

A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO DO CHOCOLATE BEAN TO BAR NO BRASIL NA BUSCA POR MAIOR JUSTIÇA SOCIAL PARA OS INSERIDOS NA CADEIA PRODUTIVA DO CACAU¹

Raphaela Gonçalves da Costa Pereira
Orientadora: Alice Nogueira Novaes Southgate
Coorientador: Tanes Kfourir

RESUMO

O chocolate *bean to bar* não é apenas um método de produção, é uma filosofia carregada de princípios e convicções, como a transparência na produção, a rastreabilidade e a proximidade com o produtor. Estudos indicam que este modelo de produção pode ser encaixado dentro dos pilares do tripé da sustentabilidade. No Brasil, este é um negócio em crescimento e a presente pesquisa fez uma análise qualitativa acerca dos benefícios que o *bean to bar* pode acarretar. Desse modo, o objetivo geral desta pesquisa é compreender a importância da produção do chocolate *bean to bar* no Brasil, como forma de buscar por maior justiça social para os indivíduos envolvidos na cadeia produtiva do cacau. A partir da aplicação de questionários e da revisão bibliográfica de outros autores, foi possível concluir que as vantagens da popularização e do aumento da produção de chocolate *bean to bar* no Brasil são capazes de beneficiar diversas partes envolvidas na cadeia produtiva do cacau e proporcionar maior justiça social aos envolvidos e ao meio ambiente.

Palavras-chave: *bean to bar*; cacau; cadeia produtiva; chocolate; sustentabilidade.

ABSTRACT

Bean to bar chocolate is not just a production method, it is more a philosophy with principles and convictions, transparency in production, traceability, and working close with the small producers. Studies indicate that this production model complies with the main pillars of sustainability, economics, social and environmental. In Brazil, we find a growing business and in this research we developed a qualitative analysis about the benefits that the bean to bar can bring. Thus, the general objective of this research is to understand the importance of the production of bean to bar chocolate in Brazil, as a way of seeking greater impact in social justice for the individuals involved in the cocoa production chain. From the application of questionnaires and the bibliographic review of other authors, it was possible to conclude that the advantages of the popularization and increase in the production of bean to bar chocolate in Brazil are capable of benefiting the local producers involved in the cocoa manufacturing production chain providing improvements for both social and environment.

Key-words: *bean to bar*; cocoa; productive chain; chocolate; sustainability.

¹Revista Contextos da Alimentação: Comportamento, Cultura e Sociedade. São Paulo: SENAC, 2022. ISSN: 2238-4200. Qualis B4. Disponível em: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/index.php/submissao/>.

1. INTRODUÇÃO

O Brasil vem ganhando destaque ao redor do mundo no que diz respeito ao cultivo de cacau. Dados da Associação de Processadores de Cacau (AIPC) apontam que o Brasil produziu cerca de 224.168 mil toneladas de cacau em 2021, consagrando-se como o sétimo maior produtor de cacau do mundo, tendo uma produção de 4,6% do total mundial (PRODUÇÃO DE CACAU, 2021). No Brasil, sua produção está presente em oito estados: Pará, Bahia, Espírito Santo, Rondônia, Roraima, Mato Grosso, Tocantins e Minas Gerais, sendo 94,4% da produção cacauceira do Brasil obtida no Pará (49,3%) e na Bahia (45,1%), confirmando-se como os dois maiores estados produtores do fruto no país. A agricultura familiar provê 70,8% da produção cacauceira do Pará e 32,7% da Bahia, no Brasil como um todo o número é de 39,4%, de acordo com o Censo Agropecuário de 2006 (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2018).

A sociedade está se tornando cada vez mais consciente sobre as questões ambientais e o bem-estar dos envolvidos nos processos de produção de alimentos (GILLER, 2017). Como resultado, a sustentabilidade tornou-se uma das maiores tendências para o futuro da alimentação, implicando diretamente na escolha dos produtos a serem consumidos, inclusive do chocolate (FRANGIONI, 2022). Em decorrência dessa tendência e mudança nos hábitos alimentares e estilos de vida, surge o chocolate *bean to bar*, na Califórnia, Estados Unidos, no final dos anos 90 (FRANGIONI, 2022). De acordo com a Associação *Bean to Bar* Brasil (2022), este método de produção de chocolate está definido como o produto feito a partir da amêndoa integral do cacau, sem segmentação de processos, até a barra de chocolate para o consumidor final.

O *bean to bar* não é apenas um método de trabalho, é uma filosofia carregada de princípios e convicções. Muitos dos consumidores deste tipo de chocolate foram atraídos ao seu consumo, primeiramente, pelo conceito que representa (GILLER, 2017). Como mencionado por Gallo, Antolin-Lopez e Montiel (2018), ao longo dos anos novos modelos de negócios inovadores vêm sendo criados, como, por exemplo, os Modelos de Negócios Sustentáveis, que têm como alguns dos seus objetivos ser socialmente e ambientalmente sustentáveis.

Gibbons (2020) coloca que a produção de chocolate *bean to bar* se enquadra como um desses modelos de negócio, pois representa uma forma específica de

fabricar chocolate de forma mais artesanal e transparente. Nela, os produtores visitam pessoalmente as plantações de cacau para encontrar a amêndoa de cacau ideal para transformar em chocolate. Para o autor, produzir chocolate *bean to bar* tem como principal objetivo limitar o intermediário entre processos, assim permitindo que a cadeia produtiva do cacau seja totalmente transparente e rastreável, valorizando o cacauicultor.

Nesse contexto, esta pesquisa tem como tema principal a premissa de que o chocolate *bean to bar* pode ser um fator relevante para promover práticas sociais e ambientais mais éticas e as vantagens e benefícios que o movimento pode gerar com o seu crescimento e popularização. Portanto, a pergunta de pesquisa é “De que forma a produção do chocolate *bean to bar* pode ser vantajosa para a cadeia produtiva do cacau?”.

O uso de mão de obra infantil e análoga à escravidão nas plantações de cacau, a precarização do trabalho e a falta de valorização dos envolvidos nesta cadeia produtiva foi o grande motivador desta pesquisa. Um estudo encomendado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) e o Ministério Público do Trabalho (MPT) mapeou e identificou como recorrente a prática do trabalho infantil: há pelo menos oito mil crianças e adolescentes brasileiros trabalhando na cadeia produtiva do chocolate (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2018). O trabalho nas fazendas de cacau, historicamente caracteriza-se por apresentar desigualdades sociais e exploração de mão de obra, seja infantil ou escrava. Nos últimos 25 anos foram resgatados mais de 55 mil trabalhadores em situações análogas à escravidão (CAMPOS; DIAS, 2020). Esse tipo de trabalho é condicionado pelas grandes indústrias consumidoras do cacau *commodity* e seria de grande importância que modelos de mercado sustentáveis fossem introduzidos e aplicados por essas indústrias, para que houvesse melhora nas condições de trabalho dos envolvidos.

A sustentabilidade é uma das maiores tendências para o futuro da alimentação. De acordo com dados de 2007 da *International Cocoa Organization* (ICCO, 2007), cada vez mais está sendo exigido pelos consumidores de chocolate que as práticas envolvidas nos processos sejam mais sustentáveis. Ou seja, os consumidores esperam consumir produtos que sejam produzidos de uma maneira mais justa ambiental e socialmente.

Para seguir um modelo de negócio sustentável é preciso que a sustentabilidade seja pensada e planejada desde a criação do projeto de negócio. Não basta apenas possuir processos sustentáveis, é preciso saber o que seus clientes e beneficiários desejam e consideram importante. É necessário saber escolher a causa, o serviço e o produto que mais se adequam e conferem à organização um posicionamento sustentável estratégico.

Diante do exposto, percebe-se a necessidade de compreender se as marcas *bean to bar* se inserem nos novos modelos de negócios sustentáveis que vêm com propostas de impacto positivo na sociedade. Desta forma, poderia haver melhorias na cadeia produtiva do cacau, pelo fato dos produtores de chocolate inseridos no movimento *bean to bar* monitorarem suas cadeias produtivas, analisando o processo de compra e verificando que na propriedade em questão, não há violações de direito, sejam sociais ou ambientais.

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é compreender a importância da produção do chocolate *bean to bar* no Brasil, como forma de buscar por maior justiça social para os indivíduos inseridos na cadeia produtiva do cacau.

