

CADEIA DE VALOR DO COCÃO (*Attalea tessmanni* Burret) DA COOPERATIVA DE PRODUTORES FAMILIARES E ECONOMIA SOLIDÁRIA DA FLORESTA DO MOGNO (COOPERMOGNO), TARAUCÁ- ESTADO DO ACRE

*COCONUT VALUE CHAIN (Attalea tessmanni
Burret) FROM THE COOPERATIVA DE
PRODUTORES FAMILIARES E ECONOMIA
SOLIDÁRIA DA FLORESTA DO MOGNO
(COOPERMOGNO), TARAUCÁ-STATE OF ACRE-
BRAZIL*

Renata Vivian Rodrigues da Silva¹

Zenobio Abel Gouvêa Perelli da Gama e Silva²

Resumo: Em 2021, a Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO), para apoiar a produção extrativista no Complexo de Florestas Estaduais do Rio Gregório (CFERG), no município acreano de Tarauacá, atuava na cadeia de valor do Cocão (*Attalea tessmanni* Burret). Nesse contexto, esse projeto de pesquisa e extensão teve como objetivo gerar informações sobre a comercialização e marketing do óleo de Cocão, produzido pela COOPERMOGNO, que contribuem para o ingresso desse óleo no mercado de cosméticos. Para tal, seguindo o método adotado, o planejamento da oferta ocorreu a partir de discussões com a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Políticas Indígenas (SEMAPI) *on-line* e representantes da cooperativa. Os dados secundários, por sua vez, foram obtidos consultando relatórios, estudos

¹ Engenheira Florestal pela Universidade Federal do Acre. Bolsista extensionista (BID/Fapac). *E-mail:* florestal.renata@hotmail.com

² Doutor em Engenharia Florestal pela Universidade Federal do Paraná. Professor da Universidade Federal do Acre. *E-mail:* zenobio.silva@ufac.br

e análises laboratoriais que permitiram caracterizar o óleo produzido na COOPERMOGNO e gerar informações sobre a comercialização do óleo aos clientes potenciais identificados. Entre os resultados desse projeto, tem-se: a) uma ficha técnica com informações desse óleo, elaborada; b) passos e logística para enviar amostras e vender este óleo aos potenciais clientes do ramo de cosméticos, propostos; c) apoio na negociação com empresas interessadas em encomendar esse óleo e na construção de parceria entre a COOPERMOGNO e a Cooperativa de Produtores de Polpa de Frutos Nativos de Mâncio Lima (COOPFRUTOS), em atividade no estado do Acre.

Palavras-chave: Produtos Florestais Não Madeireiros. Óleos Vegetais. Cosméticos. Cooperativismo. Amazônia.

Abstract: In 2021, the Cooperative of Family Producers and Solidarity Economy of the Mahogany Forest (COOPERMOGNO), to support extractive production in the Complex of State Forests of Rio Gregório (CFERG), in the municipality of Tarauacá, Acre, operated in the value chain of Cocão (*Attalea tessmanni* Burret). In this context, this research and extension project aimed to generate information on the commercialization and marketing of Cocão oil, produced by COOPERMOGNO, which contribute to the entry of this oil into the cosmetics market. To this end, following the adopted method, the supply planning took place based on line discussions with the State Secretariat for Environment and Indigenous Policies (SEMAPI) and representatives of the cooperative. Secondary data, in turn, were obtained by consulting reports, studies and laboratory analyzes that allowed characterizing the oil produced at COOPERMOGNO and generating information on the commercialization of the oil, to the identified potential customers. The results of this project include: a) a technical file with information about this oil, prepared; b) steps and logistics for sending samples and selling this oil to potential clients in the cosmetics industry, proposed; c) support in negotiating with companies interested in ordering this oil and in building a partnership between COOPERMOGNO and the Cooperative of Producers of Native Fruit Pulp of Mâncio Lima (COOPFRUTOS), operating in the state of Acre.

Keywords: Non-Timber Forest Products. Vegetable Oils. Cosmetics. Cooperativism.

INTRODUÇÃO

Com o tempo, a demanda dos consumidores por produtos que tenham em sua formulação ingredientes de origem natural, vem ficando mais forte. Aliado a essa realidade, pesquisas em vários países indicam que uma nova diretriz comportamental do ser humano, em termos de decisões de consumo, visa impactar positivamente as comunidades. Assim, cada vez mais pessoas estão dando mais atenção às questões como: meio ambiente; sustentabilidade; bem-estar animal; produção e práticas trabalhistas. Além disso, cresce o número de consumidores valorizando marcas que, cuidando dos recursos naturais e das pessoas envolvidas em seu processo de produção, são éticas e defendem boas causas (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - ABIHPEC, 2018).

