

ANÁLISE MERCADOLÓGICA DA CADEIA PRODUTIVA DO CIPÓ- PRETO (*Philodendron melanorrhizum* Reitz) NA ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL DE GUARATUBA (PR)

Dalvo Ramires Balzon¹, Anadalvo Juazeiro dos Santos², Ricardo Berger², Luciano de Almeida³,
Alexandre Muzy Bittencourt⁴

¹Economista, Dr., Instituto Brasileiro de Pós-graduação e Extensão, IBPEX, SPEI, Curitiba, PR, Brasil - dalvo.rb@terra.com.br

²Eng. Florestal, Dr., Depto. de Economia Rural e Extensão, UFPR, Curitiba, PR, Brasil - ajsantos@ufpr.br - berger@ufpr.br

³Eng. Agrônomo, Dr., Depto. de Economia Rural e Extensão da UFPR, Curitiba, PR, Brasil - luciano@agrarias.ufpr.br

⁴Eng. Florestal, M.Sc., Doutorando em Engenharia Florestal, UFPR, Curitiba, PR, Brasil - alexbitten@terra.com.br

Recebido para publicação: 01/10/2006 – Aceito para publicação: 09/11/2007

Resumo

Este estudo teve por objetivo realizar a análise mercadológica, assim como verificar a contribuição do cipó-preto na geração de trabalho e renda para as comunidades rurais tradicionais localizadas na região da Área de Proteção Ambiental - APA de Guaratuba. Para atingir tais objetivos, a metodologia utilizada constou de análise para definir os fluxogramas, as quantidades extraídas e comercializadas, custos de produção, preços, receitas, margens de lucro, de comercialização e markup. Os resultados da atividade extrativista do cipó-preto apontam a realização de aporte de renda mensal média inferior ao salário mínimo vigente, e pequena margem de lucro, embora represente possibilidade única de efetiva geração de renda para as famílias extrativistas. As maiores margens de comercialização são apropriadas pelos agentes distribuidores e varejistas, enquanto o markup é apropriado geralmente pelos intermediários. A produção artesanal possui estrutura claramente monopsônica, o que representa total dependência do extrativista/artesão frente ao agente comprador, tanto em termos de quantum extraído, como de preços de comercialização. O conjunto destas atividades possui forte dependência do mercado para manter-se em funcionamento e o seu desenvolvimento sustentado passa pelo acesso a novos mercados.

Palavras-chave: *Philodendron melanorrhizum*; produtos florestais não-madeiráveis; área de proteção ambiental; produção extrativista; margem e markup de comercialização.

Abstract

Marketing analysis on the productive chain of Philodendron melanorrhizum (cipó-preto) the environmental protection area in the county of Guaratuba, Parana, Brazil. This study presents of the marketing on the *Philodendron melanorrhizum* (cipó-preto) contribution to generating employment and earned income to the rural forest communities of the Area of Environmental Protection (AEP) in the county of Guaratuba. This research had as objective to describe the productive chain of cipo-preto being analyzed; flowchart harvested and marketed amounts, production costs, price, cash inflow, profit margin, market margin, and mark-up were defined. Cipo-preto harvesting makes possible to the families get realize monthly an income usually lower than the minimum wage, with small profits, nonetheless it represents a remarkable occasion for. Retailers and wholesalers appropriate the largest market margins, and middlemen usually appropriate mark-up. Craft industry, which is very significant, is structured on a single buyer, and for the artisan that represents a dependency in terms of amounts and prices. These activities depend on the market for keep producing and their sustainable development requires new market to open up.

Keywords: *Philodendron melanorrhizum*; nontimber forest products; area of environmental protection; harvesting, market margins; mark-up.

INTRODUÇÃO

O crescimento das preocupações com as questões ambientais, e em particular com o aquecimento do planeta, colocou a preservação das florestas como uma questão de interesse internacional, fornecendo novas idéias sobre a relação entre desenvolvimento econômico e meio ambiente.

A proposta parte do pressuposto de que o objetivo do desenvolvimento econômico das florestas é a manutenção da mesma, de forma que a estrutura produtiva daí decorrente deva ser elaborada visando à lucratividade e competitividade nos mercados.

Os Produtos Florestais Não Madeiráveis (PFNM's) têm sido estudado numa perspectiva de alternativa e renda sustentável à medida que possibilita geração de renda e trabalho, aliados a conservação florestal. Algumas das primeiras pesquisas sobre PFNM's que se destacam incluem o relatório da Organização Internacional de Madeira Tropical (ITTO, 1988) e Panayotou; Ashton (1992), que apareceram quase que simultaneamente e salientaram as necessidades de manejo sobre os Produtos Florestais Não Madeiráveis.

Borges; Braz (1998) definem os PFNM's como “os que podem ser extraídos da floresta com possibilidade de manejo sustentado. Entre eles encontram-se óleos, resinas, bambus, plantas medicinais, frutas, cipó etc.” Outra definição é apresentada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), citado por Santos *et al.* (2005), em que os PFNM's ou “produtos extrativos” da floresta compreendem a borracha, gomas não elásticas, ceras, fibras, tanantes, cipó, oleaginosas, alimentícias, aromáticas e subprodutos da silvicultura.

