



Septiembre 2019 - ISSN: 1988-783

## AGROINDUSTRIA DO CHOCOLATE DO SUL DA BAHIA: CARACTERIZAÇÃO DA PERFIL SOCIOECONÔMICO DO EMPREENDEDOR E DA EMPRESA

Cheila Tatiana de Almeida Santos<sup>1</sup>  
Aniram Lins Cavalcante<sup>2</sup>  
Naisy Silva Soares<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cheila Tatiana de Almeida Santos, Aniram Lins Cavalcante y Naisy Silva Soares (2019): "Agroindustria do chocolate do Sul da Bahia: caracterização do perfil socioeconômico do empreendedor e da empresa", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (septiembre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/09/agroindustria-chocolate.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/cccss1909agroindustria-chocolate>

### Resumo

O Sul da Bahia acompanha um cenário de mudanças no ambiente empresarial, incluindo as transformações nas questões sociais e econômicas advindas da crise de produção agrícola do cacau, que ressignificaram o processo produtivo da economia regional, considerando o produto principal cacau e o perfil de seus empresários. Esta pesquisa objetivou caracterizar o perfil socioeconômico dos empreendedores e da agroindústria do chocolate da região Sul da Bahia. A partir da análise dos dados, apurou-se que não existem grandes diferenças entre o sexo dos empreendedores pesquisados. Uma relevante parcela dos participantes possui ensino superior completo, enquanto uma parte está com a graduação incompleta. Referente às empresas, sua grande maioria está no mercado a menos de cinco anos, com menos de quatro funcionários e produção mensal que não ultrapassa 200 kg de chocolate por mês. A matéria-prima para a produção é composta pelos próprios empreendedores ou por fornecedores locais, sendo o destino da produção, em sua maioria, local.

**Palavras-chave:** Agroindústria do chocolate. Perfil socioeconômico. Empreendedores do Sul da Bahia.

### Abstract

*Southern Bahia is following a scenario of changes in the business environment, including changes in social and economic issues arising from the cocoa crop crisis, which re-signified the productive process of the regional economy, considering the main cocoa product and the profile of its entrepreneurs. This research aimed to characterize the socioeconomic profile of the entrepreneurs and the chocolate agroindustry of the southern region of Bahia. From the analysis of the data, it was verified that there are not big differences between the sex of the entrepreneurs surveyed. A significant*

<sup>1</sup> Mestranda em Economia Regional e Políticas Públicas pela Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus-BA, Brasil. E-mail: cheilaalmeida.santos@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus-BA, Brasil. E-mail: anyranlyns@yahoo.com.br

<sup>3</sup> É doutora em Ciência Florestal pela Universidade Federal de Viçosa. Possui graduação em Ciências Econômicas e mestrado em Ciência Florestal pela Universidade Federal de Viçosa.

*proportion of the participants have completed tertiary education, while some of them have incomplete degrees. Regarding the companies, the great majority is in the market less than five years, with less than four employees and monthly production that does not exceed 200 kg of chocolate per month. The raw material for the production is composed by the own entrepreneurs or by local suppliers, being the destination of the production, in the majority, local.*

**Keywords:** *Chocolate agribusiness. Socioeconomic profile. Entrepreneurs from the South of Bahia.*

## 1. Introdução

Considera-se que a agroindústria se reveste de importância para a dinâmica econômica de determinada região, com relevante destaque no cenário mundial. Suas características acompanham diversas vantagens e, dentre elas: a descentralização da matéria-prima, em nível regional por aproximar as agroindústrias dos locais de insumos; pode reduzir custos de transporte; constitui um terreno favorável à geração de emprego; aumentar a arrecadação de impostos, sobretudo, em pequenas cidades; além de estimular um desenvolvimento regional e ambiental mais equilibrados, ao utilizar resíduos e dejetos como fertilizantes (FONTES, 2013; GONZALES et al., 2013).

O processo produtivo foi impactado por imperativos como: globalização, mercados internacionais, modelos de democracia diferenciado, investimentos em pesquisa e inovações, perfis visionários de empreendedores, além da transformação da forma agrícola. A atividade de agricultura altera-se para modelo gerencial de agroindústria. Assim, o mercado exige não somente produto *in natura* para suprir a indústria, mas um produto final com qualidade e valor agregado, com a transformação da matéria-prima em produto acabado, o que valoriza a atividade agrícola, como também direciona para o mercado da agroindústria (FONTES, 2013).

Ao direcionar o olhar para o agronegócio do cacau/chocolate no Sul da Bahia, o quadro apresentado aduz a indagações que não se restringem à magnitude da crise, podendo, dessa maneira, ampliar discussões em torno do papel desempenhado pelo empreendedorismo. Sendo assim, homens e mulheres, munidos de uma capacidade criadora de oportunidades que, de maneira inovadora, dedicam-se à criação de novos produtos/serviços, são convocados a transformar a realidade local, através de seus empreendimentos.

Diante desse apanhado, nesta pesquisa, pretendeu-se caracterizar o perfil socioeconômico dos empreendedores e da agroindústria do chocolate da região Sul da Bahia. Nessa perspectiva, este estudo torna-se relevante por colocar em evidência as características dos produtores e das empresas com foco no chocolate com padrão de qualidade superior, permitindo maior apreensão da dinâmica do empreendedorismo nessa localidade.

## 2. Referencial teórico

### 2.1. Principais marcos da cultura do cacau no Sul da Bahia

O cacau (*Theobroma cacao L.*) é produzido no Brasil nos estados do Pará, Amazonas, Rondônia (região Norte), Mato Grosso (região Centro-Oeste), Espírito Santo (região Sudeste) e Bahia (região Nordeste). Este último foi, durante muito tempo (entre as décadas de 1910 e 1980), responsável por cerca de 70% da produção de cacau nacional, além de representar, aproximadamente, 88% da área cultivada no País, com cerca de 595 mil hectares (PIASENTIN; SAITO, 2012).

Conforme Costa (2012), os áureos tempos da produção cacauífera nessa região geográfica se consolidou desde o século XX até o final da década de 1980. Nesse recorte temporal, o cacau se converteu em lavoura organizada, tornando propenso o crescimento econômico, os tipos sociais, assim como a divisão e assalariamento do trabalho, sobretudo, entre os anos de 1910 e 1930, momento em que o Brasil liderava a produção de cacau, em nível mundial. Os altos índices de lucratividade, em seu apogeu, destacam o cacau como o sustentáculo de monocultura no Sul da Bahia, representando uma fatia relevante das receitas do estado baiano.

A produção do cacau movimentou, durante muitos anos, um contingente relevante de trabalhadores, principalmente os rurais, ainda que lidando com oscilações. Até a década de 1960, o preço das amêndoas foi capaz de dinamizar a cacauicultura, bem como promover uma mobilidade social para a região Sul baiana, revelando uma relação positiva entre a produção do cacau e a oferta de trabalho (FÁLCON, 1995).

O efeito catalisador do cacau para o equilíbrio econômico do eixo Ilhéus-Itabuna implicou em um processo de migração para o seio rural, em função de sua capacidade de integrar mão de obra,

seja direta ou indiretamente. Com uma importante massa populacional no entorno das fazendas, cerca de 90% de sua força de trabalho se descortinava em três modalidades, tais quais: assalariado, operário permanente e temporário. Dadas as oscilações do mercado e da sazonalidade da produção, o pequeno produtor que se valia da modalidade de assalariamento percebia que a forma temporária era a que melhor se adequava ao porte do negócio (ROCHA, 2006).

Apesar do alvorecer de seu cultivo, a economia cacaueteira no Sul da Bahia não aconteceu sem sobressaltos. A cultura desse fruto, segundo Vieira (1993), atravessou crises cíclicas ao longo de sua historiografia, sendo que os anos 40 testemunharam uma desestruturação, levando muitos negócios à falência e à insolvência dos cacauicultores junto às exportadoras, agiotas e bancos.

Um marco importante dá-se em 77/78, período em que os preços do cacau atingem níveis jamais alcançados no mercado internacional, causando uma euforia nos produtores (SILVA; CARTIBANI, 2001). Paralelo a isso, o governo aprova o PROCACAU-Diretrizes para expansão da cacauicultura (PIASANTIN; SAITO, 2014). Aliado a estes dois fatos, a hegemonia do Brasil começara a defrontar com países da África, enquanto produtores e exportadores do fruto, o que resultou em grande oferta do produto. Esse conjunto de fatores teve como consequência a queda de preço no mercado internacional, com forte impacto na economia da região cacaueteira (LIMA, 2007).

