

Documento nº 2

Sérvulo Barreto (1)

Valter Muchagata (2)

1. O QUADRO DA AÇÃO-TESTE

A Cocat (Cooperativa Camponesa do Araguaia-Tocantins) surgiu a partir do Programa CAT como um instrumento capaz de intervir/dar respostas a um dos principais problemas da Agricultura Familiar na região, que diz respeito a comercialização de seus produtos agro-extrativistas.

Como um dos responsáveis direto nas ações de desenvolvimento do Programa CAT, ações estas que desencadearam na criação da própria Cocat, o Lasat (Laboratório Sócio-Agrônomo do Tocantins) entende que a consolidação do Programa também passa pelo crescimento/desenvolvimento desta Cooperativa. Como setor de pesquisa do CAT, o Lasat vem tentando dar prosseguimento a sua proposta de trabalho junto à Cooperativa - Formular, Acompanhar e Analisar as ações-teste de comercialização com vista a gerar informações e discutir os resultados com os agricultores para se ter elementos que possam melhorar as ações futuras -. Espera-se com isto trazer ganhos financeiros reais aos agricultores como forma de estimulá-los à organização sindical, bem como estimulá-los também ao diálogo com a pesquisa através dos "grupos de avaliação das ações-teste".

Trata-se da primeira ação-teste de comercialização do Cupuaçu (*Theobroma grandiflorum* - Schumann) efetuado pela Cocat que contou com o acompanhamento e avaliação do Lasat. Procuramos analisar esta ação de forma bem abrangente no seu aspecto econômico e organizativo como forma de gerar um conjunto de elementos com vista a uma crítica construtiva da prática da Pesquisa-Desenvolvimento.

2. GÊNESE E ORGANIZAÇÃO DA PROPOSTA: ASPECTOS METODOLÓGICOS

a) Caracterização da ação-teste:

Um teste caracteriza-se por envolver **pouco** volume de recursos financeiros e de produtos, ou seja, permite agir com cautela e sem fazer o agricultor correr riscos. Assim em caso de insucesso do teste os agricultores não serão prejudicados e pouco recurso foi empatado. Por outro lado, o papel da pesquisa é acompanhar, analisar e escrever, onde através dos resultados dizer se tem como melhorar ou não os testes futuros e/ou ainda consolidar a comercialização do produto.

b) Antecedentes do teste:

O cupuaçu além de ser produto nativo da região e ainda com uma grande produção, é hoje a cultura perene cujo o plantio é o mais incentivado (aumento da área plantada através de financiamentos - FNO, PROCTERA, etc.) na região, daí a preocupação em se buscar estratégias de comercialização. Experiências com comercialização de Cupuaçu executadas por outras entidades como o CEPASP e FASE na região de Marabá, suscitaram a possibilidade de a Cocat ampliar seu leque de produtos a serem comercializados, da mesma forma como já vem sendo feito para o Arroz e a Castanha.

1. Agrônomo do LASAT (Laboratório Sócio-Agrônomo do Tocantins).

2. Gerente da COCAT (Cooperativa Camponesa do Araguaia-Tocantins).

Por ser um produto bem mais perecível que o arroz e a castanha, o cupuaçu requer infraestrutura e rapidez, o que faz suas estratégias de comercialização diferirem das do arroz e da castanha. Para estes dois produtos o trabalho maior é somente na hora de transportá-los da roça para a cidade (armazém), já para o cupuaçu, durante a safra todo o processo (desde a queda do fruto até o beneficiamento e armazenamento) tem que ser rápido, o que requer muito trabalho, vários materiais e equipamentos para o beneficiamento e estocagem e sólidos contatos na hora de vender o fruto e a polpa.

c) Objetivos do teste:

Conhecer melhor o mercado regional e nacional de polpa e fruto de cupuaçu, junto com o teste tentar penetrar neste mercado que está em expansão e ainda não consolidado (conhecer as possibilidades do mercado), onde através das perspectivas deste mercado se avaliar a possibilidade de diversificar os produtos comercializados pela Cocat e melhor explorar os produtos da mata. É claro que com tudo isto espera-se também possibilitar ganhos econômicos reais para os agricultores e Cooperativa.

d) Organização e estruturação do teste:

O teste foi organizado juntamente com os Sindicatos, sendo que a escolha das cinco localidades foi mais em função da grande produção do fruto nestas áreas, e menos em função da organização das Delegacias Sindicais. Vale lembrar que havia várias distinções entre as localidades, ou seja, havia localidades que já tinham participado de outras experiências com comercialização de cupuaçu - Araras (CEPASP) e Bacabal (FASE) - sendo que estas duas estavam melhor estruturadas quanto ao beneficiamento no próprio local. Enquanto isto, localidades como Praia Alta e Vila Deserto não possuíam nenhuma estrutura de beneficiamento, por isso todos os seus frutos eram beneficiados na Cooperativa.

