

**ANÁLISE DO POTENCIAL DE CANTINAS E RESTAURANTES DE
ESCOLAS PARTICULARES DO PLANO PILOTO EM BRASÍLIA
COMO CIRCUITO CURTO DE COMERCIALIZAÇÃO DE
PRODUTOS HORTIFRÚTIS DA AGRICULTURA FAMILIAR**

Aloisio Alves Bie¹, Solange da Costa Nogueira²

RESUMO

Os padrões de consumo de alimentos foram drasticamente alterados nas últimas décadas, com o predomínio de alimentos processados, produzidos em complexos agroindustriais longe dos locais de consumo. Este distanciamento dos centros de produção e consumo requer uma logística sofisticada para vencer grandes distâncias em tempos exíguos. É o que a literatura especializada denomina de circuitos longos de comercialização, fundados sobretudo no modelo agroalimentar industrial. Excluídos desse ambiente impessoal, altamente exigente em grande escala de produção, os agricultores familiares começam a buscar uma ligação direta entre produtor e o consumidor, emergindo o conceito de circuitos curtos de comercialização. Nessa perspectiva, podem ganhar visibilidade ambientes de comercialização antes inexplorados pelos agricultores familiares, como é o caso dos estabelecimentos alimentares da rede particular de ensino, que podem se tornar grandes aliados na promoção da alimentação saudável de crianças e adolescentes. Este trabalho apresenta um resumo expandido de pesquisa realizada em estabelecimentos de ensino particulares no Plano Piloto de Brasília, DF, avaliando o potencial destes como mercado para produtos hortifrúteis da agricultura familiar

Palavras-chave: Agricultura Familiar. Circuitos Curtos de Comercialização. Hortaliças e Frutas. Alimentação Escolar

¹ Engenheiro agrônomo, Produtor rural, Luziânia, GO, Brasil. email: aloisiobie@gmail.com

² Professora, Doutora em Agronomia - Universidade de Brasília. Brasília-DF. email: nogueirasc@unb.br

ABSTRACT

Food consumption patterns have drastically altered in the last decades, with the predominance of processed foods, produced in agro-industrial complexes far from the places of consumption. This distancing from the centers of production and consumption requires sophisticated logistics to overcome great distances in short times. This is what the specialized literature calls long marketing circuits, based mainly on the agroindustrial model. Excluded from this impersonal environment, which is highly demanding on a large scale of production, family farmers begin to seek a direct link between producer and consumer, emerging the concept of short marketing circuits. From this perspective, marketing environments previously unexplored by family farmers, such as food establishments in the private school system, can become visible, and they can become great allies in promoting the healthy eating of children and adolescents. This paper presents a expanded abstract of research carried out in private educational establishments in the Pilot Plan of Brasília, DF, evaluating the potential of these as a market for horticultural products of family agriculture

Keywords: Family Agriculture. Short Circuits of Commercialization. Vegetables and Fruits. School Feeding.

1 INTRODUÇÃO

A agricultura familiar é o segmento da agropecuária com maior representatividade dentre os estabelecimentos agrícolas do Brasil. De acordo com o Censo Agropecuário 2006 a agricultura familiar, abrange 84,4% dos estabelecimentos e com apenas com 24,3% da área cultivada absorve 77% da mão de obra ocupada no campo e responde por 33% da produção nacional (IBGE, 2009a). Sendo assim, sua importância vai além da mera contribuição na produção de alimentos, sendo o segmento que mais emprega no meio rural, principalmente devido a utilização de pouco maquinário.

Em relação ao número e área total dos estabelecimentos, compreendidos pelas modalidades de agricultura familiar e não familiar para o Distrito Federal os dados disponíveis apontam para a existência de 3.955 estabelecimentos no total, sendo que os de agricultura familiar somam 1.824 correspondentes a 46,1 % e os estabelecimentos de natureza não familiar chegam a 2.131 com uma participação de 53,9 % (IBGE, 2009b; CODEPLAN, 2015; EMATER/DF, 2012).

A despeito de sua importância social e econômica, os agricultores familiares, encontram geralmente inúmeros obstáculos no acesso aos mercados, o que vem se agravando com o movimento de globalização dos alimentos iniciado após a segunda guerra mundial, onde cada vez mais os pequenos agricultores são marginalizados. Não é suficiente saber produzir bem e com eficiência, mas conseguir escala e dominar canais com inúmeros agentes intermediários com lucratividade, muitas vezes, obtidas por economias de escopo.