Bizzo, Hovell e Resende (2009), por sua vez, defendem que a produção sustentável de óleos essenciais no Brasil é viável. Porém, para ter-se produtos com qualidade e preço para disputar o mercado internacional, são necessários incentivos governamentais, formalização de parcerias de centros de pesquisa e universidades com a iniciativa privada.

É oportuno destacar que o estado do Acre possui abundante oferta de Produtos Florestais não Madeireiros (PFNMs) com potencial econômico na Regional de Desenvolvimento Tarauacá/Envira que, de acordo com Acre (2003), é composta pelos municípios de Feijó, Jordão e Tarauacá. Mais especificamente, nessa regional, segundo Ferreira e Alechandre (2002), podem ser encontradas espécies, como Açaí, Andiroba, Copaíba, Burity, entre outras.

Fundamentada nessa realidade, como informa Acre (2014), a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Florestal, da Indústria, do Comércio e dos Serviços Sustentáveis (SEDENS) incluiu o Cocão em um diagnóstico sobre potenciais cadeias de valor de PFNMs de espécies regionais. Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola - IMAFLORA (2019) acrescentam que as populações tradicionais locais (ribeirinhos, assentados e indígenas) identificaram, na produção de óleo e subprodutos, um possível uso do fruto da palmeira Cocão (*Attalea tessmanni* Burret).

Diante essa realidade, a Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO), criada no ano de 2010 e situada na BR 364, tem a finalidade de apoiar a produção agroextrativista e gerar mais oportunidades, para as 222 famílias moradoras do Complexo de Florestas Estaduais do Rio Gregório (CFERG),

no município acreano de Tarauacá, de beneficiar e comercializar os PFNMs locais. As principais fontes de renda desses moradores são a agricultura, a comercialização da farinha de mandioca, do milho e da banana e a criação de animais.

Nesse contexto, a COOPERMOGNO elaborou o Plano de Gestão “Desenvolvendo a Cadeia de Valor do Cocão - *Attalea tessmannii*”. Aliado a esse processo, a partir dos dados desse Plano de Gestão, a Secretaria de Meio Ambiente do Estado do Acre (SEMA), por meio do Programa de Desenvolvimento Sustentável do Acre/BID - Fase II, lançou, em julho de 2016, um edital para apoiar e desenvolver a cadeia do Cocão na área do CFERG e região.

Cabe aqui citar que a empresa Verde Consultoria e Assessoria Florestal e Ambiental Ltda., contratada pelo Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora), realizou, em 2019, um estudo de mercado, levantando os clientes potenciais do óleo de Cocão. Todavia, a COOPERMOGNO enfrenta dificuldades para comercializar esse óleo.

É pertinente mencionar, também, que empreendimentos, como a COOPERMOGNO, têm fragilidades e desafios, em termos gerenciais e comerciais a superar. Assim, essa cooperativa visa usar o conhecimento das características do seu produto e das necessidades do cliente, para possibilitar-lhe agir muito mais assertivamente na negociação e relacionamento com os clientes.

Para tal, é válida essa cooperativa avaliar o fortalecimento de parcerias com entidades de pesquisa, como a Universidade Federal do Acre (Ufac), a Fundação de Tecnologia do Estado do Acre (Funtac) e demais instituições interessadas em produzir materiais científicos sobre o óleo de Cocão, que a subsidiarão na argumentação com seus clientes.

Do exposto, esse projeto de extensão e pesquisa, descrito neste artigo, teve como objetivo gerar informações sobre a comercialização e marketing do óleo de Cocão, produzido na Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO), que contribuem para o ingresso desse óleo no mercado de cosméticos. Em termos específicos, ele objetivou: 1) Caracterizar o óleo de Cocão produzido na COOPERMOGNO; e 2) propor estratégias de comercialização para essa cooperativa adotar em sua comercialização desse óleo.

É pertinente mencionar, também, que empreendimentos, como a COOPERMOGNO, têm fragilidades e desafios, em termos gerenciais e comerciais a superar.

de 215.000 kg/ano do fruto do Cocão e a produção e comercialização do carvão do Cocão. Ela possui, ainda, barcos, motocicletas e caminhão para transportar a produção das comunidades até a sede da cooperativa e para o transporte externo.

