

TÍTULO: Avaliação dos Impactos do Crédito nas Condições Socioeconômicas dos Clientes do Agroamigo

TÍTULO EM INGLÊS: Assessment of the Impacts of Credit on the Socioeconomic Conditions of Agroamigo Customers

ÁREA TEMÁTICA: ÁREA ESPECIAL 2 - ECONOMIA DO SEMI-ÁRIDO E DINÂMICAS TERRITORIAIS

AUTORES:

Carolina Braz de Castilho e Silva. Graduada em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutora em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista do convênio BNB/IEL. Contato: carolinacastilhoesilva@gmail.com.

Airton Saboya Valente Junior. Graduado em Economia pela Universidade de Fortaleza, Mestre em Economia Rural pela Universidade Federal do Ceará (UFC), Doutor em Desenvolvimento Territorial e Local pela Universidad de Valencia, Gerente Executivo do Escritório Técnicos de Estudos Econômicos do Nordeste-ETENE, Banco do Nordeste.

Mateus Freitas de Vasconcelos: Graduado em Economia, Bolsista Inova Talentos CNPq/IEL/BNB. Contato: mateusfvasconcelos@outlook.com.

RESUMO

A Agricultura Familiar é um modo de vida e produção agropecuária baseada em unidades agrárias nas quais a família é a principal responsável pela mão de obra e gestão das atividades. Representa um sistema de produção, conservação dos recursos naturais, saberes e manutenção da cultura e tradições locais, contribuindo para fortalecer os vínculos com a terra, com o território e com a comunidade.

No Brasil, a Agricultura Familiar desempenha papel fundamental no abastecimento do mercado interno com produtos e gestão sustentável dos recursos naturais. Compreende atividades agropecuárias, além da prestação de serviços ambientais, entre outras atividades.

O Banco do Nordeste, instituição financeira de desenvolvimento regional, oferta financiamentos para a agricultura familiar na Região Nordeste do Brasil, além de municípios de Minas Gerais e Espírito Santo, através de um programa de microfinança rural denominado Agroamigo.

A presente pesquisa objetiva analisar os efeitos econômicos e sociais do Agroamigo nos clientes do Programa.

A metodologia empregou análise estatística descritiva e crítica. Além disso, efetuou-se uma pesquisa de campo junto aos clientes do Agroamigo. Estabeleceu-se Grupo Controle e Grupo Tratamento objetivando estudar os efeitos do Programa.

Os resultados da avaliação identificaram melhorias nas condições de vida, incremento na renda, aquisição de bens, aumento na produção agropecuária e acesso a mercados para os clientes do Agroamigo.

PALAVRAS-CHAVE: Agricultura Familiar, Agroamigo, Microfinança Rural, Nordeste, Semiárido.

ABSTRACT

Family Farming is a way of life and agricultural production based on agricultural units in which the family is primarily responsible for the labor force and management of activities. It represents a system of production, conservation of natural resources, knowledge and maintenance of local culture and traditions, contributing to strengthening ties with the land, territory, and community.

In Brazil, Family Farming plays a fundamental role in supplying the domestic market with products and sustainable management of natural resources. It includes agricultural activities, in addition to the provision of services.

The Banco do Nordeste, a regional development financial institution, offers financing for family farming in the Northeast Region of Brazil, as well as in municipalities in Minas Gerais and Espírito Santo. It is a rural microfinance program called Agroamigo.

Family farmers in the Northeast, Agroamigo clients and the contracts for this Program are mostly located and directed to the Semi-Arid region.

The present research aims to analyze the economic and social effects of Agroamigo on the Program's clients.

The methodology used descriptive and critical statistical analysis. In addition, a field survey was conducted with Agroamigo clients. A Control Group and a Treatment Group were established to study the effects of the Program.

The results of the evaluation identified improvements in living conditions, increased income, acquisition of goods, expansion of agricultural production and access to markets for Agroamigo customers.

KEYWORDS: Family Farming, Agroamigo, Rural Microfinance, Northeast, Semi-arid.

1. AGRICULTURA FAMILIAR

A Agricultura Familiar é um modo de vida e produção agropecuária baseada em unidades agrárias nas quais a família é a principal responsável pela mão de obra, gestão do trabalho e dos recursos. Representa um sistema de atividades produtivas, conservação dos recursos naturais, saberes e manutenção da cultura e tradições locais, contribuindo para fortalecer os vínculos com a terra, o território e com a comunidade (CONTAG, 2024).

A Agricultura Familiar é uma forma de gestão na qual as atividades domésticas e agropecuárias estão intrinsecamente interligadas. As propriedades dependem exclusivamente de trabalhadores familiares e não possuem mão de obra contratada permanente. Os ativos produtivos e a herança familiar estão profundamente enraizados nesse sistema produtivo (FAO, 2019).

A Agricultura Familiar representa a maioria das propriedades em nível mundial. A unidade familiar pode ser constituída por um único trabalhador ou casal em países desenvolvidos, mas na maior parte dos países em desenvolvimento, a família, em diferentes formas, é a unidade social responsável pela produção agrícola.

Especificamente no Brasil, a Agricultura Familiar desempenha papel fundamental no abastecimento do mercado interno com produtos e gestão sustentável dos recursos naturais. Compreende um conjunto de atividades produtivas, a exemplo do cultivo de matérias-primas, tais como fibras, madeiras, óleos, couros, peles, lã e seda. Além disso, a agricultura familiar produz alimentos como grãos, frutas, verduras, legumes, ervas e temperos; criação de animais e produção de leite, ovos, carnes, peixes, crustáceos e moluscos; fabricação de produtos agroindustrializados como queijos, iogurtes, doces, compotas, bebidas e cosméticos naturais; confecção de artesanatos, além da prestação de serviços, a exemplo do turismo rural.

Embora o foco da produção seja o abastecimento da família e do mercado interno, a agricultura familiar atua no mercado internacional com soja, milho, açaí, castanhas e mel, dentre outros produtos.

A diversificação de atividades é estratégica e uma das marcas da Agricultura Familiar. A produção de alimentos saudáveis e sustentáveis, além de gerar soberania e segurança alimentar e nutricional para o Brasil, contribui com o combate à fome e à miséria. A Agricultura Familiar se constitui em uma das principais promotoras do desenvolvimento local, gerando ocupações, renda no meio rural e resiliência às mudanças climáticas.

A Agricultura Familiar no Brasil conta com 3,9 milhões de estabelecimentos, representando 77% de todas as propriedades agropecuárias do País, ocupando 23% do total das terras agrícolas do Brasil, totalizando 80,8 milhões de hectares. Aproximadamente 10,1 milhões de trabalhadores exercem essa atividade, sendo que a Região Nordeste abriga 46,6% dos agricultores familiares brasileiros, seguida pelo Sudeste (16,5%), Sul (16,0%), Norte (15,4%) e Centro-Oeste (5,5%). A produção oriunda da Agricultura Familiar responde por 23,0% do Valor Bruto da Produção agropecuária brasileira (IBGE, 2017).

Para além da produção de alimentos, as explorações agrícolas familiares geram impactos nas economias locais. Nos municípios com até 20 mil habitantes, que representam 68% do total dos municípios brasileiros, a agricultura familiar contribui com 40,0% para a renda da população economicamente ativa. Tem-se então um efeito multiplicador, promovendo o emprego e aumentando a renda nas comunidades rurais (CONTAG, 2024).