Em relação à economia firmada no País, em meados da década de 80, outra medida que teve bastante impacto para os produtores de cacau foi a lei da moratória, promulgada no governo José Sarney, em 1986 (VIRGENS et al., 1993). Tal lei criou dificuldades para a exportação, especialmente em função da suspensão do Adiantamento Sobre Contrato de Câmbio (ACC). Essa situação teve como consequência a extinção dos contratos de mercado futuro, podendo-se citar a Entrega a Termo Vendido (ETV), a Entrega Futura (EF) e outros mecanismos de venda utilizados pelos cacauicultores, quando comercializavam o cacau com o fruto ainda em flor (VIRGENS et al., 1993).

Esse cenário de insegurança gerou instabilidade das relações econômicas, fazendo com que muitos exportadores de cacau fossem à falência, bem como a perda de liquidez dos produtores. Com efeito, a manutenção das plantações no período entressafra tornava-se cada vez mais difícil, e o negócio cacaueteiro, sempre visto como um ativo de grande liquidez, passa a lidar com importantes restrições de crédito. Agravando a situação, os índices elevados da inflação, os custos da mão-de-obra bastantes onerosos, e os encargos financeiros do crédito rural, ampliaram o nível de endividamento dos produtores de cacau (COMISSÃO EXECUTIVA DO PLANO DA LAVOURA CACAUEIRA – CEPLAC, 2009).

Ao revisar aspectos de dispersão e econômicos do cacaueteiro, Benjamin (2012) argumenta que a primeira grande crise dessa planta, no Brasil, aconteceu em 1989, causada pela praga vassoura-de-bruxa (causada pelo fungo *Crinipellis perniciososa*). Seu primeiro foco foi na cidade de Uruçuca e o segundo foco em Camacã, quando o produtor baiano já estava enfrentando várias situações adversas. A produção que na época era estimada em 400.000 mil toneladas, sendo que este total representava cerca de 84,5% da produção nacional e 15% da produção mundial.

Nos anos seguintes, o fungo se espalhou rapidamente pelas cidades do Estado, configurando-se como um ano de drástica queda na produção. Levando-se em consideração que produção *versus* preço responde à renda, derivado disso, têm-se dois fatores agravantes: queda no preço e queda na produção, sendo que estes dois fatores, concomitantemente, conduziram a região a um processo de empobrecimento. No período citado, muitas propriedades deixaram de produzir totalmente o fruto, fazendo com que os negociantes de cacau transitassem por uma situação dramática (LIMA, 2007).

A partir da segunda metade da década de 90, o convívio com a vassoura-de-bruxa fez com que os produtores percebessem a clonagem como uma alternativa para minimizar os efeitos do fungo e, conseqüentemente, movimentar a economia. Em relação ao plantio e colheita, o resultado foi positivo, pois, a região saiu de uma média de 90.000 toneladas de produção para quase 180.000 toneladas (ROCHA, 2006).

Se, de um lado, a clonagem fez com que os produtores se animassem, do outro, a região Sul da Bahia começa a se deparar com os impactos climáticos na produção, causados pelas secas cíclicas, ocorridas desde 2002, sendo a maior delas entre os anos de 2015 e 2016. Como consequência, mais de dez mil hectares plantados são destruídos pela escassez hídrica, estimados em 13,9% das plantas distribuídas pela Região Cacaueteira da Bahia. Intercorrências como essas fizeram com que a produção caísse novamente, com consequências para a economia regional, reduzindo a renda do agronegócio e diminuindo o quantitativo de empregos diretos no meio rural dessas localidades (CEPLAC, 2017).

## 2. O agronegócio do chocolate

Tratando-se de Brasil, o cenário nacional coloca em evidência que o País apresenta diversos produtos agropecuários, como soja, milho, trigo e pecuária com relevante valor estratégico para a economia. Seus contributos fazem com que a produção agrícola seja apreendida como uma das mais importantes engrenagens econômicas nacionais, em termos quantitativos e qualitativos. Além disso, mesmo em análises superficiais, percebe-se que o agronegócio representa um setor dinâmico da economia que influencia positivamente outros setores (MENDES et al., 2012). É sob essa perspectiva que se insere a agroindústria do cacau focada na produção do chocolate. Este o mercado do cacau encontra-se em pleno desenvolvimento, implicado pelo aumento da demanda de chocolate, sendo o Brasil o quinto maior consumidor do mundo (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CHOCOLATES, CACAU, AMENDOIM, BALAS E DERIVADOS [ABICAB], 2016).

Apesar disso, as projeções que se têm mostram que a produção de cacau, em nível nacional, deve perder área plantada, dentre os 29 produtos do agronegócio estudados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, 2018. Com o objetivo de indicar direções do desenvolvimento e fornecer subsídios aos formuladores de políticas públicas quanto às tendências dos principais produtos do agronegócio, apurou-se que o produto cacau, embora perca área de plantio até o ano de 2028, regiões apreendidas como de grande potencial produtivo tenderão a aumentar, como os estados: Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia.

Tabela 1 - Projeções de Cacau Regiões Seleccionadas 2017/2018 a 2027/2028

Grãos – Regiões	Produção (mil t)			Área plantada (mil há)		
	2018	2028	Var. %	2018	2028	Var. %
<b>Cacau</b>	<b>232</b>	<b>191</b>	<b>-17,8</b>	<b>597</b>	<b>665</b>	<b>11,4</b>
<b>Grãos regiões seleccionadas - Mil Toneladas</b>			<b>Mil hectares</b>			
BIOMA AMAZÔNIA	120	160	<b>33,0</b>	142	179	<b>26,2</b>
Mato Grosso	0,6	0,4	<b>-37,6</b>	0,8	---	---
Pará	115,0	1,3	<b>47,9</b>	130	180	<b>38,9</b>
Rondônia	5,0	---	---	12	---	---
<b>Grãos - Região Norte estados seleccionados - Mil Toneladas</b>			<b>Mil hectares</b>			
BIOMA MATA ATLÂNTICA	110	142	<b>28,7</b>	453	543	<b>20,1</b>
Bahia	103	134	<b>29,9</b>	430	522	<b>21,3</b>
Espírito Santo	7	8	<b>18,4</b>	22	22	<b>-2,9</b>

Fonte: MAPA (2018).

Ainda com base na Tabela 1, tanto a produção como a área plantada de cacau no estado da Bahia resultarão em aumento, até o ano de 2028, quando comparado ao Espírito Santo, também do Bioma Mata Atlântica. Esse fator reafirma que este segmento primário agrícola seguirá um padrão de crescimento do faturamento na região, demonstrando seu potencial, fator que influencia, inclusive, na produção de chocolate.

Falar de chocolate com padrão de qualidade superior implica abordar sobre o cacau. Ao discorrer sobre o assunto, a Associação Brasileira do Agronegócio – Abag (2018) ressaltou a importância do cacau e do chocolate para a recuperação econômica do Brasil. Segundo a Abag, o País ainda precisa modernizar a produção da planta e encontrar soluções para seu crescimento, destacando que o setor pode ser peça-chave no crescimento econômico, e não somente algo que venha se degradar.

Contudo, os resultados de pesquisa sobre esse tema ainda não cativaram os produtores de maneira desejável com o intuito de proporcionar maiores crescimentos econômicos. Ainda conforme a Abag (2018), as pesquisas científicas sobre o segmento são satisfatórias, mas ainda não apresentam o alinhamento esperado junto aos produtores, visto que muitos deles não sabem lidar com os resultados de pesquisas aplicadas sobre o cacau e o chocolate. Sobre este aspecto, constata-se que nas primeiras décadas do século XXI houve grande salto tecnológico no agronegócio brasileiro, entretanto, o produto cacau ficou à margem disso, mesmo considerando que o Brasil reúne potencial de produção, pesquisa, processamento e consumo do fruto e seus derivados.

Considera-se que o País apresenta condições favoráveis à produção de chocolate com qualidade superior. Entretanto, é essencial que a produção de maior valor agregado esteja alinhada a melhorias do pré-processamento do cacau em consonância com o estímulo do interesse do mercado para que as indústrias possam utilizar esse parque instalado no País. Ressalta-se que existem três pilares que afetam a produção de chocolate, sendo eles: cacau; processamento; e a formulação em

si. Fatores como esses devem estar plenamente em desenvolvimento para que o setor seja impulsionado (ABAG, 2018).