As Áreas de Proteção Ambiental – APA constituem-se de medida importante na sustentabilidade da conservação florestal. Instituída pela Lei nº 6.902, são Unidades de Conservação que abrigam atividades econômicas e convivem com comunidades no seu interior e no seu entorno, respeitando o regime de propriedade privada, inclusive posses, e aliando preocupações socioambientais e convivência com espaços urbanizados. Nesse contexto as populações locais tradicionais que dependem diretamente dos recursos naturais para sobreviver devem ser orientadas sobre o uso permitido desses recursos.

No Paraná, a Área de Proteção Ambiental (APA) de Guaratuba foi criada através do Decreto Estadual 1.234 de 27 de março de 1992, com área de 199.586 hectares. Localizada no entorno em interface com o perímetro urbano de Guaratuba e Matinhos e com terrenos rurais com maior e menor densidade demográfica dos municípios de Morretes, ainda no litoral do Paraná, Tijucas do Sul e São José dos Pinhais; abriga populações tradicionais, que segundo Lima (1996) detêm o conhecimento dos ciclos biológicos, a utilização dos recursos naturais e hábitos alimentares. Essas famílias têm dependência da renda parcial ou total na extração de PFNM's.

Sonda (2002) afirma que são desses produtos que as populações tradicionais da APA de Guaratuba dependem para sobreviver, especialmente da confecção de cestarias por intermédio do cipó-preto (*Philodendron melanorrhizum* Reitz). Segundo Mayo *et al.* (1997), o cipó-preto faz parte do gênero *Heteropsis*, que tem aproximadamente 13 espécies distribuídas nas florestas tropicais da América Latina. Possui vários usos, dentre os quais se destaca a construção de casas, mais precisamente no que diz respeito à substituição de pregos e à fabricação de produtos artesanais, como cestarias, móveis, brinquedos, balaios etc.

Desta forma, o presente trabalho teve por objetivo realizar a análise mercadológica da cadeia produtiva do cipó-preto para as comunidades rurais tradicionais da Área de Proteção Ambiental - APA de Guaratuba (PR), numa perspectiva de geração de trabalho e renda que assegure a conservação dos remanescentes florestais.

Entende-se por Cadeia Produtiva como sendo os encadeamentos entre as diversas fases por onde passa um produto, desde os fornecedores de insumos até o destino final da produção, buscando a satisfação do consumidor (HADDAD *et al.*, 1999).

MATERIAL E MÉTODOS

O universo da pesquisa abrangeu a totalidade das famílias (73) que extraem o cipó-preto para utilização comercial e que residem em 11 comunidades situadas no interior da APA de Guaratuba (PR), região denominada de Unidade de Estudos Agropecuários de Guaratuba (UEAG).

Essa unidade foi subdividida em duas sub-unidades. Fazem parte da primeira sub-unidade as comunidades rurais localizadas na região Sul da baía de Guaratuba, denominada de “mais integrada ao mercado” e da segunda, as comunidades rurais localizadas no interior e ao norte da baía de Guaratuba, entorno da estrada Cubatão/Limeira, denominada de “menos integrada ao mercado”.

A diferença entre as duas sub-unidades é que nas comunidades “mais integradas ao mercado”, o acesso é fácil, próximo da sede do município, e as famílias utilizam o cipó-preto para tecer artesanatos (cestos), enquanto nas comunidades “menos integradas ao mercado”, o acesso é difícil, longe da sede do

município, e as famílias utilizam o cipó-preto para vender sem beneficiamento. Das comunidades “mais integradas ao mercado” foram entrevistadas 55 famílias e, das comunidades “menos integradas ao mercado”, foram entrevistadas 18 famílias.

Os dados para essa pesquisa foram coletados por meio da aplicação de questionários estruturados junto a líderes das comunidades e chefes das famílias. Também foram consultados técnicos do Instituto Ambiental do Paraná (IAP), Prefeitura Municipal de Guaratuba (PR), Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a partir de reuniões.

A metodologia utilizada na pesquisa de campo constou da elaboração de um questionário estruturado visando à análise do processo de extração, beneficiamento e comercialização, a construção de um fluxograma com as diversas fases da cadeia produtiva, quantificando-a em receita, custos e valor de venda, intermediário, distribuidor, varejo, consumo e a margem e markup de comercialização. Utilizou-se também para a presente análise a revisão de literatura, coleta e uso de dados secundários, elaboração de diagramas de fluxos e consultas a atores representativos da cadeia. As quantidades e preços representam as médias do ano de 2005. A obtenção destes dados para anos anteriores foi dificultada, face ao baixo nível de formação das pessoas entrevistadas.