A agricultura familiar é fundamental para a valorização da cultura e economia locais, fortalecendo os chamados circuitos curtos de produção, consumo e comercialização, contribuindo para a sustentabilidade ambiental e o consumo consciente.

Circuitos curtos de comercialização são sistemas agroalimentares que aproximam o produtor do consumidor, incentivando a agricultura local e regional.

A globalização, por outro lado, tende a aumentar as cadeias de suprimentos, pois as empresas terceirizam a produção em outros países.

O consumo consciente é a prática de repensar os hábitos de consumo promovendo um estilo de vida mais sustentável e equilibrado. Trata-se de consumir de forma responsável, considerando o impacto positivo ou negativo que nossas escolhas provocam no meio ambiente, na economia e na sociedade.

O próximo tópico apresenta uma avaliação do Programa de Microfinanças Rural elaborado e gerenciado pelo Banco do Nordeste.

2. AGROAMIGO

O Programa de Microfinança Rural do Banco do Nordeste, denominado Agroamigo, objetiva melhorar o perfil social e econômico das famílias do campo. O Programa é destinado a agricultores familiares enquadrados no Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), de forma a estimular a geração de trabalho, produção e renda, por meio do financiamento de atividades e serviços rurais (BANCO DO NORDESTE, 2023).

Os agricultores clientes do Agroamigo são atendidos para desenvolver atividades geradoras de renda no campo ou em aglomerado urbano próximo, a exemplo de agricultura, pecuária ou outras atividades não agropecuárias no meio rural, como turismo rural, agroindústria, pesca, serviços no meio rural e artesanato.

O Agroamigo possui duas modalidades: Agroamigo Crescer: para agricultores enquadrados no grupo B do Pronaf; Agroamigo Mais: para agricultores enquadrados no Grupo Variável do Pronaf, com renda bruta anual de até R\$ 360 mil.

O Programa atua ofertando orientação, acompanhamento e atendimento de agentes de microcrédito; relacionamento direto dos agentes de microcrédito com os agricultores familiares; prestação de serviços de orientação sobre o planejamento do agronegócio.

O Agroamigo incorpora diretrizes de desenvolvimento sustentável, com ênfase no crescimento econômico, produção sustentável, inclusão social e equidade de gênero. Estimula adoção, pelas unidades familiares, de práticas voltadas à sustentabilidade ambiental, a exemplo de metodologias produtivas regenerativas; convivência com o Semiárido; tecnologias para sistemas orgânicos de produção ou em transição agroecológica; práticas de conectividade e inovação; combate à desertificação; utilização de insumos e princípios de manejo agroecológico; racionalização e adequação do uso dos recursos naturais; atuação mediante estabelecimento de parcerias para oferta de serviços financeiros e de capacitação (BANCO DO NORDESTE, 2023).

O crescimento da participação feminina no campo tem se ampliado, considerando que quase metade das propriedades da agricultura familiar são comandadas por mulheres responsáveis também pela produção de uma considerável diversidade de produtos não agrícolas que contribuem para o aumento da renda familiar e a independência financeira.

A participação das mulheres nos financiamentos do Agroamigo correspondeu a 50,1% das operações de crédito contratadas em 2023, envolvendo o valor total de financiamentos.

O Agroamigo utiliza-se das diversas linhas de financiamento do Pronaf para atender projeto específico de interesse da agricultora integrante de unidade familiar, abrangendo a implantação, ampliação e modernização da infraestrutura de produção e serviços agropecuários e não agropecuários no estabelecimento.

Vale destacar que devido às características que apresenta, a forma de operação do Agroamigo exige uma relação de confiança entre os agricultores e os assessores de microcrédito, que orientam

os projetos de geração de renda nas propriedades. A experiência do Agroamigo está baseada em três pilares: i) informação; ii) confiança; e iii) e capacidade de cumprir os contratos (Silva; Aquino, 2017).

Além disso, o profissional é preferencialmente selecionado na comunidade e, portanto, tem condições de minimizar o desconhecimento e a desconfiança do público-alvo em relação ao Programa, reforçada pelo fato de o assessor orientar e acompanhar o planejamento do negócio do cliente. Torna-se, portanto, responsável pela operação até que seja totalmente quitada, de modo que não apenas o número de contratos aprovados influencia na remuneração do agente, mas também a taxa de adimplência da carteira que administra (Maia; Pinto, 2015).

3. OJETIVOS DA AVALIAÇÃO

O objetivo geral da pesquisa é analisar resultados além de efeitos econômicos e sociais do Agroamigo em relação aos clientes do Programa.

Os objetivos específicos são:

- a) Avaliar o resultado do Programa quanto às melhorias nas condições de vida, trabalho e renda dos clientes do Programa.
- b) Estimar as formas de utilização dos financiamentos obtidos do Agroamigo pelos clientes do Programa.
- c) Verificar o acesso a bens por parte dos clientes do Agroamigo, a exemplo de eletrodomésticos, veículos e meios de comunicação.
- d) Estudar alterações na produção e na comercialização agropecuárias dos clientes do Programa.
- e) Analisar formas de acesso a propriedade agropecuária por parte dos clientes do Programa.

4. METODOLOGIA

A metodologia empregada na pesquisa utilizou análise estatística descritiva e crítica com o propósito de extrair informações relevantes acerca dos financiamentos contratados pelo Agroamigo. Além disso, efetuou-se uma pesquisa de campo junto aos clientes do Programa (Castilho e Silva et al, 2024).

Referida pesquisa de campo foi estruturada a partir de informações extraídas das bases de dados referentes aos financiamentos do Agroamigo, além do cadastro socioeconômico dos clientes do Programa, disponibilizados pelo Banco do Nordeste.

A definição da amostra foi realizada em três recortes: (a) por Programa (Mais e Crescer); (b) por estado; e (c) por tempo de exposição ao Programa (novos, com até duas operações, e antigos, aqueles expostos há mais tempo, com três operações ou mais).

O cálculo do tamanho da amostra foi realizado com base no número total de clientes no período, com nível de confiança de 99% ($Z = 2,57$) e erro amostral de 5%, aplicando-se o modelo de dimensionamento da amostra para uma população finita, conforme apresentado em Fonseca e Martins (2012).

Assim, calculou-se uma amostra de 1.330 clientes do Agroamigo, distribuída entre os 11 estados da área de atuação do Programa, sendo 664 questionários direcionados aos clientes do Agroamigo Mais e outros 666 voltados aos clientes do Agroamigo Crescer. A quantidade de questionários aplicada por estado foi relacionada com a proporção de clientes em cada um dos grupos

e foi construída a partir do cadastro de clientes do BNB, com o objetivo de contemplar a diversidade entre os estados na área de atuação do Programa.

O questionário utilizado nas entrevistas contém 47 perguntas abordando questões relacionadas às características da família; ao acesso a bens e consumo; à produção, trabalho e renda; e ao financiamento. O questionário foi aplicado pelos agentes de microcrédito do Agroamigo a partir de uma relação de clientes sorteados aleatoriamente, após a realização de 38 entrevistas piloto nos estados do Piauí e Ceará, com o objetivo de identificar pontos de melhoria e captar as possíveis dúvidas dos agentes de crédito.

Seguindo semelhante procedimento adotado em Abramovay et al. (2012), o total da amostra foi dividido em dois grupos iguais. O primeiro grupo, chamado Grupo Controle, busca captar as mudanças nas condições socioeconômicas dos clientes que acabaram de ingressar no Programa, e realizaram até duas operações de crédito, enquanto o segundo é composto por clientes participantes do Programa há mais tempo, ou seja, com três ou mais operações de crédito, sendo denominado Grupo Tratamento (Monzoni Neto, 2006).