1.2 Objetivos Específicos

Alguns objetivos específicos são propostos para alcançar o objetivo geral:

- a. Compreender a importância econômica e social do cacau no Brasil.
- b. Descrever e contextualizar sua cadeia produtiva, tendo foco nos estados da Bahia e do Pará.
- c. Verificar se marcas de chocolate *bean to bar* podem se inserir no modelo de negócio sustentável.
- d. Analisar os benefícios de um modelo de negócio sustentável voltado para a cadeia produtiva do cacau.
- e. Verificar se o aumento da popularização e da produção do chocolate *bean to bar* é capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo do cacau.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Importância social e econômica do cacau no Brasil

No Brasil, o cacau tem sido protagonista no agronegócio, principalmente no sul da Bahia e no Pará. O cultivo do cacau no Brasil remete a meados do século XVIII, quando o cacau começou a ter o seu cultivo popularizado, principalmente no nordeste do Brasil. No início do século XX, o cacau já era o mais importante produto de exportação da Bahia, tornando-se destaque na economia regional baiana.

Fontes (2013) afirma que a cadeia do agronegócio do cacau/chocolate tem se mostrado relevante ao transformar as regiões produtoras, econômica e socialmente. A autora ainda aponta que no atual estado de transformações sociais e ambientais, marcado pela globalização, o sistema agroalimentar do cacau também caracteriza-se pelo desenvolvimento tecnológico (FONTES, 2013).

O entendimento de que o fortalecimento do empreendedorismo de pequeno porte, principalmente de pequenos produtores, pode ser a forma mais eficiente de reduzir as dificuldades encontradas pelos produtores rurais. Um novo conceito no meio das pequenas agroindústrias do cacau vem ganhando maior visibilidade nos últimos tempos, os *clusters*, que podem ser definidos como “[...] agrupamentos de indústrias e instituições com ligações particularmente fortes entre si, tanto horizontal como verticalmente, configurando três dimensões - a empresa, a cadeia produtiva e a região” (FONTES, 2013, p. 48).

Esse ambiente que está sendo desenvolvido no meio rural cacauzeiro tem colaborado para a formação de arranjos produtivos inovadores, principalmente por um crescente diálogo do setor, que vem desenrolando-se, com o intuito de buscar alternativas sustentáveis baseadas no associativismo e na cooperação, objetivando à estruturação de políticas públicas, parcerias e fortalecimento de suas instituições.

2.2. Cadeia produtiva do cacau

Para falar sobre a cadeia produtiva do cacau, primeiro é preciso definir o conceito de cadeia produtiva. De acordo com Silva (2005, *apud* VIAL *et al.*, 2009) as cadeias produtivas podem ser definidas, de maneira simples, como um conjunto de elementos que interagem em um processo produtivo para oferta de produtos ou serviços ao mercado consumidor. Um exemplo de ação em cadeia são os agricultores organizados em cooperativas que passam a comprar, comercializar

insumos, armazenar e comercializar *commodities* e beneficiar ou transformar matérias primas.

Mais especificamente sobre a cadeia produtiva do cacau, após o processo realizado nas fazendas (colheita, fermentação e secagem) as amêndoas de cacau são vendidas e transportadas para as chamadas processadoras de amêndoas. As principais processadoras estão instaladas na Bahia, próximas das regiões produtoras de cacau.

O processamento é a fase em que a amêndoa do cacau é transformada em líquido ou massa de cacau. De acordo com Leite (2018), o líquido e a manteiga de cacau são as principais matérias primas na produção de chocolate, já o cacau em pó é mais utilizado na produção de outros produtos industrializados.

Depois disso, o cacau segue para as indústrias de chocolate. Algumas das maiores marcas do mundo possuem fábricas no Brasil, mais precisamente nas regiões Sudeste e Sul do país, longe das regiões produtoras de cacau. São elas: Nestlé, Mondelez, Ferrero, Arcor, Mars e Hershey's (CHRIST, 2020). Economicamente, as indústrias de chocolate no Brasil possuem um mercado oligopolizado, onde 80% do mercado é concentrado entre três empresas: Nestlé, Garoto e Lacta (LEITE, 2018).

A principal diferença entre os produtores de chocolate *bean to bar* e as indústrias de chocolate é que, nas indústrias, as amêndoas de cacau raramente são utilizadas para a produção do chocolate. Muitas dessas empresas compram o líquido, ou massa de cacau, já pronto e na produção de chocolate adicionam à essa massa alguns ingredientes como gorduras hidrogenadas, açúcar, leite em pó, cacau em pó e outros conservantes e aditivos químicos. Enquanto na produção de um chocolate *bean to bar*, além da qualidade de amêndoa ser maior, os ingredientes dificilmente passam de: massa de cacau, produzida pelo chocolateiro(a) e açúcar (podendo haver adições conforme o tipo de chocolate) (CHRIST, 2020).

Christ (2020) salienta que o chocolate *bean to bar* e *tree to bar* elimina da cadeia produtiva os intermediários, entre o cacau e a produção de chocolate, como processadoras de amêndoas e as grandes indústrias de chocolate. Esses movimentos procuram destacar: a produção artesanal em pequenos lotes, a utilização de ingredientes puros, com o objetivo de ressaltar as qualidades sensoriais do cacau (mais teor de cacau, menos açúcar, nenhuma gordura além da manteiga de cacau, nenhum aromatizante), o relacionamento com a cadeia

produtiva, valorizando a relação entre o chocolateiro e o produtor de cacau, a responsabilidade social e ambiental e a transparência (CHRIST, 2020).

Uma das cadeias produtivas mais antigas, rentáveis e complexas a se desenvolver no Brasil é a cadeia do cacau. O desenvolvimento sustentável surge a partir da interrelação entre o crescimento econômico com bases éticas, o respeito aos fenômenos e processos ambientais e o cuidado com as populações envolvidas (GONTIJO, 2020).

2.3 Cacau e sustentabilidade - novos modelos de negócio

Se tratando de sustentabilidade, Yakah (2017) traz que para um bom funcionamento da sustentabilidade dentro da empresa, ela deve ser integrada ao centro da estratégia da organização e não vista como uma jogada de marketing para atrair uma boa imagem na sociedade. Vale ressaltar que as diversas partes interessadas na indústria do cacau e do chocolate estão trabalhando para que a sustentabilidade seja um dos seus maiores pilares, tendo em vista que nas últimas décadas muitas iniciativas individuais têm sido feitas para sustentar a indústria cacauera. Yakah (2017) ainda realça que, nos últimos anos, o número de produtores de *bean to bar* aumentou exponencialmente.

Para os produtores de *bean to bar* que estão inseridos no modelo de negócio sustentável, assim como os produtores de cacau, existem certos padrões e certificações de sustentabilidade. Essas normas visam mostrar o compromisso das empresas e envolvidos com o desenvolvimento sustentável. Para o autor, “Padrões e certificações dominaram o discurso de sustentabilidade da indústria do cacau e se tornaram quase sinônimos de cacau sustentável” (YAKAH, 2017, p. 18).

Os padrões de empreendimentos que possuem desenvolvimentos tradicionais são focados, majoritariamente, na geração de lucro, enquanto empreendimentos com desenvolvimentos sustentáveis vão para além disso. A maior motivação dos empreendimentos sustentáveis é a necessidade de causar mudanças sociais e salvaguardar o meio ambiente (YAKAH, 2017).

O relatório de Brundtland, criado em 1987, foi o responsável por colocar o conceito de “desenvolvimento sustentável” no âmbito político. Também conhecido como “Nosso Futuro Comum”, o relatório ficou pronto após dezenas de reuniões na Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, liderada por Gro Harlem Brundtland, médica, mestre em saúde pública e ex-Primeira Ministra da

Noruega. Brundtland foi o primeiro relatório a trazer para discussão pública o conceito de desenvolvimento sustentável (BRUNDTLAND, 1991).

A introdução do conceito de “desenvolvimento sustentável” deu abertura para que novas concepções fossem geradas a partir de discussões relacionadas à temática sustentável depois disso que surge, então, o conceito de “*Triple Bottom Line*”, ou, “Tripé da Sustentabilidade”, idealizado por John Elkington, na década de 1990 (ELKINGTON, 1997). Avila (2022) traz que o “Tripé da Sustentabilidade” também é conhecido como os “3 P’s da Sustentabilidade”: Pessoas, aspecto social, (*people*); Planeta, aspecto ambiental, (*planet*); e Lucro, aspecto financeiro, (*profit*), tendo como princípio avaliar e discutir como as empresas poderiam ser mais sustentáveis analisando melhor os impactos gerados por elas. No aspecto social, o autor cita que as principais questões a serem tratadas são as questões éticas, as de contribuição com a comunidade, o cumprimento de acordos trabalhistas e outros (AVILA, 2022). Já no aspecto ambiental, as preocupações giram em torno do impacto no meio ambiente, na redução de desperdícios, no consumo de água e energia reduzidos e outros similares. Por fim, no aspecto financeiro as preocupações maiores dizem respeito à saúde financeira, ao pagamento de fornecedores no prazo, havendo cuidado com endividamento e boa lucratividade, respeitando o fluxo de caixa (AVILA, 2022).