QUADRO 01. Caracterização geral por localidade.

Localidades participantes	distância de Marabá (km)	vias de acesso	produção de cupuaçu	grau de organiz. da deleg. sindical	part. em exper. comerc. de cupu.	estrut. p/ benef. próprio local
Praia Alta	75	difícil	alta	deficiente	não	não
Lago do Deserto	30	difícil	alta	boa	não	não
Bacabal	30	boa	alta	deficiente	sim	sim
São Domingos	55	regular	média	regular	não	sim
Araras	30	boa	alta	boa	sim	sim

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Dos resultados econômicos gerais:

QUADRO 02. Avaliação econômica geral da ação-teste de comercialização do cupuaçu.

Custos/Operação	QUANTID. (Kg)	VALOR UNITARIO (US\$)	VALOR TOTAL COM SUBSIDIO (US \$)	VALOR TOTAL SEM SUBSIDIO (US. \$)
Custos totais	-	1,32	4811,00	6143,50
* Venda da polpa	3282	2,01	6597,00	6597,00
* Venda dos frutos	931 frutos	0,40	370,00	370,00
Receita total - Custos totais	-	-	2156,00	823,50
Fundo de Reserva Legal da Cocat (10%)	-	-	215,60	82,35
Receita Líquida Geral	-	-	1940,40	741,15
Retorno por kg	-	-	0,53	0,20
% do retorno em relação ao adiantamento	-	-	56	21

Inúmeras foram as dificuldades para iniciar o teste, por exemplo, poucos freezers e poucas mulheres cortadeiras; houve momentos durante a safra onde chegavam muitos frutos e não havia

cortadeiras suficientes e nem local para armezinar a polpa, assim, em determinado momento, tínhamos que vender os frutos para não estragar e vender polpa para abrir mais espaço nos *freezers*.

O preço médio de venda de US\$ 2,01 por kg de polpa implicou num retorno relativamente baixo, mas não desanimador, já que 70% de toda a polpa comercializada foi vendida no período de janeiro a março, ocasião em que o preço médio de venda foi de US\$ 1,02 por kg de polpa (que corresponde a média ponderada das vendas nas diferentes datas), os 30% do estoque restante foi vendido a um preço médio de US\$ 3,14 por kg (que corresponde a média ponderada das vendas nas diferentes datas). O retorno de 21% em relação ao adiantamento mostrou que este tipo de operação pode ser economicamente viável, ou seja, com resultados positivos para os agricultores e Cooperativa, mesmo se considerando os custos totais da operação (sem subsídio).

3.2. Dos resultados técnicos:

Pode-se dizer que o teste foi caracterizado pela grande variabilidade entre as localidades participantes e entre os agricultores dentro das localidades no que diz respeito a entrega dos frutos e posteriormente nos resultados técnicos (Quadro 03). Os maiores rendimentos (maior quantidade de polpa) e as menores perdas por fruto estragado estão fortemente relacionados ao grau de organização e estruturação de cada localidade. Desta forma, as localidades do Bacabal e Araras tiveram um melhor desempenho técnico, pois ambas já tinham estrutura para beneficiamento dos frutos. Além disso, por estarem mais perto de Marabá, a perda de frutos foi pequena, -caso do Bacabal-, e facilitava a entrega de polpa, -caso do Bacabal, Araras e São Domingos.

QUADRO 03. Avaliação geral do rendimento dos frutos que chegaram na Cocat.

