, carregando consigo valores físicos, ambientais e humanos. No caso do produto do sul da Bahia⁶¹, no contexto de uma convenção, embora tenha um caráter normativo, possui um engajamento moral, ou seja, constitui-se também de regras informais que só têm sentido dentro de uma coletividade, fortalecendo a cadeia como um todo.

Neste sentido, ao construir uma argumentação em defesa do produto analisado, as complementaridades da Teoria dos Custos de Transação e da Teoria Econômica das Convenções possibilitam indicar que há transações que não são regidas por contratos, apenas consideram a reputação e as relações de confiança existentes entre os agentes da cadeia produtiva, o que culmina com o surgimento de convenções. E são as convenções que permitem o desenvolvimento de novas estruturas de governança minimizadoras de custos de transação, a partir da incorporação das instituições informais na análise.

As características do produto cacau fino (de aroma) e do produto cacau/chocolate requerem um padrão rigoroso no processo produtivo, que só será possível com o fortalecimento de seus atributos de qualidade, dada a sofisticação e delicadeza do produto final.

Das agroindústrias visitadas, cinquenta por cento delas ainda não entendem a importância do *design* para o sucesso do posicionamento de seus produtos no mercado. Com o foco na qualidade sensorial do produto, elementos considerados pela cadeia como cruciais, os investimentos mais voltados para o mercado se tornam incipientes e relegados a segundo plano, mesmo que todos pensem em, mais adiante, investir no *design*. Algumas MPEs agroindustriais contrataram profissionais para o desenvolvimento de seus produtos, enquanto as demais não se preocuparam ainda com a marca e os cuidados necessários a um produto especial. Todos, entretanto, pretendem investir em *design*. Na pesquisa divulgada pelo SEBRAE, em 2006, verificou-se que “o investimento efetuado em *design* afetou positivamente as vendas e teve pouco impacto nos custos”.

Como amplamente debatido no decorrer da análise, e respondendo aos questionamentos propostos, as potencialidades da agroindústria correspondem a mais do que um apoio para o aumento da renda do agricultor/ produtor, e constitui um vetor

⁶¹ Quando do término da análise, ainda não havia uma definição ou decisão sobre a DO ou IG que definisse os atributos de forma a melhor dialogar com o mercado, no caso da Região Sul Baiana.

estratégico de desenvolvimento para toda uma localidade. O desenvolvimento de um sistema agroindustrial, por ser agente de modernização, impacta todo o complexo rural. A agroindústria do cacau/chocolate tende a integrar a produção e a controlar todo o complexo rural do seu entorno, passando a ser o agente principal que direciona e maximiza a eficiência do uso dos insumos e investimentos relacionados com o seu produto, ao controlar sua matéria-prima, tornando-se o agente principal do aumento de produção. O fortalecimento desse sistema agroindustrial reduzirá os custos de armazenamento, de transporte e ampliará as margens de comercialização, valorizando melhor o produto que lhe serve de matéria-prima e diversificando os subprodutos e mercados.

A implantação de agroindústrias de cacau/chocolate nas regiões produtoras fortalecerá caminhos mais sustentáveis de desenvolvimento. Amparada na Sociologia Econômica, que aponta como os fenômenos econômicos que ocorrem na sociedade influenciam essa sociedade (“fenômenos economicamente condicionados”) e como o restante da sociedade os influencia (“fenômenos economicamente relevantes”), a análise conduz para o reconhecimento de que as agroindústrias poderão ser agentes fundamentais que irão direcionar e maximizar a eficiência do uso dos insumos e investimentos rurais relacionados com o produto dela, proporcionando alto impacto econômico nas regiões onde estão se instalando.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aqui apresentado não se propôs a construção de soluções desenvolvimentistas para as regiões produtoras de cacau no País, mas a instigar o debate sobre as oportunidades que a geração de inovação nessa nova cadeia cacau/chocolate com a implantação de pequenas unidades, vem trazendo, ainda que timidamente, para essas regiões. Apesar de reconhecer que se trata de um debate complexo, dado a própria característica do setor, marcado ao longo de sua trajetória pela instabilidade, a análise de suas perspectivas apontam que propostas inovadoras visando à agregação de valor aos seus produtos finais se aliam às exigências atuais do mercado.

O estudo dessa nova cadeia do mercado do cacau/chocolate aponta para o esforço dos atores, empreendedores, que acreditaram que sustentabilidade se traduziria no atendimento a padrões diferenciados de qualidade, exigidos pelas novas demandas, e atendendo a mercados pouco suscetíveis à economia de escalas.

As inovações na cadeia do cacau/chocolate, que introduz um novo ator, as micro e pequenas agroindústrias de cacau/chocolate instaladas nas regiões produtoras de cacau, que inova com produtos diferenciados de cacau/chocolate, que quebra paradigmas com a utilização heterogênea de novas formas organizacionais e comerciais, além do desenvolvimento de novas tecnologias de produção, representam alternativas concretas para a modernização e reestruturação dessas regiões.