Nesse sentido, em 2015, os países membros das Nações Unidas adotaram uma nova política global: a Agenda 2030 para Desenvolvimento Sustentável, com o objetivo de elevar o desenvolvimento mundial e melhorar a qualidade de vida de todos. Foram estabelecidos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) com 169 metas a serem alcançadas através de ações conjuntas entre diferentes níveis de governo, organizações, empresas e sociedade como um todo.

Alguns dos temas da Agenda 2030 de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) fazem bastante relação com os principais pilares do Relatório de Brundtland e de princípios ativos da filosofia do *bean to bar*: garantir uma vida saudável e promover bem-estar a todos (ODS 3); garantir trabalho decente e crescimento econômico sustentável (ODS 8); promover o desenvolvimento da indústria, fomentar a inovação e garantir infraestrutura (ODS 9); oportunizar modalidades de consumo e produção sustentáveis (ODS 12); promover sociedade pacíficas e inclusivas e garantir a justiça para todos (ODS 16) e outros (ONU, 2015).

A partir desse relatório e da criação das ODS constituiu-se, entre os empreendedores, uma grande conscientização acerca da sustentabilidade. Surgiu então, o conceito de eco empreendedorismo.

O chocolate *bean to bar* não deve ser definido apenas como o chocolate feito do zero, a partir das amêndoas de cacau, por uma única ou pequeno grupo de pessoas. O movimento *bean to bar*, de acordo com Yakah (2017) possui duas premissas principais: 1) o contato direto com seus produtores de cacau e 2) relacionamento direto com seus clientes. As empresas *bean to bar* precisam ir além da relação comercial convencional com os agricultores e consumidores. É preciso demonstrar o compromisso de garantir que os agricultores e suas comunidades não vivam de maneira precarizada na pobreza e que sejam tratados corretamente. Além disso, é muito importante que os produtores de chocolate *bean to bar* eduquem seus consumidores para que eles possam se conscientizar acerca dos problemas por trás da indústria do cacau. De acordo com o autor: “Eles estariam dispostos a pagar mais por produtos de chocolate se soubessem como suas compras estão apoiando os produtores de cacau” (YAKAH, 2017, p. 36).

De acordo com Amiglio e Calia (2016), em termos práticos, as pesquisas evidenciam que as organizações tentam apenas fazer mudanças administrativas por meio de planos de diminuição dos impactos sociais e ambientais, no entanto, a sustentabilidade necessita ser parte da essência do negócio. Muitas vezes, é necessário uma transição organizacional, e não só uma otimização no sistema já existente.

Em um modelo de negócio sustentável, a necessidade de todos os *stakeholders*² é levada em consideração. Dito isso, Amiglio e Calia (2016) trazem que o meio ambiente deve ser considerado um *stakeholder* já que esse modelo de negócio baseia-se em aspectos econômicos, sociais e ambientais (Tripé da Sustentabilidade).

A partir de iniciativas sustentáveis, as organizações podem receber prêmios, títulos e/ou reconhecimento formal, sendo possível agregar maior valor ao produto

²O termo “*stakeholder*” foi criado em 1963 pelo filósofo e professor de administração Robert Edward Freeman e é definido como: os grupos e indivíduos que, de uma forma ou de outra, apresentam algum nível de interesse nos projetos, atividades e resultados de uma determinada organização. O termo é utilizado para se referir a pessoas que são impactadas pelas decisões que a empresa toma, positiva ou negativamente.

final. Na indústria do chocolate existem alguns selos e certificações, discutidos aqui posteriormente, que comprovam essa ideia.

Vivemos atualmente em um cenário marcado pelo produtivismo e pelo consumismo, característica básica da vigente sociedade capitalista. A necessidade humana de se auto valorizar e de ser respeitado pelos outros manifestam-se por meio do consumismo e da compra de bens supérfluos (PENNA, 1999 *apud* MENEGUZZO, CHAICOUSKI E MENEGUZZO, 2009).

Em 1987, através de um documento conhecido como Relatório Brundtland, foi oficializada a ideia de desenvolvimento sustentável. Esse conceito se apresenta como um projeto social e político destinado a “[...] erradicar a pobreza, satisfazer as necessidades básicas, melhorar a qualidade de vida da população e promover a conservação ambiental” (MENEGUZZO, CHAICOUSKI E MENEGUZZO, 2009, p. 515). O desenvolvimento sustentável ainda prevê, através da educação ambiental, a formação de cidadãos conscientes de sua participação no ambiente em que vivem.

O mercado de chocolate *bean to bar* no Brasil é muito recente. Na Bahia, alguns dados apontam que em 2013 existiam apenas três marcas de chocolate, e em 2019 o número já passava de 70 (CHRIST; SALAZAR, 2020). Para as autoras, os modelos de negócio produtores de chocolate *bean to bar* possuem como princípio a responsabilidade social, um elemento altamente valorizado pelo consumidor, em que os direitos humanos e trabalhistas são preservados (CHRIST; SALAZAR, 2020). Condizendo com os princípios da sustentabilidade econômica, que implica não apenas no crescimento de negócios, mas também na capacidade de crescer de maneira ética e justa.

Mediante o exposto, se vê necessário um aprofundamento sobre a relação entre a cadeia produtiva do cacau e a sustentabilidade, visto que é um modelo de negócio em ascensão e que ainda existem poucos materiais de estudo e pesquisa acerca do assunto.

2.4 O *bean to bar* e o consumo político e sustentável

Não é possível falar sobre alimentação e sustentabilidade sem discutir o campo político onde estão inseridos. Os autores Portilho, Castañeda e Castro (2010) mencionam que a nova abordagem da alimentação como campo político pode ser traduzida na percepção e no uso do consumo como prática política, conhecido como consumo político. A expansão das comunicações e do consumo geram associações

de consumidores e lutas sociais com mais informações sobre as condições nacionais e internacionais.

Portilho, Casteñeda e Castro (2010) definem o consumo político como: “[...] a percepção e o uso das práticas e escolhas de consumo como uma forma de participação na esfera pública” (p. 147). São tentativas de concretizar a adesão a valores em benefício de melhorias sociais e ambientais. Desta forma, o consumo deixa de ser apenas um ação material do indivíduo e torna-se, também e cada vez mais, uma estratégia de ação política que incorpora valores como solidariedade e responsabilidade socioambiental.

De acordo com Halkier e Holm (2008 *apud* PORTILHO, CASTAÑEDA e CASTRO, 2010), dois conjuntos de práticas de consumo político são enfatizadas nos estudos de processo de politização do consumo: boicotes e *buycotts*. As duas práticas se relacionam: a primeira trata da negação do consumo de produtos e serviços por considerações sociais e/ou ambientais, e a segunda trata da opção intencional por produtos e serviços que são percebidos como sociais e/ou ambientalmente amigos.

Esses processos acabam contribuindo, no consumidor, com um aumento do sentimento de pertencimento na sociedade, já que os consumidores percebem o significado de suas próprias ações em relação aos seus efeitos no meio ambiente e em outros grupos sociais. O movimento *bean to bar* compreende ideologias compatíveis com as de consumo político, boicotes e *buycotts*. As pessoas envolvidas nesse mercado, desde o agricultor até o consumidor do chocolate, desejam se dedicar à essa esfera. A visão de que cada alimento passa a ser reconhecido como um produto que possui histórias e implicações mais complexas passa a ser cada vez mais percebida.

Captar os novos processos de politização da alimentação e suas práticas de consumo político, também no campo da alimentação, torna-se necessário para que maiores reflexões sobre esses temas possam surgir. Há crescimento, no Brasil, de redes de produtos e consumidores, associações de compras coletivas, boicotes e *buycotts*, e ainda a adoção do consumo político como estratégia para alcançar alguns objetivos, como, por exemplo, os movimentos de economia solidária e o comércio justo (PORTILHO, CASTAÑEDA E CASTRO, 2010).