No âmbito das políticas de incentivo merecem destaque os programas de apoio à comercialização dos produtos da agricultura familiar, como é o caso do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), ambos do Governo Federal. O primeiro permite ao governo comprar alimentos produzidos

pelos agricultores familiares para fins de manutenção de programas sociais de segurança alimentar ou para manter estoques. Já com o segundo, está fundamentado na Lei Federal Nº 11.947, de 16 de junho de 2009, que estabelece que pelo menos 30% dos recursos repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para alimentação escolar, sejam utilizados para comprar produtos da agricultura familiar (BRASIL, 2009). Sendo assim, este programa vincula diretamente uma necessidade e obrigação do Estado para com a população e ao apoio necessário aos agricultores familiares, tornando-se um importante modelo a ser adotado quando se pensa em explorar as potencialidades do mercado consumidor para os produtos da agricultura familiar.

Tomando por base o modelo do PNAE procura-se avaliar outras possibilidades para colocação da produção da agricultura familiar que não envolva o Poder Público, como as escolas da rede particular de ensino como circuitos curtos de comercialização a serem explorados.

De fato, os circuitos curtos de comercialização têm se tornado uma das principais modalidades de comercialização dos agricultores familiares, seja nas compras institucionais, seja na comercialização em feiras, lojas e demais comércio de varejo, trazendo inúmeros benefícios para os agricultores familiares.

A cidade de Brasília, por ser o centro administrativo do Brasil, concentra um grande número de funcionários públicos, com poder aquisitivo elevado e que demandam serviços de toda natureza (CODEPLAN, 2016). Neste aspecto os serviços de ensino particular possuem demanda considerável por alimentos em virtude da excelência dos Colégios particulares da Capital, que possuem grande número de alunos matriculados (SEDF, 2014; SEDF, 2016).

Tais características tornam os estabelecimentos alimentares da rede particular de ensino da Capital um possível mercado a ser aproveitado e explorado pela agricultura familiar no tocante os produtos hortifrutigranjeiros, sendo relevante que se faça estudo sobre o perfil desta demanda.

2 OBJETIVOS

1 - Analisar o potencial de estabelecimentos alimentares de escolas particulares do Plano Piloto do Distrito Federal, como canais alternativos de comercialização para os produtos da agricultura familiar local.

2 - Caracterizar o perfil de compras de hortaliças e frutas por parte de estabelecimentos alimentares de escolas particulares do plano piloto no Distrito Federal.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 Agricultura Familiar e Mercados

É importante destacar que o reconhecimento/consolidação da agricultura familiar como segmento merecedor de políticas públicas específicas se deu à custa do esforço e mobilização social com a participação incansável e expressiva de movimentos como os Gritos da Terra Brasil, realizado pela primeira vez em 1994, MST, FETRAF, CONTAG,

etc. Estes movimentos passaram a exigir políticas específicas para a categoria, assim como a participação na construção destas. Para atender este apelo foi constituída uma Comissão Técnica do Pequeno Produtor no MAARA - Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária, por meio das Portarias MAARA n. 692 de 30/11/1993 e n. 42 de 24/01/1994, com a participação de representantes dos trabalhadores na agricultura. Esta comissão elaborou o documento "Propostas e recomendações de política agrícola diferenciada para o pequeno produtor rural" (CONTAG, 1994).

Assim, nasce a primeira política agrícola nacional direcionada especificadamente para agricultores familiares, materializando o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF - em 1995, que marcou o reconhecimento político e institucional do Estado brasileiro à categoria social, configurando-se um marco crucial que abriu possibilidades institucionais para a criação de novas políticas para a agricultura familiar (GRISA, SCHNEIDER, 2014).

Conforme a Lei Federal nº 11.326, de 24 de julho de 2006, é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural quem pratica atividade no meio rural, atendendo aos seguintes critérios: não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 módulos fiscais; utilize predominantemente mão-de-obra familiar nas atividades econômicas de seus estabelecimentos; tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento e; dirija o seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (BRASIL, 2006a).

