

## CARACTERÍSTICAS DA COMERCIALIZAÇÃO

### DE CACAU NA BAHIA\*

Alberto Martins Rezende  
Alexandre Aad Neto  
Antônio Fagundes de Sousa  
Hélio Estrela Barroco  
Sérgio Alberto Brandt\*\*

#### 1. INTRODUÇÃO

As amêndoas de cacau são empregadas na elaboração do chocolate, que constitui artigo de dieta comum e de luxo em muitos países, contém proteína e gordura, e tem valor altamente concentrado em relação ao seu peso e volume (2). O seu consumo atual tem sido maior do que a produção, e as perspectivas de consumo no futuro apresentam-se como sendo de contínuo crescimento, tanto no mercado interno que se apresenta com índice ainda inexpressivo, quanto no mercado externo, BARROCO (8).

A cultura do cacau ocupou sempre uma posição de destaque na economia externa do Brasil. Atualmente, o cacau constitui o quinto produto mais importante na pauta das exportações brasileiras, Quadro 1.

Durante o desenvolvimento da cultura do cacau, no sul da Bahia, o Brasil atingiu a posição de primeiro produtor mundial. Porém, de forma gradativa, ante a expansão dos cacauais da África, foi reduzindo sua participação relativa como produtor-exportador, vindo ocupar atualmente a posição de terceiro lugar, participando nos últimos dez anos com u'a média de 11,4% na produção mundial do cacau, (18).

Cerca de 97% da produção brasileira de cacau são exportadas. A média das receitas cambiais, provenientes dessas exportações, decresceu durante os períodos de 1953 a 1957, de 1958 a 1962 e 1963 a 1967, atingindo, respectivamente, as cifras de 104, 82 e 59 milhões de dólares, BRASIL (17). No período de 1968 a 1970, apesar de ter ocorrido um aumento na produção e na média das receitas cambiais, essas receitas, como também as anteriores, apresentam natureza decrescente. Essa tendência teve continuidade nos últimos anos, 1971 e 1972.

---

\* Aceito para publicação em 10-04-1975.

\*\* Os dois primeiros autores são Engenheiros-Agrônomos do DER da ESA-U.F.V.; o terceiro e o quinto são Professores do DER da ESA-U.F.V. e o quarto é Economista, técnico do Setor de Economia da Comissão Executiva do Plano de Recuperação Econômico Social da Lavoura Cacaueira (CEPLAC).

QUADRO 1 - Estimativas do volume e valor dos principais produtos exportados, Brasil, 1970a/

Produto	Volume (t)	Valor (US\$ 1.000)
Cafê em grão	962.629	939.266
Minério de ferro	27.943.310	208.602
Algodão	348.833	154.435
Açúcar	1.125.223	126.312
Cacau <sup>b/</sup>	138.926	105.645
Milho	1.470.620	77.679

a/Fonte: FIBGE. *Anuário Estatístico do Brasil*.

b/Amêndoa e manteiga.

## 1.1. O Problema

Preocupado com o rumo tomado pela lavoura cacauzeira, o governo brasileiro, interessado em recuperar a posição já ocupada pelo Brasil entre os produtores e em assegurar maior participação na crescente demanda mundial, criou a Comissão Executiva do Plano de Recuperação Econômica Social da Lavoura Cacauzeira (CEPLAC), como responsável pelo soerguimento e desenvolvimento da economia cacauzeira (17). Nesse sentido, delegou à CEPLAC vultuosos recursos financeiros para investimentos em infraestrutura socioeconômica da Região Cacauzeira, visando obter aumentos da produção e produtividades, e maiores níveis de eficiência de comercialização. Desta forma, surgiu, por parte da CEPLAC, o interesse de desenvolver estudos que orientassem políticas e programas de racionalização da comercialização e elevação dos retornos aos recursos empregados na atividade cacauzeira.

No que diz respeito a "performance" da comercialização interna de cacau, não são poucas as deficiências aparentes. Submetida a elevada carga fiscal e sujeita a grande instabilidade de mercado, (1), (4), a economia cacauzeira ainda está também sujeita a imperfeições internas no que se refere a dificuldades de informação de mercado, baixo nível de escolaridade dos empresários, distorções nas funções de permuta, classificação e nos tipos de financiamento, de acordo com BARROCO (6). Uma análise dos fatores responsáveis pelas aparentes imperfeições observadas poderia auxiliar na indicação das principais áreas para pesquisa e/ou para sugerir medidas que visassem maior racionalização do processo de comercialização, permitindo alcance de maior poder competitivo do Brasil no mercado mundial.

## 1.2. Objetivos

O objetivo geral deste estudo é conhecer e analisar o sistema de comercialização de cacau no município de Ilhéus Esta-

do da Bahia.

Especificamente, pretende-se identificar os vários canais de comercialização de cacau e quantificar a sua respectiva participação no mercado.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

O Estado da Bahia produz cerca de 95% da produção de cacau do Brasil, e, aproximadamente, 85% desta produção estão localizadas na zona fisiográfica cacauzeira. A chamada Zona Cacauzeira da Bahia é constituída de 44 Municípios produtores de cacau e o município de Ilhéus é o maior produtor da Zona Cacauzeira da Bahia e do Brasil, Quadros 2 e 3.

QUADRO 2 - Distribuições relativas de produção e área cultivada de cacau, Brasil, 1969

Área	Participação na produção	%	Participação na terra cultivada	%
Bahia	94,8		93,5	
Zona Cacauzeira		84,7		82,2
Zona Extremo Sul		4,4		6,2
Zona Jequié		3,6		3,2
Zona Conquista		2,1		1,9
Zona Recôncavo		*		0,1
Espírito Santo	3,5		4,9	
Pará e Amazonas	1,6		1,6	
Outras <sup>b/</sup>	0,1		*	

a/ Fonte: BRASIL (10).

b/ Onde: \* Indica menos que 0,1 por cento.

Analizando os pontos de convergência da comercialização do cacau na Zona Cacauzeira da Bahia, BARROCO (5) identificou o município de Ilhéus como sendo o responsável por 26% do volume total de cacau comercializado, naquela zona. Por outro lado, segundo BRASIL (9), cerca de 94% das exportações de cacau escoam pelos portos de Ilhéus e Salvador, sendo que o porto de Ilhéus é o principal responsável pelas exportações brasileiras de cacau (88%) no ano de 1969.

Tendo em vista os valores apresentados sobre a importância do município de Ilhéus na economia cacauzeira, selecionou-se este município como sendo a área apropriada para a presente pesquisa.

O município de Ilhéus fica situado na zona fisiográfica denominada Cacauzeira. Limita-se ao norte com os municípios de

Aurelino Leal e Uruçuca, a Leste com o Oceano Atlântico, ao Sul com o Município de Una, a Sudoeste com os de Itabuna, Itajuípe e Coareci, e Oeste com o de Itapitanga.