2.5 Benefícios de um modelo de negócio sustentável voltado para a cadeia produtiva do cacau

A partir da década de 1990 a situação do mercado mundial, com forte queda nos preços e na produtividade do cacau *commodity*, trouxe prejuízos consideráveis aos cacauicultores. Em decorrência desse fato houve maior desenvolvimento e a reorganização da produção e distribuição de cacau/chocolate no Brasil, principalmente voltados às recomendações de órgãos oficiais e não governamentais para aproveitar as mudanças no consumo do cacau relacionadas à preservação ambiental. Como resultado, surgem alternativas para a produção tradicional de cacau e chocolate, visando um produto de maior qualidade e mais sustentável (WEISS *et al.*, 2021). As autoras mencionam que os modelos de negócio sustentáveis estão ligados a questões sociais, ambientais e valores tradicionais e ainda dizem que esse novo nicho de mercado não representa uma estrutura substituta para formas convencionais e hegemônicas de produção de alimentos e sim uma possibilidade de dinamização de formas locais importadas em regiões rurais específicas.

Weiss *et al.* (2021) frisam que a exigência de garantir uma produção de alimentos mais sustentável, com maior segurança alimentar, e o fornecimento de alimentos de qualidade para a sociedade, atuam como fatores condicionantes das atividades produtivas. Além disso, reforçam que cadeias curtas e modelos de negócios sustentáveis passam a ser entendidos como exemplos de reciprocidade, demonstrando qualidade e confiança nos produtos oferecidos (WEISS *et al.*, 2021).

No litoral Sul da Bahia, por exemplo, com o aumento da produção de cacau fino e do mercado sustentável, houve um reconhecimento por partes internacionais da qualidade do cacau brasileiro, resultando em inúmeros prêmios e certificações, fato que acabou sendo relevante no processo de recuperação da produção de cacau no Brasil (ESTIVAL *et al.*, 2019). Das certificações existentes voltadas para a produção de cacau e chocolate, a mais relevante para os produtores de cacau é a certificação de Indicação Geográfica (IG).

A certificação de Indicação Geográfica (IG)³ identifica o produtor por meio do selo de origem ou de procedência, que é emitido após avaliação de processos submetidos ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Esse sistema pode ter duas modalidades: a Indicação procedência (IP), conferida aos produtos plantados, criados e/ou fabricados por agricultores situados dentro de uma área delimitada e também a Denominação de Origem (DO) que, além de indicar a procedência por área limitada, ainda reconhece que a fabricação ou extração, confere características únicas no produto final (HORA *et al.*, 2021). Com essas duas certificações, é possível conceber uma imagem de excelência dos produtos que estão sob o seu reconhecimento, contribuindo para que as referências das localidades de produção atinjam, inclusive, o consumidor quanto à credibilidade associada a esses locais.

No Sul da Bahia, o cacau cabruca é a prática de cultivo mais comum. A cabruca é um sistema agroflorestal que mantém harmonia entre o cacau e a biodiversidade da região. Nesta modalidade, não há desmatamento: o cacau é plantado sob a sombra das árvores nativas, coexistindo com mais de 200 espécies de plantas e animais. O cultivo do cacau cabruca permite a conservação da Mata Atlântica na região e de acordo com o *Slow Food Brasil* (2022), nasce na Bahia a Fortaleza do Cacau Cabruca do Sul da Bahia com o intuito de proteger esse sistema.

Buscando unir a cadeia de cacau para tratar de temas relacionados à sustentabilidade, a *World Cocoa Foundation* (WCF) criou uma iniciativa público-privada conhecida como *CocoaAction*. Estabelecida no Brasil em março de 2018, atualmente conta com a participação de diversas empresas do ramo e representantes de órgãos públicos como o Ministério do Meio Ambiente (MMA). O objetivo é fomentar a sustentabilidade da atividade, com foco no produtor de cacau (BASTOS, 2019). Iniciativas como essa andam lado a lado com o movimento *bean to bar* pois estão focados nos mesmos pilares da sustentabilidade: econômico, social e ambiental.

³Os sistemas de certificação por Indicação Geográfica objetiva a preservação ambiental, a valorização dos saberes dos produtores e camponeses, a padronização e aperfeiçoamento da qualidade da amêndoa de cacau, além de estimular o associativismo e o cooperativismo. Apenas as modalidades de cultivo do cacau cabruca e os sistemas agroflorestais que possuem o cacau como principal cultura agrícola são consideradas dentro do sistema de Indicação Geográfica.

Em 2015, diante uma maior conscientização sobre inúmeros problemas sociais e ambientais relacionados à cadeia produtiva do cacau, várias marcas multinacionais da indústria do chocolate se comprometeram com a meta de utilizar em suas produções 100% de cacau de fornecedores certificados até o ano de 2020. Entretanto, os dados apontem que cerca de, apenas, 13% a 20% do volume de vendas dos produtores de cacau sejam de cacau sustentável e certificado (NIEBURG, 2015).

O setor de mercados de negócios sustentáveis, como o do *bean to bar*, já utiliza 100% de cacau sustentável em sua produção, um dos motivos que o reforça como fator relevante na busca por maior sustentabilidade (GALLO; ANTOLIN-LOPEZ; MONTIEL, 2018). Os autores ainda trazem que a cadeia sustentável do cacau e chocolate trazem como benefícios a proximidade com o produtor, criando um senso de aliança e cooperatividade; o aumento na troca de aprendizados; muitas vezes a proximidade com ONGs; e o aumento de lucro para os produtores de cacau, pois se torna possível uma maior valorização do seu trabalho. Dessa forma, percebe-se que a qualidade de vida e de trabalho das comunidades cacaeiras, em termos sociais e ambientais, é um dos grandes princípios na cadeia do chocolate *bean to bar*.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa de cunho qualitativo com caráter exploratório tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema de pesquisa. Para atingir este objetivo as estratégias utilizadas foram o levantamento bibliográfico e a aplicação de questionários com um público alvo delimitado.

A partir do referencial teórico e do levantamento de dados, a pesquisa visa compreender o cacau no contexto brasileiro, mais especificamente, compreender a cadeia produtiva do cacau e do chocolate, com o intuito de verificar se a popularização do chocolate *bean to bar* é capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo cacaeiro.

3.1 Procedimentos metodológicos

De acordo com os objetivos que norteiam este estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com o intuito de produzir informações aprofundadas e ilustrativas sem se preocupar com aspectos da realidade que não podem ser

quantificados, centrando-se na compreensão e na explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT, SILVEIRA, 2009).

Possui caráter exploratório, uma vez que na perspectiva de Gil (2007), objetiva proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses. As estratégias utilizadas são: levantamento bibliográfico, aplicação de questionário e análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2007). É uma pesquisa desenvolvida primordialmente por meio de: pesquisas bibliográficas, conversas com outros pesquisadores especialistas na área e pela utilização de questionários autoaplicáveis em grupos focais (SAUNDERS, LEWIS, THORNHILL, 2000).

Segundo Gil (1999), o questionário pode ser definido como uma técnica de investigação que possui como objetivo o conhecimento de opiniões, crenças e sentimentos. Em relação às questões de cunho empírico, o questionário irá coletar as informações da realidade, com as vantagens de poder ser aplicado a distância, podendo atingir pessoas e marcas do todo o Brasil, além de garantir o anonimato das respostas e permitir que as pessoas respondam no momento mais conveniente para elas. Os questionários aplicados foram destinados a cinco marcas de chocolate *bean to bar* já inseridas no mercado de trabalho com foco nos pilares da sustentabilidade.