Conhecida historicamente como "pequena produção" a agricultura familiar começa a ter visibilidade recentemente a partir de alguns trabalhos clássicos das ciências sociais agrárias que tentam identificar as características comuns deste segmento tão diverso da agricultura brasileira (KAGEYAMA, BERGAMASCO, 1989; ABRAMOVAY, 1998; LAMARCHE, 1993). A demonstração que tais estudos científicos fizeram sobre as virtuosidades da agricultura familiar, derrubaram as teses sobre o seu desaparecimento (KAUTSKY, 1980) e salientaram sua importância econômica e social resultando em uma definição estabelecida em lei e a inserção do segmento no rol de políticas de apoio a agricultura, como é o caso do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) em 1996.

O esforço feito, tradicionalmente, para a inserção dos agricultores familiares em canais convencionais de comercialização onde atua um conjunto variado e complexo de segmentos e empresas especializadas na transformação do produto até chegar ao consumidor, notadamente as cadeias longas, tem logrado êxito relativo. Isso se aplica, principalmente, àqueles setores dominados pelas commodities, onde os requisitos de qualidade, quantidade, frequência, prazo e preços são definidos por agentes com maior poder de barganha, notadamente, os grupos agroindustriais que processam os alimentos, os grandes atacadistas ou as grandes redes de supermercados (WILKINSON, 2008).

A inserção mercadológica é um desafio para a agricultura familiar e uma possibilidade sua emancipação econômica. Os estudos apontam que é bastante variável o grau de integração ao mercado dos agricultores familiares, que pode ser dividido em muito integrado (19,3%), integrado (34,4%) e pouco integrado (44,1%) (BITTENCOURT; GUANZIROLI, 2000), e esta baixa integração ao mercado reflete na baixa renda da agricultura familiar.

A agricultura familiar não deve ignorar as possibilidades de nichos de mercado em circuitos longos de produção-distribuição-consumo, mas é a potencialidade dos circuitos curtos que mais se adequa a agricultura familiar, na medida em que seus produtos e

processos produtivos estão enraizados nas capacidades locais e no resgate do sentido cultural do produzir alimento que abarca qualidades que valorizam o local, inserindo novas funções ao mercado, além da mera troca de produtos (SILVEIRA et. al., 2009).

3.2 Definição e Caracterização dos Circuitos Curtos de Comercialização

Os chamados circuitos curtos de comercialização (CCC), com recentes estudos no Brasil, carecem de uma definição oficial, mas o conceito aponta para ambientes onde há maior proximidade entre produtores e consumidores. Expandindo a análise, poderíamos associar tal conceito ao de canais de distribuição ou canais de marketing.

Um canal de distribuição é o caminho que um produto percorre desde o produtor até o consumidor final. Este é constituído de todos os intermediários que desempenham as funções que colocam os produtos nas mãos dos consumidores. (SCHEWE, SMITH, 1982) e podem ser classificados segundo a sua profundidade, em três níveis:

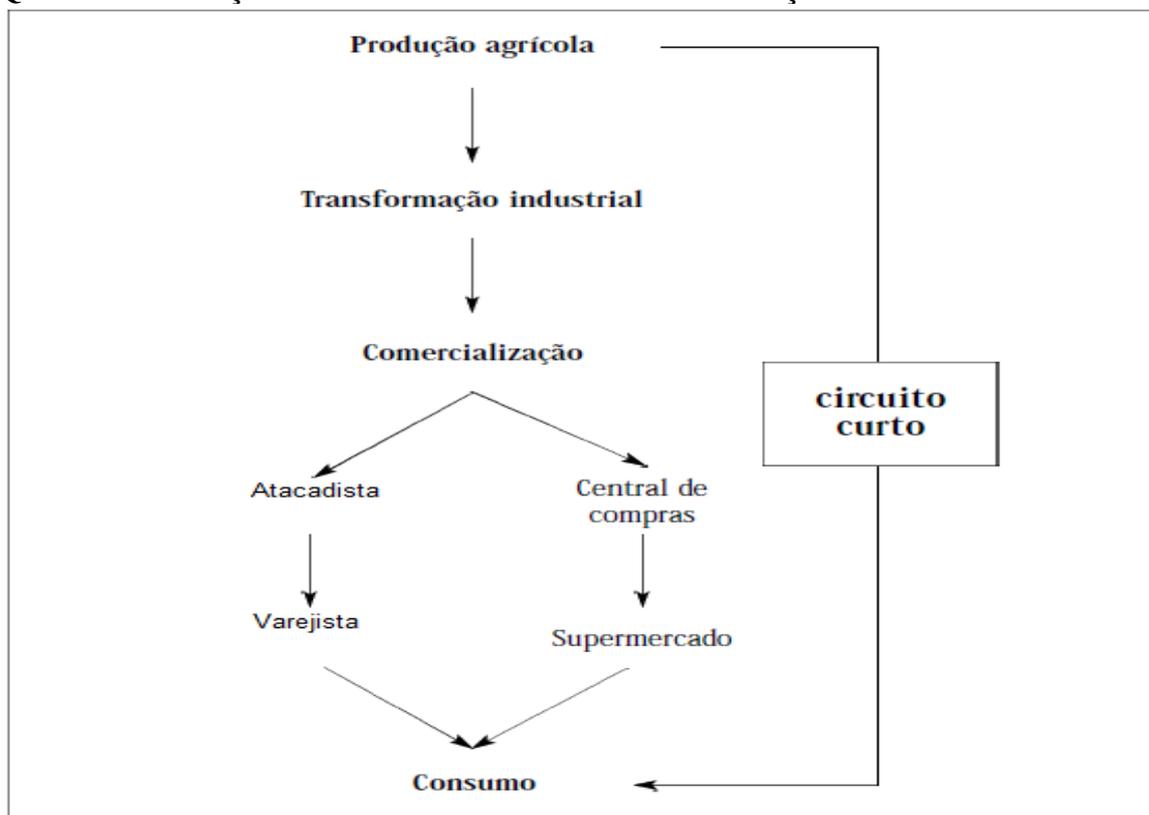
Um nível: Produtor – Varejista – Consumidor.

Dois níveis: Produtor - Atacadista – Varejista– Consumidor.

Três níveis: Produtor – Atacadista – Atacadista especializado – Varejista – Consumidor.

Por outro lado, um canal direto entre produtor e consumidor elimina o intermediário, constituindo um circuito curto de comercialização. Para LEADER (2000), estes circuitos constituem oportunidades para agregar valor devido às características dos territórios e reforçar a especificidade de produtos. (Quadro 1).

Quadro 1. Definição de um circuito curto de comercialização



Fonte: Leader (2000).

Ao mesmo tempo, negociações com intermediação também são válidas, desde que haja poucos agentes e que a situação seja vantajosa para ambos os parceiros comerciais, desenvolvendo relações favoráveis e contínuas, como ressalta o quadro resumo a seguir, onde algumas possibilidades dos circuitos curtos de comercialização são apontadas (Quadro 2).

Quadro 2 - Esquema geral dos circuitos curtos de comercialização agrícola

| Circuitos curtos de comercialização | | |
|--|--|---|
| Venda direta (relação direta entre produtor e consumidor) | | Venda indireta (intervenção de um único intermediário entre produtor e consumidor) |
| Na propriedade | Fora da propriedade | |
| Cestas para grupos ou indivíduos | Feiras ecológicas | Lojas especializadas independentes |
| Venda direta na propriedade | Compra direta do produtor | Lojas de cooperativas de produtores e consumidores ecológicos |
| Colheita na propriedade | Lojas de associações de produtores Vendas para grupos de consumidores organizados | Restaurantes coletivos e individuais |
| | Cestas em domicílios para empresas | Pequenos mercados de produtos naturais |
| | Vendas em beira de estradas | Lojas virtuais (encomendas por internet) |
| | Feiras agropecuárias, salões, eventos | Venda para programas do governo |
| | | Alimentação escolar |
| | | População em geral |

Fonte: adaptado de Darolt et al. (2013)

Na França, de acordo com DAROLT et al. (2013) o termo CC é utilizado para caracterizar os circuitos de distribuição que mobilizam até, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor o que leva a dois casos típicos de circuitos curtos: a *venda direta* (quando o produtor entrega diretamente a mercadoria ao consumidor) e a *venda indireta* (feita através de um único intermediário que pode ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou até um pequeno mercado local).

