



A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS: A VENDA PARA PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR (PNAE) EM UNAÍ, MG E SEUS IMPACTOS NA RENDA DAS FAMÍLIAS

THE SOCIAL CONSTRUCTION OF MARKETS: THE SALE FOR NATIONAL PROGRAM OF SCHOOL FEEDING (PNAE) IN UNAÍ, MG AND YOUR IMPACTS IN THE INCOME OF THE FAMILIES

Ana Paula Borges Mendonça¹; José Humberto Valadares Xavier²;
Warley Henrique da Silva³; Suzane Vieira Souza¹; Kaik Durães Nunes Zica¹
¹FACTU - Unaí - MG; ²Embrapa Cerrados - Planaltina - DF; ³INESC - Unaí - MG

Resumo

Este trabalho aborda a inserção da agricultura de base familiar nos mercados institucionais, mais especificamente no Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) em Unaí-MG. Essa inserção foi viabilizada por meio de uma organização formal, a Cooperativa Mista de Agricultores Familiares de Unaí e Noroeste de MG (Cooperagro). O objetivo do trabalho é analisar o impacto da venda para o PNAE na renda das famílias, como meio de contribuir para gerar uma referência que permita apoiar o desenvolvimento rural sustentável em escalas mais ampliadas. Foram analisados dados de receitas e despesas de estabelecimentos participantes do PNAE no ano 2013. As vendas para o PNAE representaram 21,1% das receitas da agropecuária. Os produtos comercializados diversificaram a renda dos estabelecimentos, mas, totalizaram apenas 5,4% do valor que poderia ser comercializado. O ingresso da Cooperagro no PNAE promoveu o acesso dos agricultores familiares a um mercado próximo, capaz de absorver produtos diversos. Isso se refletiu na renda das famílias e em mudanças nos sistemas de produção.

Palavras-chave: construção social de mercados; mercado institucional; agricultura familiar

Abstract

This paper approaches the insert of family-based agriculture in the institutional markets, more specifically in the National Program of School Feeding (PNAE) in Unaí-MG. That insertion was made possible through a formal organization, the Mixed Cooperative of Familiar Farmers of Unaí and Northwest of MG (Cooperagro). The goal of this work is to analyze the impact of the sale for PNAE in the income of the families, as contribution to generate a reference that allows supporting the maintainable rural development in more enlarged scales. Data of revenues and expenses of participant establishments of PNAE were analyzed in the year 2013. The sales for PNAE represented 21.1% of the agricultural revenues. The marke-

ted products diversified the income of the establishments, but they totaled only 5.4% of the value that it could be marketed. The entrance of Cooperagro in PNAE promoted the access of the family farmers to a close market, capable to absorb several products. That was reflected in the income of the families and in changes in the production systems.

Keywords: social construction of markets; institutional market; family agriculture

Introdução

O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) garante, por meio da transferência de recursos financeiros, a alimentação escolar dos alunos de toda a educação básica (FNDE, 2014). O orçamento do programa para 2013 foi de R\$ 3,5 bilhões, para beneficiar 43 milhões de estudantes da educação básica e de jovens e adultos. Com a Lei nº 11.947/2009, 30% desse valor, ou seja, R\$ 1,05 bilhão deveria ser investido na compra direta (FNDE, 2014). Nesse sentido, o mercado institucional aparece como alternativa para inclusão dos agricultores familiares, especialmente os mais descapitalizados, e distribuição de alimentos seguros e saudáveis, para grupos de pessoas com insegurança alimentar (SEPULCRI; TRENTO, 2010).

Vogt e Souza *apud* Maciel (2008) definem mercados institucionais como aqueles que envolvem as três esferas governamentais (municipal, estadual e federal) em todas as suas operações de compra de alimentos, abrangendo tanto as compras de caráter contínuo, quanto as aquisições de caráter esporádico. O surgimento e crescimento desse tipo de mercado pode ser uma oportunidade para a agricultura familiar.

Este trabalho aborda a inserção de agricultores familiares do Município de Unaí-MG nos mercados institucionais de alimentos, especificamente no Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Essa inserção foi viabilizada por meio de uma organização formal, a Cooperativa Mista de Agricultores Familiares de Unaí e Noroeste de MG (Cooperagro). O objetivo é analisar o impacto da venda para o PNAE na renda das famílias, como meio de contribuir para gerar uma referência que permita apoiar o desenvolvimento rural sustentável em escalas mais ampliadas.

Material e Métodos

O projeto de venda para o PNAE do ano 2013 elaborado pela Cooperagro agregou 43 agricultores. Para esse trabalho, selecionaram-se 9 estabelecimentos (21%) em função de dois critérios: a) serem representativos no universo de agricultores participantes do programa; b) disponibilidade dos mesmos em manterem uma rotina de anotações dos dados necessários.