O município compreende 10 distritos: além do distrito-sede, o de Aritiguá, Banco Central, Banco da Vitória, Castelo Novo, Couto, Inema, Japu, Oliveira, Pimenteira e Rio do Braço. Possui área de 1.712 km<sup>2</sup>, com população recenseada, em 1970, de 98.775 habitantes, indicando uma densidade demográfica de 58 habitantes/km<sup>2</sup>.

QUADRO 3 - Distribuição da produção e área cultivada com cacau, principais municípios produtores, Estado da Bahia, 1969<sup>a/</sup>

Município	Distribuição da produção		Distribuição de área	
	Absoluta (arroba)	Relativa (%)	Absoluta (ha)	Relativa (%)
Ilhéus	1.164.297	10,3	171.200	2,6
Itabuna	811.777	7,4	93.700	1,4
Itajuípe	638.188	5,9	32.400	0,5
Camacã	602.406	5,5	66.700	1,0
Uruçuca	497.464	4,6	44.000	0,7
Una	416.314	3,8	157.600	2,4
Canavieira	412.202	3,8	216.400	3,2
Coareci	343.124	3,1	26.100	0,4
Aurelino Leal	325.480	3,0	43.800	0,7
Belmonte	325.016	3,0	194.700	2,9
Subtotal	5.536.268	50,4	1.046.600	15,8
Total	10.894.035	100,0	6.672.500	100,0

a/ Fonte: Brasil (10).

No que se refere aos aspectos físicos, o município de Ilhéus assemelha-se ao da Zona Cacaueira como um todo.

Segundo SILVA (20), a precipitação pluviométrica média anual é de, aproximadamente, 1.300 mm, sendo que os meses mais chuvosos são os de junho, julho e agosto, chovendo também bastante no mês de outubro. A temperatura média anual é de aproximadamente 24°C, ocorrendo nos meses de verão os seus maiores índices médios em torno de 26°C. As mais baixas ocorrem nos meses de inverno, nunca porém atingindo os valores médios inferiores a 19°C. As médias das máximas giram em torno de 28,5°C, enquanto a média das mínimas é em torno de 19,4°C. Segundo o IBGE, a temperatura máxima é de 33°C a mínima é de 16°C. A umidade relativa média anual é superior a 80%.

A topografia do município, com exceção dos "tabuleiros" e dos vales, apresenta relevo acidentado, principal fator limi-



tante, que impede a utilização de um manejo agrícola avançado (20). Também a ocorrência de solos de pequena profundidade efetiva e carentes d'água nos períodos de estiagem, mesmo dentro da faixa úmida, constitui limitação à cacauicultura, que exige umidade (20).

A principal atividade agrícola e econômica do município é a produção de cacau, ocupando cerca de 94% da área cultivada no ano de 1967 e de menor importância, ainda participam da economia do município as culturas de seringa, gado de corte, mandioca, coco-da-baía, caju, café, cana-de-açúcar, laranja, tangerina, banana, manga, limão, abacate, feijão, abacaxi, batata-doce, milho, arroz, melancia e tomate.

Segundo o Instituto Brasileiro de Reforma Agrária (IBRA) (13), em 1966, havia 3.340 imóveis rurais. Segundo o Departamento de Extensão (DEPEX) da CEPLAC, em 1971, havia 1.019 proprietários de empresas produtoras de cacau, no município de Ilhéus.

ALENCAR (1) cita que, em 1965, cerca de 98% dos empresários rurais, da Região Cacaueira eram proprietários, 1% era contratista, e menos de 1% era arrendatários e usufrutários.

Ilhéus é servido pela estrada de rodagem federal BR-101, atualmente asfaltada, que atravessa o Município num total de 18 km pela rodovia estadual BA-22, com pista de rolamento asfáltica, num percurso de 30 km, ligando a cidade de Ilhéus a Itabuna (futura BR-415, indo até Vitória da Conquista e fazendo ligação com a BR-116), e seis municípios.

O município possui um aeroporto, servido por diversas empresas de avião, diariamente.

A praça de Ilhéus conta com extensa rede bancária, num total de onze agências ou estabelecimentos.

As fazendas de cacau são caracterizadas de acordo com o volume de produção. Assim, é comum dizer-se uma "fazenda de X arrobas", em lugar de uma "fazenda de Y hectares", ALENCAR (1).

De acordo com esse critério regional e ALVARES AFONSO (2), as fazendas de cacau são estratificadas em quatro classes: Bu-rara, Pequena, Média e Grande propriedade.

Segundo BARROCO (7), apesar da cultura do cacau remontar a várias décadas, a comercialização do cacau carece de melhor planejamento e sistematização, para que possa atender melhor ao objetivo da comercialização. Todavia, com o passar do tempo, vem sofrendo sucessivas mudanças, decorrentes de contínuos desenvolvimentos da produção e do mercado consumidor.

A comercialização ao nível dos produtores apresenta as seguintes características:

A colheita de cacau é feita através de numerosos e sucessivos cortes, em duas fases: uma é o chamado "temporão", que vai de abril até julho-agosto e a "safra" propriamente dita, que, iniciando em outubro, vai até janeiro.

O cacau uma vez seco, em barcas ou estufas, passa para o armazém da fazenda, onde é ensacado e pesado, permanecendo aí pouco tempo, até que seja transportado para os armazéns dos compradores.

A venda do cacau pode ser feita de diversas modalidades: segundo a Comissão de Estudos da Política de Cacau (11) e BRASIL (10), essas modalidades se resumem em: (a) venda antecipa-

da: (1) ao exportador. (2) ao agente exportador, (3) ao subagente, (4) ao partidista que pode ser intermediário dos exportadores e seus prepostos. Neste tipo de venda, o produtor se compromete a entregar, no futuro, a quantidade de cacau especificada no contrato. O prazo de entrega pode variar de 30 a 150 dias; (b) venda do cacau pronto para entrega imediata para qualquer uma das entidades do item (a); (c) entrega do cacau em consignação, às cooperativas ou assinaturas de contrato de venda em consignação, recebendo um adiantamento dessas mesmas entidades por conta da entrega futura. Esses contratos, de acordo com o prazo de entrega, podem ser do tipo: 1. cacau a termo ou para entrega futura. O prazo de entrega varia de 30 a 150 dias; 2. cacau "gênero pronto". O produtor possui o cacau pronto na fazenda e se compromete a entregá-lo no prazo de até 30 dias, no máximo; 3. cacau na balança. O produtor dispõe de cacau para entrega imediata nos armazéns dos compradores.