3.2 Instrumentos de pesquisa

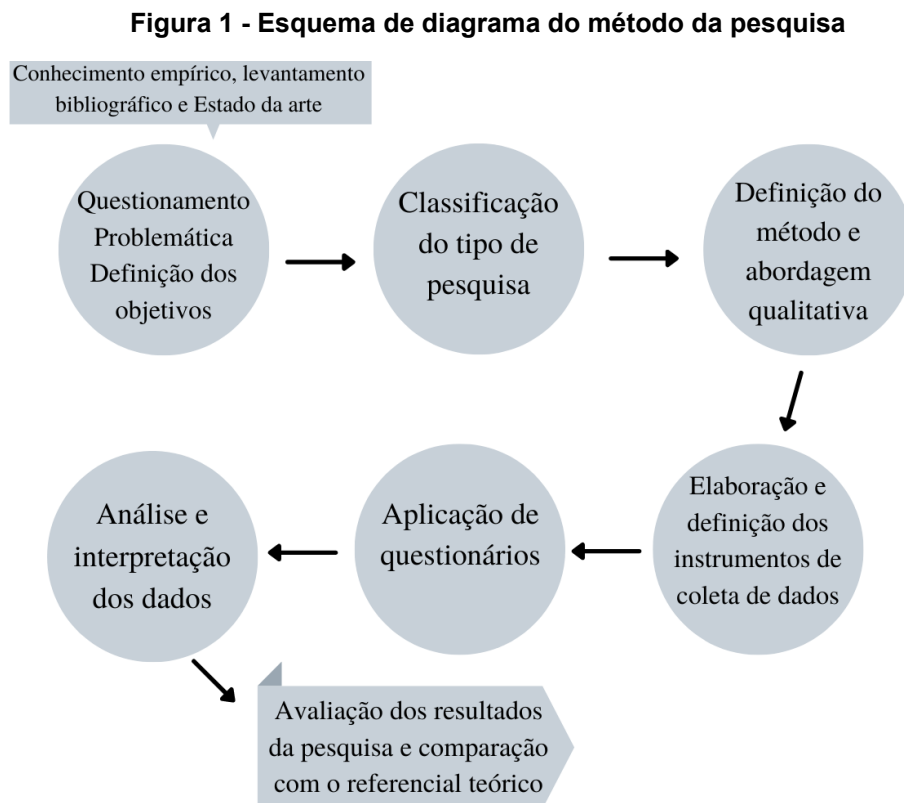
A partir do levantamento de dados e referências teóricas já analisadas e publicadas, o trabalho visa compreender econômica e socialmente o cacau no contexto brasileiro — mais especificamente, compreender a cadeia produtiva do cacau nos estados da Bahia e do Pará e verificar se a popularização do chocolate *bean to bar* é capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo cacauero.

Como fonte de coleta de dados e instrumento de pesquisa, o presente estudo tem a intenção de realizar a prática de questionários com algumas marcas de chocolate *bean to bar* já inseridas no mercado de negócio com foco nos pilares da sustentabilidade. A constituição de dados se dará através das respostas de um questionário autoaplicável, em que há um roteiro com perguntas abertas sem respostas pré-estabelecidas, onde, neste caso, o informante escreverá o que lhe vier à mente (MAY, 2004).

As perguntas foram elaboradas com o objetivo de identificar se as empresas de chocolate *bean to bar* escolhidas estão inseridas no modelo de negócio sustentável e caso estejam, verificar e discutir quais os benefícios deste modelo de negócio para a cadeia produtiva do cacau.

3.3 Desenho metodológico da pesquisa

Para maior clareza no entendimento da metodologia, foi feito um desenho metodológico da pesquisa, em esquema de diagrama. É possível conferir o desenho na figura 1 abaixo.



Fonte: Autora (2022)

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o intuito de compreender a importância da produção do chocolate *bean to bar* no Brasil como forma de buscar por maior justiça social para os indivíduos envolvidos na cadeia produtiva do cacau, apresenta-se a seguir as análises das respostas dos questionários aplicados e a verificação e discussão acerca de quais

os benefícios de um modelo de negócio sustentável para a cadeia produtiva do cacau.

O quadro 1 abaixo detalha o perfil das cinco marcas de chocolate *bean to bar* que foram entrevistadas.

Quadro 1 - Perfil das marcas de chocolate *bean to bar* analisadas

Marcas De Chocolate <i>Bean To Bar</i>	Ano de criação	Localização - Estado
Marca “A”	2016	Distrito Federal
Marca “B”	2019	Santa Catarina
Marca “C”	2015	São Paulo
Marca “D”	2014	São Paulo
Marca “E”	2014	Pará

Fonte: Autora (2022)

Ao retomar os objetivos específicos, a análise e discussão dos resultados pretende:

- A. Verificar se marcas de chocolate *bean to bar* podem se inserir no modelo de negócio sustentável;
- B. Analisar os benefícios de um modelo de negócio sustentável voltado para a cadeia produtiva do cacau;
- C. Verificar se o aumento da popularização e da produção do chocolate *bean to bar* é capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo do cacau.

Com o intuito de responder as questões levantadas nos objetivos específicos foi aplicado um formulário com seis perguntas (ver APÊNDICE A) abertas sem respostas pré-estabelecidas, para que a pessoa entrevistada pudesse responder de maneira livre com o que lhe viesse à mente.

4.1. Verificar se marcas de chocolate *bean to bar* podem se inserir no modelo de negócio sustentável.

Com intuito de identificar se as marcas de chocolate selecionadas estão inseridas num modelo de negócio sustentável, foi realizada a seguinte pergunta aos entrevistados: “Um modelo de negócio sustentável preza, dentre outros pilares, por causar mudanças sociais e salvaguardar o meio ambiente. Quão importante são esses aspectos na sua empresa? E de que forma são desenvolvidos?”.

No quadro 2 apresentado abaixo foram elencadas as respostas das marcas para facilitar a análise.

Quadro 2 - Aspectos sustentáveis dentro das empresas

MARCAS	PILARES SUSTENTÁVEIS DESENVOLVIDOS DENTRO DA EMPRESA
“A”	Proximidade com o produtor, garantia de que na fazenda escolhida, os funcionários sejam tratados de maneira respeitosa e dentro das normas da CLT. Há distribuição de lucros entre os funcionários da empresa.
“B”	Preocupação com a escolha das fazendas: há a procura por fazendas que trabalham com sistemas que ajudem a manter a biodiversidade do local. Incentivo à população ribeirinha que recebe um valor maior pelo cacau fino. Procura por fazendas que possuam cuidados com questões sociais dentro da fazenda. E há o interesse em auxiliar um projeto social na região onde é localizada a empresa (SC).
“C”	Produção baseada em uma relação de proximidade e cooperatividade com pequenos produtores familiares do Brasil, onde há compra direta de cacau (sem atravessadores) e com pagamentos de valores justos. Utilização do máximo de produtos orgânicos possíveis na produção dos chocolates, há separação de lixo e coleta seletiva, uso racional de água e luz e preocupação em

	utilizar o mínimo de plástico possível.
“D”	Possui como pilares o desenvolvimento social, a preservação do meio ambiente e a entrega de um produto de qualidade para os clientes. Dar oportunidade para as comunidades ribeirinhas e estimular a preservação do meio ambiente através do plantio do cacau, pois se trata de uma árvore preservacionista (ela precisa das árvores ao seu redor). E está sendo implantado um programa de reflorestamento próximo aos núcleos urbanos com plantação de cacau, banana e seringa.
“E”	Esta empresa sente que a sustentabilidade desenvolvida dentro da sua empresa é uma questão muito interna e intuitiva, é um senso de humanidade e de respeito à vida e à outras pessoas. A preocupação ambiental veio, principalmente, através do contato e troca de ensinamentos com as comunidades tradicionais e os povos originários, de onde se compra o cacau, eles que ensinaram, principalmente, a esta empresa. Há o manejo respeitoso da floresta, não tirando mais do que o necessário. Em relação às questões sociais, há o cooperativismo, o respeito e a solidariedade, que são questões aplicadas na empresa.

Fonte: Autora (2022)

É de referir que, de acordo com Yakah (2017), além do número de produtores de *bean to bar* ter crescido exponencialmente nos últimos anos, para que estas empresas possam ser classificadas dentro de modelos de negócios sustentáveis é necessário que tenham como maiores motivações a necessidade de causar mudanças sociais e salvaguardar o meio ambiente.

John Elkington, idealizador do conceito de Tripé da Sustentabilidade cita que no aspecto social, as principais questões a serem tratadas são as questões éticas e de cumprimento de acordos trabalhistas, além de outros (ELKINGTON, 1997). No aspecto ambiental, o autor traz que as principais preocupações giram em torno do impacto no meio ambiente, na redução de desperdícios, etc. Por fim, o aspecto financeiro, que não é relevante neste momento.

Relacionando as respostas dos entrevistados com o Tripé da Sustentabilidade de John Elkington, foi possível verificar que todas as empresas demonstraram preocupação com questões relacionadas à sustentabilidade. As empresas **A**, **B** e **C** reforçam a importância do pagamento de valores justos aos produtores de cacau. As empresas **D** e **E** prezam muito pela cooperatividade e preservação da Mata, além da valorização dos produtores de cacau.

À vista disso, todas as cinco empresas demonstram valores que, de acordo com os autores citados, estão inseridos dentro de modelos de negócio sustentáveis.