A FIG. 2, por sua vez, complementa apresentando imagens da sede da Cooperativa de COOPERMOGNO, objeto desse projeto de estudo, assim como de duas palmeiras de Cocão (*Attalea tessmanni* Burret).

FIGURA 2 - Vista da sede da COOPERMOGNO, mostrando uma palmeira de Cocão



FONTE: Os autores (2024)

No início da coleta de dados, foi contactada a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Políticas Indígenas (SEMAPI), que atua na comunidade onde a COOPERMOGNO está localizada. Isso permitiu uma reunião *on-line* com os membros dessa cooperativa e da SEMAPI.

Salienta-se que ocorreu, também, uma coleta de dados secundários sobre o óleo de Cocão em documentos disponibilizados pela SEMAPI e no já mencionado Estudo de Mercado para o Cocão, executado pela Verde Consultoria e Assessoria Florestal e Ambiental Ltda.

1.2 MÉTODO

1.2.1 Caracterização física do óleo de Coclão produzido pela COOPERMOGNO

A caracterização do óleo de Coclão embasou-se em Kotler e Keller (2012). Esses autores listam quatro diferentes ferramentas do “mix” de marketing, conhecido como “Quatro Ps”, a saber: Preço, Produto, Praça (ou ponto de venda) e Promoção. Assim, essa pesquisa enfocou o item Produto, em termos de variedade, qualidade, design, características, embalagem e tamanho.

Para tal, os dados e as informações levantados foram reunidos em uma ficha resumida sobre esse óleo posteriormente entregue à cooperativa. Isso permitiu repassar conhecimentos sobre o óleo de Coclão, que subsidiassem o planejamento da oferta desse produto aos clientes.

1.2.2 Estratégias de comercialização para a Cooperativa adotar na venda do óleo de Coclão

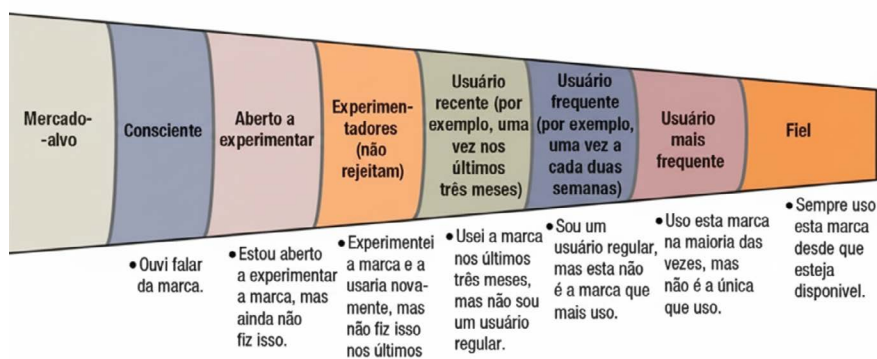
Com o objetivo de propor estratégias de comercialização do óleo de Coclão, foram adotados conceitos de marketing propostos por Kotler e Keller (2012). Tais estratégias indicaram que a COOPERMOGNO deve implementar políticas gerenciais, focando o público-alvo, avaliando os seus clientes e criando campanhas para efetivar as vendas e a entrega de valor.

O procedimento adotado na elaboração das estratégias para comercializar o óleo de Coclão, foi definir e propor um roteiro de venda desse produto. Para isso, por sugestão de Kotler e Keller (2012), foi indicado como a COOPERMOGNO deverá conduzir a distribuição e promoções iniciais, nessa situação típica de introdução de novas mercadorias no mercado.

A base teórica usada para a elaboração deste roteiro foram as palavras de Futrell (2014) e Kotler e Keller (2012), os quais abordam o conceito de funil de marketing. A FIG. 3, indicada a seguir, sintetiza o mencionado funil de marketing, proposto por Kotler e Keller (2012).

O procedimento adotado na elaboração das estratégias para comercializar o óleo de Coclão, foi definir e propor um roteiro de venda desse produto.

FIGURA 3 - Funil de marketing



FONTE: Kotler e Keller (2012)

Esse roteiro foi construído detalhando as atividades a serem realizadas pelo responsável pela venda. Mais especificamente, o processo inicia com a prospecção do cliente, seguida pelo envio de e-mails e contatos telefônicos. Posteriormente, chega-se às atividades que oferecem informações e contatos periódicos relevantes sobre a marca COOPERMOGNO e seus produtos.