Para o alcance de vantagens competitivas, as empresas de uma determinada região precisam construir suficiente capacidade inovadora e diferenciação para ingressar em mercados mais avançados, buscando oportunidades em novas demandas (PORTER, 1999). As estratégias para o atendimento dessas demandas partem do desenvolvimento de tecnologias de produção inovadoras e empreendedoras, com foco na qualidade e na modernização da pequena produção, aliada à noção de progresso técnico, enfatizando o potencial das novas biotecnologias. O momento que vive a cacauicultura brasileira aponta para essa direção. Ainda que não satisfatoriamente difundidas e socializadas em toda a cadeia, as inovações e novas tecnologias vão se concretizando centradas no comportamento, ainda que individualista, de empreendedores e mesmo dos atores públicos que acreditaram nesta possibilidade.

O estágio atual das pequenas agroindústrias brasileiras de cacau/chocolate é um fenômeno original e cheio de desafios teóricos, não somente se analisado num enfoque econômico, mas também sociológico e organizacional. Objetivando aliar as análises empíricas com o contexto teórico, buscamos contribuir com a construção de parâmetros que atendam não somente aos interesses acadêmicos, mas auxiliem na construção de políticas públicas e, principalmente, reforcem a reflexão dos próprios atores da cadeia, agricultores familiares, pequenos e médios produtores, empreendedores, associações, cooperativas e gestores públicos, na tentativa de acertar os rumos de seu desenvolvimento e, conseqüentemente, obter a melhoria das regiões onde estão inseridos. A questão da pouca atratividade da pequena propriedade produtora de cacau permeou o debate de nossa análise se voltando para a importância da agregação de valor e para a diversificação da renda dos cacauicultores, apontando para oportunidades na produção de cacau fino (de boa qualidade) e na implantação de agroindústrias de cacau/chocolate, no conceito “para um bom chocolate um bom cacau”, aliado às próprias características regionais, como é o caso da Região Sul da Bahia, detentora de importantes polos turísticos, de uma vasta literatura cujo cenário é o exotismo dessa cultura, bem como de ter instaladas no entorno de seus principais municípios, Ilhéus/Itabuna, duas universidades públicas, além da presença estratégica da CEPLAC.

Nesta perspectiva, nosso trabalho concentrou-se a princípio na conceituação e construção de fundamentos para o entendimento do sistema agroalimentar cacau/chocolate, introduzindo o leitor em temáticas essenciais para o entendimento do objeto da pesquisa, indo desde a formulação de conceitos de sistemas agroindustriais e agroalimentares, MPEs, as agroindústrias e o debate de certificações e padrões, até a contextualização do agronegócio cacau/chocolate com a dinâmica de seu mercado no País e no mundo. A partir daí, percorremos o universo peculiar, exótico e por vezes sofisticado que caracteriza o agronegócio cacau/chocolate, caminhando por sua história, suas crises, sua interface com a literatura e o turismo, a importância do cacau para o chocolate, relatando todo o processo operacional de uma pequena agroindústria de cacau/chocolate: “do chão da roça ao chocolate”. Por fim exploramos as trajetórias e as perspectivas dessa nova cadeia que é a das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate no Brasil.

Tomando por base a perspectiva teórica, de acordo com o quadro teórico/conceitual utilizado como suporte para esse novo paradigma das pequenas

agroindústrias de cacau/chocolate buscamos na Sociologia Econômica e nos debates de Michel Porter sobre capacidade competitiva e *cluster*, apoio para fundamentar nossas análises, abrindo um leque de oportunidades, desde que haja percepção desses diferenciais por parte dos atores envolvidos, principalmente os pequenos produtores empreendedores dessa nova cadeia do cacau/chocolate. No âmbito da nova Sociologia Econômica, a Teoria das Convenções, teoria consolidada no trabalho de Boltanski & Thevenot (1991), possibilitou o debate sobre a importância do reconhecimento mútuo e coletivo da qualidade do produto, as interações entre produtores com relação às regras de produção ou modos de fazer, no processo produtivo, e o quanto estes aspectos influenciam na garantia da qualidade dos produtos comercializados e que podem ser explicadas à luz desse enfoque. A industrialização do cacau e a verticalização da produção a partir da agricultura podem potencializar as certificações (Certificações como IG e Orgânicos, Cacau e ou chocolate da Cabruca), agregando valor e possibilitando maior renda para o produtor rural. A socialização dos procedimentos tecnológicos para o alcance dessa qualidade, a divulgação das informações para todos os produtores, a propagação da importância de se focar na qualidade são caminhos estratégicos que precisam ser construídos. A definição de qual tipo de história os produtores querem vender também se faz necessário, quando se constata as oportunidades que o mercado vem abrindo para novas experiências e emoções, ressaltando também o alto consumo brasileiro de chocolate em todas as suas formas. Quando se vende chocolate especial, *gourmet*, está se vendendo uma história, uma cultura, o exotismo da história da própria cacauicultura. O Brasil está construindo sua reputação para ser reconhecido como produtor de cacau fino, cacau com alto valor agregado, utilizando suas próprias variedades de cacau Forasteiro. Especificamente no País existem margens de progresso muito importantes e inovações para investir no manejo moderno do cacau e, conseqüentemente, em sua verticalização chegando à produção do chocolate. Os debates até aqui consolidados indicam que a construção da marca de cacau fino no Brasil é possível em consequência da associação de três elementos: o produtor, a região e a informação (tecnologia e qualidade), e que a diversidade e a inovação são uma realidade na cadeia do cacau Brasil. O cacau fino, além da qualidade da amêndoa, deve ter qualidade em todos os processos, desde sua comercialização até a utilização das ferramentas mercadológicas, mecanismos complementares essenciais para o reconhecimento da qualidade do cacau brasileiro e, portanto, do sabor do chocolate produzido a partir dele. Como indicam as análises do