Durante a aplicação dos questionários, alguns perfis se mostraram mais acessíveis do que outros, gerando pequena alteração nos quantitativos previstos inicialmente. A Tabela 1 apresenta a quantidade de questionários aplicados, segundo cada recorte da estratificação do plano amostral.

Tabela 1 - Número de Questionários Válidos Aplicados segundo os Programas e Tempo de Participação no Agroamigo

Programa	Até duas operações (Controle)		Três ou mais operações (Tratamento)		Total
	Questionário	%	Questionário	%	
Agroamigo Crescer	385	55,6	308	44,4	693
Agroamigo Mais	371	53,9	317	46,1	688
Total	756	54,7	625	45,3	1.381

Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

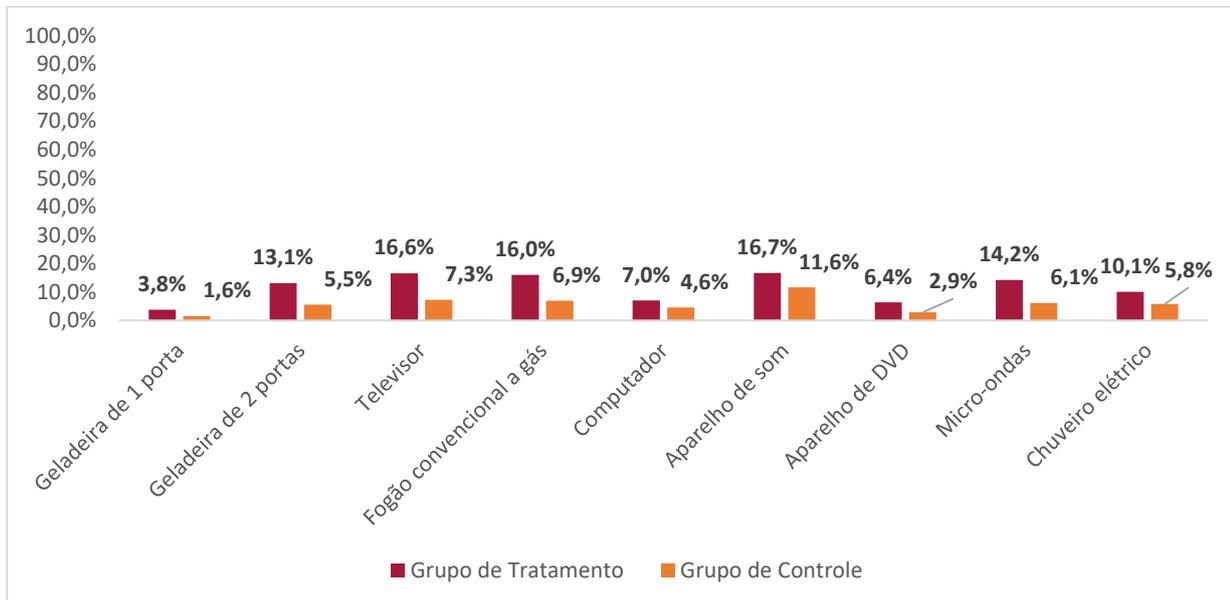
O método descritivo foi utilizado para análise dos resultados da pesquisa de campo. A seguir, apresentam-se os principais resultados encontrados para indicar o perfil dos clientes do Agroamigo na Modalidade Crescer, e especialmente determinar os efeitos do Programa nos clientes.

5. PRINCIPAIS RESULTADOS

Os clientes do Agroamigo na Modalidade Crescer beneficiados há mais tempo no Programa percebem melhorias nas condições de vida, incremento na renda, acesso a bens, aumento da produção agropecuária e acesso a mercados, conforme mostrado no presente artigo (Castilho e Silva et al, 2024).

Quando se analisa a aquisição de ativos, especificamente de eletrodomésticos, percebe-se que o percentual de clientes do Grupo Tratamento com acesso aos equipamentos é maior em comparação com o Grupo Controle. As maiores diferenças foram observadas em itens tais como aparelho de som, televisão, fogão, micro-ondas e geladeira, evidenciando que os clientes que estão participando há mais tempo no Programa têm investido na aquisição de eletrodomésticos, que tendem a proporcionar melhoria da qualidade de vida da família (Gráfico 1).

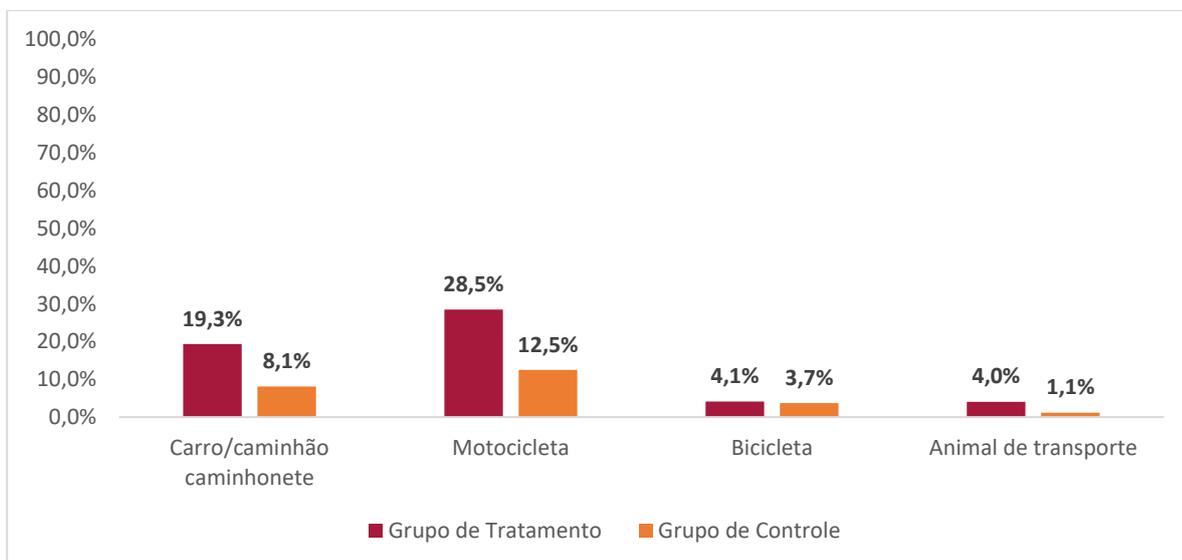
Gráfico 1 - Percentual de Clientes do Agroamigo Crescer que Obtiveram Eletrodomésticos - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Ainda em relação à aquisição de ativos, observou-se que o acesso dos clientes do Grupo Tratamento a veículos é superior quando comparado ao Grupo Controle. Assim, 19,3% dos clientes antigos informaram ter adquirido carro, caminhão ou caminhonete, enquanto 8,1% dos novos clientes reportaram ter comprado esses bens. A diferença é ainda maior no caso das motocicletas adquiridas: enquanto 28,5% dos entrevistados do Grupo Tratamento afirmaram ter adquirido motocicleta, 12,5% do Grupo Controle respondeu ter comprado este tipo de veículo (Gráfico 2).