Os estabelecimentos selecionados foram acompanhados durante o ano 2013. Coletaram-se dados estruturais e de resultados econômicos. Os primeiros foram coletados no início e final do ano e informaram sobre a situação patrimonial: a área do estabelecimento e sua distribuição, o tamanho do rebanho, os equipamentos, as benfeitorias, estoques de produtos e insumos e a composição do núcleo familiar. Mensalmente, foram levantados os fluxos de caixa: despesas e receitas dos estabelecimentos. Os valores monetários foram corrigidos em relação a janeiro de 2013 pelo IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna) da Fundação Getúlio Vargas.

Para a análise dos dados adaptou-se metodologia descrita em Marshall et al. (1994) e Lima et al. (2005). Empregaram-se os indicadores que constam da Tabela 1.

Tabela 1. Indicadores utilizados para análise do impacto do PNAE na renda das famílias.

Indicadores	Descrição
Produtos vendidos	Receita obtida pela venda de produtos agropecuários
Produtos vendidos para o PNAE	Receita obtida pela venda de produtos agropecuários para o PNAE
Receitas da agropecuária (RA)	Soma das receitas da agropecuária
Consumo Intermediário (CI)	Valor dos insumos e serviços destinados ao processo de produção adquiridos de outros agentes econômicos: insumos, pagamento de mão de obra não familiar, serviços de mecanização, combustíveis e lubrificantes, energia
Valor agregado bruto (VAB)	Resultado da subtração: (RA) – (CI)
Depreciações (D)	Valor referente ao desgaste anual dos meios de produção (instalações, máquinas, veículos e equipamentos)
Valor agregado líquido (VAL)	Resultado da subtração: (VAB) – (D)
Outras rendas (OR)	Bolsa família, aposentadoria, venda de mão de obra, salário de membros da família
Renda total	Resultado da soma: (VAL) + (OR)

Fonte: Adaptado de Lima et al. (2005) e Marshall et al. (1994).

Resultados e Discussão

Na Tabela 2, são apresentadas as receitas e despesas dos 9 estabelecimentos em 2013. As vendas destinadas ao PNAE representaram 21,1% das receitas da agropecuária e 15,5% de todas as receitas dos estabelecimentos (receitas da agropecuária e outras rendas). De acordo com Silva et al. (2013), os principais produtos ofertados para o PNAE em Unaí são abóbora, mandioca, milho verde, polpa de frutas e biscoitos caseiros. Dessa

Tabela 2. Demonstrativo geral de receitas e despesas de 9 estabelecimentos participantes do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) em Unaí - MG.

Indicadores	Valor (R\$)
Produtos vendidos	174.269,52
Produtos vendidos para o PNAE	46.496,80
Receitas da agropecuária	220.766,32
Despesas da produção	107.520,94
Valor agregado bruto (VAB)	113.245,38
Depreciações (instalações, máq, veículos e equip.)	21.888,54
Valor agregado líquido	91.356,84
Outras rendas	78.637,00
Renda total	169.993,84

forma, além de contribuir para aumento da renda das famílias, a inserção no programa estimulou a diversificação produtiva, complementando a produção de leite, que, segundo Gastal et al., (2002), é a principal cadeia estruturada do município na qual os agricultores familiares buscam se inserir.

A média comercializada em cada estabelecimento foi de R\$ 1.081,32. Esse valor representou apenas 5,4% do valor que poderia ser comercializado (R\$ 20.000,00). Silva et al. (2013) relataram uma série de limitações que influenciam diretamente no processo de comercialização via PNAE pela Cooperagro:

- a) Irregularidade da produção: existe certa dificuldade por parte dos agricultores para planejar a produção individual e coletiva a fim de atender a demanda contínua dos produtos da Merenda Escolar.
- b) Transporte dos produtos: os agricultores participantes do projeto estão distribuídos em diferentes regiões geográficas do município, e em grande parte dos casos há uma distância considerável da central de entrega dos produtos, o que gera um aumento significativo nos custos de transporte. Tais fatos, combinados à frequência de entrega mensal ou quinzenal dos produtos, acarretam num elevado custo de deslocamento.
- c) Falta de infraestrutura: a inexistência de uma infraestrutura adequada tanto para a recepção quanto para a distribuição dos produtos, bem como para agregação de valor aos mesmos, faz com que o processo de distribuição seja ineficiente.

- d) Dificuldade de comunicação: a comunicação com os agricultores, em geral, é restrita ao uso de aparelhos celulares. Em certas ocasiões essa comunicação não é possível em virtude da qualidade do sinal dos aparelhos.
- e) Dificuldade no acompanhamento das entregas: a falta de um espaço físico adequado dificulta o processo de acompanhamento e seleção dos produtos.