trabalho, a cadeia agroindustrial do cacau/chocolate no País tem buscado alternativas de modernização e processos de inovação. Os atores, mesmo que lentamente, estão quebrando seus paradigmas, encarando novos formatos, combinando os recursos de forma diferente, desde a tecnologia da própria produção da amêndoa do cacau, buscando atingir uma maior produtividade com maior qualidade, como novos formatos de parceria e articulação na agroindustrialização. Daí a urgência de pensar e analisar esses primeiros passos para a construção desse novo cenário, contribuindo para que as oportunidades de mudança e de melhoria não sejam desperdiçadas. O setor da cacauicultura baiana, mais do que em qualquer outra região do País, num esforço de quebrar um ciclo histórico de negação às propostas associativistas, tem buscado, ainda que de forma conflituosa, estabelecer suas estratégias a partir de ações oriundas de suas associações e outros formatos institucionais, entendendo que expandir a produção para o cacau de qualidade, valorizar suas variedades e guardar sua história produtiva, bem como expandir para a produção de chocolate, que apesar de já ser uma realidade na Região, precisa ser consolidada, devem ser as metas dos produtores.

O ambiente que está sendo construído no âmago da lavoura cacauífera tem colaborado para a construção, na atualidade, de um clima favorável à formação de arranjos produtivos inovadores, não só por insistência de alguns produtores empreendedores que buscam a qualidade que leva a adquirir vantagens competitivas, mas também por um crescente diálogo do setor, mesmo que ainda lutem para quebrar paradigmas de isolamento social característico da cultura cacauífera do sul da Bahia, na tentativa de buscar alternativas sustentáveis baseadas no associativismo e na cooperação visando à construção de políticas públicas, parcerias e fortalecimento de suas instituições. Estudos baseados em Porter (2002) sobre a competitividade dos sistemas produtivos destacam, simultaneamente, a eficiência de organizações empresariais em termos de custos de implantação e de operação dos empreendimentos, o dinamismo das cadeias produtivas em que se inserem e as condições de desenvolvimento das regiões em que se localizam como ambientes favoráveis à formação dos *clusters*. O desenvolvimento de *clusters* de cacau/chocolate nas regiões produtoras do produto no País, mas em especial na Região Sul Baiana, decorrente de suas características culturais ligadas ao cacau, poderá ser bastante propício a um desenvolvimento mais efetivo, visto que a Região detém vários atributos que são necessários para a organização de um *cluster*, como empresas de produção especializada, empresas fornecedoras, empresas

prestadoras de serviços, instituições de pesquisas e instituições públicas e privadas de suporte fundamental, e não só acesso a insumos mais baratos. É necessário construir vantagens embasadas no fator qualidade, melhorando a demanda local, desenvolvendo capital humano específico e inovador, construindo produtos e marcas de cacau/chocolate, o que exigirá uma ação coordenada por empresas, institutos de colaboração, e por agentes governamentais.

Para o fechamento de nosso trabalho, completando nossas considerações, vale esclarecer que as análises apresentadas nos capítulos anteriores objetivaram instrumentalizar as discussões dos atores e das organizações que estão construindo este novo paradigma do agronegócio cacau/chocolate. Longe de pretender apresentar soluções e modelos para o setor, pretendemos apresentar a trajetória da cadeia, bem como apontar (indicar) as perspectivas possíveis na condução do aumento de sua capacidade competitiva. O setor da pequena agroindústria de cacau/chocolate emerge como exemplo paradigmático de uma nova configuração, onde diferenciação e segmentação, aliadas a sua história e seu potencial turístico, passaram a constituir os esteios fundamentais da criação de vantagens competitivas. Mais do que em qualquer outro setor agroalimentar, é na produção diferenciada e inovadora que o produto cacau/chocolate oriundo da pequena propriedade rural assumirá a importância que as regiões produtoras esperam e necessitam.