Como os potenciais clientes, identificados no estudo de mercado, estão fora do Acre, para iniciar corretamente o contato, foram enviados e-mails a cada um deles. Nesses e-mails, foi redigido um breve texto contextualizando a COOPERMOGNO, seus produtos e, sobretudo, seu compromisso com as pessoas e com a floresta. Nessa correspondência, foi anexado o portfólio da cooperativa.

Complementando, a proposta de estratégias para comercializar o óleo de Coco considerou relatos de Kotler e Keller (2012), os quais sugerem que, para desenvolver o produto, devem ocorrer testes com os consumidores antes dele ser introduzido no mercado. Assim, no planejamento da logística de envio de amostras de óleo de Coco, foram agendadas reuniões com os responsáveis da cooperativa. Nesses eventos, foram discutidas formas de abordar os clientes nas etapas de venda, pós-venda e no envio das embalagens com as amostras.

Nesse processo, Kotler e Keller (2012) acrescentam que existem níveis de satisfação do cliente numa escala de um a cinco. No nível cinco, o cliente tem grande chance de repetir a compra e elogiar a empresa. Um alto nível de satisfação cria um vínculo emocional com a marca ou com a empresa, não só uma preferência racional. Com isso, desde a apresentação do produto, a criação do relacionamento permitirá ao cliente o início de encantamento pela marca e proposta de negócio da COOPERMOGNO, facilitando no fechamento de contratos.

Cabe citar que foram apresentadas à COOPERMOGNO as etapas de manutenção e acompanhamento das vendas. Visto que elas se referem à fase pós-venda, recomendou-se que, no novo contato com o cliente, deve-se perguntar-lhe se o produto está atendendo às suas expectativas, assim como colocar a cooperativa à disposição para mais informações. A proposta é aproximar o cliente, conhecer as suas demandas e alinhar a produção a estas demandas.

2 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos sobre a especificação das características do óleo Cocão (*Attalea tessmanni Burret*) e da proposta de estratégias de marketing para a Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) adotar na comercialização desse óleo, são apresentados e discutidos a seguir.

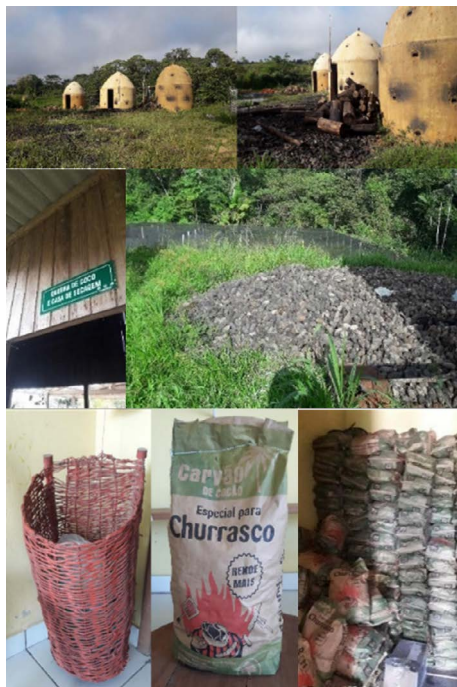
2.1 ESPECIFICAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DO ÓLEO DE COCÃO

Imaflora (2019) indica que o fruto da palmeira Cocão (*Attalea tessmanni Burret*) pode ter até 13 cm de comprimento e conter de uma a três amêndoas usadas para extrair o óleo, que tem cerca de 47% de ácido láurico. A queima do seu mesocarpo pode ser usada para produzir o carvão vegetal.

Cabe aqui enfatizar que, durante as visitas na Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO), foi verificado que na produção do carvão vegetal, são usadas partes do fruto que sobra, como resíduo do processo de extração do óleo a partir das suas amêndoas. Para esse processo, essa cooperativa possui fornos para queimar a casca e o endocarpo dos frutos da palmeira Cocão. Em 2021, o carvão já era vendido, mas ainda em pequena escala.

A FIG. 4, por sua vez, mostra as instalações da COOPERMOGNO para a produção do carvão de Cocão e a embalagem na qual ele foi colocado, quando enviado aos seus consumidores.

FIGURA 4 - Estrutura da carvoaria e carvão de Cocão



FONTE: Os autores (2024)

Um ponto a destacar é que o óleo de Cocão, embora, por ter propriedades semelhantes ao azeite de oliva, apresente um uso potencial para produzir cosméticos e bens alimentícios, ainda não tem um mercado consolidado.