Esse olhar voltado à qualidade do produto foi observado por Fontes (2013), na região Sul baiana. Salienta que esta vem ganhando um novo arranjo no que concerne à produção de cacau e seus derivados. Assim, distancia-se mais do produto amêndoas sem qualidade, a partir do trabalho de alguns empreendedores, recebendo reconhecimento em nível mundial, associando seus nomes e sua produção a importantes indústrias e lojas especializadas em chocolate fino. Salienta-se que esses produtores exportam não somente amêndoas *premium*, mas ampliam seus negócios em relação ao o chocolate fino, compreendido como um produto de qualidade elevada e características especiais.

Um exemplo do reconhecimento da qualidade do cacau é do produtor João Tavares, que ganhou o Prêmio Internacional Cacau de Excelência, em 2017, durante o salão internacional de chocolate de Paris na categoria Frutas Secas – América do Sul. O cacau é produzido na cidade de Uruçuca, no estado da Bahia. O sabor da amêndoa foi o principal critério de avaliação, neste caso, resultado de um sistema de beneficiamento das amêndoas criado pelo próprio produtor. A qualidade alcançada fez seu produto ganhar destaque no mercado nacional e notoriedade internacional, ao exportar para quatro países europeus, destaque na produção de chocolate fino, com qualidade superior (FRALIA CACAU BRASIL, 2017).

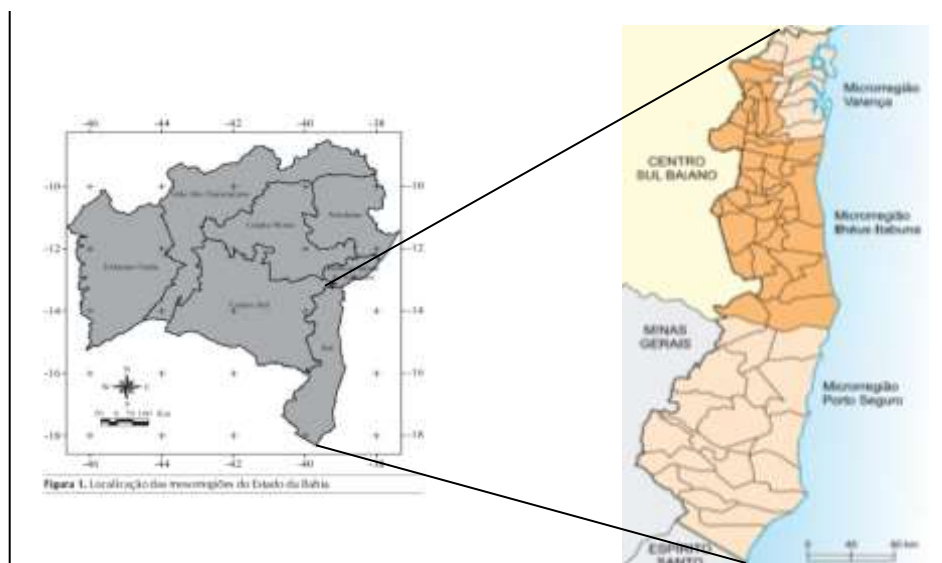
Dentre os motivos que justificam um aumento na produção de chocolate fino encontra-se um padrão de consumo diferenciado, fazendo com que os empresários busquem certificações para seus produtos (FONTES, 2013). Além disso, em função de sua importância internacional, dadas as características sensoriais, especialmente do chocolate, o que se percebe é a necessidade de fomentar a produção de um produto com valor agregado, a descomoditização, com objetivo de alcançar padrões de qualidade desejados com atrativos comerciais em nível local, regional, nacional e internacional (MENDONÇA et al., 2016).

### 3. Metodologia

A área de estudo se limitou-se à Mesorregião do Sul Baiano, no estado da Bahia, região Nordeste do Brasil (Figura 1), abrangendo uma área aproximada de 54 642,351 km<sup>2</sup>, possuindo um clima predominantemente tropical úmido. É formada por setenta municípios, distribuídos em três microrregiões, quais sejam: Valença; Ilhéus-Itabuna; e Porto Seguro.

A escolha da região pesquisada levou em consideração o fato desta ser um local onde há a produção da matéria prima do chocolate, o cacau. Aliado a isso, sustenta-se na busca da compreensão de esta região está se comportando, no sentido de lidar com o mercado competitivo em que os produtores investigados estão inseridos.

Figura 1 – Localização das mesorregiões do Estado da Bahia (esquerda) e destaque da Mesorregião Sul Baiano (direita)



Fonte: Adaptado de Rocha (2006).

Para este estudo, depois de investidas ações, buscas, coletas, restringiu-se somente às cidades: Ilhéus, Itabuna e Barro Preto, pois, levou-se em consideração o interesse dos produtores em participar da pesquisa, e a conveniência de acesso a esses locais.

A pesquisa será aplicada, quali-quantitativa e exploratória. O método de abordagem será o indutivo. Os procedimentos metodológicos para atender aos objetivos específicos serão documentais, bibliográficos e pesquisa de campo.

### **3.2 Análise dos dados**

A análise descritiva dos dados esteve baseada em um questionário, contendo 16 questões, das quais as cinco primeiras visaram caracterizar o perfil socioeconômico dos empreendedores, incluindo questões como e, por isso, aborda sexo, faixa etária, renda, estado civil e escolaridade. A segunda parte do questionário teve o objetivo de caracterizar o perfil da agroindústria do chocolate dos empresários que compuseram a amostra estudada. Para tanto, versou sobre tempo de funcionamento, origem dos empresários, número de funcionários, produção mensal dos produtos, fornecedores, destino das produções, dentre outras questões relacionadas à caracterização dessas empresas.

Para o tratamento dos dados, todas as informações coletadas serão tabuladas em planilhas do *Microsoft Office Excel* e, posteriormente, submetidas a análises de estatística descritiva. Dessa maneira, a estatística descritiva visou o estudo dos dados coletados, como forma de organizar, resumir e descrever as informações obtidas no estudo.

Em relação à caracterização dos empreendedores e da agroindústria do chocolate do Sul da Bahia, foi mapeado um universo de 50 empresas na região, investigadas e catalogadas entre os empreendedores da agroindústria do chocolate. Dessa totalidade, 23 empresas foram visitadas, ou pesquisadas, por apresentarem receptividade na contribuição com a pesquisa. Além disso, outro fator que contribuiu para este número de empresas potenciais para o estudo diz respeito à localização geográfica das agroindústrias do cacau aliada ao tempo hábil para a coleta e análise de dados, justificando a redução da quantidade de empresas a serem previamente selecionadas.

Dessa maneira, 12 foram excluídas, e, portanto, somente 11 empreendedores/empresas constituíram a amostra. Para tanto, seguiu-se o tipo de amostra por conveniência descrito por Freitas et al. (2000), em que os participantes constituem uma amostra não probabilística, escolhidos pelo pesquisador por estarem disponíveis e por enquadrarem-se no perfil empreendedor adotado neste estudo.

A partir dos dados coletados é importante realizar ressalvas quanto à não participação de algumas empresas. Um dos motivos da exclusão se justifica pelo fato de algumas empresas possuírem seu Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) registrado em cidades fora do eixo investigado, como Salvador e Lauro de Freitas, ambas no estado da Bahia. Essas empresas são: AMMA; Andrei Martinez; Bahiani; Cacauati; Chocc, Jupará; La Bar; e Vitão.

Outras instituições, apesar de produzirem chocolate, apresentam perfil que diverge das pretensões desta pesquisa, como cooperativismo e agricultura familiar. Essa configuração faz com que diferentes sujeitos participem de somente um CNPJ, o que dificultaria estabelecer um perfil empreendedor, justificando sua não participação na pesquisa. Essas empresas são: Bahia Cacau; COCACAU; e COOFSULBA.

Já a Chocolate Caseiro de Ilhéus, embora pioneira na produção de chocolate no Sul da Bahia, não se enquadra na investigação por se constituir como uma indústria de chocolate, característica que não converge com o foco aqui estudado, que é a agroindústria do chocolate.

Realizados esses recortes, as onze empresas atenderam o objetivo da pesquisa, localizadas nas cidades de Ilhéus, Itabuna e Barro Preto: Abiá, Armazém do Cais, Choco Reis, Maltez, Modaka, Polycarpo, Porto Esperança, República do Cacau, Sabor do Cacau, Santa Ana e Yrerê.