Outras denominações têm sido utilizadas, tais como “circuitos de proximidade” ou “circuitos locais”, reforçando a proximidade geografia e o compartilhamento de valores entre produtores e consumidores, em torno da alimentação vinculada a um território (DAROLT, LAMINE, 2013).

Além disso, existem espaços de comercialização em que o destino principal dos produtos do agricultor é um ambiente de mercado intermediário entre o produtor e o consumidor final, como no caso do setor de fornecimento de refeições prontas (cantinas e restaurantes), onde se situam os estabelecimentos foco do presente trabalho.

3.3 Circuitos Curtos e Comercialização de Hortifrúteis da Agricultura Familiar

As dificuldades de comercialização dos produtos da agricultura familiar têm originado movimentos contrários esta situação e que se materializam tanto em políticas de apoio ao comércio de produtos locais, como a organização dos agricultores para ocupar mercados locais e a exploração de canais de comércio antes inexplorados pelo segmento familiar. (FORNAZIER, BELLIK, 2013).

Nesse sentido, o encurtamento da distância entre produtor e consumidor é favorável à agricultura familiar. Os circuitos curtos de comercialização apresentam vantagens e, em alguns casos, são as únicas possibilidades de comercialização que um agricultor familiar tem a sua disposição, visto a complexidade das cadeias longas de comercialização.

O que se espera é que se os agricultores familiares forem munidos com informações sobre as características de mercados locais potenciais e realizarem o planejamento da produção de acordo com a demanda, adequando sua oferta à qualidade, quantidade e a regularidade requerida, poderão explorar melhor novas possibilidades duradoras de escoamento da produção.

3.4 A Interface entre Alimentação Escolar e Agricultura Familiar

O PNAE têm representado uma possibilidade concreta para o escoamento dos produtos da agricultura familiar, com garantia de preço, o que encoraja tais agricultores a ampliar e diversificar sua produção (CORÁ, BELIK, 2012).

Por outro lado, as compras governamentais estão sujeitas a leis e processos burocráticos que estabelecem limites e tornam morosas as transações, limitando o acesso dos agricultores familiares de forma mais ampla a tais programas. Segundo Corá e Belik (2012) a execução do PNAE de forma mais efetiva requer adaptação tanto das estruturas do poder público à de compra de alimentos mais frescos, quanto das organizações de agricultores fornecedores que têm que se adequar aos requisitos das chamadas públicas e protocolos das aquisições governamentais. Além disso, a busca pela emancipação econômica do produtor familiar passa também por explorar com suas habilidades negociais, individualmente ou em grupo, que os capacitem a entrar no mercado com seus próprios atributos.

Um dos princípios da Educação Nacional, consubstanciado no art. 3º, V, da lei 9394/96, é o da coexistência de instituições públicas e privadas de ensino (BRASIL, 1996), que apresentam duas realidades bem distintas em termos de liberdade e obrigatoriedade no que diz respeito a forma de aquisição de bens e serviços. Se por um lado, escolas públicas devem se sujeitar às restrições legais na aquisição de bens e serviços, as escolas particulares, estando sob o regime privado, estão livres para estabelecer relações comerciais com os mais variados parceiros, desde que obedecidas às normas sanitárias dos produtos (ANVISA, 2004), conferindo ampla liberdade de opções para a escolha de seus fornecedores.

Embora sujeitos a livre iniciativa, os estabelecimentos particulares de ensino devem se adequar às diretrizes do Ministério da Educação, que muitas vezes se estendem aos seus parceiros comerciais, como é o caso dos restaurantes e cantinas localizados nas escolas. Nesse tema merece destaque a Portaria interministerial MS/MEC nº 1.010/06,

onde se estabelece as diretrizes para a Promoção da Alimentação Saudável nas Escolas (PAS) abrangendo a educação infantil, fundamental e nível médio das redes públicas e privadas, em âmbito nacional (BRASIL, 2006b).

Sendo assim, tais estabelecimentos alimentares da rede particular de ensino podem tornar-se canais de comercialização dos produtos da agricultura familiar local, se for possível identificar suas necessidades, seu perfil de demanda de frutas e hortaliças, como se pretende com o presente estudo. A obtenção de tais informações pode ser o primeiro passo para que os agricultores familiares empreendam esforços para que a venda em estabelecimentos alimentares da rede de escolas particulares, se torne uma das opções encontradas para ampliar sua participação nos mercados.