O transporte do cacau da fazenda para o armazém dos compradores é feito, principalmente, através de animais e/ou caminhões, tanto pelos produtores como pelos próprios compradores. No caso de o cacau ser vendido às cooperativas, o produtor é quem transporta o cacau.

O preço pago ao produtor varia diariamente, segundo às cotações internacionais das Bolsas de Nova Iorque ou de Londres.

A comercialização ao nível dos exportadores envolve em número maior de atividades que demandariam longa descrição para sua inteira compreensão, porém, para fim deste estudo dar-se-á ênfase apenas em alguns aspectos.

As firmas exportadoras, em número de 32, aproximadamente, com sede ou agências principalmente em Ilhéus e Salvador, compram através de agentes e/ou diretamente do produtor o cacau espalhado por toda a região cacaueira, (3).

De posse do cacau, os atacadistas podem entregá-lo à indústria nacional; podem industrializar em sua própria indústria e/ou exportá-lo na forma de amêndoa e derivados (manteiga, pó etc).

O cacau a ser embarcado é entregue no armazém da firma, em Ilhéus, de duas maneiras: diretamente pelo produtor ou pelos Intermediários Agentes distribuídos pela Região Cacaueira.

Uma vez o cacau no armazém da firma de Ilhéus, o encarregado pelo depósito procede à repesagem dos sacos e faz uma classificação interna superficial das amêndoas (sob os aspectos de rugosidade, quebradiças, murchas, cheiro etc.). A repesagem é quase que obrigatória, pois o saco recebido no armazém deverá pesar 61.000 gramas, e 60.750 gramas para exportação. A classificação interna separa os sacos de cacau em lotes do tipo "Good fair" (para as indústrias nacionais) e "Superior" (para exportação).

A classificação oficial é feita a pedido do atacadista-exportador aos órgãos oficiais responsáveis 15 dias antes do embarque, visto que dadas as características de rápida deterioração do cacau os limites de validade dessa classificação são pequenos.

A classificação oficial do cacau obedece decretos e resoluções governamentais. De acordo com resolução 42 do Conselho Nacional do Comércio Exterior, existem quatro tipos de cacau: (a) Tipo I (Superior); (b) Tipo II (bom ou "good fair"); (c) Cacau abaixo do padrão; e (d) refugo.

Os tipos I e II podem ser exportados. O cacau abaixo do padrão pode ser exportado somente com autorização especial da CACEX. Não é permitido, sob qualquer fundamento, a exportação do cacau considerado refugo.

Apesar de haver certo rigor na classificação oficial, ainda não existe oficialmente preços especiais para cada tipo. O que, naturalmente, constitui um desestímulo que impossibilita os produtores de melhorarem a qualidade de seu cacau.

Geralmente, só se exporta o cacau tipo I, sendo que os demais são para a indústria nacional.

Os dados utilizados para a realização deste trabalho foram obtidos através de entrevistas diretas a produtores e exportadores, em questionários previamente testados e elaborados na CEPLAC e no Departamento de Economia Rural da U.F.V., referente ao ano de 1971, junto aos produtores e atacadistas exportadores de cacau.

Para determinação do número de produtores de cacau do Município de Ilhéus a serem entrevistados, aplicou-se uma amostragem estratificada, segundo COCHRAN (12). Para as firmas exportadoras, decidiu-se, "a priori", que seriam escolhidas para entrevista aquelas que tivessem comercializado maior porcentagem de cacau no município de Ilhéus.

Segundo a denominação tradicional de burara, pequena, média e grande, as propriedades de cacau constituem-se em quatro estratos.

Obteve-se um tamanho de amostras para produtores igual a 124, tendo sido estabelecido de acordo com a participação percentual de cada estrato 61 produtores de cacau para o estrato I, 38 para o II, 19 para o III e 6 para o IV. O número de firmas determinado foi igual a 6.

### 2.1. Modelo Conceptual

As análises realizadas nesse trabalho têm basicamente como suporte a teoria do mercado e comercialização.

Um dos mais básicos princípios de comercialização é o conceito de mercado. O mercado é concebido de maneira variada. De acordo com diferentes economistas, mercado seria um lugar, um centro, uma área ou uma esfera; porém, segundo SHEPHERD (19), uma definição que simplificaria bem o assunto seria o reconhecimento de que o mercado é um grupo de homens, um grupo de compradores e vendedores com facilidades para comercializar um com o outro. Eles podem estar juntos, isto é, reunidos num ponto, num mercado local ou dispersados numa grande área, isto é apenas casual. O que realmente define mercado não é lugar, centro, área ou esfera, mas sim a proximidade ou intimidade da comunicação entre os homens nele.

A comercialização estabelece o elo de ligação entre o produtor e o consumidor. KOHLS (14) a define como sendo "a performance de atividades comerciais que orientam os fluxos de bens e serviços do produtor ao consumidor, de modo a alcançar este último, no tempo, no lugar e na forma desejada, por um preço que ele está disposto a pagar".

Teoricamente, a comercialização pode ser estudada sob três pontos de vista diferentes. Do ponto de vista das funções ou das atividades envolvidas, do ponto de vista das instituições especializadas que desempenham essas atividades, ou do ponto

de vista do produto.

A função geral de comercialização pode ser subdividida em diversas funções. As funções são desempenhadas a fim de proporcionar alguma utilidade ao produto. Existe para cada autor uma lista de funções próprias. Porém, uma classificação largamente aceita é a citada por KOLHS: A) Funções de Intercâmbio: 1. Compra (concentração), 2. Venda (distribuição); B) Funções Físicas; 3. Armazenamento, 4. Transporte; C) Funções Auxiliares; 5. Padronização. 6. Financiamento, 7. Assunção de Risco, 8. Informação de Mercado.