As entrevistas ocorreram em duas etapas, assim distribuídas: a primeira realizou-se entre os meses de janeiro e abril de 2005, sendo as informações coletadas na forma de diálogos, com flexibilidade de tópicos anotados em fichas, registradas em gravador e em fotografias. A segunda ocorreu entre os meses de junho e dezembro de 2005, onde se percorreu todas as comunidades preenchendo o questionário e identificando possíveis problemas nas entrevistas feitas anteriormente.

A fórmula de cálculo da margem de comercialização e do markup foi baseada em Mendes (1998) e Reis; Carvalho (1999). A tabela 1 apresenta a fórmula da margem bruta de comercialização, mensurada pela diferença de preços entre os agentes que participam do processo de comercialização.

Tabela 1. Fórmulas para o cálculo da margem de comercialização.

Table 1. Formulas for calculation the commercialization margin.

Margem	Valor absoluto	Valor relativo
Total (Mt)	$P_v - P_p$	$[(P_v - P_p) / P_v] 100$
Intermediário	$P_i - P_p$	$[(P_i - P_p) / P_v] 100$
Atacado (Ma)	$P_a - P_p$	$[(P_a - P_p) / P_v] 100$
Varejo (Mv)	$P_v - P_a$	$[(P_v - P_a) / P_v] 100$

Fonte: Mendes, 1998

Onde:

P_p = preço em nível de produtor, ou seja, preço de venda ao intermediário;

P_i = preço em nível de intermediário, ou seja, preço de venda ao atacado;

P_a = preço em nível de atacadista, ou seja, preço de venda ao varejo;

P_v = preço em nível de varejo, ou seja, preço pago pelo consumidor.

A tabela 2 apresenta as fórmulas para cálculo do markup de comercialização.

Tabela 2. Fórmulas para o cálculo do markup de comercialização.

Table 2. Formulas for calculation the commercialization markup.

Margem	Valor absoluto	Valor relativo
Total (Mt)	$P_v - P_p$	$[(P_v - P_p) / P_p] 100$
Intermediário	$P_i - P_p$	$[(P_i - P_p) / P_p] 100$
Atacado (Ma)	$P_a - P_i$	$[(P_a - P_i) / P_i] 100$
Varejo (Mv)	$P_v - P_a$	$[(P_v - P_a) / P_a] 100$

Fonte: Mendes, 1998

Onde:

P_p = preço em nível de produtor, ou seja, preço de venda ao intermediário;

P_i = preço em nível de intermediário, ou seja, preço de venda ao atacado;

P_a = preço em nível de atacadista, ou seja, preço de venda ao varejo;

P_v = preço em nível de varejo, ou seja, preço pago pelo consumidor.

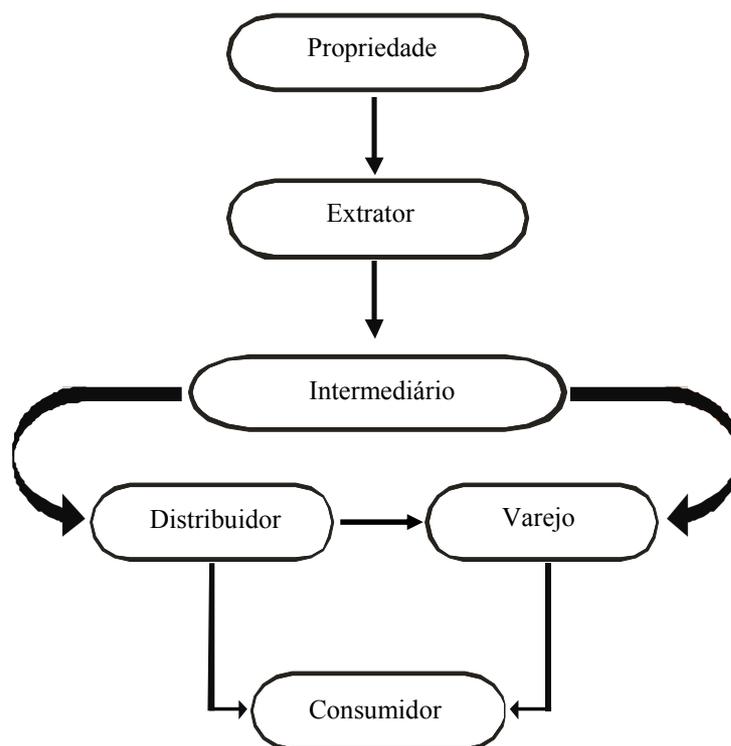
Para a análise proposta houve a necessidade da obtenção de coeficientes de conversão de matéria-prima para a produção dos diferentes tipos de produto artesanal (cestos), sendo estabelecidos os seguintes:

- Bandeja redonda nº 3: 64 kg de cipó para a produção de 850 unidades;
- Bandeja retangular nº 3: 120 Kg de cipó para a produção de 800 unidades;
- Coração nº 2: 66 kg de cipó para a produção de 1.100 unidades;
- Coração nº 3: 82,5 kg de cipó para produção de 1.100 unidades.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Cadeia produtiva do cipó-preto

A figura 1 apresenta o fluxograma da cadeia produtiva do cipó-preto, contendo os diferentes agentes que a compõem, desde sua extração até a utilização final, na forma de artesanato (cestos).