LOCALID	FORMA DO PRODUTO QUE CHEGOU NA COCAT					RENDIMENTO KGFRU/KGPOL (%)	POLPA TRAZIDA (KG)	TOTAL DE POLPA (KG)	
	FRUTOS CHEGADOS	FRUTOS VENDIDOS	% perda de frutos	FRUTOS BENEFICIADOS					
				UNIDADES	PESO (kg)				
PRAIA ALTA	2598	40	30	2250	2797	670	24	0	670
LAGO do DESERTO	1708	486	23	1453*	1518	376	25	0	376
BACABAL	821	247	13	618	643	199	31	734,4	933
SÃO DO- MINGOS	708	158	32	527	643	166	26	378	544
ARARAS	0	0	0	0	0	0	0	795	795
TOTAL	5835	931	27	4848	5600	1410	25	1907	3318

Pelo retorno obtido e em se tratando de um primeiro teste, os resultados são satisfatórios, pois o quanto cada agricultor recebeu por kg de polpa em R\$, no adiantamento e no retorno, demonstra a perspectiva de ganho econômico neste tipo de operação (quadro 04). Para polpa está claro que se melhorarmos a qualidade, o rendimento, diminuirmos a perda por fruto estragado e aumentarmos o estoque para entresafra este retorno será bem maior.

Quadro 04. Resultados econômicos por kg de polpa e por fruto vendido.

Localidade	em R\$ (do 10/11/94) por kg de polpa				
	Adiantam. (R\$)	Custo (R\$)	Receita (R\$)	Retorno (R\$)	Total \$ ao agric. (Ad + Ret)
Praia Alta	0,95	1,53	1,62	0,09	1,04
Deserto	0,84	1,31	1,62	0,31	1,15
Bacabal	0,65	0,80	1,62	0,82	1,47
São Domingos	0,86	1,24	1,62	0,38	1,24
Araras	0,86	0,97	1,62	0,65	1,50
Média	0,81	1,12	1,62	0,50	1,32

Um retorno maior implica também em diminuir alguns custos da operação, o teste gerou elementos que nos permitirão agir em alguns pontos visando aumentar os ganhos econômicos, como:

* É possível diminuir alguns custos da operação, como a compra da matéria-prima, bem como diminuir os custos com o transporte da matéria-prima até os lugares de beneficiamento através de uma melhor organização na entrega dos frutos;

* Aumentar o rendimento kg de fruto/kg de polpa até chegar nos 30% e diminuir a perda por fruto estragado. As duas medidas correspondem a uma melhoria na estrutura de transporte, beneficiamento e estocagem de polpa, seja na Cooperativa e/ou nas localidades produtoras.

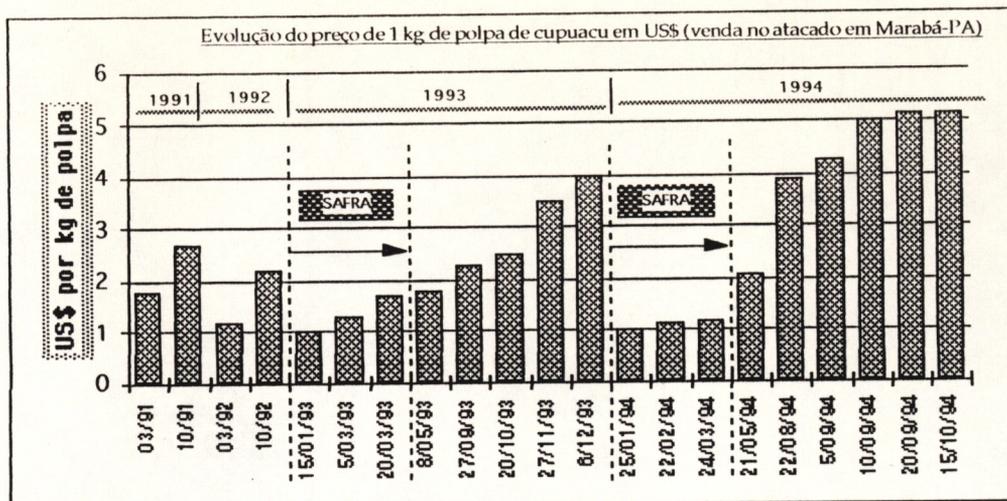
3.3. Da comercialização em função da expansão do mercado:

Com relação a venda de polpa, 90% de toda a polpa comercializada pela Cooperativa foi vendida para atravessadores de Marabá e/ou de outras regiões que vinham comprar em Marabá. Por sua vez estes atravessadores se encarregavam de distribuir (vender) para boa parte do Brasil (quadro 05). No momento da compra sempre era pedido um prazo de 5-10 dias para pagamento por parte do atravessador, isto aliado aos altos índices inflacionários de janeiro a março -período em que foi vendido 70% de toda a polpa-, fazia baixar ainda mais o preço de venda. Esta venda direta para o atravessador diminuiu em demasia o lucro da operação, aja visto que foi registrado que os atravessadores se beneficiam com uma margem de lucro médio de 64% em suas negociações (quadro 06).