4 METODOLOGIA

4.1 Caracterização da Pesquisa e População

A pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório sobre uma população constituída de 71 escolas particulares ofertantes do ensino infantil, fundamental e médio, localizadas na Região Administrativa I de Brasília, que engloba a Asa Norte, Asa Sul e adjacências e os respectivos estabelecimentos alimentares operando em suas dependências que forneçam refeições completas ou lanches. A unidade de análise são os estabelecimentos alimentares, cantinas ou restaurantes localizadas nestas escolas, que forneçam refeições completas ou lanches.

4.2 Procedimentos e Instrumentos de Coleta de Dados

A Pesquisa compreendeu a obtenção de dados primários obtidos em pesquisa de campo e dados gerais secundários. Na obtenção destes últimos realizou-se revisão bibliográfica valendo-se da literatura especializada disponível em Livros, Revistas, Periódicos e na internet. A pesquisa documental envolveu a consulta a documentos e informações dos órgãos públicos para informações de natureza histórica, geográfica e socioeconômicas da região como CODEPLAN, EMATER/DF, MDA, SEDF, SEAGRI-DF. Já para a realização do trabalho de campo foi aplicado questionário estruturado aos proprietários ou gerentes de estabelecimentos alimentares das escolas particulares estudadas.

4.3 Tamanho da Amostra, Variáveis e Análise de Dados

Para esta pesquisa foram selecionados 21 estabelecimentos alimentares entre os que atendiam ao critério anteriormente exposto para a população, ou seja, que fossem restaurantes ou cantinas instalados em escolas da rede particular de ensino, com ensino médio e fundamental, localizadas na área delimitada pela pesquisa, com 600 alunos ou mais.

As variáveis analisadas foram: quantidade de refeições servidas, tipo de hortaliças e frutas demandadas, quantidade estimada de consumo por semana, locais de compra, fator

preponderante na escolha do local de compra, ordem de interesse em outros produtos produzidos pela agricultura familiar.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na escola, principalmente nas fases iniciais, são formados vários hábitos que valerão para a vida toda, tornando-se um espaço adequado para fixar a noção de alimentação saudável e contribuir para a diminuição de problemas de saúde decorrentes de alimentos inadequados nutricionalmente. Especialmente porque uma parte da alimentação de crianças e adolescentes ocorrem nas cantinas e restaurantes das escolas, tais estabelecimentos têm sido considerados, mais recentemente, como forte aliados na promoção da educação alimentar, com a oferta obrigatória de hortaliças e frutas. No Distrito Federal essa orientação encontra-se no Decreto nº 36.900/2015 (DISTRITO FEDERAL, 2015), cujo texto regulamenta a Lei nº 5.146/2013 (DISTRITO FEDERAL, 2013), que estabelece diretrizes para a promoção da alimentação saudável nas escolas do DF.

5.1 Características Gerais dos Estabelecimentos Alimentares (Restaurantes/Cantinas) de Escolas Particulares e demanda por produtos hortifrútiis.