Fonte: Pesquisa de campo, 2005

Figura 1. Fluxograma da cadeia produtiva do cipó-preto na região da APA de Guaratuba, PR.

Figure 1. Cipó-preto productive chain flowchart at the AEP in Guaratuba, PR.

Processo de extração, beneficiamento e comercialização

O processo de extração inicia-se no ambiente florestal ou em árvores isoladas em áreas de pastagens. O proprietário da terra, a qual geralmente é coberta por vegetação de porte arbóreo e/ou pastagens, na maioria das vezes, não tem interesse na exploração econômica do cipó-preto e cede ao extrator este direito, com o único objetivo de realizar a limpeza da área, não cobrando nenhum valor pelo cipó extraído. Assim, esse extrator representa o primeiro agente desta cadeia produtiva.

Os extratores, em sua maioria, são jovens do sexo masculino, que saem à procura de árvores onde ocorre o cipó-preto. Cada extrator consegue extrair aproximadamente 30 kg de cipó diariamente, o qual é transportado em feixes individuais de 15 kg.

De posse do cipó, o objetivo principal das famílias residentes na unidade de Guaratuba, ou seja, nas comunidades mais integradas ao mercado, é utilizá-lo para a confecção de cestarias (artesanatos) feito

em suas próprias residências e continuando uma tradição de décadas. Para produzir os cestos é necessário fazer o beneficiamento do cipó, que consiste na retirada do córtex, ou seja, na separação da casca da raiz, na secagem e no desfibramento, utilizando-se para tanto, canivetes, estiletes ou um equipamento rústico conhecido como ralador. Para cada quilo de cipó beneficiado, são necessários 10 quilos de cipó bruto. Já as famílias residentes nas comunidades menos integradas ao mercado extraem o cipó e o vende na forma bruta (sem beneficiamento), ou seja, com casca e sem a secagem, em feixes de aproximadamente 30 quilos. Nessas comunidades, as famílias não tecem cestos porque não há mercado, uma vez que o comprador (intermediário) não vai buscá-los devido principalmente à dificuldade de acesso. Portanto, estas famílias vendem o cipó na forma bruta para as famílias residentes em Garuva (SC), já que a distância para este município é menor que para Guaratuba.

Intermediário do artesanato

Na região da APA foi identificado apenas um único intermediário, residente no estado de São Paulo e que opera na comercialização do artesanato de cipó-preto. Este intermediário faz acordo verbal com os extratores/artesãos para a aquisição de toda a produção mensal do artesanato.

O custo de transporte da região da APA até São Paulo é de difícil mensuração, pois este intermediário não trabalha apenas com cestos, uma vez que no mesmo frete são adquiridos e transportados outros produtos, como cestarias de vime e vasos de diversas formas. Os cestos adquiridos na região são comercializados com distribuidores, varejistas ou diretamente com o consumidor final no estado de São Paulo.

A quantidade de cestos produzida por estas famílias é estimada em função da demanda do intermediário. Este informa às famílias quantos cestos precisa no mês e, através da seção do “fundo”¹, controla o tipo de cesto e a quantidade produzida. É possível a colocação de “fundos” não cedidos pelo intermediário, mas isso levaria ao cancelamento do acordo. Devido à distância dos centros consumidores, a falta de recursos financeiros para a locomoção, conhecimento de mercado etc, as famílias evitam perder o acordo feito com o único intermediário, pois contam com essa renda todos os meses.

A literatura econômica denomina esta estrutura de mercado de monopsonio devido haver um único comprador para vários produtores. Assim, o intermediário determina a quantidade, o tipo e o preço pago pelo artesanato.

Distribuidor

Agente pouco conhecido nesta cadeia produtiva, opera geralmente nas grandes cidades, principalmente em São Paulo e Belo Horizonte, tendo como seu fornecedor o intermediário descrito anteriormente. O distribuidor comercializa o produto no varejo ou diretamente ao consumidor final.

O custo de transporte nessa etapa é pago pelo distribuidor, e também é de difícil mensuração, pois o mesmo não trabalha apenas com o artesanato. Geralmente, no mesmo frete ele transporta outros produtos como, por exemplo, guaricana, musgo, banana e farinha de mandioca.

Varejo

O comércio varejista do artesanato é composto por lojistas do ramo de floricultura, viveiros de plantas ornamentais e supermercados, dentre outros. Entre seus fornecedores estão o intermediário e o distribuidor em grande parte localizados nas cidades de São Paulo e Belo Horizonte. O produto nessa etapa é vendido na mesma forma inicial que saiu da APA, porém os lojistas costumam agregar detalhes às peças para caracterizá-las como utensílios de cozinha e embalagens para jóias e perfumes.