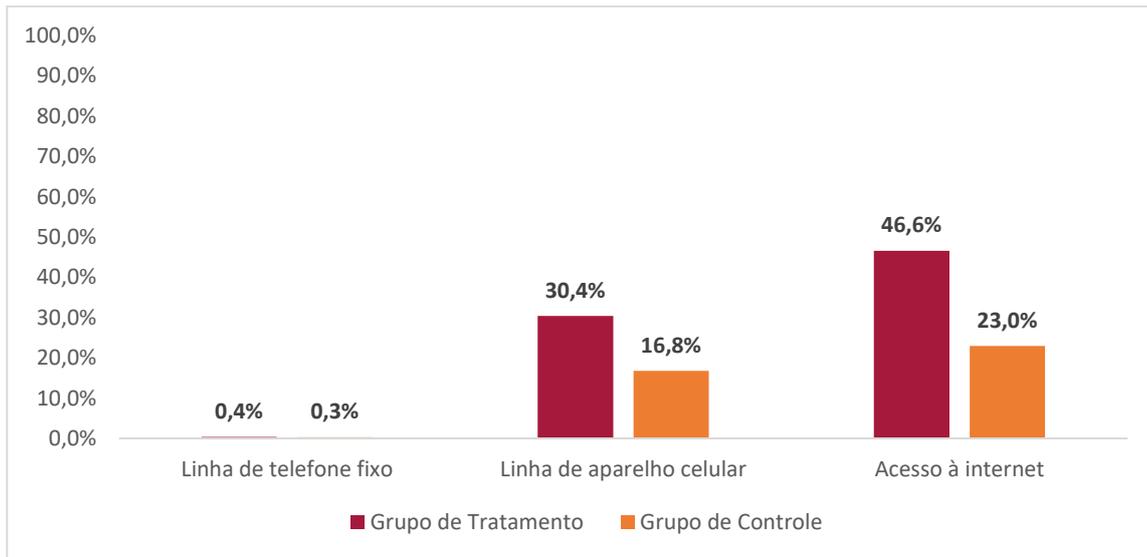
Gráfico 2 - Percentual de Clientes do Agroamigo Crescer que Obtiveram Veículos - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

No que se refere ao acesso a meios de comunicação modernos, os resultados indicam que clientes do Grupo Tratamento se encontram em vantagem em comparação com o Grupo Controle. Enquanto 30,4% dos entrevistados dos clientes antigos adquiriram linhas de aparelho celular, 16,8% dos novos obtiveram esse acesso. No caso do acesso à internet, a diferença entre os dois grupos também é significativa, conforme especificado no Gráfico 3.

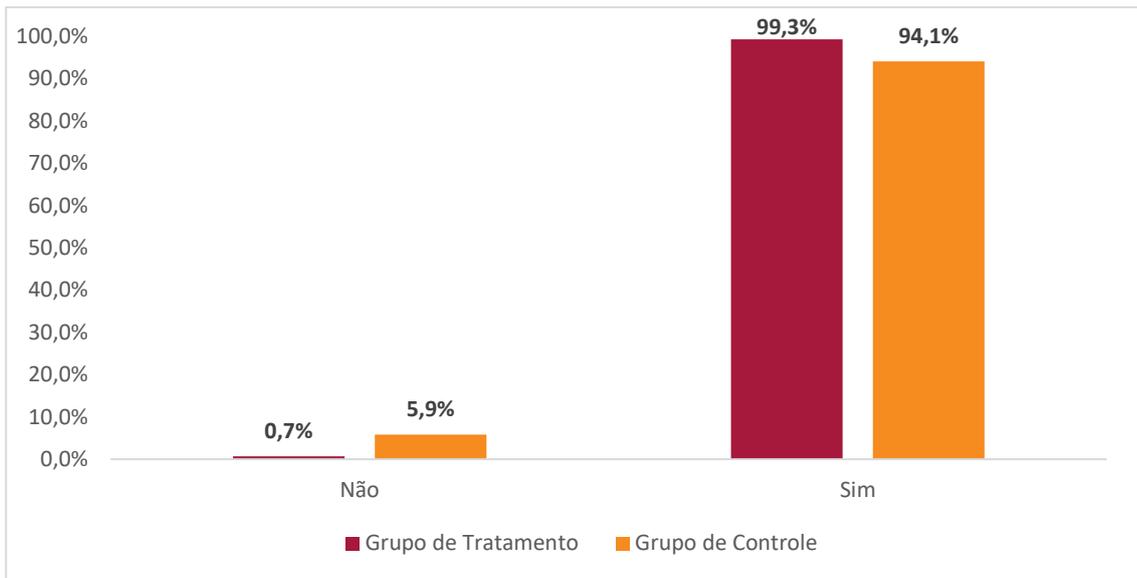
Gráfico 3 - Percentual de Clientes do Agroamigo Crescer que Obtiveram Equipamentos de Comunicação - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Observou-se que a percepção de melhoria na renda total da família dos clientes do Agroamigo Crescer está associada com o tempo de participação no Programa. Dentre os clientes pertencentes ao Grupo Tratamento, 99,3% informaram que houve melhoria na renda total da família após o acesso ao Programa, em contraste com 94,1% no Grupo Controle. Apesar da diferença entre os dois grupos, os resultados indicam que desde o acesso inicial ao crédito os clientes são capazes de perceber melhorias na renda familiar (Gráfico 4).

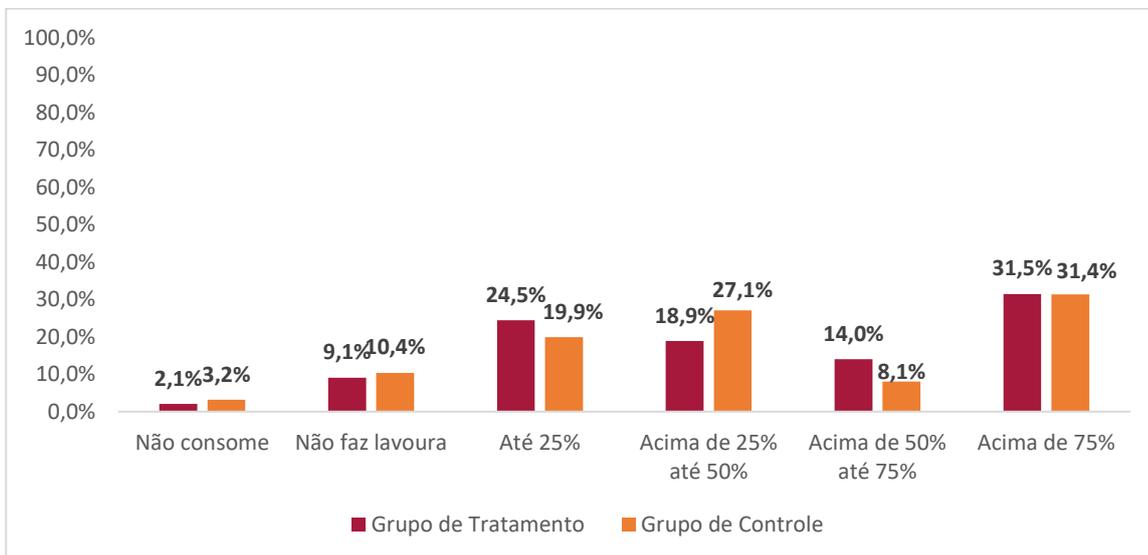
Gráfico 4 - Percentual de Clientes do Agroamigo Crescer com Percepção de Melhoria na Renda Total da Família - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Relativamente ao destino da produção, independentemente do tempo de participação no Programa, verifica-se que a maioria dos clientes consome parte da produção agrícola, ao tempo que comercializa o excedente dessa produção, conforme especificado no Gráfico 5.