## **4. Apresentação e análise de dados**

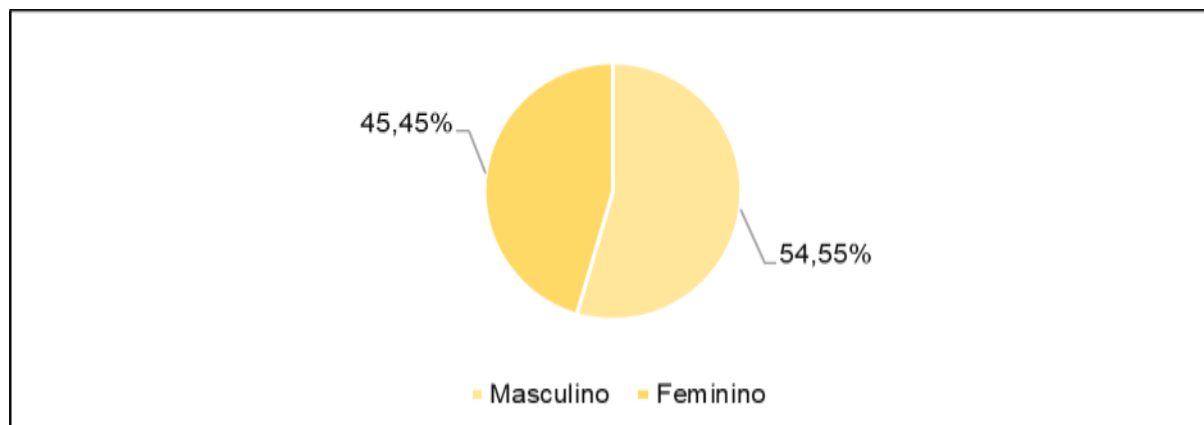
### **4.1 Perfil dos empreendedores da agroindústria do chocolate do Sul da Bahia**

O primeiro ponto de análise refere-se ao sexo dos empreendedores que compuseram a amostra. Nesse sentido, conforme a Figura 2, verifica-se que o sexo masculino é representado por 54,55%, enquanto pessoas do sexo feminino totalizam 45,45% do total de participantes.

Ainda conforme a Figura 6, verifica-se certo equilíbrio entre os sexos, visto que são seis indivíduos do sexo masculino e cinco pessoas do sexo feminino. Esse resultado apresenta-se semelhante aos dados da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017) que aponta os homens

ligeiramente mais empreendedores que as mulheres, quando analisou dados em nível nacional, no Brasil.

Figura 2 – Sexo dos empreendedores do cacau do eixo Ilhéus-Itabuna, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

Tratando-se da Região de Ilhéus, há de se destacar que essa configuração diverge ao contexto histórico dos produtores de cacau, que tradicionalmente se estruturou como uma atividade realizada por homens. Apesar disso, o equilíbrio encontrado nos dados colhidos neste estudo aponta que a penetração de mulheres nesse mercado tem alterando a cadeia produtiva do cacau/chocolate sob o viés de quem são seus empresários em termos de sexo.

Em relação à faixa etária, é interessante observar que a maior parte dos empreendedores pesquisados estão na meia idade, visto que a média de idade foi de 52 anos. Ressalta-se que o participante mais velho tem 70 anos, enquanto o mais jovem possui 24 anos de idade, sendo, inclusive, o único empreendedor com idade inferior aos 30 anos.

Conforme citado anteriormente, os empreendedores apresentam um perfil, em sua maioria, de aposentados, ou seja, já possuem uma renda própria e tem no negócio do chocolate um complemento monetário.

Sarkar (2014), observa que os empreendedores de terceira idade tem algumas características comuns, entre elas, primeiro, já possuírem rendimento alcançado; segundo, fatores, tais como, a situação familiar, oportunidades extras de trabalho, satisfação no trabalho, e mais um fator observado na pesquisa, a necessidade de ocupação, pois hoje vive-se mais e melhor.

Logo, esse empreendedor com idade mais avançada não se colocou na posição de aposentado e sem ocupação, busca, além de um objetivo de vida, aproveitar sua experiência tanto profissional como de vida propriamente dita, para desenvolver seu próprio negócio. Como consequência, essas pessoas vão aprimorando seus conhecimentos a partir da prática, pois, segundo Hisrich (2004, p. 82) “à medida que um novo empreendimento se estabelece e começa a crescer, a experiência e as habilidades administrativas tornam-se cada vez mais importantes”.

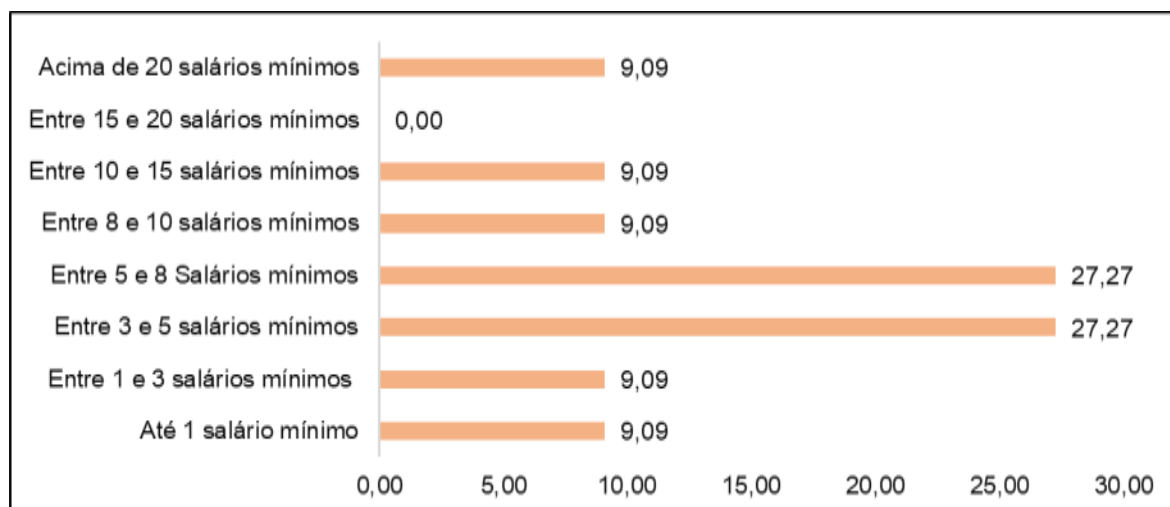
Uma observação interessante é que esses donos de negócios apresentam uma característica típica dos empreendedores, qual seja: não visam somente a recompensa financeira, mas, também, o desenvolvimento do sonho, acompanhada pela determinação desses desbravadores face às adversidades em um negócio novo e ainda sem grandes perspectivas de rendimento.

Em relação ao estado civil dos empreendedores, houve predominância de pessoas casadas, com famílias estabelecidas na cidade em que o negócio está inserido. Além disso, apurou-se uma tendência em seu buscar uma colocação no mercado para os filhos e outros descendentes.

Ao analisar a renda total dos participantes, fica evidente uma inclinação entre cinco e oito salários mínimos e daqueles que possuem renda entre três e cinco salários mínimos, com percentuais iguais (27,27), conforme a Figura 3.



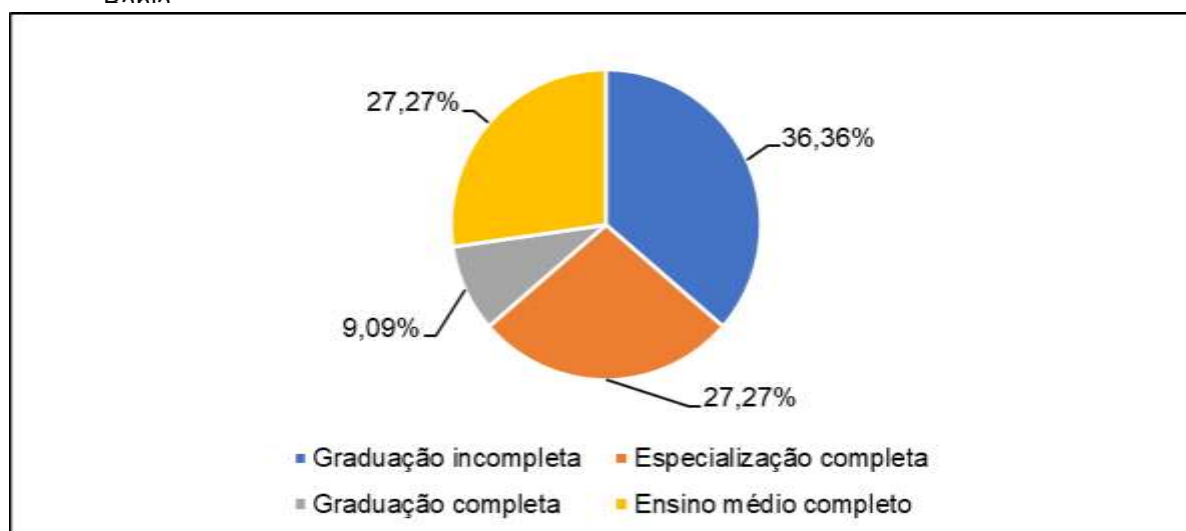
Figura 3 – Renda mensal dos agroindustriais do Sul da Bahia, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

Em relação ao grau de escolaridade, foi observado que 54,54% dos entrevistados têm nível superior, dos quais 27,27% possuem especialização em alguma área do conhecimento. Esse dado é importante, pois estudos apontam que um maior nível de instrução dos empreendedores tem impacto positivo na inovação, planejamento e sucesso dos empreendimentos (GEM, 2017). No entanto, o agroindustrial não tem estudo em área específica em gestão, principalmente pela necessidade observada de conhecimento em administração estratégica, finanças, mercado etc. Uma visão geral do nível de escolaridade pode ser mais bem visualizada na Figura 4.