Ainda contextualizando a produção do óleo de Cocão na COOPERMOGNO, a FIG.5 contribui exibindo a estrutura de maquinário usada nesse processo produtivo.

FIGURA 5 - Estrutura de beneficiamento da amêndoa para extração do óleo de Cocão



FONTE: Os autores (2024)

2.2 ESTRATÉGIAS PARA A VENDA DO ÓLEO DO COCÃO

Os pontos das estratégias de marketing propostos para a Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) adotar com vistas a comercializar o óleo de Cocão, em termos do roteiro de vendas e envio das amostras desse óleo aos potenciais clientes, são indicados e detalhados nos próximos itens desse estudo.

2.2.1 Roteiro de vendas do óleo de Cocão aos potenciais clientes identificados

Conforme proposto à administração da COOPERMOGNO, o ponto inicial do roteiro de venda do óleo de Cocão era planejar e organizar o material a ser usado nesse processo. Nessa etapa, como recomendado, foram redigidos e-mails a serem enviados aos possíveis clientes do óleo de Cocão. Cabe destacar que tais e-mails, escritos com um texto sucinto e usando uma abordagem formal, apresentavam um breve relato contextualizando o produto, listando seus pontos-chaves para atrair o cliente, tais como época de safra, laudo técnico e uma ficha resumindo informações sobre

esse óleo. Em anexo, foi enviado um portfólio da cooperativa, indicando as suas mercadorias, potencial produtivo e, sobretudo, seus valores e o compromisso para com as pessoas e com a floresta. Salienta-se que os e-mails enviados foram encerrados com uma assinatura, indicando o nome do emissor e o seu cargo na cooperativa.

Cabe aqui salientar que, atendendo às indicações feitas aos condutores da Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO), foram incluídas, também no final das correspondências, instruções recomendando os potenciais clientes consultados e desejosos por continuar as negociações, a responder o email, via uma mensagem ou ligação telefônica.

Após o envio dos e-mails, como orientados, os membros da COOPERMOGNO passaram a estar atentos no acompanhamento às possíveis correspondências de retorno dos clientes, visto como uma ação decisiva, após o primeiro contato cooperativa-cliente. Tal procedimento administrativo se deve ao fato de que essas correspondências-respostas têm um potencial de refletir as dúvidas e os questionamentos dos clientes sobre o processo e capacidade de produção do óleo de Cocoão, valores, prazo de entrega, entre outros. Para tal, e cientes de que é mister responder e esclarecer às dúvidas do cliente, foi elaborada uma ficha resumida sobre esse óleo, com respostas às prováveis perguntas dos potenciais compradores.

É oportuno enfatizar que, das 13 empresas que a Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) manteve contatos iniciais, duas delas responderam às mensagens. Uma informou ter encaminhado ao setor responsável, por esse tema na firma. O outro potencial cliente, por sua vez, buscando iniciar a negociação de compra, solicitou amostras do óleo de Cocoão.

Mais especificamente, a representante do setor de compras da empresa Laszlo Aromas e Sabores Com. de Alimentos LTDA, sediada em Belo Horizonte, estado de Minas Gerais, respondendo ao e-mail enviado pela COOPERMOGNO, via uma chamada telefônica, retornou o contato solicitando mais informações do óleo de Cocoão e da cooperativa. Em resposta a essa demanda por informação e adotando os passos indicados nas propostas de estratégias a serem seguidas para comercializar essa mercadoria, a cooperativa encaminhou, via e-mail, o detalhamento solicitado, disponibilizando uma ficha resumida sobre esse óleo, agregando informações como as propriedades químicas do óleo, a forma como o fruto do Cocoão é beneficiado e a comunidade onde esse produto é extraído. Por isso, foi reforçado o relacionamento com esse potencial cliente.

2.2.2 Apresentação, demonstração e envio de amostras de óleo de Cação

Considerando que o cliente, interessado em comprar o óleo de Cação, precisará ter garantias da qualidade do produto, os membros da Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) foram aconselhados de que é necessário o envio, aos potenciais compradores, de amostras desse óleo. Para tal, planejou-se acondicionar em frascos de amostras, que devidamente lacrados com tampa que impede o vazamento do óleo, e assim busca evitar não só transtornos à empresa transportadora, como também uma péssima experiência para o cliente. Esses frascos são de 100 e 200 ml e são levados para Rio Branco para serem encaminhados aos potenciais compradores.