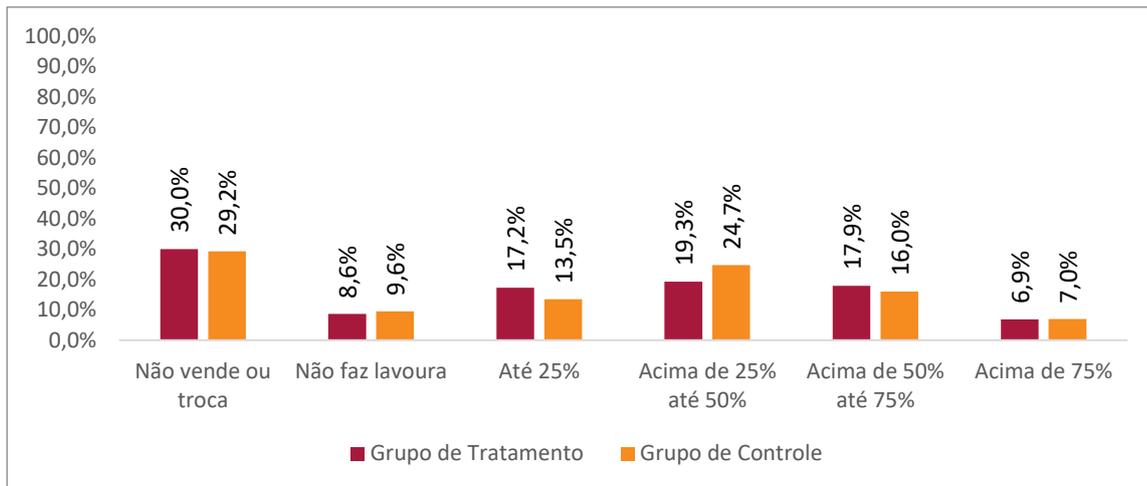
Gráfico 5 - Percentual da Produção Agrícola Destinada ao Consumo da Família dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Controle e Tratamento



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Quanto ao percentual da produção que os clientes do Agroamigo Crescer destinam à venda ou troca, os resultados indicam existir poucas diferenças em relação ao tempo de participação no Programa. Os clientes do Grupo Controle se destacam na faixa de autoconsumo. Os clientes do Grupo Tratamento apresentam percentual pouco maior nas categorias até 25,0% e entre 50,0% e 75,0% (Gráfico 6).

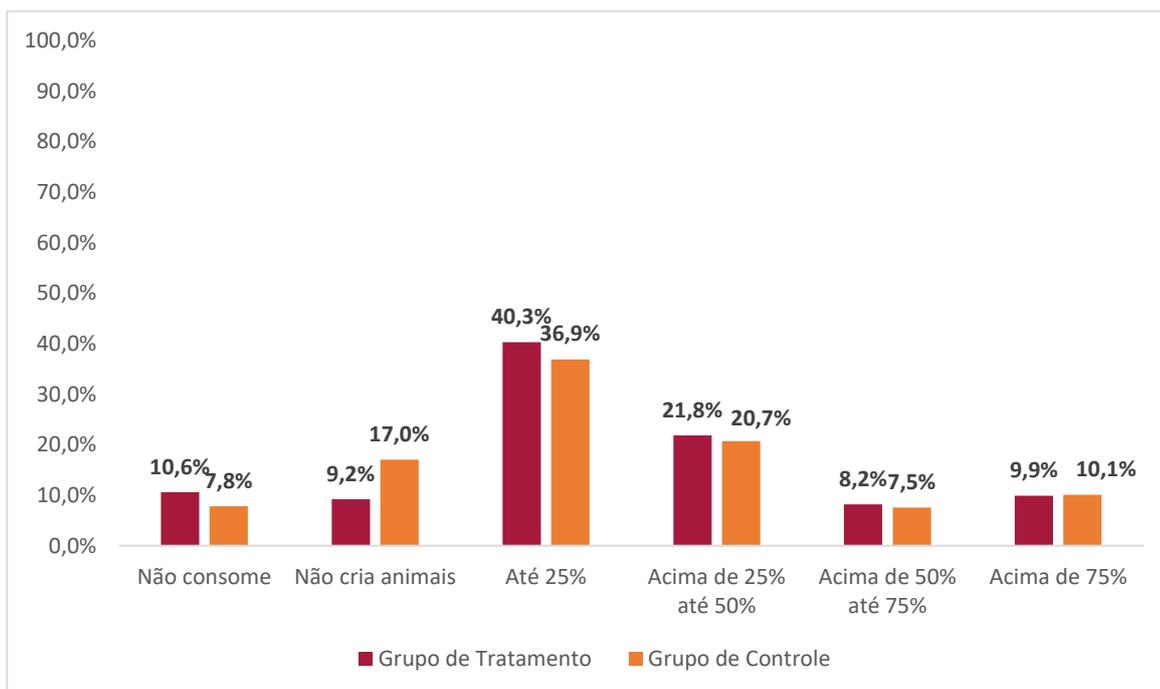
Gráfico 6 - Percentual da Produção Agrícola Destinada à Venda ou Troca dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Em termos de produção animal destinada ao consumo da família, também não foram observadas diferenças relevantes entre os grupos estudados. Vale ressaltar que entre o Grupo Controle, 17,0% dos respondentes não criam animais, enquanto no Grupo Tratamento o percentual é de 9,2%. Ou seja, o maior tempo de participação no Programa pode estar relacionado com o aumento da quantidade de animais adquiridos, seja para consumo da família ou para venda (Gráfico 7). Vale destacar que a tomada de empréstimos para criação de animais tende a ser privilegiada pelos agricultores familiares no Nordeste, principalmente em função do menor risco de perdas comparativamente à atividade agrícola. Com isso, privilegia-se o retorno econômico e, portanto, maior garantia de que a atividade proverá renda suficiente para o pagamento de parcelas do financiamento bancário.

Gráfico 7 - Percentual da Produção Animal Destinada ao Consumo da Família dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle

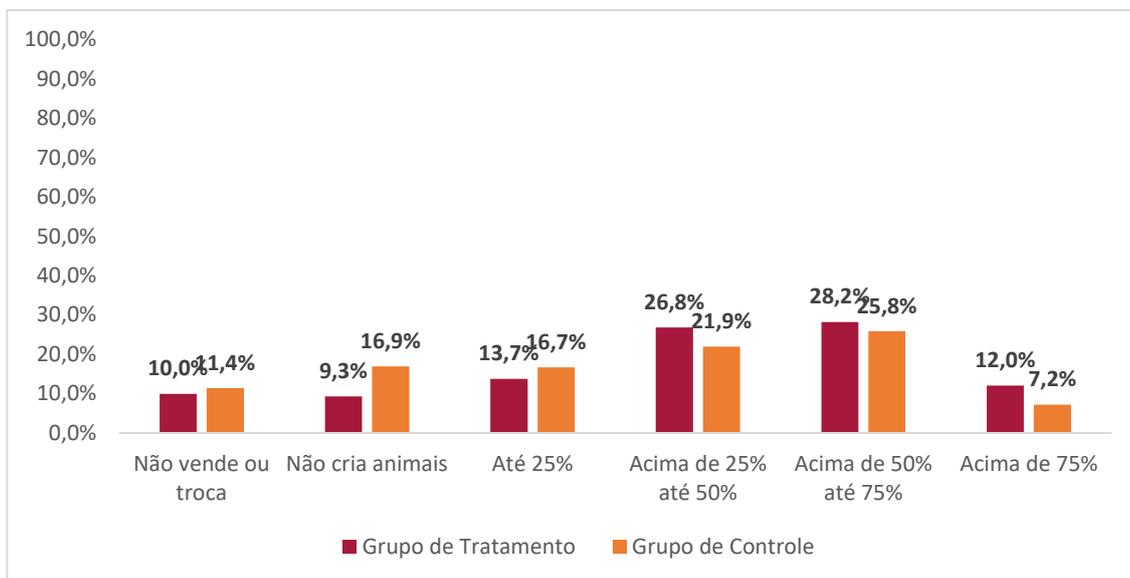


Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

A análise da distribuição percentual da produção animal que é destinada a venda ou troca permite inferir que os clientes do Grupo Tratamento do Agroamigo Crescer comercializam ou trocam percentual superior àquele vendido ou trocado pelos clientes do Grupo Controle.