4.2. Analisar os benefícios de um modelo de negócio sustentável voltado para a cadeia produtiva do cacau.

Já no quesito de analisar e perceber quais são os benefícios de um modelo de negócio sustentável na cadeia produtiva do cacau, foram utilizadas respostas da mesma pergunta do tópico anterior, além de análises de estudos previamente feitos sobre o assunto por outros autores.

Weiss *et al.* (2021) traz que cadeias curtas, como a do *bean to bar*, por exemplo, e modelos de negócios sustentáveis passam a ser vistos como exemplos de reciprocidade, além de demonstrar confiança e qualidade nos produtos oferecidos. Gallo, Antolin-Lopez e Montiel (2018) reforçam que o chocolate *bean to bar* pode ser benéfico quando se trata de sustentabilidade, além de também afirmarem que as empresas inseridas neste modelo de negócio prezam por uma boa relação de cooperatividade e distribuição de lucros mais justa.

Analisando as respostas dos entrevistados é possível perceber que as empresas **A** e **C** praticam e têm como prioridade uma relação de proximidade com o produtor e o fornecedor de cacau. Além disso, todas as empresas mencionaram a importância do respeito e da valorização do trabalho do produtor de cacau. As empresas **A**, **B**, **C** e **D** mencionaram que pagam valores mais altos e mais justos aos seus fornecedores.

Outro benefício analisado nas respostas é sobre a rastreabilidade do cacau, e os cuidados com os processos envolvidos na cadeia, o que permite uma segurança e afirmação maior sobre a qualidade do cacau que será utilizado para entregar com garantia um produto de qualidade e com transparência para o cliente final. Em

relação a este ponto, as empresas **B**, **C**, **D** e **E** afirmaram que para prezar pela qualidade do produto final, a rastreabilidade é essencial.

As empresas demonstram preocupação quanto à preservação do meio ambiente. A empresa **D** menciona que pelo fato do cacau ser uma árvore preservacionista, que se beneficia de outras árvores ao seu redor para estimular a floração e a frutificação do cacau, o chocolate *bean to bar* se torna vantajoso pois dentro do movimento há maior consideração por estes pontos. Além disso, o plantio do cacau utilizado pelas empresas *bean to bar* não são de terras que sofrem com desmatamento e queima contínua, auxiliando na preservação da biodiversidade. Alguns métodos de plantio, como o cacau cabruca (utilizado, também, pelas empresas **B**, **D** e **E**) estimulam ainda mais a preservação do meio ambiente por fazerem parte de Sistemas Agroflorestais Biodiversos (SAFs) que possuem alta capacidade para melhorar o meio ambiente. Os SAFs são formados por plantios de diferentes espécies vegetais na mesma área e, ao mesmo tempo (consórcios) (*SLOW FOOD BRASIL*, 2022). As empresas que mencionaram a preocupação ambiental como prioridade foram as empresas **B**, **D** e **E**.

4.3. Verificar se o aumento da popularização e da produção do chocolate *bean to bar* é capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo do cacau.

Por fim, com a intenção de verificar se o aumento da popularização do chocolate *bean to bar* é, de fato, capaz de colaborar com melhorias no processo produtivo do cacau, foram feitas as seguintes perguntas aos entrevistados: “Para você, quais os benefícios do *bean to bar*?” e “E para finalizar, de que forma você acha que a produção e a popularização do *bean to bar* no Brasil pode ser vantajosa para a cadeia produtiva do cacau de uma forma geral?”. Além das respostas destas perguntas, foram também feitas análises em materiais de outros autores em relação ao assunto.

Após a análise dos benefícios de um modelo de negócio sustentável, no quadro 3 abaixo estão, de maneira resumida, as respostas das empresas.

Quadro 3 - Respostas das empresas em relação às duas perguntas mencionadas

MARCAS	RESPOSTAS
--------	-----------

<p>“A”</p>	<p>De maneira sucinta, a empresa A respondeu que como benefício há o incentivo para que o produtor de cacau seja correto em termos trabalhistas na cadeia produtiva e que a produção de chocolates <i>bean to bar</i> é vantajosa pois incentiva maior qualidade de vida e qualidade ambiental para todos envolvidos.</p>
<p>“B”</p>	<p>A empresa B acredita que os pontos benéficos do <i>bean to bar</i> sejam que as marcas aplicam o conceito verdadeiro do movimento e participam de mudanças de vida das regiões produtoras de cacau, pois assim, os produtores podem investir em processos que melhorem a qualidade do cacau e das amêndoas, podendo cobrar valores justos por sua produção, além de auxiliar na preservação do meio ambiente. A marca também ressaltou que há benefícios para o consumidor final, que aprende a degustar um chocolate de qualidade e passa a valorizar mais o produto nacional.</p>
<p>“C”</p>	<p>A valorização de toda a cadeia, de todas as pessoas que trabalham nela e do meio ambiente são os benefícios do <i>bean to bar</i> para a empresa C. A marca concorda que a produção e a popularização do chocolate <i>bean to bar</i> “pode ajudar em todos os sentidos, desde o pessoal que produz muda de cacau, o produtor de cacau, os ajudantes nos sítios, as fábricas, o comércio. Um produto bem feito e valorizado pelo público movimenta a economia de forma sustentável”.</p>
<p>“D”</p>	<p>A empresa D acredita que “cada vez mais o cliente está tomando consciência do que é uma cadeia justa e sustentável” e que o chocolate <i>bean to bar</i> veio para estreitar a cadeia e fazer um trabalho mais justo, sustentável e de qualidade no produto final. “O cacau brasileiro está melhorando a sua qualidade para assim atender a esse mercado que está exigindo transparência”.</p>
<p>“E”</p>	<p>A empresa E afirmou: “acho que é muito positivo essa presença desse movimento <i>bean to bar</i> no Brasil” porque é possível atingir um nível de consciência e conhecimento maior nas pessoas,</p>

	<p>mudar a percepção que o público tem de dentro de um processo produtivo. A popularização do <i>bean to bar</i> seria capaz de confrontar as grandes indústrias para que mudem o seu comportamento e buscar maior qualidade de trabalho e maior cuidado com o meio ambiente.</p>
--	---

Fonte: Autora (2022)

Ao observar as respostas das empresas, ficou perceptível que a presença do movimento *bean to bar* no Brasil traz benefícios não apenas para o produtor de cacau, mas também para o meio ambiente e o consumidor final, que acaba por consumir um produto mais limpo e justo.

Gontijo (2020) reforça que a cadeia produtiva do cacau no Brasil é uma das mais antigas, rentáveis e complexas e que o seu desenvolvimento sustentável surge a partir da interrelação entre o crescimento econômico com bases éticas, o respeito aos fenômenos e processos ambientais e o cuidado com as populações envolvidas. Todas as empresas em suas respostas demonstraram preocupações éticas envolvendo os produtores de cacau. As empresas **A** e **B** reforçaram que o pagamento de valores justos é essencial para essa mudança. O cuidado com o meio ambiente e a preservação da biodiversidade também foi mencionada pelas cinco empresas entrevistadas. A empresa **B** acredita que o aumento na produção de amêndoas de cacau sustentáveis pode auxiliar na preservação do meio ambiente. A empresa **C** e **D** creem que um produto que possui transparência e seja de qualidade e bem feito ajuda a movimentar a economia de uma forma sustentável.

Assim sendo, alguns dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 já são cumpridos e executados pelas empresas entrevistadas: garantir uma vida saudável e promover bem-estar a todos (ODS 3), garantir trabalho decente e crescimento econômico sustentável (ODS 8); oportunizar modalidades de consumo e produção sustentáveis (ODS 12); promover sociedade pacíficas e inclusivas e garantir a justiça para todos (ODS 16). (ONU, 2015).

De acordo com as respostas das empresas e das análises de materiais de outros autores, as melhorias no processo produtivo do cacau podem ser atingidas de forma justa e ética com o aumento da popularização e da produção do chocolate *bean to bar*, para, como menciona a empresa **E** atingir um nível de consciência e

conhecimento maior nas pessoas e mudar a percepção do público em relação aos processos produtivos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho pretendeu compreender e analisar o chocolate *bean to bar* como um fator relevante para promoção de práticas sociais e ambientais mais justas e as vantagens e benefícios que o movimento pode gerar com o seu crescimento e sua popularização. De forma geral, o trabalho nas fazendas de cacau é repleto de desigualdades sociais e explorações de mão de obra infantil ou escrava. As grandes indústrias consumidoras do cacau *commodity* são as principais condicionadoras desse tipo de trabalho. Pelo fato do chocolate *bean to bar*, *monitorar* suas cadeias produtivas de perto e analisar e controlar o processo de compra, há verificação e maior segurança acerca do cumprimento dos direitos, sejam sociais e ambientais. Logo, conclui-se que o chocolate *bean to bar* se torna um modelo de negócio sustentável e deve ser analisado para verificar se estes modelos geram impactos positivos na sociedade.