Salienta-se que foi sugerido à COOPERMOGNO solicitar, do potencial cliente, o Código de Endereçamento Postal (CEP) do local para o envio das amostras do óleo. Tal informação permitiria, após consulta no site dos correios (<https://www.correios.com.br/>), ter-se uma projeção do valor da postagem. Uma alternativa para esse envio, proposta à cooperativa, seria o cliente pagar a postagem só no caso de pequenas quantidades como 100-200 ml.

Dada a urgência no envio da amostra, foram indicadas à cooperativa duas opções, uma usando o Serviço de Encomenda Expressa Nacional (SEDEX), fornecido pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos. A segunda alternativa é enviá-las pela Azul Gargo Express ou pela Gollog Serviços de Cargas Aéreas, caso o envio seja de Rio Branco ou de Cruzeiro do Sul, respectivamente. Caso o envio seja por via aérea, os vasilhames das amostras devem ser acondicionados em caixas de isopor, além de exibirem o nome completo e CPF ou CNPJ do receptor da encomenda.

Um ponto que merece ser enfatizado é que foi proposto à COOPERMOGNO notificar o possível futuro cliente, o custo com envio da amostra, para efetivar a remessa. Para tal, a cooperativa deve incluir o custo com o transporte até o local da postagem da amostra mais o preço da embalagem de envio. Na sede dos correios, a embalagem de tamanho pequeno custava, em 2021, um valor entre 5,00 e 10,00 reais por unidade.

Após o envio da amostra, foi recomendado à Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) repassar ao cliente o código de rastreio da amostra e a data prevista para esta chegar a seu destino. Com isso, ele pode acompanhar o envio da amostra até a sua chegada ao destino, pois pode

haver imprevistos, estravios e avarias no pacote, por exemplo. Nesses casos, o cliente pode pedir informações que devem ser respondidas, de imediato, para que ele possa se sentir confiante na negociação.

Das duas empresas que se interessaram pelo óleo de Coclão, a empresa Laszlo Aromas e Sabores Com. de Alimentos LTDA solicitou e pagou os custos pelo envio da amostra. Feito isso, a COOPERMOGNO, seguindo as orientações indicadas nas propostas de estratégias de marketing, postou uma caixa, via Sedex, na agência dos correios da cidade de Rio Branco, a qual tinha a previsão de chegar ao destino em Minas Gerais em 4 dias úteis. Na FIG. 6 tem-se os frascos de amostra enviados.

FIGURA 6 - Amostra de óleo de Coclão e demais itens enviados



FONTE: Os autores (2024)

A embalagem enviada à Laszlo Aromas e Sabores Com. de Alimentos LTDA continha uma Ficha resumida do óleo do Coclão, Nota Fiscal da amostra, Laudo técnico do óleo de Coclão, Relatório técnico sobre o óleo de Coclão e o Portfólio da COOPERMOGNO. Embora esses itens já tenham sido enviados, por e-mail, à empresa, ela solicitou que eles fossem reenviados na caixa de postagem. Aliada a essa demanda, essa empresa também reivindicou que fosse emitida e lhe enviada a Nota Fiscal da amostra do óleo de Coclão. A área contábil da cooperativa foi informada dessa solicitação, para serem tomadas as devidas providências.

Complementando os relatos dos procedimentos sugeridos e adotados no envio da amostra, é válido informar que a direção da Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) desenvolveu um rótulo identificando o recipiente da amostra, com o logotipo e o contato da cooperativa. Esse rótulo, conforme indicado na FIG. 7, foi impresso e fixado nos recipientes enviados.

FIGURA 7 - Rótulo de identificação da amostra



FONTE: Os autores (2024)

Um ponto a destacar é que essa amostra chegou ao destino um mês após o envio. Consultada a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, esta informou que aconteceram problemas internos, os quais prejudicaram o processo, atrasando, assim, o tempo de entrega.

2.2.3 Envio de encomendas de óleo de Cação

Foi argumentado, com a administração do COOPERMAGNO, que após o cliente se sentir satisfeito com a qualidade do atendimento e da amostra, é possível que ele deseje adquirir a mercadoria. Para tal, ele buscará saber como pagar pelo envio da encomenda e receber a Nota Fiscal da compra. Assim, é fundamental que a cooperativa possa, com brevidade, responder às dúvidas dos potenciais clientes e providenciar o envio dessa encomenda.

Para esse estágio da comercialização, foi recomendado à Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMAGNO) considerar, antecipadamente, qual política de pagamento adotar: se um pagamento integral antes do envio ou uma entrada de 30% antes da remessa e o restante após a chegada da encomenda no destino. Ela deve avaliar cada caso, inclusive assinaturas de contratos, para estar resguardada de possíveis prejuízos.