Funções de intercâmbio são funções desempenhadas para acrescentar utilidade de posse às mercadorias. Envolve sempre uma transferência de títulos de bens através da compra e da venda. Tem-se a função de compra que envolve a locação, seleção e arrumação dos tipos de bens e serviços desejados, na quantidade, no tempo e nos termos definidos (certos) e é realizada, em parte, nas fontes de reunião da produção e de fornecimento, e a função de venda que envolve mais do que a aceitação de um preço oferecido, inclui, também, todos os esforços destinados a ativar a procura por um bem. Nesse sentido, utiliza (estuda) todas as técnicas da comercialização, tais como, propaganda, promoções, seleção de embalagem apropriada, melhor canal de mercado, tempo e lugar próprios para atingir os compradores. As funções físicas acrescentam utilidade de tempo e lugar às mercadorias e envolvem as atividades de manuseio e movimentação das mercadorias. Tem-se a função de armazenamento que se refere a colocação das mercadorias à disposição dos compradores no tempo desejado. É a função transporte que confere utilidade de lugar às mercadorias e requer, para o seu desempenho adequado, decisões sobre alternativas de percurso, tipo de transporte e custos. As funções auxiliares facilitam o desempenho das demais funções, permitindo maior fluidez e suavidade. São também chamadas funções simplificadoras. Compreende a função de padronização e se relaciona à criação e manutenção de medidas uniformes (padrão) para as mercadorias pelas quais podem ser julgadas. Simplifica o desempenho dessa função, as operações de compra e venda, uma vez que possibilita a sua concretização apenas por descrição e amostra. Por outro lado, simplifica a reunião de mercadorias através do agrupamento de lotes semelhantes. Essa função, sobretudo, confere utilidade de forma ao produto. Função de financiamento significa concessão de adiantamento de dinheiro ou crédito necessário para movimentar mercadorias do produtor ao consumidor. Qualquer atraso na movimentação dos bens implica numa retenção de capital que deve ser financiado por alguém, até que o produto chegue ao último consumidor. A função de assunção de risco que decorre da aceitação de possível perda ou prejuízo durante o período de retenção de um produto na sua comercialização. Os riscos, de acordo com a natureza da perda ocorrida, podem classificar-se em: riscos físicos, no caso de destruição total ou parcial do bem, e riscos de mercado, no caso, quando ocorre diminuição de preços, e finalmente a função de informação de mercado, que consiste na coleta, interpretação e fornecimento de informações que possam ser usadas para facilitar a tomada de decisões dos compradores e vendedores, em todos os pontos de processo de comercialização. O desempenho adequado dessa função possibilita a existência de um efetivo mecanismo de

preço, de um programa adequado de armazenagem, eficiente serviço de transporte, padronização e classificação etc.

Para desempenhar as funções no processo de comercialização, existem algumas instituições, classificadas de acordo com KOHLS (14) da seguinte maneira: a) Intermediários Comerciantes, 1. retalhistas, a. atacadista; b) Intermediários Agentes, 1. comissários, 2. corretor; c) Intermediários Especulativos e d) Organizações Auxiliares. Dentro deste método, dar-se-á ênfase aos intermediários comerciantes atacadistas, por estarem mais ligados diretamente com o presente trabalho.

O papel do comércio atacadista, dentro do esquema de atividade econômica, pode ser visto em função da necessidade de especialização que caracteriza o moderno sistema de comercialização, dado o tamanho e a complexidade das operações a serem executadas. Seu desempenho consiste na concentração da produção provenientes de uma ou mais fontes supridoras e da distribuição para outras instituições, no mercado. Às vezes o comércio atacadista pode chegar ao consumidor final, tendo em vista atenuar as possíveis perdas físicas e econômica que lhe são peculiares no ato do armazenamento, como no caso especial dos produtos perecíveis.

Os atacadistas podem ser classificados por diversos métodos. Segundo McCATE *et alii* (16), o Departamento de Comércio dos EEUU estabelece o seu método próprio para classificar os atacadistas. Por este método, os atacadistas, de acordo com as operações que realizam, podem ser: 1. atacadistas normais que executam todas as funções de comercialização normais do atacado. Operam independentemente, adquirindo direitos sobre as mercadorias que transacionam, assumindo os riscos que possam advir. De modo geral, possuem e transportam estoques de mercadorias, oferecem serviço de crédito, de entrega a consultivos, e tenta coordenar o suprimento e o consumo em espécie, quantidade e tempo; 2. atacadistas de funções limitadas que constituem uma classe de atacadistas que se especializam no desempenho de algumas funções e atividades, a fim de prestarem melhores serviços aos industriais e retalhista envolvidos em situações de forte competitividade ou em áreas de um produto particular. O atacadista de caminhão seria um exemplo mais dessa classe.

Grande quantidade das vendas por atacado é feita como se estivessem integradas em função do produtor, do retalhista ou do industrial. As compras e vendas podem ser feitas sem a participação de qualquer atacadista independente. As vendas podem ser feitas diretamente aos consumidores, aos retalhistas ou utilizadores industriais.

As cooperativas agrícolas são exemplos típicos de atacadistas integrados.

KOHLS (14), enfocando as características das instituições que fazem parte dos canais de comercialização, diz que os atacadistas constituem um grupo altamente heterogêneo, de variados tipos e características. Os atacadistas locais (municípios) muitas vezes adquirem os bens na área de produção e embarcam para os grandes centros urbanos, onde são vendidos a outros atacadistas. Outro grupo de atacadistas localiza-se nos maiores centros urbanos de uma região. Estes atacadistas são considerados "gerais", tendo em vista que eles manipulam muitos e diferentes produtos ou podem ser especializados na manipulação de um número limitado de produto.

O estudo das funções e das instituições podem ser feitos especificamente relacionado a um produto ou a um grupo de mercadorias, este é o método de estudo da comercialização do ponto de vista do produto. É importante na determinação de aspectos tais como, natureza de oferta, comportamento da demanda, e canais de comercialização.

O canal de comercialização consiste nos meios de se conseguir que os produtos partindo do produtor chegue ao consumidor. Ainda, o canal pode ser considerado como a rota tomada pelos bens e serviços produzidos através de instituições especializadas, (16).

Não existe um canal de comercialização para um produto qualquer, existem, sim, combinações possíveis de unidades de distribuição, das quais o produtor deve escolher na fixação de um canal de comercialização para o seu produto, e os fatores que influenciam na sua escolha são numerosos e variados.

MACCARTHY (15) afirma que os canais de comercialização são afetados pelos seguintes fatores: a) natureza do mercado e dos consumidores, b) natureza do produto, c) necessidade de esforço de vendas e d) situações especiais.

As estatísticas de fluxo mostram o valor relativo de cada instituição de comercialização no canal de distribuição de determinada mercadoria.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