Dentre os clientes do Grupo Tratamento, 12,0% destinam mais de 75% da sua produção à comercialização ou troca, enquanto 7,2% do Grupo Controle realiza tais atividades. Se for considerado o acumulado do Grupo Tratamento que negocia mais de 25% da sua produção, a diferença entre os grupos é ainda maior: 67,0% do Grupo Tratamento negocia mais de 25% da sua produção, enquanto entre os Grupo Controle, 54,9% negociam mais de 25% de sua produção animal (Gráfico 8).

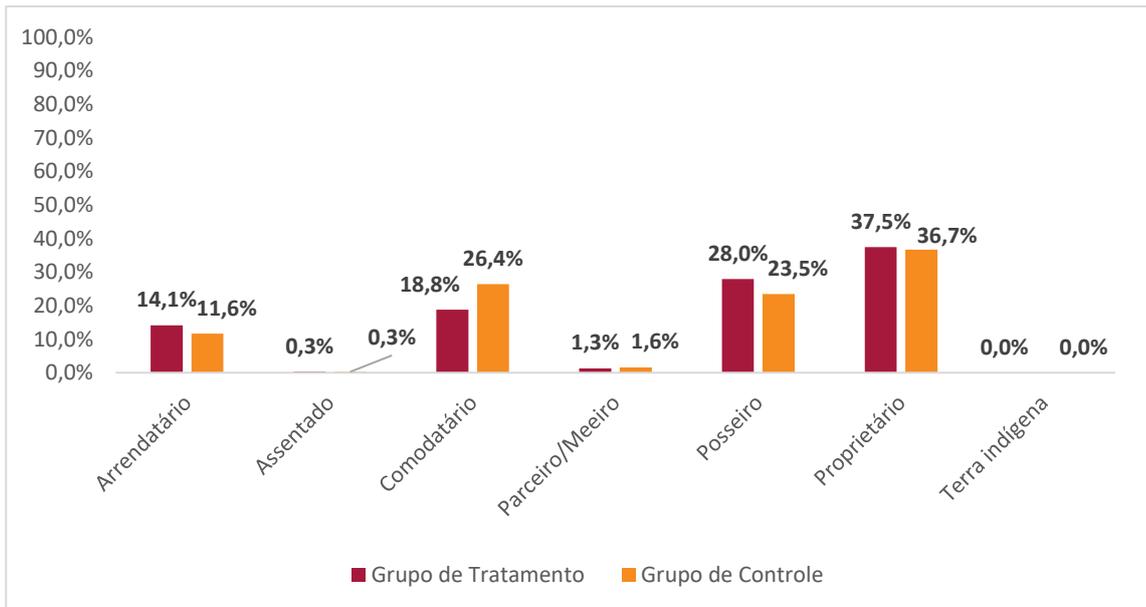
Gráfico 8 - Percentual da Produção Animal Destinada à Venda ou Troca dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

No que diz respeito à condição do produtor, mais de 1/3 dos clientes é proprietário da área em que produz (37,5%), independentemente do tempo de participação no Programa (Gráfico 9). Tais percentuais estão de acordo com os dados apresentados no mais recente Censo Agropecuário (IBGE, 2017).

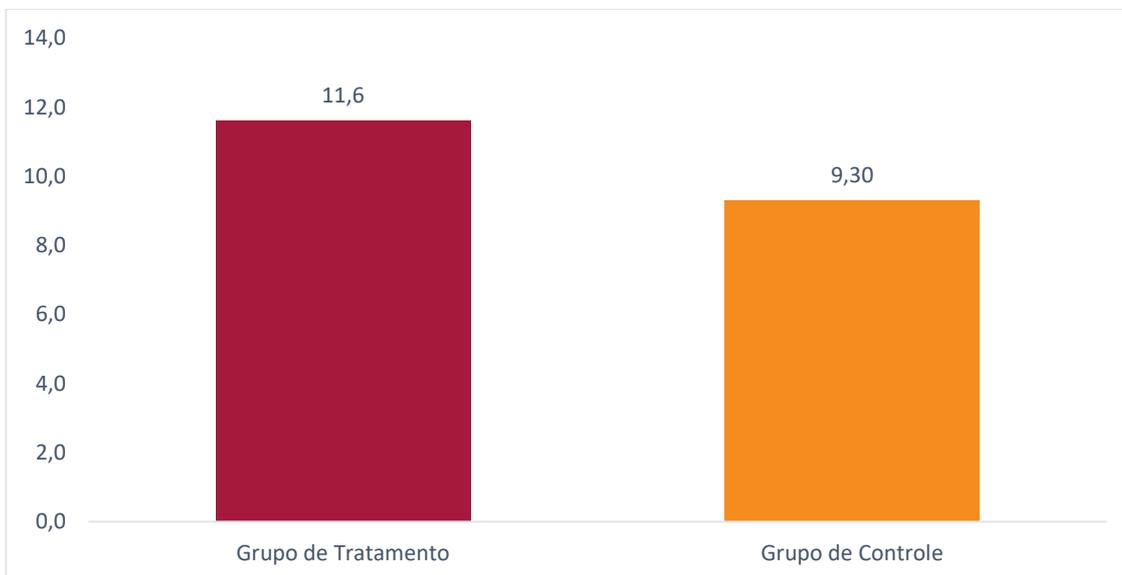
Gráfico 9 - Tipo de Propriedade dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