É oportuno comentar que as possibilidades de envio das amostras, via transporte terrestre ou aéreo e as opções e exigências das empresas transportadoras, anteriormente apresentadas como pontos a serem observados no envio das amostras, são válidas também para a COOPERMAGNO considerar quando definir a forma em que a sua mercadoria, o óleo de Cação, deve ser enviada ao seu cliente.

Cabe citar a articulação da COOPERMOGNO com a Cooperativa de Produtores de Polpa de Frutos Nativos de Mâncio Lima (COOPFRUTOS), que também atua com óleos vegetais. Com isso, a COOPFRUTOS promoveu uma viagem de intercâmbio de negócios para a cidade de São Paulo, com a participação de três dos seus cooperados. Nesse evento, esses cooperados levaram amostras do óleo de Coclão para entregar nas empresas visitadas, a saber, a Oleicos da Amazônia Indústria e Comércio, Atacado e Varejo e Citróleo Indústria Comércio de Óleos Essenciais Ltda, instaladas nas cidades de Salto e de Torrinha, no estado de São Paulo, respectivamente.

Um resultado dessa divulgação dos produtos da COOPERMOGNO em setembro, foi o fato de que a empresa Oleicos, que recebeu a amostra de óleo de Coclão entregue pela COOPFRUTOS, entrou em contato e encomendou 20L desse óleo.

Em paralelo, também continuaram as ações de apoio às negociações da venda de óleo de Coclão com a empresa interessada Laszlo Aromas e Sabores Com. de Alimentos LTDA, sediada em Minas Gerais. Em agosto, o contador responsável pela emissão de Notas Fiscais, anteriormente mencionadas, conseguiu gerar esse documento oficial que comprova uma transação comercial, para anexá-lo à amostra de óleo de Coclão, enviada para a empresa interessada. Vale destacar que desde de julho este processo estava pendente, pois o sistema de emissão de notas, utilizado pela COOPERMOGNO, estava inativo. Diante disso, foi providenciada uma comunicação entre essa cooperativa e a empresa Laszlo para esclarecer a situação, que foi compreendida por todos, quando a negociação teve continuidade.

Após a emissão da nota, a empresa Laszlo Aromas e Sabores Com. de Alimentos LTDA foi comunicada de que já era possível o envio da amostra de óleo de coclão, restava apenas o pagamento do valor do envio pelos correios, na modalidade Sedex que, de acordo com o orçamento indicado no site dos correios, ficou no valor de R\$ 95,00. Assim, para facilitar o trâmite de pagamento, este foi realizado via PIX, fato que viabilizou o processo de postagem.

Como forma de agradecer a parceira COOPFRUTOS por levar para São Paulo amostras do óleo de Coclão, a COOPERMOGNO consultou a empresa Laszlo sobre o interesse desta em receber, também, amostras de óleo de patuá, produzido pela COOPFRUTOS. No entanto, a Laszlo preferiu continuar somente com a opção de óleo de Coclão da COOPERMOGNO.

Até 2021, após a visita à COOPERMOGNO, e em inúmeros contatos via aplicativo WhatsApp desde o início deste projeto, observou-se que essa cooperativa apresenta fragilidade para responder com mais celeridade à demanda dos clientes do óleo de Cocão. Tal situação se deve, principalmente, à baixa conectividade da internet na sua sede, meio de comunicação e domínio das ferramentas para enviar e-mail e calcular o frete por exemplo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados gerados no projeto de pesquisa e extensão, abordando a cadeia de valor do cocão (*Attalea tessmanni* Burret), da Cooperativa de Produtores Familiares e Economia Solidária da Floresta do Mogno (COOPERMOGNO) no estado do Acre, permitiram inferir que:

- A COOPERMOGNO deve investir para aprimorar a comunicação, dinamizando o contato e o atendimento aos clientes, melhorando e construindo relacionamento com os principais investidores da marca.
- Recomenda-se ao Governo do Estado do Acre, com a compra de maquinários e insumos, fortalecer a Fundação de Tecnologia do Estado do Acre (Funtac) para que ela possa realizar novas pesquisas ligadas ao aproveitamento industrial dos derivados do óleo do Cocão, como também ter mais subsídios para fornecer laudos técnicos mais detalhados, com informações sobre a quantia de ácidos graxos da amostra e nível de acidez, permitindo fortalecer as cadeias de valor das oleaginosas locais.
- O contato com os possíveis clientes e a elaboração da ficha e roteiro, possibilitaram à COOPERMOGNO negociar com os compradores dos seus produtos de forma mais assertiva.
- A articulação com a Cooperativa de Produtores de Polpa de Frutos Nativos de Mâncio Lima (COOPFRUTOS) é um marco estratégico de posicionamento no mercado de cosméticos para a COOPERMOGNO, pois a COOPFRUTOS tem credibilidade com seus clientes, e elas estando próximas em termos geográficos, facilita essa parceria e fortalece as cadeias de produtos florestais não madeireiros locais.