Segundo Vogt e Souza (2009), percebe-se o destacado papel que as cooperativas vêm exercendo na organização e na inserção dos agricultores familiares nos mercados locais. Isso pôde ser percebido neste trabalho. Apesar dos problemas identificados, destaca-se a significância da construção social para inserção no PNAE organizada pela Cooperagro, tanto pelo impacto positivo na renda das famílias, quanto pelo estímulo à diversificação produtiva. Isso se torna relevante porque o processo de comercialização na agricultura familiar apresenta-se como um dos principais dilemas. Além de diversos fatores, é difícil a realização das atividades de produção e comercialização concomitantemente, pois há escassez de mão de obra. De acordo com França et al. (2009), os dados do Censo 2006 revelam que em média existem 3,2 pessoas ocupadas por estabelecimento no Brasil. Nos estabelecimentos familiares esta média cai para 2,8 pessoas, enquanto que nos não familiares ela alcança 5,3 pessoas.

Os dados permitem levantar ainda pelo menos uma preocupação em relação ao potencial do PNAE como política de inserção dos agricultores familiares em novos mercados. Em Unai existem 2.734 estabelecimentos de agricultura familiar (IBGE, 2011). Apenas 43 famílias (1,6% dos estabelecimentos familiares) em plenas condições de produção seriam suficientes para atingir a venda dos 30% para o programa no âmbito municipal. Isso, somado às limitações identificadas, pode ser um fator de desestímulo para os agricultores.

Conclusões

A experiência de comercialização por meio do PNAE vivenciada pela Cooperagro reúne alguns elementos importantes para uma reflexão sobre o lugar dos mercados, mais especificamente do mercado institucional, na valoração e fortalecimento da agricultura familiar. O ingresso da Cooperagro no PNAE promoveu o acesso dos agricultores familiares a um mercado próximo, capaz de absorver produtos diversos e de se ajustar, pelo menos em certa medida, às variações sazonais. Isso se refletiu na renda das famílias e em mudanças nos sistemas de produção.

Constitui, portanto, uma oportunidade para construção de uma política de desenvolvimento rural sustentável que conseqüentemente, resulta na geração de trabalho, ocupação e renda e dinamização da economia local. A inserção da Cooperagro neste programa configurou-se também numa estratégia de aprendizado para o acesso a outros canais de comercialização. Isso se torna relevante em virtude do limitado número de agricultores beneficiados pelo programa.

Referências

- FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO – FNDE. **Programas/Alimentação Escolar – Apresentação**. Disponível em: <http://www.fnde.gov.br> Acesso em: janeiro de 2014.
- FRANÇA, C. G. de.; DEL GROSSI, M. E.; MARQUES, V. P. M. de. **O censo agropecuário 2006 e a agricultura familiar no Brasil**. Brasília: MDA, 2009. 96p
- GASTAL, M. L.; XAVIER, J. H. V.; ZOBY, J. L. F.; ROCHA, F. E. de C.; SILVA, M. A. da; RIBEIRO, C. F. D de A.; COUTO, P. H. M. **Projeto Unai**: diagnóstico rápido e dialogado de três assentamentos de reforma agrária. Planaltina: Embrapa Cerrados, 2003. 74 p. (Embrapa Cerrados. Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento, 118).
- IBGE. **Censo 2010**: http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=31. Acesso em: 7 mar. 2012.
- LIMA, A. P. de.; BASSO, N.; NEUMANN, P. S.; SANTOS, A. C. dos; MULLER, A. G. **Administração da unidade de produção familiar**: modalidades de trabalho com agricultores. 3. ed. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 2005. 224 p.
- MACIEL, L. R. **Mercado Institucional de Alimentos: Potencialidades e Limites para a Agricultura Familiar**. Brasília. Dissertação de Mestrado -Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária. Universidade de Brasília, 2008. 115 p.
- MARSHALL, E.; BONNEVIALLE, J. R.; FRANCFORT, I. **Fonctionnement et diagnostic global de l'exploitation agricole**: une méthode interdisciplinaire pour la formation et le développement. Dijon: ENESAD, 1994. 174 p.
- SEPULCRI, O.; TRENTO, E. J. **O Mercado e a Comercialização de Produtos Agrícolas**. Brasília/DF, 2010. Disponível em: <http://comunidades.mda.gov.br/o/6026511/>. Acesso em: janeiro de 2013.
- SILVA, W. H. da; GASTAL, M. L.; MENDONÇA, A. P. B.; XAVIER, J. H. V.; ZICA, K. D. N.; SILVA, E. A. da.; ALMEIDA, S. C. R. de. Comercialização de produtos da agricultura familiar para a alimentação escolar: a experiência da Cooperagro, no município de Unai-MG. In: **Anais do I Seminário Internacional Inovação para a valorização dos Produtos da Agricultura Familiar e do Agroextrativismo no Cerrado**. Planaltina-DF, de 4 a 6 de dezembro de 2013.
- VOGT, S. P. C.; SOUZA, R. S. **Mercados Institucionais Locais como instrumento de fortalecimento da agricultura familiar**: uma análise do Programa de Aquisição de Alimentos na Região Celeiro – UFSM, SANTA MARIA - RS - BRASIL. 2009.