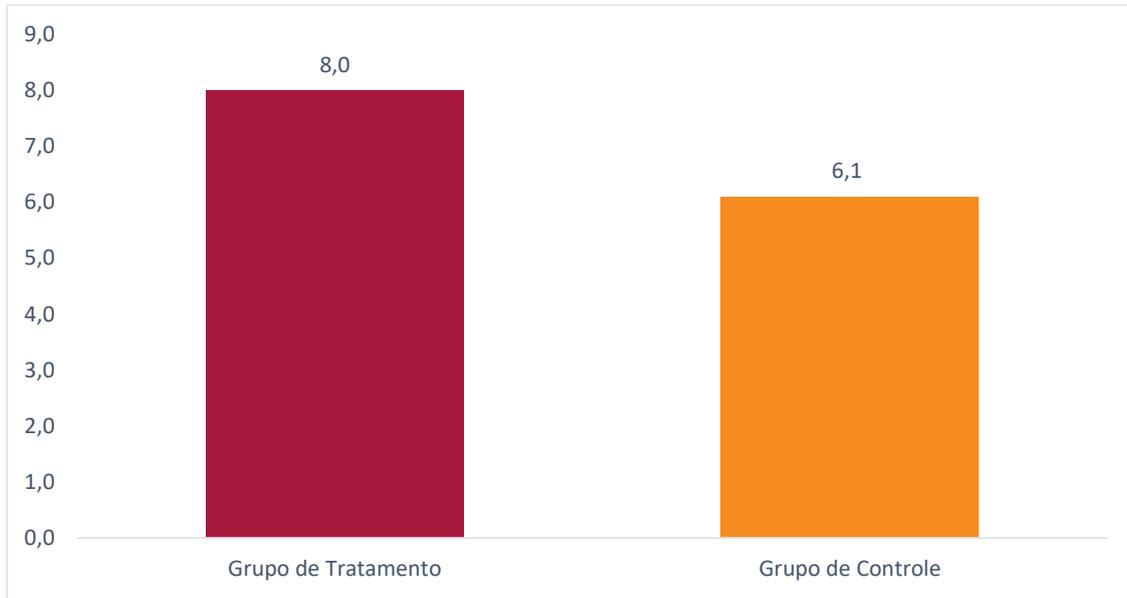
As unidades produtivas dos entrevistados do Grupo Tratamento possuem em média 11,6 hectares, dos quais 8,0 hectares são terras próprias. No caso do Grupo Controle, as unidades têm em média 9,3 hectares, dos quais 6,1 hectares são próprios (Gráficos 10 e 11). Os dados sugerem que mais tempo de participação no Programa permite aos clientes aumentar o tamanho médio das unidades produtivas.

Gráfico 10 - Área Média da Unidade Produtiva dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle - Em hectares



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

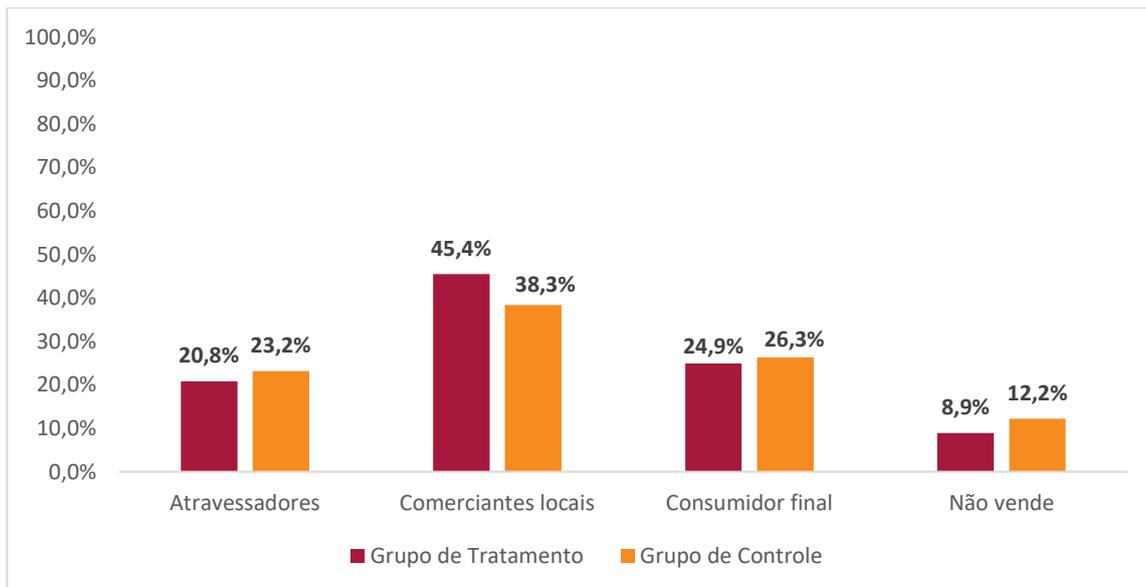
Gráfico 11 - Área Média Própria da Unidade Produtiva dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle - Em Hectares



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Quanto ao destino da produção, a maior parte dos entrevistados revela negociar com comerciantes locais. Dentre os clientes do Grupo Tratamento, 45,4% direcionam a produção para comerciantes locais, enquanto entre os clientes do Grupo Controle, o percentual é de 38,3%. Além disso, existem indicações de que há maior relacionamento comercial do Grupo Controle tanto em relação a atravessadores quanto a consumidores finais. Essa informação confirma a importância de articular o Programa com outras políticas locais, em particular aquelas que criam condições de comercialização da produção.

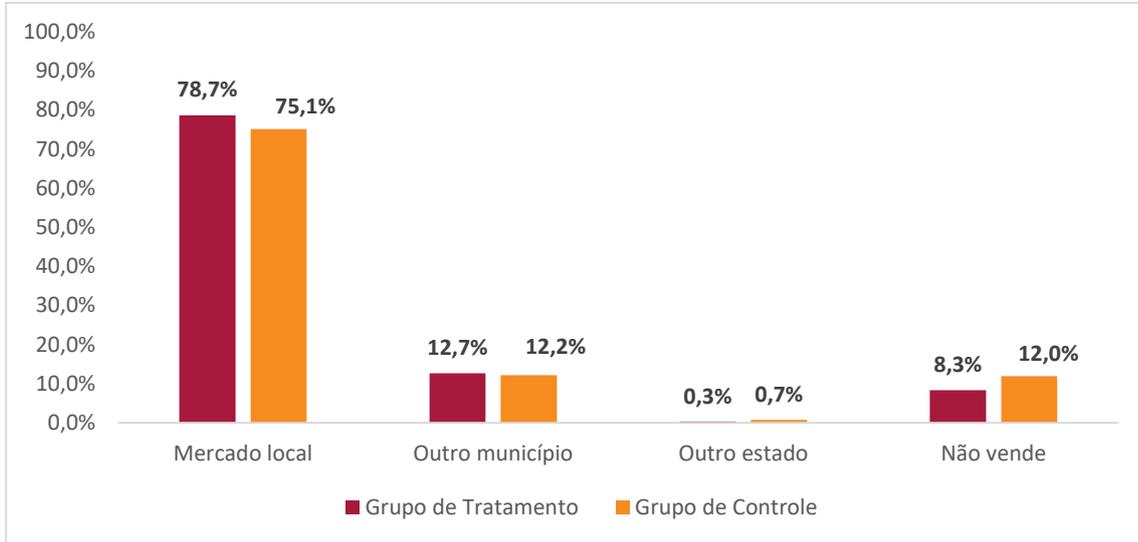
Gráfico 12 - Destino da Produção Agropecuária dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Quanto à amplitude alcançada pela comercialização da produção, a pesquisa indica que na Modalidade Crescer, 78,7% do Grupo Tratamento destina suas respectivas produções ao mercado local. Dentre os clientes do Grupo Controle, o percentual alcança 75,1%. Quanto aos demais destinos, outro município e outro estado, não se observam diferenças significativas entre os dois grupos de clientes (Gráfico 13).