QUADRO 05. Total de polpa vendida ao longo do teste.

DATA DA VENDA 1994	QUANT. POLPA VENDIDA (KG)	PREÇO/KG (US\$)	TIPO DE COMPRADOR	DESTINO DA POLPA
28/01 a 14/03	161	1,10	varejo/consum.	Mab/Bel/BH/SP
25/01'	500	1,01	atravessador	Goiânia
02/02'	471	1,10	indústria	Belém
21/02'	500	0,87	atravessador	São Paulo
22/02'	300	1,15	atravessador	Fortaleza
17/03 a 15/10	72	3,05	varejo/consum.	Mab/SP/Bel/C.Arag
24/03	632	1,20	atravessador	Gur, Pal
21/05	110	2,10	atravessador	Fort
22/08 a 05/09	400	4,10	atravessador	São Luis/Imp
15/09 a 15/10	467	5,10	atravessador	S. Luis/Imp/C.Arag/Mab
TOTAL	3613	2,01	-	-

A evolução do preço do kg de polpa no decorrer dos anos no mercado de Marabá atesta um aumento real no preço do produto, como também uma variação significativa deste preço entre a safra e entresafra (fig. 01). O aumento no preço pode ser explicado pelo aumento da demanda por este produto a nível de mercado regional e nacional, o que contribuiu para entrada de vários atravessadores neste tipo de comércio (quadro 06). Já a variação do preço entre safra e entresafra - 1 para 4 em 93 e 1 para 5 em 94-, confirma as nossas expectativas de aumentar a capacidade de estoque para entresafra visando um maior ganho econômico, mesmo se considerando todos os custos decorrentes da estocagem (energia).



OBS: anos 91/92 - fonte CEPASP;

anos 93/94 - fonte LASAT.

Os atravessadores entrevistados encontraram no mercado do cupuaçu uma alternativa para o aumento da renda familiar nos meses de dezembro a março - safra do fruto -, proporcionando um rápido retorno do capital investido. Isto explica que tal comércio seja encarado como atividade secundária pela maioria (70%), quando levado em contexto todo o ano agrícola, pois nesta época o trabalho de compra, despulpa, armazenagem e venda toma todo o tempo do atravessador, transformando o cupuaçu na principal atividade deste período.

QUADRO 06. Tentativa de identificação dos atores da cadeia de comercialização do Cupuaçu da região de Marabá

Atravessador	Início da atividade	Quant. freezers	Vol. Comerc. (ton)		Destino da polpa	Custo por KG (*)	Preço de venda/kg	Margem de lucro (%)
			1994	1995				
Zé da Coca	1987	3	15	18	Bel	1,70	-	-
Valmor	1990	1	1	2	S. Luis, Bel, Goi, Bras	1,90	3,00	58
J. Rodrigues	1990	2	7	10	?	2,30	3,00	30
Itaituba	1991	3	15	-	Imp, Bel, Gur, Pal	1,75	3,00	71
Abdon	1991	3	18	18	Bel, Goi	1,70	3,00	76
Bento	1992	2	15	25	Bel, Imp	1,90	2,50	32
Ngão	1992	4	15	-	Bel, Imp, Goi	-	-	-
Robério	1992	1	0,6	1	-	2,20	3,50	59
Hozanam	1992	4	7	12	São Luis	1,67	2,70	62
Zé das porcas	1993	4	20	20	Bel, Goi	1,80	2,50	39
Balbino	1993	4	12	25	Ceasa (S. Luis)	1,70	3,00	76
Padeiro	1994	4	-	12	Bel, Imp	1,70	4,00	135
TOTAL	-	-	125,6	143	-	-	-	-
MEDIA	-	-	11	14	-	2	3	64

OBS: Bel = belém; Goi = Goiânia; Imp = Imperatriz; Gur = Gurupi; Pal = Palmas; Bras = Brasília.