Atualmente, é difícil compreender o movimento dessa cadeia agroalimentar sem considerar as questões que envolvem sua dinâmica, caracterizada por um mercado altamente concentrado onde as grandes empresas processadoras de cacau e os atravessadores desenvolveram políticas de preços e de produto que prejudicaram sistematicamente o elo agrícola da cadeia. A produção e a produtividade do cacau brasileiro vêm apresentando decréscimo ao longo do tempo. Apesar da recuperação nos últimos anos, os níveis ainda estão muito baixos, e a receita recebida pelo produtor vem sendo reduzida ao longo do tempo, se caracterizando por uma repartição desigual. Ser somente uma *commodity* agrícola ou verticalizar a produção, ou ainda “*descomoditizar*” a produção de cacau de áreas de preservação ou não são questões que vêm permeando os debates entre os produtores brasileiros. Os fatores adversos, como pragas e clima, são algumas das características inerentes à produção agrícola que aumentam sensivelmente o risco desta atividade e que, juntamente com o caráter de produto *commodity*, ocasionam uma alta oscilação na oferta e, conseqüentemente, na

variação no preço do produto. A certificação de determinados atributos surge como uma ferramenta auxiliar para a produção rural, contribuindo na diminuição de riscos e na agregação de valor e de padrões diferenciais ao produto, propiciando a sua *descomoditização*. Para essas reformas, supressões de acordos e benefícios a grandes *players* da cadeia, as ações necessárias certamente ocasionarão conflitos de interesses, que só lentamente e nem sempre, serão contornados. Os grandes atores, as moageiras e processadoras, a grande indústria do chocolate, ao longo da trajetória desse mercado, não se destacam no cenário mundial como parceiros efetivos, nem como apoiadores estratégicos na construção de tecnologias que realmente possibilitem aos produtores, ganhos mais igualitários.

Mesmo diante desse cenário, não podemos esquecer que, ao longo de sua história, a cadeia do agronegócio cacau/chocolate, no Brasil, tem demonstrado sua importância econômica e social ao transformar as regiões produtoras, construindo uma cultura própria como tem sido descrita por grandes nomes da literatura nacional e internacional. Os diferenciais competitivos que estão sendo impostos, desde a construção de parâmetros próprios de qualidade, IG, produtos orgânicos, produção no sistema Cabruca, bem como a utilização dos potenciais de agregação de valor ligados à literatura e especificidades de sua localização, constituem as expressões mais eloquentes da consolidação de uma economia de qualidade no setor agroindustrial cacau/chocolate, ou seja, de uma nova configuração institucional que tem desafiado as Ciências Sociais a produzir novas ferramentas analíticas para compreender o funcionamento desses mercados e o comportamento dos atores econômicos. Como pode ser visto por suas próprias características endógenas e, mais recentemente, por suas relações ambientais e institucionais, esse setor vem buscando, ainda que timidamente aproveitar as oportunidades de mudança que vêm ocorrendo no mercado consumidor. A busca por informação, a construção e o fortalecimento de associações e redes são elementos que aos poucos, vão sendo construídos e se formam com vistas à sobrevivência em um mundo cada vez mais competitivo e seletivo.

Como destacado nas nossas análises, as regiões produtoras de cacau no Brasil não construíram, ao longo de sua trajetória, um ambiente de pequenas e médias agroindústrias de chocolate, verificando-se que as regiões onde a industrialização do chocolate artesanal se fez como importante atividade econômica, estão localizadas em regiões não produtoras. O processo de industrialização incorporado por essas pequenas

indústrias concentra-se na aquisição dos principais insumos, massa e manteiga de cacau, das grandes moageiras (processadoras), que se localizam nos estados produtores. Diversamente do previsível, constatou-se que uma dinâmica e bem estruturada aglomeração de pequenas indústrias de chocolate tornou-se realidade no sul do País, região bastante distante das principais regiões produtoras. Mesmo passando por grandes crises, as regiões produtoras não foram incentivadas e instrumentalizadas na construção de arranjos produtivos locais que propiciassem o desenvolvimento da verticalização de sua produção, com vistas à geração e agregação de valor para os pequenos agricultores. Nos capítulos anteriores a questão foi colocada: como explicar ou mesmo justificar o não surgimento de um grupo ou mesmo de um *cluster* de pequenas agroindústrias de cacau/chocolate na principal região cacauceira do país, principalmente por se tratar de importante polo turístico do Estado, com potencialidades amplas para o consumo de produtos com identidade local, exclusivos e de qualidade. O mesmo fenômeno, isto é, o não aproveitamento das oportunidades, também ocorreu nas demais regiões produtoras do País. Somente a partir de meados da última década, este cenário começou a ser redesenhado. O surgimento das pequenas agroindústrias de cacau/chocolate no sul da Bahia representa uma autêntica quebra de paradigmas, caracterizando-se como uma oportunidade estratégica para um desenvolvimento mais sustentável. Agroindústrias de cacau/chocolate de pequena escala industrial, gerando agregação de valor à propriedade rural, produzindo o chocolate a partir do seu próprio cacau, da sua própria amêndoa - integrando toda a cadeia produtiva em suas plantas, representam o caráter inovador do momento, constituindo-se como um verdadeiro renascimento dessas áreas rurais. A valorização de ecossistemas menos artificializados pelo mercado fortalece esse novo paradigma.