Intermediário da cadeia do cipó-preto sem beneficiamento

De posse do cipó-preto, as famílias residentes nas comunidades rurais menos integradas ao mercado da APA de Guaratuba, têm como objetivo principal vendê-los sem beneficiamento. Os intermediários são algumas famílias residentes geralmente na cidade de Garuva (SC), e tem como fornecedores as famílias extrativistas residentes nas “comunidades rurais menos integradas ao mercado”. Todos os meses se deslocam até as comunidades dos extratores para adquirir a produção do cipó-preto. Estes intermediários são artesãos em suas cidades de origem e realizam o beneficiamento e a confecção

¹Base de madeira para a confecção do artesanato.

dos cestos. A produção é vendida no comércio varejista da região ou diretamente ao consumidor final. Estes intermediários são responsáveis pelo frete, porém aproveitam-no para transportar o cipó junto a outras mercadorias. Geralmente são estes mesmos intermediários que adquirem a produção de outros Produtos Florestais Não Madeiráveis da região, como folhas de guaricana, de samambaia e o musgo. Nessa atividade a estrutura de mercado é o oligopólio, já que existem poucos compradores para muitos vendedores.

Análise da produção de artesanato

Produção, preço de venda e receita bruta

Observa-se que nas regiões mais integradas ao mercado da APA de Guaratuba existem 55 famílias que utilizam o cipó-preto para tecer artesanato. A renda gerada por essa atividade situa-se abaixo do salário mínimo vigente no país (Tabela 3). A produção é representada por quatro tipos de cestos, sendo: bandeja redonda nº 3; bandeja retangular nº 3; coração nº 2 e coração nº 3. Juntas estas famílias produzem 53 mil unidades por mês, vendidas em média por R\$ 0,21/unidade (vinte e um centavos). A venda destes cestos gera uma renda bruta de R\$ 11.066,00 (onze mil e sessenta e seis reais), o que representa em média R\$ 201,20 (duzentos e um reais e vinte centavos) mensais por família.

A bandeja retangular nº3 é produzida por 27,3% das famílias pesquisadas e, apesar ter a menor produção por unidade, é a que gera maior renda, pois é o produto com maior valor unitário R\$ 0,24 (vinte e quatro centavos). Já a bandeja redonda nº3, que gera a menor renda bruta entre as famílias, apresenta produção unitária 5,8% superior à retangular nº3, mesmo com o valor de venda 16,7% inferior (R\$ 0,20/unidade).

O coração nº3 é produzido por 32,7% das famílias pesquisadas, o maior número de famílias, porém a produção unitária é a mesma do coração nº2, mas a renda gerada é 5,9% superior, pois cada unidade do coração nº 3 é vendido a R\$ 0,17 (dezessete centavos), cerca de 6% superior ao coração nº2 que é de R\$ 0,16/unidade (Tabela 3).

Tabela 3. Número de famílias, produção familiar, preço de venda e receita bruta total do artesanato por mês.
Table 3. Number of families, family business production, market price and gross income from the craft industry by month.

Produto Artesanato	Nº de famílias		Produção das famílias (unidades/mês)		Preço de venda (R\$/mês)	Receita bruta (R\$/mês/total)
	Absoluto	(%)	Absoluto	(%)	Unitário	Total
Bandeja redonda nº 3	12	21,8	850	22,1	0,20	170,00
Bandeja retangular nº3	15	27,3	800	20,8	0,24	192,00
Coração nº2	10	18,2	1.100	28,6	0,16	176,00
Coração nº3	18	32,7	1.100	28,6	0,17	187,00
Total geral	55	100,0	53.000	100,0	0,21	11.066,00

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

O custo total da fabricação de 53 mil unidades do artesanato é de R\$ 10.422,00 (dez mil quatrocentos e vinte e dois reais), média de R\$ 189,50 (cento e oitenta e nove reais e cinquenta centavos) por família. São 155,8 dias na capina a um custo de R\$ 2.337,00 (dois mil trezentos e trinta e sete reais), 222 dias no beneficiamento a um custo de R\$ 3.330,00 (três mil trezentos e trinta reais) e 317 dias na confecção dos cestos artesanais a um custo de R\$ 4.755,00 (quatro mil setecentos e cinquenta e cinco reais) (Tabela 4).

Esses custos referem-se apenas à mão-de-obra de uma pessoa adulta trabalhando 8 horas por dia no valor médio regional de R\$ 15,00 (quinze reais). A diferença de valores entre os custos nas diversas etapas da produção ocorre, porque é diferente a quantidade de dias/homens e de matéria-prima necessários para produzir os quatro produtos. A bandeja retangular nº3 tem o maior custo, 30,6% superior à bandeja redonda nº3 e o coração nº3, é 11,7% mais caro de produzir do que o coração nº2. Isso explica a diferença no valor de vendas entre os quatro diferentes produtos (Tabela 4).