Figura 4 – Nível de Escolaridade dos empreendedores da agroindústria de chocolate do Sul da Bahia



Fonte: Pesquisa, 2018.

#### 4.2 Perfil da agroindústria do chocolate do Sul da Bahia

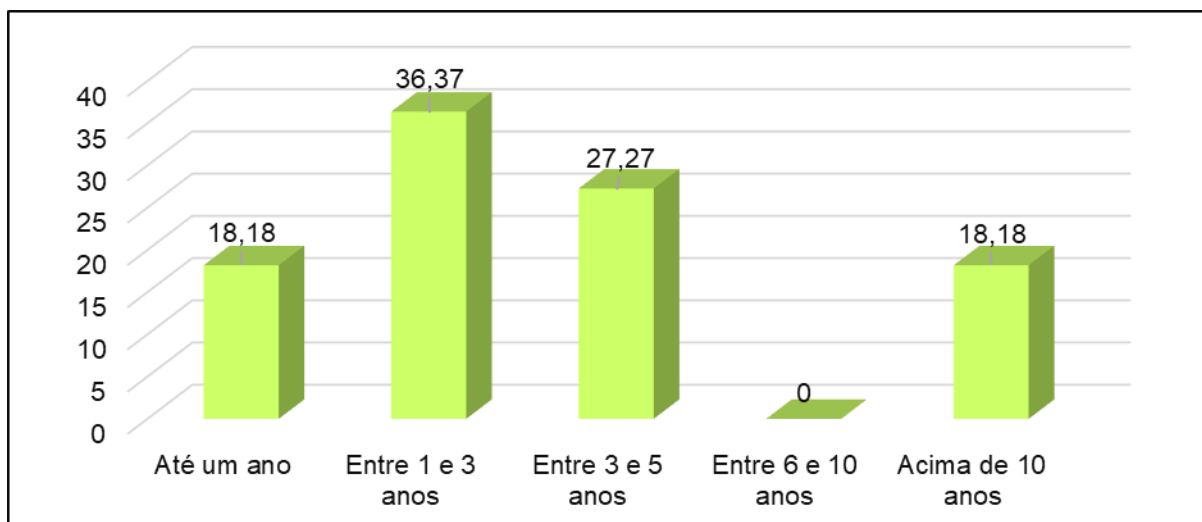
Ao se analisar as informações referentes ao tempo, acrescentando-se os valores monetários recebidos somente do próprio negócio, observou-se que se tratam de empreendedores nascentes, neste caso, empreendimentos envolvidos na estruturação de um novo negócio que ainda não proporcionou retornos financeiros suficientes para pagar um pró-labore. O tempo propriamente dito de mercado está dividido em 36,37%, para negócios que têm menos de um ano no mercado; 18,18%, para os negócios que têm entre 1 e 3 anos de marcado; 27,27%, para aqueles que têm entre 3 e 5



anos de mercado. Verificou-se que não há empreendimentos entre 6 e 10 anos no mercado, contudo tem-se 18,18% de negócios acima de 10 anos no mercado conforme a Figura 5.

Cabe ressaltar que parte significativas de empreendedores iniciais ou nascentes são indivíduos que se envolvem na estruturação do seu novo negócio e, normalmente, esse empreendimento ainda não os ressarcir com o pagamento de salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração no período inicial (GEM, 2017).

Figura 5 – Tempo de funcionamento dos empreendedores do cacau, na região Ilhéus - Itabuna, em 2018



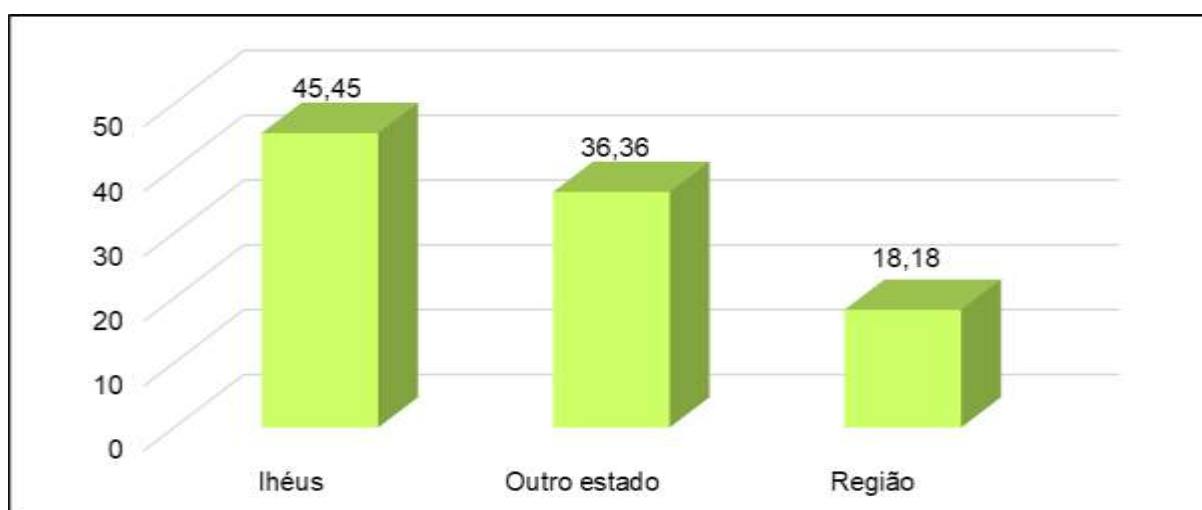
Fonte: Pesquisa, 2018.

Os dados ainda evidenciam que, em sua maioria o setor da agroindústria do chocolate é constituído por empreendedores por oportunidade. Sobre este aspecto, é importante ressaltar que este tipo de empreendedor está no mercado por terem visualizado uma percepção de oportunidade no ambiente (GEM, 2017).

Além da oportunidade de negócio, o estudo apontou que uma relevante quantidade desses empreendedores buscou o ramo do cacau/chocolate visando complementar a própria renda, desenvolver atividade secundárias dentro de seu negócio inicial de produção de amêndoas sobretudo os agroindustriais aposentados. Nesse sentido, percebe-se que parte grupo pesquisado não tem seu negócio como única fonte de renda.

No que se refere à procedência, nota-se que uma predominância de pessoas do município de Ilhéus (45,45%), seguidos daqueles oriundos de outros estados subnacionais (36,36%) e da região (18,18%), como evidencia a Figura 6.

Figura 6 – Procedência dos agroindustriais, na Região de Ilhéus, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

Segundo Carvalho e Fonseca (2010), a idade de uma empresa merece destaque na análise de sobrevivência dos negócios, já que os autores admitem, que, conforme o tempo passa, maiores são as chances de sobrevivência e continuidade destas no mercado.

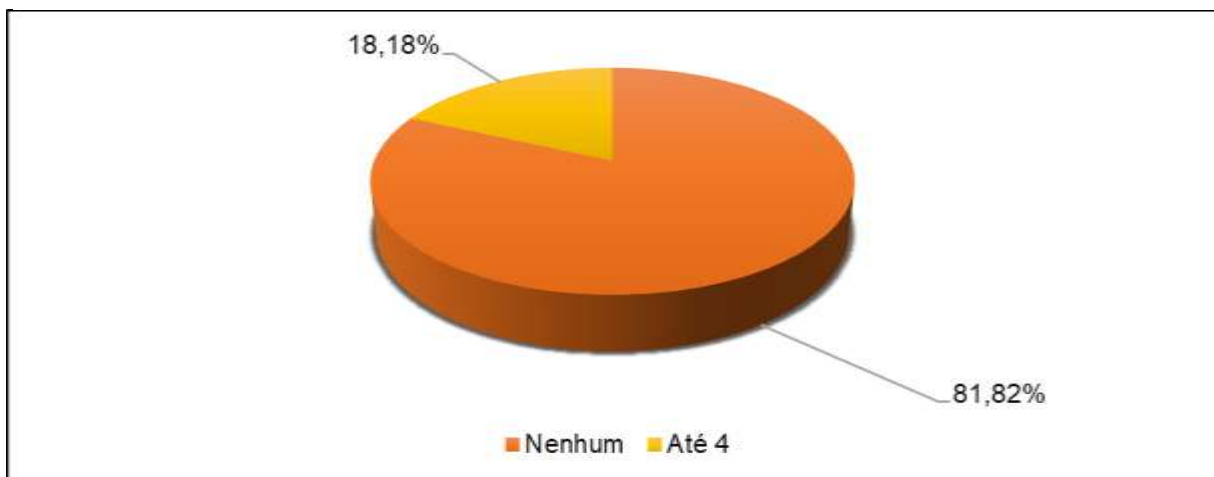
Percebe-se, que até o presente momento, os empreendedores têm preferência em localizarem-se nessas regiões, justificada, dentre outros fatores, por esses serem locais adequados à produção de cacau.