OBS (*): Além do custo de produção, estão incluídos também os custos com transporte (10% do valor do preço).

O tempo gasto para fixação definitiva na atividade variou de 1 a 4 anos, ou seja, este foi o tempo necessário para que se criasse uma estrutura mínima de beneficiamento (compra de materiais e "contratação" de cortadeiras), armazenamento (*freezers*) e estabelecimento das relações de compra de frutos e venda de polpa. Como a polpa oferece um retorno maior, poucos se interessam pelo fruto *in natura*; os que o fazem escolhem os maiores e melhores para revenda e o restante é beneficiado. Há cerca de dez anos o mercado era incipiente, hoje registra-se aproximadamente cinquenta atravessadores somente no perímetro de Marabá.

A quantidade de *freezers* indica a capacidade de estoque de cada atravessador, tendo relação direta com o volume mínimo movimentado. Um ponto importante a salientar é que todos os *freezers* já tiveram o capital investido retornado em menos de dois anos de atividade neste ramo. Outra indicação do crescimento da atividade com o decorrer dos anos é o aumento no volume de polpa comercializado esperado para este ano (quadro 06). A demanda tende a aumentar a cada ano, uma vez que o cupuaçu ainda é relativamente pouco conhecido a nível de mercado nacional. O intenso plantio da espécie por parte dos

agricultores na região, cuja produção em breve estará entrando no mercado, também contribuirá para a elevação do volume de polpa a ser produzida.

Durante a safra, o preço do fruto em Marabá tende a permanecer estável, dada a oferta quase que contínua de frutos durante este período, conseqüentemente a oferta de polpa também é grande o que faz cair o seu preço. O custo de obtenção da polpa leva em conta o gasto com mulheres cortadeiras (R\$ 0,20/kg), embalagem e energia (cerca de R\$ 0,10/kg) e a conversão de frutos em kg de polpa - que é de 2:1. Dependendo do tamanho do fruto tal relação é errônea, mas talvez a solução deste problema seja a adição de água na polpa (em até 40%), tal prática é muito comum entre os atravessadores para aumentar o rendimento e, conseqüentemente, a margem de lucro.

3.4. Da relação LASAT - COCAT e a participação dos agricultores :

A Cocat surgiu a partir de uma proposta de trabalho planejada em conjunto entre pesquisa e organização sindical, que se deu em torno da ação-teste de comercialização do arroz. A pesquisa se incumbiu do acompanhamento-avaliação e da restituição do que havia se passado a cada campanha. Os sindicatos aprovaram a experiência e renovaram seu apoio a cada uma das ações-teste que, repetidas, melhoradas e ampliadas a cada ano desembocaram na criação da Cocat. Esta proposta de trabalho congregava uma preocupação conjunta, sendo que os resultados e as informações decorrentes desta ação foram úteis para todos, o que possibilitou o início de um diálogo entre pesquisa e organização sindical.

A construção do diálogo pode se iniciar quando uma proposta desencadeada pela pesquisa vai de encontro aos interesses das organizações sindicais, já que de outra forma, para uma boa parte destas lideranças o papel dos pesquisadores é relegado ao de técnicos prestadores de serviços, sempre prontos a sanar algum problema técnico localizado. Por seu lado, os pesquisadores devem executar determinadas atividades - "mostrar serviço" - para não bloquear a relação, visando conhecer melhor o parceiro em questão.

Com o "produto" cupuaçu o quadro não foi diferente, a pesquisa buscou a realização do primeiro teste - sendo este uma demanda cobrada pela cooperativa -, e se envolveu em todas as etapas da ação, desde a formulação, passando pelas atividades operacionais e avaliação dos resultados. Neste caso, o planejamento conjunto não se deu como no teste do arroz e foi mais em torno da escolha das localidades participantes e, talvez por ser um produto "novo" quanto aos resultados e com uma área de abrangência limitada, este teste não tenha despertado tanto interesse como o do arroz. O fato é que a metodologia da ação-teste utilizada no arroz também pôde ser aplicada com relativo sucesso ao cupuaçu, apesar das diferenças técnicas entre os dois produtos.