Custo, receita líquida e margem de lucro

As margens de lucros são geralmente baixas, sendo que em alguns casos se verifica prejuízo

econômico. Embora as análises revelem tal situação, faz-se necessário pontuar que as receitas advindas da comercialização dos cestos representam a remuneração da mão-de-obra. Neste contexto, a receita bruta da comercialização do artesanato representa a renda mensal disponível (Tabela 5). Nesta linha de raciocínio, observa-se que a bandeja redonda nº3 apresenta uma margem de lucro de 11,8%, superior em relação à bandeja retangular nº3 (12,3%), mas a receita bruta advinda com a venda da bandeja retangular nº3 é superior à bandeja redonda nº3. Isso ocorre também com o coração nº3 cuja margem de lucro é 5,9%, contra 0,3% do coração nº2.

Tabela 4. Número de dias, custo das etapas do processo de produção e custo do artesanato por família por mês.

Table 4. Number of days, production costs by stage, and craft costs per family by month.

Produto Artesanato	Custo de extração do cipó/mês		Custo do beneficiamento/mês		Custo da produção de artesanato/mês		Custo total por família/mês
	(Dias)	(R\$)	(Dias)	(R\$)	(Dias)	(R\$)	(R\$)
Bandeja redonda nº3	2,1	31,50	3	45,00	5	75,00	151,50
Bandeja retangular nº3	4	60,00	5,6	84,00	5	75,00	219,00
Coração nº2	2,2	33,00	3	45,00	6,5	97,50	175,50
Coração nº3	2,7	40,50	4	60,00	6,5	97,50	198,00
Total geral	155,8	2.337,00	222	3.330,00	317	4.755,00	10.422,00

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

O custo de produção da bandeja retangular nº3 é 44% maior que o da bandeja redonda nº3, porém a receita bruta é apenas 11% superior. O custo de produção do coração nº3 é 23,5% superior ao do coração nº2, enquanto a receita bruta é superior, apenas em 6,25%. Isso explica a diferença na receita líquida e na margem de lucro (Tabela 5).

Tabela 5. Custo de produção, receita bruta, receita líquida e margem de lucro do artesanato mensal por família.

Table 5. Production costs, gross income, net income, and profit margin per family by month.

Produto Artesanato	Custo familiar de produção/mês	Receita bruta familiar/mês	Receita líquida familiar/mês	Margem de lucro (%)
	(R\$)	(R\$)	(R\$)	
Bandeja redonda nº3	152,00	170,00	18,00	11,8
Bandeja retangular nº3	219,00	192,00	(27,00)	(12,3)
Coração nº2	175,50	176,00	0,50	0,3
Coração nº3	198,75	187,00	(11,75)	(5,9)
Total Geral	186,31	181,25	(5,06)	(6,1)

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Análise da comercialização de cipó-preto sem beneficiamento

Quantidade extraída, preço de venda e receita bruta

As informações apresentadas na tabela 6 evidenciam que todas as famílias extrativistas entrevistadas na unidade de Guaratuba, nas comunidades rurais “menos integradas ao mercado”, são extratoras do cipó-preto. Cada família extrai em média 180 kg de cipó por mês e comercializa ao preço de R\$ 0,60 o quilo, totalizando receita bruta média de R\$ 108, 00, inferior a 50% do salário mínimo vigente.

Tabela 6. Número de famílias, quantidade extraída por família, preço de venda e receita bruta mensal do cipó-preto sem beneficiamento nas comunidades menos integradas ao mercado.

Table 6. Number of families, harvested amount per family, market price, and monthly gross income of non-manufactured cipó-preto.

PFNMS	Número de famílias		Quantidade extraída por família/mês	Preço de venda por kg	Renda bruta familiar/mês
	Absoluto	(%)	(kg)	(R\$)	(R\$)
Cipó-preto	18	100	180	0,60	108,00

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Custo, receita líquida e margem de lucro

Verifica-se na tabela 7 que as famílias utilizam apenas seis dias por mês no trabalho de extração do cipó-preto. O custo de extração de 180 kg de cipó-preto por família é de R\$ 90,00, baseada na remuneração da diária de R\$ 15,00, vigente na região.

Cada família extrai em média 30 kg de cipó por dia e o vende na forma bruta por R\$ 0,60/kg, obtendo uma receita bruta mensal de R\$ 108,00. Desta forma, o lucro líquido é de R\$ 18,00 por família, o que significa uma margem de lucro de 16,7%, porém as famílias consideram a receita bruta como renda líquida disponível, pois os custos referem-se à mão-de-obra familiar empregada na atividade.

Tabela 7. Número de dias, custo de extração, receita bruta, receita líquida e margem de lucro da extração do cipó-preto sem beneficiamento, por família/mês.

Table 7. Number of days, harvest costs, gross income, net income, and non-manufactured cipó-preto profit margin per family/month.

PFNMS	Número de dias de extração	Custo da extração/mês (R\$)	Receita bruta familiar/mês (R\$)	Receita líquida familiar/mês (R\$)	Margem de lucro (%)
Cipó-preto	6	90,00	108,00	18,00	16,7

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Margem de comercialização na cadeia produtiva do cipó-preto

As informações contidas na tabela 8 evidenciam que, para os diferentes tipos de artesanato, existe um aumento nos percentuais de margem de comercialização, do produtor até o consumidor final, mostrando que os maiores ganhos se verificam ao nível de distribuidor (atacado) ou varejo.