Em relação ao perfil das agroindústrias, a pesquisa demonstrou o pouco nível de empregabilidade do setor. Dessa forma, é visível que os empreendedores conduzem seus negócios basicamente sozinhos ou com ajuda dos cônjuges. Tal fato é percebido quando verificado que quase a totalidade dos entrevistados (81,82%) não possui nenhum empregado (Figura 7). Consequentemente, os níveis de abrangência relacionados à divisão de tarefas citadas no questionário, como estratégico (planejamento), tático (induzir) e operacional (controlar), não apresenta colaboradores nas respectivas funções (MARTINS, 1988).

A análise do nível de empregabilidade é relevante, pois, nas entrevistas, observando o processo de fabricação do chocolate, verificou-se que demandam muito trabalho no processo, sendo o mesmo realizado pelos próprios empreendedores. Isto é, ainda não há demanda de mão de obra local que impacte diretamente na promoção de emprego e renda, objetos de estudo desta pesquisa, justamente em função de uma mão de obra centralizada, o que acaba dificultando a distribuição de renda a partir participantes deste estudo.

De maneira geral, isso é justificado porque as atividades realizadas pelos produtores investigados são entendidas por eles como passíveis de controle por eles mesmos e complexidade controlável, resultando em mão de obra mais intensiva nas plantações da amêndoa nas roças de cacau. O arranjo da falta de implementação de uma mão de obra qualificada para abranger as diversas funções de gestão de um negócio com grande potencial de crescimento, como é o caso do chocolate, implica em desequilíbrios das atividades de maior impacto na empresa, principalmente àquelas de repercussão imediata. Portanto, seria interessante o investimento em profissionais qualificados adequadamente com o objetivo de atender, com sucesso, as demandas de crescimento desses empreendimentos.

Figura 7 – Número de funcionários nas agroindústrias de chocolate do Sul da Bahia, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

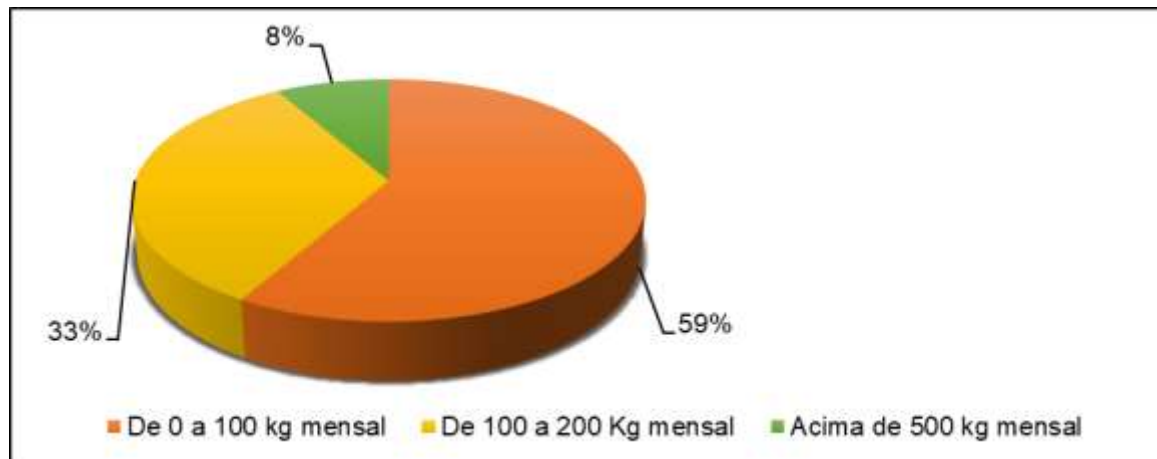
Em um estudo que buscou analisar as estratégias desenvolvidas pelas empresas produtoras de chocolate localizadas na cidade de Belém do Pará, Barros et al. (2017) apuraram que todas as empresas acreditam que a mão de obra qualificada representa um fator de sucesso e um diferencial competitivo, especialmente quando o intuito é competir no mercado internacional. Além disso, estes autores identificaram que a empregabilidade desse setor ainda pode ser considerada escassa no que se refere aos diferentes profissionais que trabalham em uma mesma unidade empresarial.

Discorrem que essa configuração apresenta relação com a qualificação disponível no mercado, apontando que as opções de aprimoramento profissional na cidade são diversas, entretanto, com baixa procura. Para validar as afirmativas encontradas em sua pesquisa, Barros et al.

(2017) trazem dados de um levantamento realizado por uma importante empresa de consultoria e gestão de pessoas, a Manpowergroup (2014). À época, contatou-se que a taxa de escassez de mão de obra qualificada no Brasil era de 63%, sendo que o principal entrave para contratações nas empresas era a falta de qualificação profissional. Para esses achados, foram investigadas 167 empresas em diferentes setores da indústria.

Em relação à produtividade do setor, destaca-se que a produção mensal que ocupa maior percentual de até 100 kg/mês. Produções entre 100 e 200 kg mensais reúne somente 33% dos empresários participantes, e apenas 8% do total da amostra demanda uma quantidade superior a 500 kg por mês (Figura 8).

Figura 8 – Produção mensal, em kg, nas agroindústrias de chocolate do Sul da Bahia, em 2018

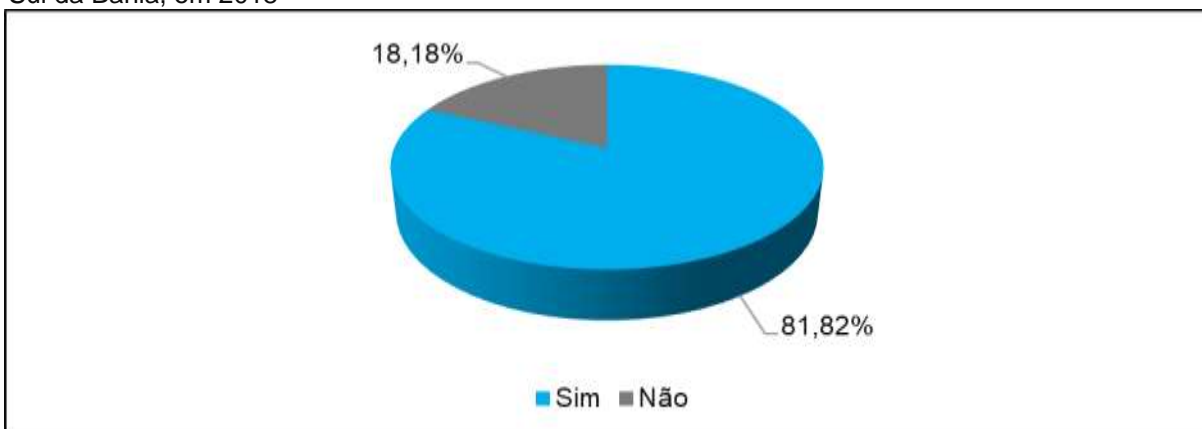


Fonte: Pesquisa, 2018.

Como a produção do chocolate está devidamente atrelada ao cacau, é sabido que no modelo de produção antigo, meses como fevereiro, março e abril em que não havia colheita do fruto, período que era conhecido como “sazonalidade do cacau” e poderia impactar na produção de chocolate.

No cenário atual, no entanto, com as mudanças ocorridas nas propriedades depois da praga vassoura-de-bruxa, principalmente com a clonagem do cacau, o fruto é colhido durante todo o ano, o que justifica a resposta dos entrevistados de que a sazonalidade não impacta em sua produção. Isso porque, nove empreendedores (81,82%) afirmaram que este fator não funciona como impeditivo para a manutenção da produção de chocolate, sendo que somente dois empresários (18,18%) sinalizaram que a sazonalidade influencia na fabricação de chocolate em determinadas épocas do ano, conforme expõe a Figura 9.