Neste contexto, torna-se imprescindível que essas pequenas agroindústrias estejam aptas para buscar suas oportunidades, construindo vantagens competitivas, aproveitando-se das especificidades do mundo rural, construindo suas próprias capacidades de inovar e competir, possibilitando a promoção de desenvolvimento local através da reestruturação produtiva e inserção dos pequenos produtores rurais em mercados nacionais e internacionais. Suas especificidades e os diferenciais próprios de suas localidades e culturas agrícolas constituem-se em atributos que o mercado hoje busca e valoriza. O fortalecimento do empreendedorismo de pequeno porte, principalmente de pequenos produtores, pode e deve ser considerado como um dos

fatores mais eficientes na redução das dificuldades encontradas por estes produtores rurais de se colocarem aptos e em condições de disputa de mercado. Na trajetória desse novo construto, a figura de produtores empreendedores sempre esteve em destaque, com crenças nas mudanças e nas oportunidades. As mudanças e inovações que vêm ocorrendo no âmbito da produção cacau/chocolate nas regiões produtoras também apontam para as inovações nos formatos de parcerias e negócios, na heterogeneidade das formas organizacionais dentro do mesmo espaço econômico, construindo alternativas para as economias de escala, bem como para a busca de novos mercados baseados na construção de novos valores, redes e instituições.

A agroindústria em pequena escala é considerada um segmento da economia brasileira com muito potencial, por proporcionar a fixação do homem no campo, agregando valor ao produto agrícola, além de utilizar tecnologia e equipamentos que independem do setor externo. Para o aumento de sua competitividade, como apontado nos capítulos anteriores, o estudo de *cluster* poderá representar um modelo a ser perseguido, tendo em vista as diversas vantagens comparativas que principalmente a Região Sul Baiana detém. A implantação de um *cluster* do cacau/chocolate nessa Região, aliado a indústria cultural e do entretenimento, pode vir a ser um elemento importante de desenvolvimento. Um dos efeitos dessa construção é o reconhecimento do mercado para a localidade e a competição vigorosa entre as empresas locais, propiciando que as pequenas agroindústrias de cacau/chocolate orientem suas ações para a gestão de qualidade e diferenciação, produzindo o chocolate a partir da própria amêndoa de cacau. Esse tipo de industrialização proporciona aos territórios onde estão inseridas importantes vantagens: descentraliza, a nível regional, a produção de matéria-prima, visto que aproxima as agroindústrias do local dos insumos, reduz custo de transporte, favorece a geração de postos de trabalho e aumento da renda em escala regional, e cria a possibilidade de aumento de arrecadação de impostos, especialmente nos pequenos municípios, além de utilizar dejetos e resíduos como fertilizantes, reduzindo o poder poluente, o que estimularia um desenvolvimento regional mais equilibrado, aproveitamento e qualificação de mão de obra, e aumento da qualidade de vida da Região. Entende-se que, em função das características intrínsecas ao seu modelo, o estímulo ao desenvolvimento de um *cluster*, nessas regiões, possibilitaria ao sistema agroindustrial uma capacitação mais ágil tornando-se competitivo internacionalmente. Se combinado com uma política macroeconômica de cunho

estimulador, o resultado poderia ser indicativo do estímulo a um maior crescimento e desenvolvimento da economia regional.

O ambiente que está sendo construído no âmago da lavoura cacauífera tem colaborado para a construção, na atualidade, de um clima favorável à formação de arranjos produtivos inovadores, não só por insistência de alguns produtores empreendedores que buscam a qualidade que leve a adquirir vantagens competitivas, mas também por um crescente diálogo do setor, mesmo que ainda lutem para quebrar paradigmas de isolamento social característico da cultura cacauífera do sul da Bahia, na tentativa de buscar alternativas sustentáveis baseadas no associativismo e na cooperação, visando à construção de políticas públicas, parcerias e fortalecimento de suas instituições. Também o desenvolvimento de um *cluster* de cacau/chocolate nas regiões produtoras do país, mas em especial na Região Sul Baiana, decorrente de suas características culturais ligadas ao cacau, poderá ser bastante propício a um desenvolvimento mais efetivo.

REFERÊNCIAS

ABICAB, Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados. 2013. (www.abicab.org.br)

AIPC, Associação das Indústrias Processadoras de Cacau. Doce Revista - Agosto 2005.

APCFE, Associação dos Produtores de Cacau Fino e Especiais.2008. (www.apcfe.com).

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**, São Paulo, Anpocs/Edunicamp/Hucitec, Estudos Rurais, 12. 1992. 275p.

_____. Especialização e diversificação nas economias rurais do Nordeste brasileiro. Relatório ao NEAD/MDA, 2002. Disponível em: www.econ.fea.usp.br/abramovay/ Acessado: 30 de agosto de 2008.