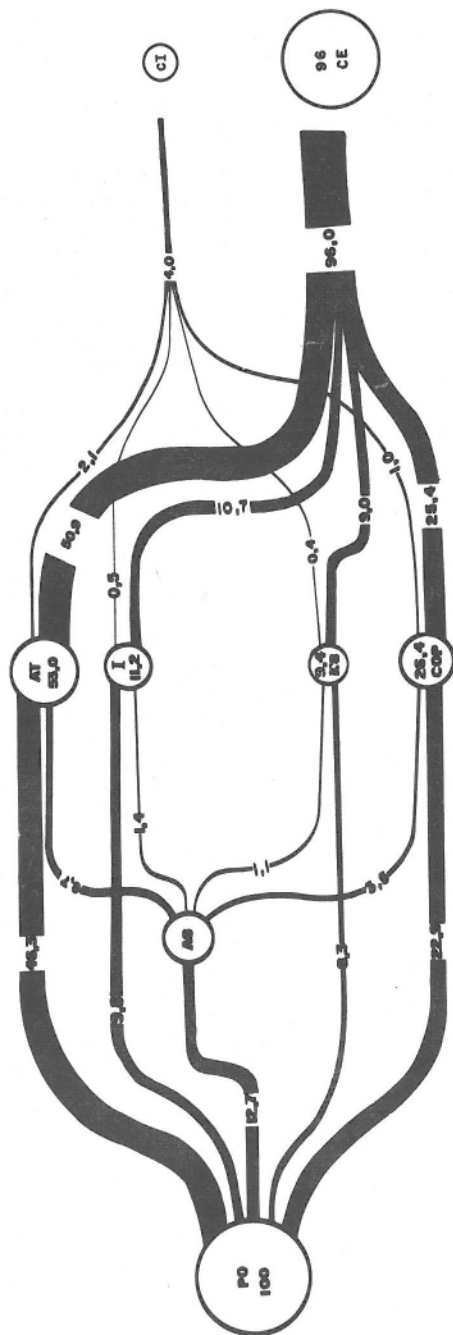
O Quadro 4 e a figura 1 apresentam e ilustram o fluxo de comercialização de cacau no Município de Ilhéus, Bahia, em 1972. Conforme se observa, a maioria dos cacauicultores do município de Ilhéus vende sua produção dentro de seu próprio município. As vendas são feitas na sua grande maioria diretamente aos atacadistas-exportadores, e apenas uma pequena parte é que é feita aos intermediários-agentes, e de modo geral são efetuadas mediante pagamento à vista.

Cerca de 87% da produção de cacau do Município de Ilhéus são vendidas diretamente aos atacadistas-exportadores que atuam no município e cidades vizinhas.

Do volume total de cacau vendido pelos cacauicultores ao

QUADRO 4 - Distribuição da produção comercializada de cacau, segundo as instituições, municípios de Ilhéus, BA, 1971 (N = 124)

Instituição	Distribuição (%)	
Intermediários-Agentes	12,7	
Atacadistas-Exportadores	87,3	
Cooperativa		22,9
Indústria		9,8
Instituto de Cacau da Bahia (ICB)		8,3
Outros Atacadistas-Exportadores		46,3
Total	100,0	



(a) Onde po representa produtores, ag intermediários-agentes, i indústrias, ICB Instituto de Cacau da Bahia, at atacadistas-exportadores, cop cooperativa, ci consumo interno, ce consumo externo.

FIGURA 1 - Fluxo de Comercialização de Cacau, Município de Ilhéus, (BA), 1971.



Município de Ilhéus os intermediários comercializaram cerca de 13%, a cooperativa comercializou, aproximadamente, 23% e a indústria 10%, o Instituto de Cacau da Bahia 8%, as firmas exportadoras os restantes 46%.

Cerca de 74% dos cacaucultores vendem sua produção de cacau dentro do próprio município, sendo que, aproximadamente, 62% desse total é vendido na sede do Município, Ilhéus, e os 12% restantes no Distrito do Banco Central.

Por ordem decrescente de importância, os demais locais de venda, procurados pelos cacaucultores, são os de Itajuípe (10,5%), Itabuna (8,1%), Buerarema (3,2%), Gongogi (2,4%) e outros (1,6%).

O fato de os cacaucultores procurarem vender quase que exclusivamente em Ilhéus, pode ser explicado, pelo menos em parte, por se localizarem lá a grande maioria dos atacadistas-exportadores e por ser o local onde grande parte deles residem e podem assim melhor se informarem acerca das condições do mercado.

A existência de parcela de cacaucultores vendendo cacau fora do município de Ilhéus poderia ser explicada também, em parte, por diversas razões, tais como, a distância relativa ao mercado, dificuldades relativas de transporte e existência de agentes nos municípios vizinhos mais próximos.

Com relação à quantidade vendida em cada um dos principais locais de venda indicados pelos cacaucultores, cerca de 82% seguem diretamente para Ilhéus, aproximadamente 8% para o Distrito de Banco Central, 6% para Itajuípe, 3% para Itabuna, 1% para Congogi, 1% Buerarema e outros.

Os preços recebidos pelos cacaucultores dependem de uma série de fatores. Além das flutuações temporais já discutidas, o preço recebido pelo produtor está sujeito a ágios e deságios devidos à classificação obtida, prazo de venda escolhido, quantidade oferecida, principalmente. Assim, os preços médios estimado recebidos pelos produtores neste estudo variam de acordo com o volume de produção da empresa. Os maiores produtores, *ceteris paribus*, recebem maiores preços do que os menores produtores, possivelmente em virtude de haver maior poder de barganha, da disponibilidade de armazéns, e, conseqüentemente, possibilidade de espera de preços mais altos e possibilidade de maior acesso a informação, Quadro 5.

QUADRO 5 - Estimativa de produção média e preço médio recebido de cacau, segundo tipos de empresa, município de Ilhéus, BA, 1971 (N = 124)

Tipo de empresa	Empresas (nº)	Produção média (arroba)	Preço médio recebido Cr\$/arroba
Burara	61	167,2	23,3
Pequena	38	936,0	23,4
Média	19	3.099,2	24,2
Grande	6	17.433,7	25,0
Total	124	1.687,5	24,8



Com relação ao sistema de vendas a termo ou antecipadas, apenas 24% dos cacaucultores afetuem este tipo de transação, sendo que sua maior incidência se verifica entre grandes produtores de cacau, Quadro 6.

Cerca de 57% dos produtores, que efetuam vendas antecipadas, o fazem quando o cacau está ainda na flor; 37% quando o cacau está sendo colhido e 7% depois da colheita. Esta distribuição é relativamente estável para todos os tipos de empresa, Quadro 7.

Da totalidade dos cacaucultores que efetuam vendas antecipadas, cerca de 37% afirmam ter sofrido deságio no preço efetivo em relação ao preço corrente no mercado na época de entrega, Quadro 8.

Os deságios observados nos preços, em razão do sistema de vendas antecipadas, são, em média, da ordem de 13% sobre os preços correntes.

A frequência de uso do sistema de vendas a termo ou antecipada tende a variar em sentido inverso com a variação no volume de produção da empresa. Isto pode ser explicado, pelo menos em parte, pela relativa fixidez das exigências de capital de giro de produtores de cacau no período de entressafra, ou então pela maior disponibilidade relativa de produto na forma de venda do tipo "gênero pronto" entre os menores produtores do que entre os maiores produtores.

A duração média do período de estocagem nas empresas produtoras de cacau é relativamente curta, oscilando em torno de 23 dias. Aproximadamente 70% dos cacaucultores possuem armazéns em suas empresas. De modo geral, tanto a frequência de armazéns quanto a extensão do período de estocagem nas empresas produtoras de cacau variam inversamente com o tamanho delas, Quadro 7.