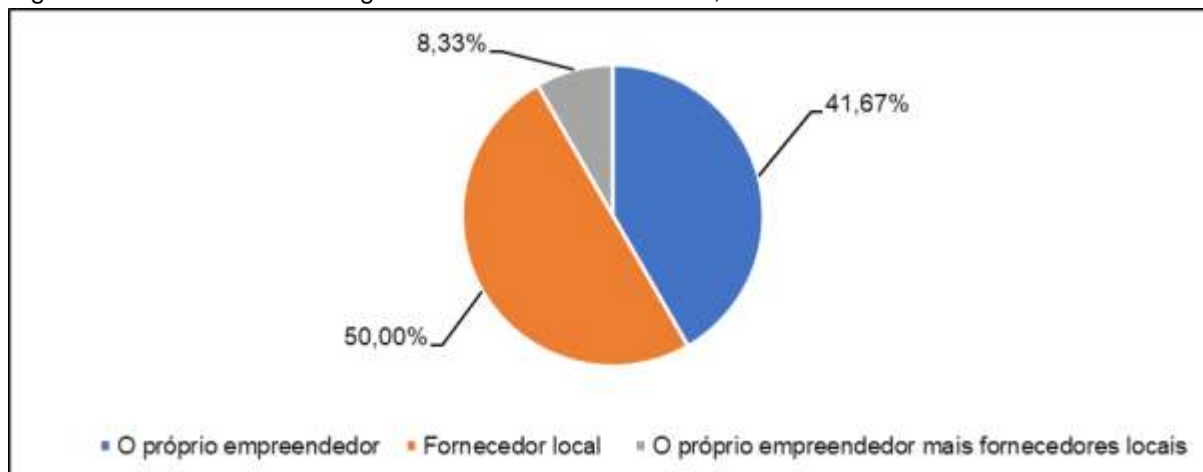
Figura 9 – Afirmação se a sazonalidade influencia na produção das agroindústrias de chocolate do Sul da Bahia, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

Os produtores têm no negócio do chocolate, como foi dito anteriormente, uma fonte alternativa de sua renda principal, centrados nas roças de cacau. Isso é comprovado no questionamento sobre quem é o principal fornecedor de matéria prima, que tem em 50,00% dos entrevistados a resposta de serem os mesmos. Aqueles que possuem exclusivamente fornecedores locais representam 41,67% do total, enquanto os participantes com fornecedores mistos (o próprio empreendimento e fornecedores locais) somam 8,33% dos entrevistados. Uma melhor visualização desse questionamento pode ser vista na Figura 10.

Figura 10 – Fornecedor dos agroindustriais do Sul da Bahia, em 2018



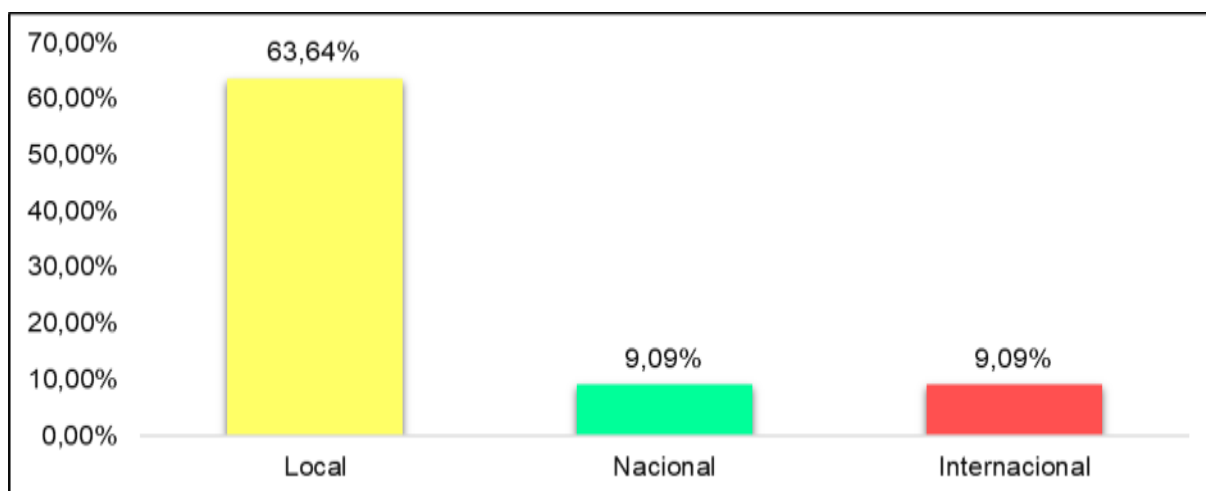
Fonte: Pesquisa, 2018.

Ressalta-se que somente um dos entrevistados (empresa Santa Ana-Morbeck), tem uma quantidade de produção de chocolate maior, respondendo que possui na produção própria e, na produção de fornecedores locais, sua fonte de matéria prima.

No que se refere a comercialização, 100% da venda é feita a varejo, ou seja, em menor quantidade, mas diretamente ao cliente. Este dado, porém, diverge de uma pesquisa realizada pelo Sebrae (2017), em que somente 6% dos produtores de chocolate de qualidade superior realizam a venda direta, e 63% dos empresários desse levantamento direcionam seus produtos a varejistas locais ou regionais.

Já em relação ao destino da produção de chocolate (Figura 11) dos empreendedores que participaram desta pesquisa, constatou-se que sua grande maioria (64%) é focada no comércio local. De certa maneira, esses dados colidem com aqueles apresentados pelo Sebrae (2017), pois, de igual forma, grande parte da produção de chocolate baiano é reservada ao comércio local.

Figura 11 – Destino da produção das agroindústrias de chocolate do Sul da Bahia, em 2018



Fonte: Pesquisa, 2018.

Esse ponto de análise leva a necessidade de profissionalização em gestão de *marketing* para impulsionar as vendas, e não somente isso. Assim, essa pesquisa sinaliza que novos estudos devem ser feitos para que o produto tenha visibilidade internacional, e, até mesmo, maior alcance no mercado nacional. É preciso, então, traçar metas de investimento e expansão do negócio chocolate para os próximos anos. Para tanto, deve-se considerar os mais diversos aspectos que influenciam positiva ou negativamente no crescimento do negócio, corrigindo erros e estabelecendo formas consistentes e sistematizadas de gestão, integrando capacidade de produção, *mix* de produtos, espaço físico, ferramentas de gestão, dentre outros elementos que possam garantir a prospecção de mercados.

Um ponto que merece atenção se refere ao alcance de mercado via *internet*. Na sociedade contemporânea, há de se considerar a possibilidade de negociação a partir desse tipo de recurso digital, pois apresenta, dentre outras vantagens, a oportunidade de alcançar clientes em diferentes distâncias geográficas. Muitas empresas pesquisadas não apresentam um canal de vendas a partir da internet, não possuindo *website* para apresentação e comercialização de produtos, além de outras informações importantes para uma proximidade com os potenciais consumidores. A Figura 12 reúne os logotipos das empresas que realizam transações pela *internet*.

Retorna-se ao debate de que uma maior profissionalização na gestão, principalmente em divulgação e em vendas, impactaria de forma positiva no negócio. Isso porque, dados apontam a crescente demanda de chocolate no Brasil, que é hoje o 6º mercado em volume de vendas de chocolate no varejo (ABICAB, 2016).

O mercado para o produto está em expansão. Isso é confirmado por dados apresentados pelo Sebrae (2017) ao analisar o mercado sobre chocolates no Brasil, afirmando que a produção de chocolate, entre os anos de 2015 e 2016 teve crescimento de 4,3%. Tratando-se de chocolate *gourmet* registra-se um crescimento anual de 20%, total que representa até 8% do volume consumido no País, denotando favorável potencial de crescimento desse mercado.

Contudo, quando esse recorte é direcionado aos empresários do chocolate pesquisados neste estudo, percebeu-se que os produtores não conseguem avançar em suas vendas, paradoxo facilmente compreensível que perpassa também falta de gestão profissional, princípios de administração estratégica, finanças, mercado.

Portanto, para os casos em que a gestão dos empreendimentos investigados apresenta algumas dificuldades em relação aos aspectos gerenciais, o que se percebe são figuras centrais de um negócio imobilizadas, até certo ponto, em um negócio com grande potencial de ter reflexos positivos na economia local. Desta forma, o não aprimoramento e a falta de profissionalização da gestão constituem elementos que podem distanciar essas empresas de inovações que podem ser incorporadas ao empreendimento. Isso tende a dificultar o crescimento financeiro e, com efeito, possíveis benefícios econômicos à região.