O problema principal desta pesquisa foi verificar de qual forma a produção do chocolate *bean to bar* pode ser vantajosa para a cadeia produtiva do cacau. Nesse sentido, foi possível concluir que a lista de benefícios é extensa: estimular cadeias de produção curtas; ser um produto sustentável que incentiva o cooperativismo; permitir a rastreabilidade do produto; estreitar as relações com o produtor, sendo possível, assim, uma distribuição de lucros e um pagamento de valores mais justos para o produtor e os envolvidos na cadeia produtiva, como seus funcionários. Além disso, há maior segurança em relação à qualidade do cacau e em relação ao trabalho do produtor de cacau, que por sua vez é mais valorizado e respeitado. Por fim, vale ressaltar os diversos benefícios em relação ao meio ambiente, já que, em sua maioria, são modelos de negócio que não incentivam o desmatamento, as queimadas e outras questões ambientais prejudiciais para o ecossistema — pelo contrário, são modelos de negócio que incentivam a preservação da biodiversidade e o respeito à natureza.

Algumas limitações encontradas durante a realização dessa pesquisa foram a dificuldade na busca por marcas de chocolate que aceitassem responder o questionário: das dezenove empresas contatadas, somente cinco responderam;

outro obstáculo foi a dificuldade em encontrar material voltado especificamente para os benefícios do chocolate *bean to bar*.

Em vista disso, sente-se a necessidade da realização de mais pesquisas futuras na área dos benefícios que a produção e a popularização do chocolate *bean to bar* pode oferecer.

REFERÊNCIAS

- ADUAN, Wanda Engel. **Combate ao trabalho infantil no Brasil: avanços e responsabilidades social**. In: Erradicação do Trabalho Infantil: dimensionando as experiências de Pernambuco, Mato Grosso do Sul e Bahia / org. Carola Carbajal Arregui. – São Paulo: EDUC; IEE/PUC-SP: FINEP, 2000
- AGRO, Forbes. **Indústria de cacau do Brasil vê alta de 5% no processamento em 2022**. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2022/02/industria-de-cacau-do-brasil-ve-alta-de-5-no-processamento-em-2022/>. Acesso em: 26 jun. 2022.
- AGRONEGÓCIO DO CACAU NO BRASIL**. São Paulo: Fiesp, 28 ago. 2021.
- AMIGLIO, Bárbara dos Santos Speza; CALIA, Rogério Cerávolo. Impactos de um modelo de negócio sustentável para a competitividade. In: **ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE**, 2016, São Paulo. p. 1-15. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/18/anais/arquivos/232.pdf>. Acesso em: 03 maio de 2022.
- ASSOCIAÇÃO BEAN TO BAR BRASIL. **Conceito Bean to Bar**. Disponível em: <http://www.beantobarbrasil.com.br/conceito>. Acesso em: 14 jun. 2022.
- AVILA, Rafael. **Triple Bottom Line: o tripé da sustentabilidade**. O Tripé da Sustentabilidade. Disponível em: <https://sustentabilidadeagora.com.br/tripe-da-sustentabilidade-triple-bottom-line/>. Acesso em: 16 maio de 2022.
- BASTOS, E. *et al.* Resgatar a sustentabilidade do cacauero. **AgroANALYSIS**, [s. l.], 2019. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip&db=ir00570a&AN=fgv.article.79705&lang=pt-br&site=eds-live>. Acesso em: 3 mar. 2022.
- BATALHA, Mário Otávio. **Gestão agroindustrial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- BRABO, Bruna. **Governo promove debate para impulsionar a produção de cacau do Pará**. 2021. Disponível em: <http://www.sedap.pa.gov.br/artigos/governo-promove-debate-para-impulsionar-produ%C3%A7%C3%A3o-de-cacau-do-par%C3%A1>. Acesso em: 01 fev. 2022.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum: comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CAMPOS, André; DIAS, João César. Trabalho escravo no cacau da Bahia. **Repórter Brasil**, São Paulo, v. 6, n. [], p. 1-20, nov. 2020. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2021/06/Monitor-6-Cacau-PT.pdf>. Acesso em: 23 fev. 2022.
- CARVALHO, Ícaro Célio Santos de. **Criação de valor em redes agroalimentares de origem: uma perspectiva dos recursos interorganizacionais regionais do cacau-chocolate sul da Bahia**. 2021. 157 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021.
- CASARA, Marques. **Trabalho infantil e desmatamento na cadeia produtiva da Nestlé**. 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/23/trabalho-infantil-e-desmatamento-na-cadeia-produtiva-da-nestle>. Acesso em: 13 nov. 2021.

CAVALCANTI, Clivyan Tavares de Amorim; SILVA, Ilka Rafaella Martins. **CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE NA GESTÃO DE PROJETOS**. *Revista de Gestão e Projetos -Gep*, Recife, v. 7, n. 3, p. 20-28, dez. 2016.

CHRIST, Mariele Laís. **DO CACAU AO CHOCOLATE**: internacionalização do chocolate tree to bar da bahia à luz do tripé da estratégia. 2020. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.

CHRIST, Mariele Laís; SALAZAR, Viviane s. Diagnóstico da Vantagem competitiva do chocolate Tree to Bar brasileiro à luz do diamante de Porter. In: IX ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 3., 2020, [S.l.]. **Diagnóstico da Vantagem competitiva do chocolate Tree to Bar brasileiro à luz do diamante de Porter**. Online: Anpad, 2020. p. 1-11. Disponível em: http://www.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=Mjc1MDk=. Acesso em: 01 fev. 2022.

CONSOLE, Luciana. **"Chocolate à venda no Brasil está contaminado por trabalho infantil"**. 2018. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/12/04/todo-chocolate-a-venda-no-brasil-esta-contaminado-pelo-trabalho-infantil-entenda>. Acesso em: 12 nov. 2021.

DIAS, Júnior César. **O trabalho infantil nos principais grupamentos de atividades econômicas do Brasil**. Brasília: FNPETI, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2NGFyRY>. Acesso em: 31 jan. 2022.

DINIZ, Janaína Deane de Abreu Sá; CERDAN, Claire. Produtos da sociobiodiversidade e cadeias curtas: aproximação socioespacial para uma valorização cultural e econômica. In: GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2017, p. 259-280.

ELKINGTON, Jon. **Cannibals with forks**: the triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone, 1997.

ESTIVAL, Katianny Gomes Santana; CORRÊA, Solange Rodrigues Santos; PROCÓPIO, Diego Pierotti. A construção dos mercados de qualidade do cacau no Brasil. *Revista Agrária Acadêmica*, [S.L.], v. 2, n. 1, p. 103-123, 1 jan. 2019. *Revista Agrária Acadêmica*.

FONTES, Maria Josefina Vervloet. **DO CACAU AO CHOCOLATE**: trajetória, inovações e perspectivas das micro e pequenas agroindústrias de cacau/chocolate. 2013. 216 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

FRANGIONI, Zélia. **Chocolatras Online**. Disponível em: <https://chocolatrasonline.com.br/>. Acesso em: 03 mar. 2022.

GALLO, Peter Jack; ANTOLIN-LOPEZ, Raquel; MONTIEL, Ivan. Associative Sustainable Business Models: cases in the bean-to-bar chocolate industry. *Journal Of Cleaner Production*, [S.L.], v. 174, p. 905-916, fev. 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 120 p. v. 1. ISBN 978-85-386-0071-8. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2022.

GIBBONS, Oscar. **Chocolate industry**: the effects of consumer preferences on bean-to-bar chocolate producers. 2020. 84 f. TCC (Graduação) - Curso de International Business Management, Haute École de Gestion de Genève (Heg-Ge), Geneva, 2020. Disponível em: https://www.chocolatsdumonde.ch/wp-content/uploads/TBIBM_2020_Gibbons_Oscar.pdf. Acesso em: 08 mar. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GILLER, M. **Bean-to-bar chocolate. America's craft chocolate revolution: the origins, the makers, and the mind blowing flavours.** North Adams: Storey Publishing, 2017.