- O sinal de internet onde se localiza a COOPERMOGNO é precário, o que lhe dificulta atuar com o dinamismo e celeridade nas respostas que o mercado consumidor exige.
- Para superar inconvenientes, como o atraso no envio da nota fiscal, sugere-se a instalação de um software específico para emitir esses documentos, não só para a comercialização de óleo de cocão, como também para o carvão de cocão e demais produtos da COOPERMOGNO.
- Ao término das ações desse projeto, a análise das negociações da COOPERMOGNO com seus clientes de óleo de Cocão, indica que estas permitiram chegar até o nível do funil de marketing no qual os clientes já conhecem a marca e estão abertos a experimentar o produto.
- Pode-se considerar que as ações desse projeto de pesquisa e extensão têm o mérito de contribuir para a melhoria no padrão de vida das famílias envolvidas na conservação do Complexo de Florestas Estaduais do Rio Gregório, quando colaboraram para que a COOPERMOGNO pudesse, com sucesso, produzir e comercializar o óleo de Cocão, processo que tem potencial de gerar oportunidades de trabalho e distribuição de renda nessa região.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Fundação de Tecnologia do Estado do Acre (Funtac) e à Universidade Federal do Acre (Ufac), na pessoa da Eng^a Agrônoma Dra. Déborah Verçoza da Silva, do Eng^o Civil Esp. Dixon Afonso e da Prof.^a Dra. Patrícia Gomes Ribeiro, que com o Curso de Extensão Tecnológica: Cadeia Produtivas Sustentáveis, deram apoio para que a primeira autora, orientada pelo segundo autor realizasse, em 2021, o estudo “Projeto de extensão para a cadeia de valor do cocão (*Attalea tessmannii*), COOPERMOGNO, Tarauacá”, que fundamentou esse artigo.

REFERÊNCIAS

ACRE. Lei Complementar nº. 126, de 29 de dezembro de 2003. Altera o art. 41 da Lei Complementar n. 63, de 13 de janeiro de 1999. **Diário Oficial do Estado do Acre (DOE)**, Rio Branco, AC, n. 8698, 31dez. 2003.

ACRE. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Florestal, do Comércio, da Indústria e dos Serviços Sustentáveis (SEDENS). **Cadeia de Valor da Madeira de Manejo Florestal Não Madeireiros**. Relatório Interno do Programa de Desenvolvimento Sustentável do Estado do Acre – PDSA II. Rio Branco, AC: SEDENS, 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). **Caderno de tendências higiene pessoal, perfumaria e cosméticos 2019 – 2020**. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/caderno-de-tendencias-2019-2020/>. Acesso em: 12 de março de 2021.

BIZZO, H. R.; HOVELL, A. M. C.; RESENDE, C. M. Óleos essenciais no Brasil: aspectos gerais, desenvolvimento e perspectivas. **Química Nova**, Campinas, v. 32, n. 3, p. 558-594, 2009.

COOPERATIVA DE PRODUTORES FAMILIARES E ECONOMIA SOLIDÁRIA DA FLORESTA DO MOGNO (COOPERMOGNO). **Plano de Gestão: Desenvolvendo a Cadeia de Valor do Cação- *Attalea tessmannii***. Tarauacá, AC: COOPERMOGNO, 2016.

FERREIRA, E.; ALECHANDRE, A. **Produtos florestais não madeireiros potenciais para o Estado do Acre**. Rio Branco, AC: [s.n.], 2002.

FUTRELL, C. M. **Vendas: o guia completo: o passo a passo para um relacionamento rentável e duradouro com seus clientes**. 12 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

INSTITUTO DE MANEJO E CERTIFICAÇÃO FLORESTAL E AGRÍCOLA (IMAFLOA). **Estudo de mercado para verificação de potenciais compradores do óleo de Cação**. Relatório. Rio Branco, Acre: Imaflora, 2019.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.