Sobre este aspecto, é relevante trazer ideias defendidas por Porter (1999) ao afirmar que, para se manter em um mercado, as empresas de uma determinada localidade necessitam lapidar sua capacidade inovadora e de diferenciação. Dessa maneira, a consequência é a penetração em mercados mais avançados, atendendo a oportunidades de novas demandas.

Figura 12 – Logotipo de algumas empresas participantes da pesquisa, em 2019



Fonte: Pesquisa, 2018.

Outro ponto que pode ser usado em favor dos produtores de chocolate deste estudo se refere ao registro de indicação geográfica (IG), na espécie indicação de procedência (IP), para o produto Amêndoas de Cacau (*Theobroma cacao L.*) do Sul da Bahia. Ressalta-se que esta IG foi concedida em nome da Associação dos Produtores de Cacau do Sul da Bahia, sendo que as três cidades (Ilhéus, Itabuna e Barro Preto) em que os empreendedores entrevistados atuam integram os municípios que fazem parte da Indicação de Procedência de cacau no Sul da Bahia.

Nessa direção, os benefícios da garantia de procedência do cacau e chocolate da região Sul da Bahia são diversos, e alguns deles podem ser citados, como: rastreabilidade dos produtos; origem produtora e sua qualidade nos processos de produção, permitindo maior autenticidade; e diferenciação dos produtos finais.

## 5. Conclusões

Neste estudo, pretendeu-se caracterizar o perfil socioeconômico dos empreendedores e da agroindústria do chocolate da região Sul da Bahia. Dessa maneira, foi verificado que não há grandes diferenças quantitativas entre os sexos dos participantes, no entanto, há maior inclinação para indivíduos do sexo masculino. Sobre o nível de escolaridade, a maior parte dos empreendedores apresenta formação superior, seja completa ou incompleta, mas, mesmo assim, não direciona para o bem dos negócios, pois não possuem formação na área que estão desenvolvendo.

Em relação ao negócio, constatou-se que há prevalência de empreendedores procedentes do município de Ilhéus, revelando que esses empresários têm preferência em instalar-se no próprio local onde produzem a matéria-prima do seu negócio: o cacau. Esse resultado aponta, assim, uma possibilidade de promover o desenvolvimento regional, mesmo considerando que muitos empreendimentos são recentes na região estudada. Alia-se a isso o fato de muitos deles produzirem o próprio cacau, revelando um comportamento em que é possível perceber o empenho em praticar todos os ciclos do negócio, desde a produção até a comercialização, em produções que não ultrapassam 200kg por mês.

Tal fato pode ser percebido quando se verificou que a empregabilidade dos empreendimentos pesquisados ainda é pequena, com a maior empresa possuindo um total de quatro funcionários. Contudo, é válido salientar que uma parcela relevante desses empreendimentos tem menos de cinco anos atuando no mercado, portanto, sendo caracterizados como novos, sob o ponto de vista de tempo de negócio. Este fator pode indicar que o negócio chocolate de qualidade superior ainda se encontra em desenvolvimento na região estudada, denotando que seus resultados podem estar em processo de estruturação, inclusive, dependendo na manutenção dessas empresas no mercado, em longo prazo.

## Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CHOCOLATES, AMENDOIM E BALAS – ABICAB. **17º Anuário Brasileiro do setor de chocolates, candies e biscoitos**. São Paulo, v. 26, n. 256, nov./dez., 2016.

BARROS, A. C. F. Estratégias competitivas na indústria de chocolate em Belém do Pará. **CODS**, v. 8, n. 1, p. 1-17, 2017. Disponível em: <<http://revistas.unama.br/index.php/coloquio/article/view/738/pdf>>. Acesso em 23 jan. 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Projeções do Agronegócio: Brasil 2017/18 a 2027/28 projeções de longo prazo** / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Brasília: MAPA/ACE, 2018. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/todas-publicacoes-de-politica-agricola/projecoes-do-agronegocio/PROJECOES2018\\_FINALIZADA\\_web\\_05092018.pdf](http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/todas-publicacoes-de-politica-agricola/projecoes-do-agronegocio/PROJECOES2018_FINALIZADA_web_05092018.pdf)>. Acesso em 17 fev. 2019.

CEPLAC – Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira. Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento. **Nota Técnica: Programa de Recuperação da Lavoura Cacaueira – 3ª e 4ª Etapas. A crise da lavoura cacaueira, condicionantes, ação governamental, análise e recomendações**. 2009. Disponível em: <<https://slidex.tips/download/servio-publico-federal-ministerio-da-agricultura-pecuaria-e-abastecimento-comiss>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

CEPLAC – Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira. Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento. Divisão do Centro de Pesquisa do Cacau – Cepec. **Nota Técnica. Mortalidade de cacaueiros e perda de receita em toda Região Cacaueira**. 2017. Disponível em: <<http://www.ceplac.gov.br/download/NTE.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

FALCON, G. **Os coronéis do cacau**. Salvador: Ianamá/centro Editorial e Didático da UFBA, 1995.

FRALIA CACAU BRASIL. **Cacau produzido em Uruçuca ganha prêmio no salão do chocolate de Paris**. 2017. Disponível em: <<http://fralia.com.br/cacau-produzido-em-urucuca-ganha-premio-no-salao-do-chocolate-de-paris/>>. Acesso em: 20 jan. 2019.



FREITAS, D. G. F.; KHAN, A. S.; SILVA, L. M. R. Nível tecnológico e rentabilidade de produção de mel de abelha (*Apis mellifera*) no Ceará. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 42, 171-188, 2004.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017.

HISRICH, R. D. **Empreendedorismo**. Trad. Lene Ribeiro. 5. ed., Porto Alegre, Bookman, 2004.

LIMA, E. M. **Caracterização da produção, resistência à vassourade-bruxa e diversidade genética molecular de cacauzeiros em Itagibá, BA**. 2007. 64 f. Dissertação (Mestrado em Produção Vegetal) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA, 2007.

MARTINS, Costa Neto. **Indicadores de Desempenho para a Gestão pela Qualidade Total**. Free Press, 1988.

MENDES, P. A. A importância do agronegócio para o Brasil – revisão de literatura. **Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária**, v. 19, n. 3, jul., 2012. Disponível em: <[http://faef.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/2opwo6alltgjcrp\\_2013-6-24-15-3-44.pdf](http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/2opwo6alltgjcrp_2013-6-24-15-3-44.pdf)>. Acesso em 17 fev. 2019.

MENDONÇA, T. A. et al. Prospecção tecnológica sobre a utilização de cacau fino. **Revista Virtual de Química**, v. 8, n. 4, jul.-ago., 2016. Disponível em: <<http://rvq.sbq.org.br/imagebank/pdf/v8n4a06.pdf>>. Acesso em 17 de abr. 2018.

PIASENTIN, F. B.; SAITO, C. H. Caracterização do Cultivo do Cacau na Região Econômica Litoral Sul da Bahia. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 19, n. 2, p. 63-80, 2012.

PIASENTIN, F. B.; SAITO, C. H. Os diferentes métodos de cultivo de cacau no sudeste da Bahia, Brasil: aspectos históricos e percepções. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. **Ciências Humanas**, v. 9, n. 1, p. 61-78, jan.-abr. 2014.

ROCHA, L. B. **A região cacauzeira da Bahia**: dos coronéis à vassoura-de-bruxa: saga, percepção, representação. Ilhéus: Editus, 2006.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e Inovação**. 2. ed. Escolar Editora, 2014.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BAHIA – SEBRAE. **Estudo de mercado**: chocolates gourmet. 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Chocolate%20gourmet%20na%20Bahia.pdf>>. Acesso em 23 jan. 2019.

SILVA, A. M; CARTIBANI, M. Paridade de preços do cacau na Região Sul da Bahia, período 1975-2000. CONGRESSO BRASILEIRO DA SOBER, XXXIV, Recife (PE), 2001. Disponível em: <[www.uesc.br/dcec/moema1.doc](http://www.uesc.br/dcec/moema1.doc)>. Acesso em: 21 abr. 2018.

**Sob todas as formas – Em volume (Mil Tons) 2009-2014**. Disponível em: <<http://www.abicab.org.br/estatisticas/>>. Acesso em: 12 abr., 2018

VIRGENS FILHO, A. C. et al. **CEPLAC e a crise da lavoura cacauzeira**. Ilhéus, CEPLAC. 1993.