Aproximadamente 15% dos cacaucultores do Município de Ilhéus usam animais como único meio de transporte de cacau. Cerca de 15% fazem parte do percurso em animal e parte em caminhão e os restantes 70% usam, exclusivamente, meio de transporte motorizado, Quadro 8.

De modo geral, parece haver uma correlação direta entre tamanho da empresa produtora e o nível tecnológico dos meios de transporte de cacau para mercado. Isto pode ser explicado, pelo menos em parte, pelo fenômeno de indivisibilidade dos fatores usados na execução deste serviço e pela qualidade diferentes de estradas.

Aproximadamente 68% dos cacaucultores fretam caminhão, carro ou animal para transporte de cacau, e os 32% restantes utilizam meio de transporte próprio. Outros fatores permanecendo constantes, tende a haver uma relação direta entre frequência de uso de meio do transporte próprio e tamanho da empresa produtora de cacau. Tal tendência pode ser explicada, pelo menos parcialmente, por menores custos de oportunidade da mão-de-obra e do trabalho de administração provavelmente observados das menores empresas, em relação às maiores empresas.

Cerca de 70% das empresas de cacau ficam compreendidas num raio de 30 km em torno da cidade de Ilhéus e aproximadamente um raio de 60 km, Quadro 9.

Observa-se, quanto às distâncias das empresas ao local de venda, que as médias e grandes empresas, em geral, estão mais

QUADRO 6 - Distribuição de frequência de uso do sistema de vendas a termo, época de venda e deságio de preço de cacau, segundo tipos de empresa, município de Ilhéus, BA, 1971

Sistema de venda a termo ou antecipadas							
Tipo de empresa	Distri- buição (Nº)	Frequência de uso do sistema		Época de venda a termo			Frequência do deságio do preço (%)
		Absoluta (Nº)	Relativa (%)	Floração (%)	Colheita (%)	Armazenagem (%)	
Burara	61	9	14,7	55,6	44,4	0,0	33,3
Pequena	38	12	31,6	58,3	33,3	8,3	41,7
Média	19	6	31,6	50,0	33,3	16,7	33,3
Grande	6	3	50,0	66,7	33,3	0,0	33,3
Média		30	24,2	56,7	36,7	6,7	36,7

QUADRO 7 - Estimativas de disponibilidade de armazéns, período de estocagem e capacidade estática de estocagem de cacau, segundo tipos de empresas, município de Ilhéus, BA, 1971

Tipo de empresa	Empresa (Nº)	Produção média (arrobas)	Frequência de disponibilização de armazenagem (%)	Período médio de estocagem (dias)	Capacidade estática de estocagem (sacos)
Burara	61	167,2	49,2	7,2	45,8
Pequena	38	936,0	76,3	19,9	87,8
Média	19	3.099,2	94,7	29,4	316,3
Grande	6	17.433,7	100,0	26,3	800,0
Média		1.687,5	66,9	23,0	136,6

QUADRO 8 - Estimativas de distribuição dos meios de transporte utilizados pelos produtores de cacau, segundo tipos de empresas, município de Ilhéus, BA, 1971

Sistema de transporte (%)												
Tipo de empresa	Animal			Motor			Motor e animal			Total		
	Pró- prio	Alu- gado	Total	Pró- prio	Alu- gado	Total	Pró- prio	Alu- gado	Total	Pro- prio	Alu- gado	
Burara	61	9,8	9,8	19,6	16,4	45,9	62,3	14,7	3,3	18,0	40,9	59,1
Pequena	38	5,3	5,3	10,6	7,9	68,4	76,3	5,3	7,9	13,2	18,4	81,6
Média	19	5,3	5,3	10,6	21,0	52,6	73,6	10,5	5,3	15,8	36,8	63,2
Grande	6	0,0	0,0	0,0	16,7	83,3	100,0	0,0	0,0	0,0	16,7	83,3
Média		7,3	7,3	14,6	14,5	55,6	70,1	10,5	4,8	15,3	32,3	67,7

QUADRO 9 - Distribuição de distância das empresas de cacau ao município de Ilhéus, por classe, em quilômetros, BA, 1971

Classe de distância (Km)	Distribuição	
	Absoluta (Nº)	Relativa (%)
Até 30	52	66,6
30 a 60	21	93,6
Mais de 60	5	100,0
Total	78	100,0

afastadas, porém, mais bem servidas de estradas asfaltadas do que as pequenas empresas que, em média, ficam mais próximas aos locais de venda e dispõem de melhor acesso a estradas cascalhadas ou comuns do que as médias e grandes empresas, Quadro 10.

Preços diferenciais para os diversos tipos de cacau são estabelecidos pelos atacadistas-exportadores que, de acordo com a classificação que concedem ao produto, estabelecem no momento da compra ágios ou deságios em relação ao preço médio corrente pago aos produtores.

Cerca de 17% dos cacauicultores afirmam ter vendido parte de sua produção de cacau, ou às vezes toda, como "não superior". Os burareiros e os grandes cacauicultores são os que mais afirmam ter vendido cacau tipo "inferior", Quadro 11.

Apenas entre os burareiros verificou-se a venda de cacau tipo "baixo do padrão" e tipo "refugo", Quadro 11.

Dos cacauicultores que vendem cacau "inferior" verificou-se que 86% sofreram deságios em relação aos preços médios correntes, Quadro 12.

Outra característica marcante da comercialização de cacau é o sistema de venda a termo ou antecipada. O cacauicultor estima uma quantidade de produção antes da colheita do cacau, obtém financiamento do comprador ou de instituição bancária por conta da entrega futura do produto aos compradores. Estes recursos podem ser utilizados para cobertura dos custos de produção e comercialização. Quando o cacauicultor vende antes da época de colheita, os preços de mercado tendem a ser relativamente altos e as estimativas de produção tendem a ser relativamente otimistas, estimulando financiamentos também elevados. Em seguida, na época da colheita, a produção obtida poderá ser igual, ou menor do que a estimada e os preços tenderão ser menores, por causa da própria estacionalidade da produção. Assim, por via de regra, os adiantamentos tendem a ser relativamente elevados em função da receita esperada ou obtida. Isto

QUADRO 10 - Estimativa da distância média entre a empresa e o local de venda e tipos de estradas, segundo tipos de empresas, município de Ilhéus, BA, 1971. (N = 124)

Tipo de empresa	Empresas (Nº)	Estradas cascalhadas		Estradas asfaltadas		Total	
		(km)	(%)	(km)	(%)	(km)	(%)
Burara	61	19,3	82,9	4,0	17,1	23,3	100,0
Pequena	38	17,8	67,3	8,6	32,7	26,4	100,0
Média	19	20,2	59,7	13,6	40,3	33,8	100,0
Grande	6	23,8	50,7	23,1	49,2	46,9	100,0
Média		19,2	78,8	5,2	21,2	24,4	100,0