_____. Finanças de proximidade e desenvolvimento territorial. In: O futuro das regiões rurais. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2003.

ANDRIATIANA, Mamy e NGOYI, Jean T . **CACAU**. Revista ESPORO, No. 108, 2012. Capturado em 12/2012. <http://spore.cta.int/pt/component/content/article/18-spore/dossier/18/4075-alias-4-2291>.

APCFE, Associação do Produtores de Cacau. 2008

BALESTRIN, Alsones, ARBAGE, Alessandro Porporatti. **A Perspectiva dos Custos de Transação na Formação de Redes de Cooperação**. RAE-eletrônica, v. 6, n. 1, Art. 7, jan./jun. 2007. <http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=3995&Secao=FÓRUM&Volume=6&numero=1&Ano=2007>.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. *The sociology of critical capacity*. European journal of social theory, v.2, n.3, p.359-377, 1999.

BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. *De la justification*, Paris: Gallimard, 1991.

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CEPLAC, Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira. Radar Técnico. Disponível em: <http://www.ceplac.gov.br/index.asp>. Acesso em 10/06/2013.
- _____. JORNAL DA CEPLAC. Nos. 06 e 12. 2013.
- CHAYANOV, A. V. **Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas**. In: SILVA, J. G., STOLCKE, V. A questão agrária. São Paulo, Brasiliense, 1981.
- CNI, Confederação Nacional da Indústria. **Indicadores de competitividade na indústria brasileira : micro e pequenas empresas / CNI; SEBRAE**. —Brasília : CNI, 2006.134p.:il.ISBN85-88566-57-5. Disponível em:<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-e-pesquisas>.
- COASE, R. H. *The nature of the firm*. *Economica*, 4(16), 386-405. 1937.
- DAGNINO, Renato. **Neutralidade da ciência e determinismo tecnológico**. Campinas-SP: Editora Unicamp, 2008.
- DELGADO, Nelson e LEITE, Sérgio. **Gestão social e novas institucionalidades no âmbito da política de desenvolvimento territorial**. Série Desenvolvimento Rural Sustentável - Políticas Públicas, Atores Sociais e Desenvolvimento Territorial no Brasil. V 14. Coordenação: Sérgio Leite e Nelson Delgado. Brasília – Agosto/2011.
- FAO. Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura. 2011. <https://www.fao.org.br/>
- FARINA, E. M. M. Q., et al. **Competitividade: mercado, estado e organização**. São Paulo: Editora Singular. 1997.
- FAVA NEVES, Marcos e CONEJEROS, Marco Antonio. **Sistema agroindustrial da cana: cenários e agenda estratégica**. 2011. Disponível em www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-80502007000400007&scr.
- FERREIRA, G. M. V., et al., **A economia dos custos de transação sob uma ótica crítica: perspectivas de aplicação no agronegócio**, Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 43, **Anais**. Ribeirão Preto: SOBER, SP, 2005.

FINEP. **Glossário**. Ministério de Ciência e Tecnologia / FINEP/ GLOSSARIOS
http://www.finep.gov.br/o_que_e_a_finep/conceitos_ct.asp#inovacao (2008).

FOOD AGRICULTURE ORGANIZATIONS. **State of world aquaculture 2006**. Rome, 2007. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/009/a0874e/a0874e00.htm>>
Aceso em 24 fev., 2008

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOODMAN, David; SORJ, Bernardo e WILKINSON, John. **Da lavoura às biotecnologias: agricultura e indústria no sistema internacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1990/2008. Capítulos 1 e 2.

GRANOVETTER, M. The strength of weak ties, **American Journal of Sociology**, v. 78, n. 6, p. 1360 -1380, 1973.

_____ **Economic institutions as social constructions: a framework for analysis**. *Acta sociologica*, v 35, p. 3-11, 1992.

_____ **Economic action and social structure: the problem of embeddedness**. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481, Nov. 1985.

_____ FÓRUM - SOCIOLOGIA ECONÔMICA, AÇÃO ECONÔMICA E ESTRUTURA SOCIAL: O problema da imersão- RAE-eletrônica, v. 6, n. 1, Art. 9, jan./jun. 2007, Artigo originalmente publicado por Mark Granovetter sob o título “*Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness*”, no *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985. ©1985 The University Chicago Press. Publicado com autorização do autor e da The University Chicago Press.
<http://www.rae.com.br/electronica/index>. 2007.

GRASSI, R.A. **Cooperação interfirmas, “Reféns” e “Sombra do Futuro”**: em busca de uma integração teórica a partir de Williamson. *Revista de Economia Aplicada*, volume 8, número 1, 2004.

GRAZIANO DA SILVA, José. **O novo rural brasileiro**. In: *Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural*. Aracaju: Sober, 1996, v. 2, p. 71-90.

O novo rural brasileiro. 2. ed. rev. Campinas, SP: UNICAMP. IE, 1999. (Coleção Pesquisas, 1).