Os resultados da ação foram discutidos em Seminário com os agricultores participantes -"grupos de avaliação das ações-teste" -, onde além de considerados promissores, suscitaram várias propostas (muitas delas feitas pelos próprios agricultores e sindicalistas) visando melhorar a continuidade desta operação. Este quadro positivo demonstrou possibilidades de os próprios agricultores, agora representados pela Cocat, se utilizarem das informações para tomar conta do processo, assim como se deu para o arroz. Isto também motivou o interesse de outras delegacias sindicais a participar da operação.

4. CONCLUSÕES E PERSPECTIVAS

- Durante a safra é natural que o preço seja baixo. Mercado como o de Belém fica saturado no período de dezembro a março, onde a oferta de fruto e polpa é muito grande, o que conseqüentemente força a queda do preço. A alternativa neste período seria os mercados de São Luis, Imperatriz, Goiânia e Brasília. Neste caso, a COCAT deve obrigatoriamente melhorar a qualidade, com uma embalagem padronizada e em seguida trabalhar uma "marca" para o produto para aí sim, poder divulgá-la para os grandes centros consumidores.

- Um novo teste e ampliado se faz necessário para obtermos mais informações sobre o mercado do cupuaçu, assim, por enquanto, é mais seguro trabalharmos com *freezers* e/ou quem sabe com o aluguel de uma câmara fria, em vez de adquirirmos uma câmara fria sem sabermos seu funcionamento detalhadamente (movimentação diária, manejo, custos de manutenção e funcionamento, etc). Neste sentido, algumas considerações devem ser feitas.

* O congelamento/conservação é uma forma de agregar valor ao produto beneficiado;

* O teste mostrou que a possibilidade de ganho com o produto é maior através do seu armazenamento para venda na entressafra.

- O volume de produção apresenta uma clara tendência de aumento a cada ano, em função do incentivo ao plantio na região; do crescente número de atravessadores e do aumento na demanda pelo produto no mercado nacional. A concorrência no mercado deverá priorizar num futuro próximo a qualidade, a partir daí, várias pequenas estruturas de beneficiamento sem as devidas condições de higiene sairão do mercado. Uma vez que a Cooperativa esteja organizada e com uma boa estrutura de beneficiamento poderá tirar proveito deste quadro.

- Os caminhos apontados pela pesquisa atestam que, embora exista uma perspectiva real de ganho econômico para a Cooperativa, este não pode ocorrer em detrimento da organização dos agricultores, o que traria conseqüências negativas para os Sindicatos e a própria Cooperativa. É importante esclarecer os agricultores sobre cada etapa da operação, pois sempre existe alguma dúvida. Também é importante ressaltar que nenhum agricultor teve prejuízo com o teste, haja vista que a COCAT pagou todos os frutos ao preço praticado nas localidades e muitas vezes num preço até mais alto ao praticado no local (adiantamento durante a safra) e ainda fez um retorno que correspondeu em média a 56% do valor adiantado.

O exemplo da ação-teste de comercialização ilustra muito bem como uma ação de desenvolvimento, concebida inicialmente como um teste, limitado para não se deixar perder no ativismo, pode ser rica em informações, colocar para a pesquisa as verdadeiras questões e gerar novas pistas de ações (de Reynal, 1990).

.....

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, S. (1994). **Ação-teste de comercialização do Cupuaçu** (Relatório completo). LASAT/CAT/COCAT. Marabá.

CEPASP. (1993). **Desenvolvimento sustentado - uma alternativa para a pequena produção**. Atas do Seminário "Estudo da Realidade, Iniciativas e Perspectivas da Pequena Produção". Marabá, outubro/92. Realização CAT, FASE e CEPASP. Sistematização e Edição: UFPa/NAEA/DAZ. Belém.

de REYNAL, V. (1990). **O "Teste de comercialização alternativa do arroz", um elemento do Programa CAT**. *Agricultures Paysannes et Developpement: Caraibe - Amérique tropicale; Actes du Troisieme Séminaire International du DAC; Methodologies et Pratiques de la Recherche/developpement Evolution des Agricultures et des Economies Caribéennes*. Université des Antilles et de la Guyane.

de REYNAL, V.; MUCHAGATA, M.G.; VEIGA Jr, I. (1994). **A construção do diálogo entre pesquisadores e agricultores através da experiência do CAT em Marabá-PA**. LASAT/CAT/UFPa. Marabá.

TCATCHENCO, J. (1995). **Levantamento da comercialização do cupuaçu na região de Marabá** - Relatório de Estágio. LASAT/CAT. Marabá.

& & & &