QUADRO 11 - Distribuição de frequência de classificação "Inferior" entre produtores de cacau, segundo tipos de empresas, município de Ilhéus, BA, 1971, (N = 124)

Tipo de empresa	Empresas	Total	Frequência de Classificação "Inferior" (%)		
			Tipo		
			"Good"	"Abaixo do padrão"	"Refugo"
Burara	61	26,2	87,6	6,2	6,2
Pequena	38	7,9	100,0	0,0	0,0
Média	19	5,3	100,0	0,0	0,0
Grande	6	16,7	100,0	0,0	0,0
Média		16,5	90,4	4,8	4,8

QUADRO 12 - Distribuição de freqüência e valor de deságios devido a classificação "Inferior", segundo tipos de empresas, município de Ilheus, BA, 1971 (N = 39)

Tipo de empresa	Empresa (Nº)	Total	Frequência de deságio (%)			Valor do deságio (Cr\$/saco) a/		
			"Good"	"Abaixo do padrão"	"Refugo"	S/G	S/AP	S/R
Burara	30	87,5	85,8	7,1	7,1	3,25	2,00	11,50
Pequena	5	66,7	100,0	0,0	0,0	4,50	0,00	0,00
Média	2	100,0	100,0	0,0	0,0	3,10	0,00	0,00
Grande	2	100,0	100,0	0,0	0,0	1,00	0,00	0,00
Média		85,7	88,9	5,5	5,5	3,26	2,00	11,50

a/ Os deságios, em virtude de sua classificação, são dados em relação ao tipo "superior". S/G significa diferencial de preço do tipo "superior" para o tipo "good"; S/AP significa diferencial de preço do tipo superior para o tipo "abaixo do padrão" e S/R significa diferencial de preço do tipo "superior para o tipo refugo"



explica, pelo menos em parte, a alta frequência de débitos privados ou bancários anualmente renovados entre os produtores.

Parece existir barreiras à obtenção de crédito institucional para comercialização de cacau. É que as baixas frequências de uso de crédito institucional (Quadro 13) se contrastam com as elevadas incidências de operação a termo (Quadro 6). Entretanto, não parece haver substituição entre fontes de recursos, "id est", entre venda a termo e crédito institucional. Parece existir, isto sim, correlação direta entre tamanho da empresa e uso de crédito institucional para comercialização, Quadro 13.

QUADRO 13 - Distribuição de frequência de uso de crédito para comercialização, segundo tipos de empresa, município de Ilhéus, BA, 1971

Tipo de empresa	Empresas (Nº)	Frequência de uso de crédito (%)
Burara	61	0,0
Pequena	38	0,0
Média	19	5,3
Grande	6	50,0

Os cacaucultores dispõem de diversas fontes de informação de preços e cerca de 80% dos produtores procuravam informar-se das flutuações de mercado. Mais frequentemente, quem informa os produtores sobre preços são os próprios compradores, consultados oitenta e três por cento das vezes. As demais fontes com que os cacaucultores mantêm contato são: rádio (30,1%), televisão (24,2%), jornais (17,8%) e outros (11,2%).

#### 4. CONCLUSÕES

De modo geral, a análise institucional da comercialização de cacau no município de Ilhéus, na Bahia, no ano de 1972, permite derivar as seguintes conclusões.

A maioria dos cacaucultores do município de Ilhéus vende o cacau diretamente aos atacadistas-exportadores. Aproximadamente 87% da produção segue este canal de mercado. Os intermediários-agentes são os responsáveis pela comercialização primária dos 13% restante da produção. A cooperativa local atua como a principal empresa de comercialização do município, tendo comercializado, aproximadamente, 23% da produção total do município.

Com relação ao sistema de vendas a termo ou antecipadas, apenas 24% dos cacaucultores efetuam este tipo de transação, sendo que sua maior incidência se verifica entre grandes produtores de cacau. Este tipo de venda, que serve como fonte de obtenção de recursos para cobertura dos custos de produção e

comercialização através de adiantamentos, explica, pelo menos em parte, a alta frequência de débitos privados ou bancários anualmente renovados entre os produtores, uma vez que os adiantamentos obtidos tendem a ser relativamente maiores do que as receitas esperadas ou obtidas. Melhores serviços de previsão de safras e de informação de preços poderiam contribuir sobremaneira para orientar os compradores em suas políticas de vendas a termo.

Ainda com relação às vendas a termo, observou-se que os cacauicultores utilizam mais deste tipo de crédito do que o crédito institucional, para o qual parece existir barreiras à sua obtenção. Ou seja apenas 3% dos cacauicultores utilizam o crédito institucional em contraste com 24% que utilizam das vendas a termo.

A estocagem do cacau nos armazéns das empresas produtoras leva, em média, um período de tempo relativamente curto (23 dias), tendo em vista a natureza do produto. Grande parte das empresas, cerca de 70% possuem seus próprios armazéns e, de modo geral, tanto a frequência de armazéns como a extensão do período de estocagem variam inversamente com tamanho das empresas. A expansão do período de estocagem pode proporcionar aos cacauicultores melhores oportunidades de comercialização, não somente pela possibilidade de alcançar preços mais altos, mas também pela possibilidade de juntando parcelas de produção, até certo ponto, ao mesmo tempo obter reduções nos custos de transporte do produto.

Ainda com relação à estocagem, salienta-se a ocorrência de inadequação na identificação de perdas a nível de coleta, haja vista a inexpressividade dos resultados obtidos, ou seja, 7% apenas dos cacauicultores afirmaram ter tido algum tipo de perda. Acredita-se, porém, nas ocorrências de perdas, e que estes poderiam ser objeto de pesquisa mais específica.

Cerca de 17% dos cacauicultores afirmam ter vendido parte de sua produção de cacau, ou às vezes toda sua produção como "não superior". Os burareiros e grandes cacauicultores são os que mais afirmam ter vendido cacau tipo "inferior". Tendo em vista que os produtores recebem ágios e deságios em função da classificação obtida, sugere-se a implantação de postos oficiais no interior para fiscalizar e classificar a produção.

De modo geral, parece haver uma correlação direta entre tamanho da empresa e o nível tecnológico dos meios de transporte utilizados, explicado, pelo menos em parte, pelos fenômenos das indivisibilidades dos fatores usados na execução destes serviços e pela qualidade diferente de estradas.

## 5. RESUMO

O objetivo geral deste estudo é conhecer e analisar o sistema de comercialização de cacau no município de Ilhéus, Estado da Bahia. Especificamente, pretende-se identificar os canais de comercialização de cacau e quantificar as suas participações.