GRAZIANO DA SILVA, José F. et al. **O rural paulista: muito além do agrícola e do agrário**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 60-72, abr./jun. 1996.

GUEDES, S.N. R., **Observações sobre a economia institucional: há possibilidade de convergência entre o velho e o novo institucionalismo?** Disponível em: <www.race.nuca.ie.ufrj.br>, Acesso em: 05 set. 2004.

GUILHOTO, Joaquim J. M, et al. **PIB da agricultura familiar : Brasil-Estados**. Brasília: MDA, 2006. 172 p. ; 16 cm. -- (NEAD Estudos ; 19).

ICCO. International Cocoa Organization. 2012. <http://www.icco.org/>

LAUSCHNER, Roque. Agroindústria e pequeno produtor. São Leopoldo: UNISINOS, 1993.

LIMA, Dalmo M. de Albuquerque e WILKINSON, John (org.) **Inovação nas tradições da agricultura familiar** – Brasília: CNPq/Paralelo 15 , 2002.

LOBÃO, Dan Érico, et all. Wallace Coelho SETENTA, Fernando Nascimento RIOS e Érico de Sá LOBÃO. **Saf cacau-cabruca do sul da Bahia: abordagem sócio-ambiental8-018**. 2012.

KAUSKY, Karl. **A questão agrária**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

MCKINSEY & COMPANY. **Desenvolvimento dos programas de ação para o "Cluster" de Biotecnologia em Belo Horizonte: Projeto Cresce Minas**. Belo Horizonte, FIEMG/CIEMG/SESI/SENAI/IEL 1999. 163p.

MAFRA, Luiz Antonio Staub. **Indicação geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no cerrado mineiro**. Tese (doutorado em Ciências) Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Curso de Pós Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2008. 123p.

MANUAL DE OSLO. OECD. OSLO MANUAL. Paris, OCDE/Eurostat, 1997.

MARCONE, Marina de Andrade & LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 2^a ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Metodologia do trabalho científico**. 5. ed., São Paulo: Atlas, 2001.

MARQUES, Eduardo. Os mecanismos relacionais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v.22, n.64, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092007000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 July 2008.

MARTINS, Gilberto de Andrade, THEOFILO, Carlos Renato. **Metodologia de investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MENDES, Fernando Antônio Teixeira. **O Mercado mundial do cacau: o que esperar para 2013**. CEPLAC, 2013. Capturado em 03/2013. <http://www.ceplacpa.gov.br/site/?p=4358>

_____. 2012. Ano Agrícola Internacional - AAI, 2011/12. Folha técnica/CEPLAC. Capturado em 03/2013. <http://www.ceplacpa.gov.br/site/wpcontent/uploads/2011/12/folha%20tecnica%205.pdf>.

MILANI, Carlos. **Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: Lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)**. Organizações e Sociedade, Salvador, v. 11, n. edição especial, 2004.

MERCADO DO CACAU. Jornal Eletrônico. www.mercadodocacau.com.br. 2012.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA – MCT. **Glossário De Termos Aplicados Nas Áreas De Planejamento, Orçamento, Administração E Finanças Públicas**. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/48196.html>

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO – MDA

MORORÓ, 2007

MURRAY, Sarah. *Financial Times* para o Valor Economico, caderno Agronegócios – B11, 25, 26, e 27 de janeiro de 2013.

OETTERER, Marília. **Tecnologias de obtenção do cacau e do chocolate**. Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz", Departamento de Agroindústria, Alimentos e Nutrição/USP. SP: 2002. Capturado em 10/2011.

<http://social.stoa.usp.br/oliveiraramon/chocolate-e-cafe/chocolate/tec-de-obtencao-do-cacau-e-do-chocolate-prof-marilia-oetterer.pdf> .

OLSON, Mancur. **A lógica da ação coletiva**. São Paulo: EDUSP, 1999.

PERROUX, François. **Pour une philosophie du nouveau développement**. Paris, UNESCO, Editions Aubier-Montaigne, 1981. p 96 a 97.

PLOEG, Jan Douwe van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: Editora UFRGS, Coleção Estudos Rurais, 2008.

PLOEG, J. D. van der et al. *On regimes, novelties, niches and co-production*. In: PLOEG, J. D. e WISKERKE, J. S. C. (Eds.) *Seeds of transition: essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*. Royal Van Gorcum, 356p., 2004.

PORTER, Michael E. **Competição = On Competition: Estratégias competitivas essenciais**. 2 ed., Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____ **Estratégia competitiva - Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Ed Campus, 13ª. Ed., 1999.

PRADO JÚNIOR, Caio. **Formação do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 2007. 10ª reimpr. da 23ª. Ed. de 1994.

REVISTA SPORO. **Cacau**. Dossie redigido com a colaboração de Mamy Andriatiana, jornalista, gerente da agência de comunicação rural Mediascope (Madagáscar) e Jean Thibaut Ngoyi, repórter do jornal Tam-Tam d’Afrique (Congo). No. 110/2012.