No caso da Bandeja redonda nº 3 o agente distribuidor se apropria da maior fatia dos ganhos em relação ao preço pago pelo consumidor (37,9%). O mesmo se repete para a Bandeja retangular nº 3, onde também o distribuidor se apropria da maior fatia da margem de comercialização (39,4%).

Para os artesanatos tipo Coração nº 2 e Coração nº3, o comércio varejista é o que realiza a maior apropriação dos ganhos dentro do sistema de comercialização, ou seja, 38,9% e 42,8% respectivamente (Tabela 8).

Em relação à margem total de comercialização, que indica a relação entre o preço pago pelo consumidor e o preço pago ao produtor, o artesanato tipo Bandeja redonda nº 3 detém a maior margem total de comercialização, de 93,1% mensais, porém os ganhos expressivos dessa atividade concentram-se a partir do intermediário, levando à constatação que o valor pago ao extrator é baixo, mantendo a dependência e a exclusão social (Tabela 8).

Tabela 8. Preço de venda e margem de comercialização entre os diferentes agentes da cadeia produtiva do cipó-preto.

Table 8. Market price and market margin for the different agents of cipó-preto craft productive chain.

Artesanato	Preços de venda em Reais e margem de comercialização em %				Margem total %
	Extrator	Intermediário	Distribuidor	Varejo	
Preço da Bandeja redonda nº03	0,20	0,90	2,00	2,90	
Margem em %	0,0	24,1	37,9	31,0	93,1
Preço da Bandeja retangular 03	0,24	1,20	2,50	3,30	
Margem em %	0,0	29,1	39,4	24,2	92,7
Preço do Coração nº02	0,16	0,50	1,10	1,80	
Margem em %	0,0	18,9	33,3	38,9	91,1
Preço do Coração nº03	0,17	0,60	1,20	2,10	
Margem em %	0,0	20,5	28,6	42,8	91,9

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Markup de comercialização na cadeia produtiva do cipó-preto

Os intermediários representam os agentes da cadeia produtiva que obtém os maiores markup de comercialização, seguidos pelos distribuidores e pelo comércio varejista. Os percentuais de markup de comercialização são diferenciados para cada tipo de produto (Tabela 9).

A bandeja redonda nº 3 é vendida ao intermediário pelo extrator/artesão por R\$ 0,20 a unidade.

Este intermediário revende este mesmo produto ao distribuidor ou ao comércio varejista por R\$ 0,90, obtendo um markup de comercialização de 350%. O distribuidor, por sua vez, revende este mesmo produto ao comércio varejista ou ao consumidor final por R\$ 2,00 a unidade, obtendo um markup de 122,2%. Finalizando a cadeia de comercialização, o comércio varejista comercializa o produto para o consumidor por R\$ 2,90, obtendo um markup de 45%. O markup total de comercialização entre o extrator/artesão e o consumidor final atinge 1.350% (Tabela 9).

A bandeja retangular nº 3 é comercializada pelo extrator/artesão ao intermediário por R\$ 0,24 a unidade. Este intermediário revende o mesmo produto ao distribuidor ou ao comércio varejista por R\$ 1,20, obtendo um markup de 400,0%. O distribuidor, por sua vez, comercializa este produto com o comércio varejista ou com o consumidor final por R\$ 2,50, obtendo um markup de 108,3%. O comércio varejista revende o produto ao consumidor final por R\$ 3,30, obtendo markup de 32%. O markup total de comercialização entre o extrator/artesão e o consumidor final atinge 1.275% (Tabela 9).

Tabela 9. Preço de venda e markup de comercialização entre os diferentes agentes da cadeia produtiva do artesanato nas comunidades rurais mais integradas ao mercado.

Table 9. Market price and mark-up for the different agents of craft productive chain.

Artesanato	Preços de venda em reais e markup de comercialização em %				Markup total %
	Extrator	Intermediário	Distribuidor	Varejo	
Bandeja redonda nº03	0,20	0,90	2,00	2,90	
Markup em %	0,0	350	122,2	45	1350
Bandeja retangular 03	0,24	1,20	2,50	3,30	
Markup em %	0,0	400,0	108,3	32	1275
Coração nº02	0,16	0,50	1,10	1,80	
Markup em %	0,0	212,5	120	63,6	1025
Coração nº03	0,17	0,60	1,20	2,10	
Markup em %	0,0	252,9	100	75	1.135,3

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

O coração nº 2 é comercializado pelo extrator/artesão ao intermediário por R\$ 0,16. Este revende para o distribuidor ou para o varejo por R\$ 0,50, obtendo markup de comercialização de 212,50%. O distribuidor revende ao varejo ou ao consumidor final por R\$1,10, obtendo markup de comercialização de 120%. O varejo vende ao consumidor final por R\$ 1,80, obtendo markup de 63,6%. O markup total de comercialização entre o extrator/artesão e o consumidor final atinge 1.025%

O Coração nº 3 é comercializado pelo extrator/artesão ao intermediário por R\$ 0,17 e deste para o distribuidor por R\$ 0,60, obtendo markup de comercialização de 252,9%. O distribuidor revende este produto ao comércio varejista ou ao consumidor final por R\$ 1,20, obtendo markup de 100%. O comércio varejista por sua vez comercializa o produto com o consumidor final por R\$ 2,10, obtendo um markup de 75%. O markup total de comercialização entre o extrator/artesão e o consumidor final atinge 1135,3%.