GONTIJO, Frederico José Cardoso. **A cadeia produtiva do cacau brasileiro sob a perspectiva do desenvolvimento rural sustentável.** 2020. 24 f. Monografia (Especialização) - Curso de Gestão de Políticas Agropecuárias, Enap, Brasília, 2020.

HORA, Yasmine Ohana Silva da *et al.* ASPECTOS RELEVANTES DA CACAUCULTURA NO SUL DA BAHIA: do cacau certificado à fabricação de chocolate. **Agroecologia: Métodos e Técnicas Para Uma Agricultura Sustentável - Volume 2**, [S.L.], p. 21-34, 2021. Editora Científica Digital. <http://dx.doi.org/10.37885/210102681>.

LEITE, L. R. C. **Estudo de Competitividade do Cacau e Chocolate no Brasil: desafios para aumentar a produção e participação no comércio global.** Brasília, DF: MICES, 2018. 128 f. Disponível em: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Brasilia/pdf/brz_sc_cadau_chocolate_MICS_por_2018.pdf. Acesso em: 17 maio. 2022

MAY, Tim. 2004. **Pesquisa social: questões, métodos e processos.** Capítulo 6: Entrevistas: métodos e processo. 3ª edição. Porto Alegre. Artmed

MENEGUZZO, Isonel Sandino; CHAICOUSKI, Adeline; MENEGUZZO, Paula Mariele. Desenvolvimento sustentável: desafios à sua implantação e a possibilidade de minimização dos problemas socioambientais. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, [S.l.], v. 22, n. [], p. 509-520, jan./jul. 2009.

MOREIRA, Gisélia Lemos. Ilhéus, a terra da Gabriela cravo e canela: de espaço do cacau a espaço do turismo. **GeoTextos**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/geotextos/article/view/8352>. Acesso em: 21 set. 2021.

NIEBURG, Oliver. **Brands lead on sustainable cocoa goals, Cargill and Barry Callebaut suggest.** 2015. Disponível em: <https://www.confectionerynews.com>. Acesso em: 22 jun. 2022.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (org.). **Organização Internacional do Trabalho.** Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil/lang--pt/index.htm>. Acesso em: 01 fev. 2022.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (Brasil). **CADEIA PRODUTIVA DO CACAU: avanços e desafios rumo à promoção do trabalho decente: análise situacional.** [S.l.]: Papel Social, 2018. Disponível em: https://chocolatrasonline.com.br/wp-content/uploads/2019/08/publicacao_cacau_web.pdf. Acesso em: 31 jan. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU (Brasil). **OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.** Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 08 mar. 2022.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação, política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 16, p. 99-106, jul. 2010.

POZZOBON, José Paulo Dal Toé. **Análise estratégica do setor de chocolates bean-to-bar no Brasil: um mapa de posicionamento competitivo do setor.** 2020. 92 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Produção de Sistemas, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

PRODUÇÃO DE CACAU. Fortaleza - Ce: [S.l.], v. 6, n. 199, dez. 2021. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/1042/1/2021_CDS_199.pdf. Acesso em: 31 jan. 2022.

SANTOS, Almir Martins dos; SANTOS, Givago B . Martins dos; SANTOS, Pricilla B. M. dos. CACAU: a diferenciação pela qualidade como estratégia para elevação do preço no mercado internacional. **Agrotrópica (Itabuna)**, [S.L.], v. 24, n. 3, p. 197-206, 31 dez. 2012. Agrotrópica.

SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. **Research methods for business students**. Harlow, England: Pearson Education, 2000.

SEQUEIRA, Benedita. **O trabalho infantil na produção de cacau**: que responsabilidade para as empresas do setor? 2021. Disponível em: <https://novabhre.novalaw.unl.pt/trabalho-infantil-cacau-responsabilidade-empresas/>. Acesso em: 02 fev. 2022.

SILVA, Eduardo Cesar; AZEVEDO, Angelica da Silva; DE BARROS, Marina; DOS REIS, Nilmar Diogo. responsabilidade social corporativa na produção de cacau: análise das ações da indústria de chocolate. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 15, n. 1, p. 183–204, 2018. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1169>. Acesso em: 11 set. 2021.

SLOW Food Brasil. 2022. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/>. Acesso em: 02 jul. 2022.

TAPIE, Revecca; FERREIRA, Luciano. **Fortaleza do Cacau Cabruca do Sul da Bahia**. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/fortaleza/fortaleza-do-cacau-cabruca-do-sul-da-bahia/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

TAU, Felipe. **Mapa do Trabalho Infantil**. Disponível em: <https://livredetrabalho infantil.org.br/conteudos-formativos/mapa-do-trabalho-infantil/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

TRABALHO ESCRAVO NO CACAU DA BAHIA. São Paulo: Repórter Brasil, nov. 2020. Disponível em: <https://www.sinait.org.br/site/noticia-view?id=18447>. Acesso em: 09 nov. 2021.

VIAL, Luiz Antônio Machado *et al.* CADEIAS PRODUTIVAS: foco na cadeia produtiva de produtos agrícolas. In: ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO DO VALE DO ITAJAÍ, 3., 2009, Vale do Itajaí. **CADEIAS PRODUTIVAS**. Vale do Itajaí: Ensus, 2009. p. 1-9. Disponível em: <https://ensus2009.paginas.ufsc.br/files/2015/09/CADEIAS-PRODUTIVAS-UNISINOS.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2022.

WEISS, Claudete Rejane; OLIVEIRA, Letícia de; SOUZA, Ângela Rozane Leal de; BENAVIDES, Zina Angélica Cáceres. ALTERNATIVE CHANNELS FOR MARKETING BRAZILIAN COCOA/CHOCOLATE. MENDONÇA, Moisés de Souza. **Agronegócio, técnicas, inovação e gestão**. [S.l.]: Científica Digital, 2021. Cap. 4. p. 49-67.

WHAT'S NEW on the **Roundtable for Sustainable Cocoa Economy**. 2007. Disponível em: <https://www.icco.org/whats-new-on-the-roundtable-for-sustainable-cocoa-economy-rsce/>. Acesso em: 31 jan. 2022.

WILKINSON, J. CADEIAS PRODUTIVAS PARA AGRICULTURA FAMILIAR. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2011. Disponível em: <http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/299>. Acesso em: 7 mar. 2022.

YAKAH, Emmanuel. **Linking bean-to-bar to sustainable entrepreneurship**. 2017. 74 f. Tese (Doutorado) - Curso de Corporate Environmental Management, University Of Jyväskylä, Jyväskylä, Finland, 2017.

APÊNDICE A - PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO

Roteiro de perguntas para o questionário enviado às cinco marcas participantes da entrevista.

1. Qual ou quais os principais motivos que fizeram você entrar e explorar o modelo de negócio do chocolate *bean to bar*?
2. Um modelo de negócio sustentável preza, dentre outros pilares, por causar mudanças sociais e salvaguardar o meio ambiente. Quão importante são esses aspectos na sua empresa? E de que forma são desenvolvidos?
3. O que você conhece a respeito das questões que estão por trás da grande indústria do cacau e do chocolate?
4. Você acha importante que o público seja conscientizado sobre essas questões? De que forma o seu público pode ser conscientizado acerca dessas questões?
5. Para você, quais os benefícios do *bean to bar*?
6. E para finalizar, de que forma você acha que a produção e a popularização do *bean to bar* no Brasil pode ser vantajosa para a cadeia de uma forma geral?

Raphaela Gonçalves da Costa Pereira

**A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO DO CHOCOLATE *BEAN TO BAR* NO BRASIL
NA BUSCA POR MAIOR JUSTIÇA SOCIAL PARA OS INSERIDOS NA CADEIA
PRODUTIVA DO CACAU**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado e aprovado para a obtenção do título de Especialista em Cultura e Sociobiodiversidade na Gastronomia pelo Programa de Pós-Graduação *Lato sensu* em Cultura e Sociobiodiversidade na Gastronomia (*Campus* Florianópolis-Continente do Instituto Federal de Santa Catarina (CTE/IFSC)).

Florianópolis, (dia) de julho de 2022.

.....
Prof^a. Liz Cristina Camargo Ribas
Coordenadora do Programa

BANCA EXAMINADORA

.....
Prof^a. Alice Nogueira Novaes Southgate, Ma. - Orientadora

.....
Prof. Tanes Kfourri, Me. - Coorientador

.....
Prof^a Fabiana Mortimer Amaral, Dra. - Membro Interno

.....
Prof. Fernando Goulart Rocha, Dr./Dra. - Membro Interno