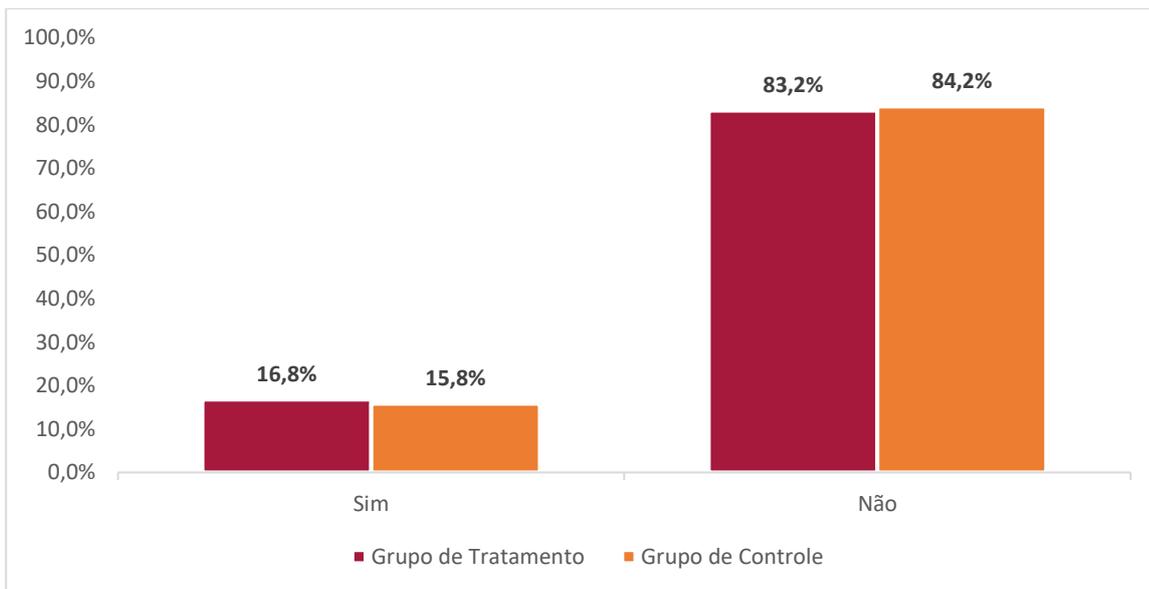
Gráfico 13 - Mercado de Comercialização da Produção Agropecuária dos Clientes do Agroamigo Crescer - Grupos Tratamento e Controle



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

Quanto à necessidade de buscar crédito em outras instituições bancárias, cerca de 84,0% dos entrevistados do Agroamigo Crescer, independentemente do tempo de atuação no Programa, responderam não ter buscado outra instituição (Gráfico 15). Isso demonstra que o Programa tem atendido de forma satisfatória seus clientes.

Gráfico 14 – Demanda por Crédito em Outras Instituições Bancárias por Clientes do Agroamigo Crescer



Fonte: Castilho e Silva et al, 2024.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente avaliação identificou melhorias nas condições de vida dos beneficiários do Agroamigo, Programa de Microcrédito Rural elaborado, desenvolvido e operacionalizado pelo Banco do Nordeste.

A pesquisa foi estruturada a partir de informações das bases de dados das contratações das operações e cadastro socioeconômico dos clientes do Agroamigo, disponibilizadas pelo BNB. Realizou-se ainda pesquisa de campo com clientes do Programa. A metodologia utilizada para a análise dos resultados foi descritiva.

A pesquisa de campo foi realizada com clientes do Agroamigo em suas modalidades Crescer e Mais, abordando aspectos relacionados com a família e o negócio. Para tanto, foram aplicados questionários estruturados, contendo 47 perguntas, com 1.381 clientes, distribuídos nas duas modalidades, na área de atuação do Programa.

Os resultados da pesquisa sugerem que os clientes mais antigos do Programa apresentam consideráveis melhorias na produção e comercialização agropecuária, na renda e na qualidade de vida, tendo em vista a realização de investimentos, que foram viabilizados com os empréstimos obtidos do Agroamigo. Variáveis relacionadas à infraestrutura do domicílio, aquisição de ativos agropecuários e incremento na renda, demonstram que os clientes pertencentes ao Grupo Tratamento estão em melhores condições econômicas e sociais quando comparados com os clientes do Grupo Controle.

A análise dos dados relativos à comercialização da produção demonstra que os clientes antigos, Grupo Tratamento, acessam mercados de outras localidades, sejam outros municípios ou até mesmo outros estados, indicando que esses clientes podem ter estruturas comerciais mais maduras em comparação com os clientes novos.

Os avanços na aquisição de meios de transporte e comunicação, telefone celular e acesso à internet, evidenciam maior acesso aos meios de distribuição da produção e melhor integração desses produtores ao mercado local. Além disso, a ampliação na obtenção dos meios digitais proporciona maiores possibilidades de utilização aos diversos serviços de microfinanças.

Conforme mencionado, os clientes do Agroamigo usam o crédito para realização de investimentos, chegando a 91,6% dos casos na Modalidade Crescer, justificado pela necessidade de aquisição de ativos e bens materiais importantes no processo de produção.

Na Modalidade Agroamigo Crescer, a análise segundo o tempo de participação no Programa, demonstrou que existem avanços nas condições de vida à medida que os clientes renovam suas operações. As melhorias podem ser observadas nas condições sanitárias dos domicílios; na aquisição de ativos tais como eletrodomésticos e veículos; no acesso aos meios de comunicação modernos; e no tamanho da área total da unidade produtiva.

Pode-se observar, ainda, novas oportunidades nas condições de comercialização no Grupo Tratamento, os quais ampliam o acesso ao mercado local e reduz o percentual daqueles que declaram não vender sua produção. Quanto à suficiência do crédito, independentemente do tempo de participação no Programa, o estudo revela que a maioria considera satisfatório o Agroamigo, pois não tem demandado crédito em outras instituições financeiras.

Vale ressaltar que em todos os recortes analisados, clientes novos e antigos, percebem melhorias na renda total da família.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. (org.) et al (2012). **Cinco anos de Agroamigo: Retrato do público e efeitos do Programa**. Fortaleza, Banco do Nordeste.
- BANCO DO NORDESTE (2023). **Relatório Agricultura Familiar e Agroamigo**. Fortaleza.
- CASTILHO E SILVA et al (2024). **Programa Agroamigo: Uma Avaliação dos Impactos do Crédito nas Condições Socioeconômicas dos Clientes**. Banco do Nordeste, Fortaleza.
- CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares (2024). **Anuário Estatístico da Agricultura Familiar**. Brasília (DF).
- FAO - Food and Agriculture Organization (2019). **United Nations Decade for Family Farming 2019-2028. Action Plan**. Roma.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (2017). **Censo Agropecuário**. Rio de Janeiro.
- FONSECA, Jairo Simon da; MARTINS, Gilberto de A (2012). **Curso de Estatística**. São Paulo: Atlas.
- MAIA, Guilherme Baptista da Silva; PINTO, Arthur de Rezende. (2023). **Agroamigo: Uma Análise de sua Importância no Desempenho do Pronaf B**. Revista Econômica do Nordeste. v. 46, suplemento especial, p. 9-20. Jul. 2015. Disponível em: Revista Econômica do Nordeste (bnb.gov.br) Acesso em: 04 abr. 2023.
- MONZONI NETO, Mario Prestes (2006). **Impacto em renda do microcrédito: uma investigação empírica sobre geração de renda do Crédito Popular Solidário (São Paulo Confia), no Município de São Paulo**. 2006. 195 f. Tese (doutorado). Fundação Getúlio Vargas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo.
- SILVA, Cleilma Roberta A. A.; AQUINO, Joacir Rufino (2017). **Evolução e Limites do Programa de Microcrédito Rural Agroamigo no Município de Angicos no Rio Grande do Norte**. Revista GeoNordeste, São Cristóvão, Ano XXVIII, n. 2, p. 117-138, Jul./Dez. 2017. Disponível em: n. 2 (2017): Ano XXVIII | Revista GeoNordeste (ufs.br). Acesso em: 06 abr. 2023