CONCLUSÕES

As observações realizadas na execução do trabalho possibilitam concluir que a cadeia produtiva do cipó-preto na APA de Guaratuba apresenta-se bastante simplificada, ou seja, existem poucos agentes em função da inexistência de processos mais complexos de beneficiamento, à exceção da confecção do artesanato.

Os custos de produção representam a remuneração da mão-de-obra, não sendo desta forma recomendável a realização de uma análise de rentabilidade tradicional, uma vez que o extrator não possui outra destinação alternativa, exceto a agricultura de subsistência e outros PFM's.

A análise da margem de lucro evidencia a necessidade da valorização econômica das atividades extrativistas, uma vez que o extrator do cipó-preto é o agente com menor remuneração na cadeia produtiva.

Os intermediários são os agentes que apresentam maiores margens e markups na cadeia produtiva.

A pesquisa de campo sinaliza para uma estrutura de mercado monopsonica, uma vez que existe

um único grande comprador que comercializa os produtos confeccionados pelos artesãos no estado de São Paulo. Este intermediário determina o quantum a ser extraído mensalmente, bem como, os preços de comercialização dos produtos.

Apesar de as famílias extratoras afirmarem que a atividade extrativa do cipó é sustentável, há a necessidade de estudos acerca da sustentabilidade desta atividade, como a determinação do real estoque deste recurso, sua capacidade regenerativa, manejo adequado, assim como a determinação de indicadores ecológicos que envolvem sua extração.

Atendidos os aspectos de sustentabilidade da extração do recurso, da viabilidade econômica e social da atividade, recomenda-se:

- Organizar a produção atual através da criação de organizações associativistas ou cooperativistas com o apoio de universidades e instituições de extensão e assistência técnica.
- Cadastrar as famílias extrativistas pelo órgão de fiscalização competente.
- Elaborar uma normatização provisória sobre a extração e beneficiamento do cipó-preto e dos demais PFM's.
- Levantamento de outros PFM's potenciais para o mercado, aliado ao desenvolvimento de tecnologias para agregação de valor.
- Elaborar projetos de marketing no sentido de se buscar novos mercados para o cipó-preto e os demais PFM's existentes.

REFERÊNCIAS

BORGES, K. H.; BRAZ, E. M. **Recursos Florestais não madeireiros**, versão preliminar do Workshop "Manejo de recursos não madeireiros – perspectivas para a Amazônia". Rio Branco, AC, Junho/1998.

HADDAD, P. R. (org). **A competitividade do agronegócio e desenvolvimento regional**. Estudo de "cluster". Brasília: CNPQ/EMBRAPA, 1999.

ITTO. **The Case for Multiple-use Management on Tropical Hardwood Forests**. Harvard University Cambridge. Massachusetts. 1988.

LIMA, R. X. **Estudos etnobotânicos em comunidades continentais da Área de Proteção Ambiental de Guaraqueçaba – Paraná, Brasil**. Curitiba, 1996, 123 p. Dissertação de Mestrado em Ciências Florestais. UFPR.

MAYO, S. J.; BOGNER, J.; BOYCE, P. C.; FRENCH, J. C.; HEGNAUER, R. **The Genera of Araceae**. Royal Botanical Gardens, Kew, 1997.

MENDES, J. T. **Economia agrícola**. Ed. Curitiba, PR 1998.

PANAYOTOU, T.; ASHTON, P. **Not by timber alone: the case for multiple use management of tropical forests**. Island Press, Covelo, CA, 1992.

REIS, A. J. dos; CARVALHO, F. A. de P. **Comercialização agrícola no contexto agroindustrial**. UFLA/FAEPE. In: Curso de Especialização de Pós-Graduação "Latu Sensu". Ensino a Distancia. Lavras, 1999.

SANTOS, A. J.; HILDEBRAND, E.; PACHECO, C. H. P.; PIRES, P. T. L.; ROCHADELLI, R. Produtos não madeiráveis: conceituação, classificação, valoração e mercados. Curitiba, 14p. **Revista Floresta**, 2005.

SONDA, C. **Comunidades rurais tradicionais da Área de Proteção Ambiental de Guaratuba: caracterização sócioeconômica e utilização dos recursos vegetais silvestres**. 193f. Tese (Doutorado em Ciências Florestais) – Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2002.