SALES, Fernando. **Memória de Ilhéus**. São Paulo: GRD , 1981.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Tradução Maria Sílvia Possas. São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda, 1997.

SILVA, Alecsandri Marcos, CARTIBANI, Moema. **Paridade de preços do cacau na Região Sul da Bahia, período 1975-2000**. Artigo apresentado no XXXVIV Congresso Brasileiro da SOBER. Recife (PE), 2001. Disponível em: www.uesc.br/dcec/moema1.doc

SMITH, Adam. **A riqueza das nações – Investigações sobre sua natureza e suas causas**. v. I. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SPINK, Mary Jane, P.; MENEGON, Vera Mincoff. **A pesquisa como prática discursiva: superando os horrores metodológicos.** In Spink, Mary Jane (org.) Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas. São Paulo: Cortez, 2004, p. 63 – 92.

SWISSINFO, Geraldo Hoffmann, 2008. IBRAF: Instituto Brasileiro de Frutas. Disponível em: <http://www.ibraf.org.br/news>

TESTA, Vilson; NADAL, Raul de; MIOR, Luiz Carlos; BALDISSERA, Ivan Tadeu; CORTINA, Nelson. **O desenvolvimento sustentável do oeste catarinense. (Proposta para discussão).** Florianópolis, EPAGRI, 1996.

TOLEDO, J.C., **Gestão da qualidade na agroindústria,** In: BATALHA, M.O. (org), Gestão agroindustrial, São Carlos: Ed. Atlas, v.1, 1997, pp.437-487.

TOLEDO, J. C.; BATALHA, M. O; AMARAL, D. C. **Qualidade na indústria agroalimentar: situação atual e perspectivas.** Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 2, 2000.

VALE, Gláucia Vasconcelos; WILKINSON, John, AMÂNCIO Robson. **Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem.** RAE eletrônica Online ISSN 1676-5648. RAE electro. v.7 no. I São Paulo Jan/June 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482008000100008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 31 July 2008. doi: 10.1590/S1676-56482008000100008

VEIGA, J. E. da. **Destinos da ruralidade no processo de globalização.** Estudos Avançados, São Paulo, v.18, n.51, maio-agosto 2004.

_____. **Meio ambiente e desenvolvimento.** São Paulo: Editora Senac, 2006.

_____. **Nascimento de outra ruralidade.** Estudos Avançados, São Paulo, n. 57, p. 333-353, 2006. Capturado em novembro de 2012. <http://periodicos.usp.br/eav/article/viewFile/10164/11750>.

VALOR ECONOMICO. Caderno Empresas, 2013

WANDERLEY, M. de N. B. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo.** Rio de Janeiro: Estudos Sociedade e Agricultura, CPDA/UFRRJ, n.15, p.87-146, outubro 2000.

WILKINSON, J. ; REZENDE, C. F.; REZENDE, D. C. : **Coordenação da qualidade em cadeias produtivas de alimentos. O caso dos queijos finos no Brasil.** Econômica (Niterói), Rio de Janeiro, v. vol 7, no 2, p. 233-255, 2005

WILKINSON, John. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

_____. **Sociologia econômica, teoria das convenções e o funcionamento dos mercados.** Ensaios FEE, Porto Alegre, v. 23, n.2, 2002.

_____. **A contribuição da Teoria Francesa das Convenções para os estudos agroalimentares: algumas considerações iniciais.** Ensaios FEE, Porto Alegre, v 20, n 2, 1999.

_____. **A new paradigm for economic analysis?** Economy and Society, v.26, n.3, p.305-339, 1997

_____. **Sociologia Econômica e agroindústria.** Estudos, Sociedade e Agricultura, n.6, p.81-90, 1996.

_____. **Sociologia Econômica e agroindústria.** Estudos, Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, 6 de julho 1996: 81-90. Disponível em: bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudos/seis/john6.htm.

WILLIAMSON, O. *The economics institutions of capitalism.* New York: Free Press, 1985.

_____. **Por que Direito, Economia e Organizações ?** Tradução Zylbersztajn. Direito e Economia. Organização Decio Zylbersztajn e Rachel Sztajn. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ZYLBERSZTAJN, Décio. **Conceitos gerais, evolução e apresentação do sistema agroindustrial.** In.: ZYLBERSZTAJN, Décio e NEVES, Marcos F. (orgs.). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares.** São Paulo: Pioneira, 2000.

_____. **Direito e Economia / Décio Zylbersztajn e Rachel Sztajn.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ZUGAIB, Antonio César Costa, MARTINS DOS SANTOS, Almir; MIDDLEJ, Rosalina Ramos, PEREIRA SANTOS FILHO, Lindolfo. **Análise do mercado processador de cacau no Brasil vista sob o modelo Estrutura-Condução-Desempenho.** CEPLAC:

Centro de Pesquisas do Cacau – CEPEC, Seção de Sócio-Economia – SESOE,
2008.Capturado em 03/2013. www.ceplac.gov.br/radar/ .