As análises feitas têm como base teórica os métodos funcional e institucional de mercado.

Os resultados e conclusões principais evidenciam que os atacadistas-exportadores são os principais responsáveis pela comercialização de cacau no município de Ilhéus. As vendas a

termo, que atuam como fonte de recursos para cobrir despesas de produção e comercialização são efetuados por 24% dos cacauicultores, contrastando com apenas 3% de cacauicultores que utilizam do crédito institucional bancário. Isto explica, pelo menos em parte, a alta frequência de débitos, privados ou bancários anualmente renovados entre os produtores, uma vez que os adiantamentos obtidos tendem a ser maiores do que as receitas esperadas ou obtidas das vendas a termo. A estocagem do cacau nas empresas produtoras leva um período de tempo relativamente curto, 23 dias, em média, considerando a natureza do produto. Cerca de 17% dos cacauicultores afirmam ter vendido parte de sua produção como não superior e estão sujeitos a ágios e deságios, arbitrariamente estabelecidos pelos compradores em função da classificação obtida pelo produto. De modo geral, parece haver uma correlação direta entre tamanho da empresa e o nível tecnológico dos meios de transporte utilizado, explicado, pelo menos em parte, pelos fenômenos das indivisibilidades dos fatores usados na execução deste serviço e pela qualidade diferente de estradas.

## 6. SUMMARY

The general objective of this study is to analyse the system of the commercialization of cocoa in the município of Ilhéus, Bahia. Specifically, it aims to identify the various channels of cocoa commercialization and to quantify the amount of the respective contributions by the participants in the market.

The data were obtained by interviewing cocoa producers who were stratified in the sample according to the volume of their production and the exporters of cocoa. The analysis uses the functional and institutional market methods as a theoretical base.

The principal results and conclusions show that the wholesale exporters are principally responsible for the commercialization of cocoa in the município of Ilhéus. Selling cocoa before the harvest through the futures market acts as a source of resources to cover expenses of production and commercialization; an activity which includes 24% of the cocoa producers. This is in contrast to the 3% of the cocoa producers who utilize institutional banking credit. This partially explains the high frequency of debts, privately or institutionally renewed annually among the producers, when the advance obtained exceeds expected or actual receipts obtained from future sales.

The average length of storage of cocoa was found to be a relatively short period, 23 days, considering the nature of the product. About 17% of the cocoa producers said that part of their production was sold as a non-superior type, subject to the bonuses and discounts for quality which are arbitrarily established by the buyers.

In general, there seems to be a direct correlation between the size of enterprise and the level of technology in the method of transportation utilized. This is explained, in part, by the phenomenon of the indivisibility of the factors used in this transport and by the differences in the quality of roads.

## 7. LITERATURA CITADA

1. ALENCAR, M.H. *A estrutura fundiária na região de maior concentração cacaueteira da América Latina, com base para formulação de políticas, no sentido de recuperação de sua lavoura*. Itabuna, CEPLAC, 1969. (Encontro Latino Americano de Engenheiros-Agrônomos, 1). (p.d.).
2. ALVARES-AFONSO, F.M. A zona cacaueteira e a região cacaueteira da Bahia - antecedentes históricos. In: ALVARES-AFONSO F.M. & BARROCO, H.E. ed. *Introdução a região cacaueteira, Bahia, Brasil*. Itabuna, CEPLAC, 1972. 19 p.
3. AZEVEDO BRANDÃO, A.L. *C cultivo de cacau na micro-região, programa-3, litoral sul*, Itabuna, CEPLAC, 1972. 19 p.
4. AYO, E.J. & SCHUTJER, W.A. *Negotiating a world cocoa agreement analysis and prospects*. Pennsylvania, Pennsylvania State University, 1967. 53 p. (Bull Tech. 744).
5. BARROCO, H.E. *Pontos de convergência na comercialização do cacau em grãos na região cacaueteira do Sul da Bahia*. Itabuna, CEPLAC, 1970. 55 p. (Boletim Técnico, 4).
6. \_\_\_\_\_. *A cacauicultura mundial: evolução de produção. Principais países produtores e consumo*. Itabuna, CEPLAC, 1969. 32 p.
7. \_\_\_\_\_. *Análise dos principais países consumidores de cacau brasileiro em amêndoa e seus derivados*. Itabuna, CEPLAC, 1970, 23 p. (Comunicação Técnica, 3).
8. \_\_\_\_\_. Importância econômica da região cacaueteira para Bahia e Brasil. A economia cacaueteira: produção e tendência. In: ALVARES-AFONSO, F.M. & BARROCO, H.E. ed. *Introdução a região cacaueteira da Bahia, Brasil*. Itabuna, CEPLAC, 1970. (p.d.).
9. BRASIL. *Boletim Estatístico do Cacau*. Rio de Janeiro, CEPLAC, 1966, 56 p.
10. \_\_\_\_\_. *Orçamento Programa*. Itabuna, CEPLAC, 1966. 267 p.
11. \_\_\_\_\_. *Relatório*. Rio de Janeiro. CEPC. 1966. 190 p.
12. COCHRAN, W.G. *Técnicas de amostragem*. 2 ed. Rio de Janeiro, USAID, 1965. 555 p.
13. \_\_\_\_\_. *O Município de Ilhéus*. Rio de Janeiro, FIBGE, 1971, 7 p.
14. KOHLS, L.R. *Marketing of agricultural products*. 2. ed. New York, The Macmillan, 1961. 424 p.
15. MCCARTHY, E.J., GRATHWOHL, D.B. *Comercialización*. Buenos Aires, El Ateneo, 1967. 934 p.

16. McCATE, C.M., DIZMANG, O.K., GRATHWOHL, H.L. Types of wholesalers. In: COMMITTEE OF MARKETING. ed. *Principles of Marketing*. Toronto, Ptman, 1961. 572 p.
17. REVOLUÇÃO na Agricultura e Abastecimento. In: BRASIL, Ministério do Planejamento. *Metas e Bases para a Ação do Governo*. (s.d.). 1970. cap. 2. p. 55.
18. RENOVAÇÃO de Cacauais. *Cacau Atualidades*. Itabuna, CEPLAC, 8(2):24 5, 1971.
19. SHEPHERD, G.S. *Marketing farm product - economic analysis* 4 th. ed. Ames, Iowa State University, 1966. 523 p.
20. SILVA, L.F. Recursos naturais da zona fisiográfica cacau-eira baiana. In: ALVARES-AFONSO, F.M. & BARROCO, H.E. ed. *Introdução a região cacaueira, Bahia, Brasil*. Itabuna, CEPLAC, 1970. (p.d.).