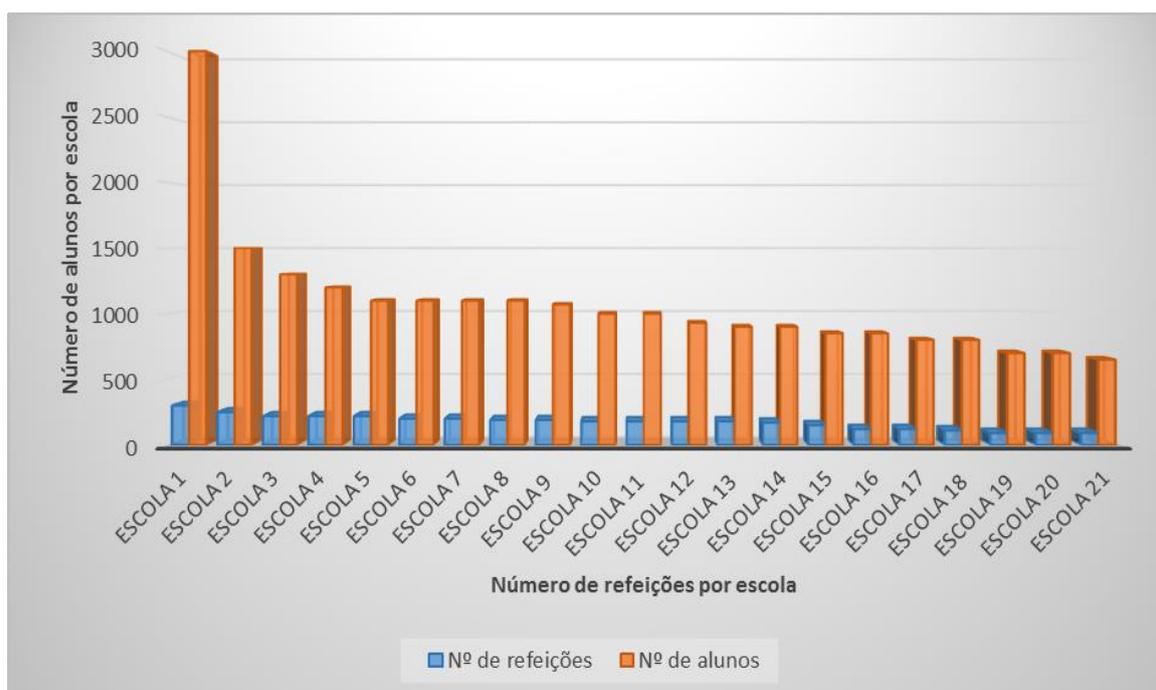
A grande maioria (85,8%) dos estabelecimentos alimentares localizados nas escolas particulares pesquisadas, são terceirizados, ou seja, são explorados por pequenas e medias empresas que não pertencem à instituição mantenedora da escola, possuindo em média 05 funcionários. Por força contratual estas unidades alimentares possuem nutricionista responsável pelo cardápio.

Nesta pesquisa foram incluídos as escolas com mais de 600 alunos matriculados, considerando o ensino infantil, fundamental e médio. O número médio de alunos por escola situa-se entre 1000 e 1200, sendo este intervalo considerado como balizador para sustentabilidade e econômica e financeira de uma escola particular na região pesquisada. Unidades com menos de 800 alunos apresentam dificuldades de permanecer no mercado, principalmente em função da crise econômica que o país atravessa, levando muitos pais a transferirem os filhos para escolas públicas.

Como ponto de partida da análise foi adotado o número de refeições completas servidas em cada estabelecimento, excluindo os lanches rápidos, como salgados e sanduíches, embora o preparo destes incluia produtos hortifrútiis. Entretanto a demanda total por estes produtos considerou este consumo.

A figura 1 abaixo mostra a relação entre o número de refeições servidas e o número total de alunos de cada escola.

Figura 1 – Número de refeições dia/escola/números de alunos em cantinas e restaurantes das escolas particulares do Plano Piloto de Brasília – DF



Fonte: dados da pesquisa

Relacionando-se o número total de refeições com o número total de alunos e com a quantidade de escolas da amostra tem-se a relação de 170 refeições por dia para cada grupo de 1000 alunos.

Verifica-se, portanto, não ser expressivo o número de alunos que fazem refeição na escola em relação ao número de alunos matriculados. Isso se deve ao fato de que, ainda predomina o ensino em meio período, mas com a tendência de ampliação do ensino integral decorrente das mudanças já em curso no sistema educacional do país que preconiza a educação integral a quantidade de alunos fazendo refeições na escola pode aumentar.

Considerando-se a tendência de aumento na oferta dos serviços de alimentação nas escolas em decorrência da vida urbana, onde todos os membros da família trabalham fora, se faz oportuno o entendimento das possibilidades de se tornarem canais de comercialização direta de frutas e hortaliças da agricultura familiar, buscando caracterizar melhor sua demanda, como será feito nas considerações seguintes.

5.2 Principais Hortifrútiis Consumidos, Quantidades Demandadas Semanalmente e locais de aquisição destes produtos.

Foi possível constatar uma variedade razoável de frutas e hortaliças, com 42 produtos consumidos nos estabelecimentos alimentares de escolas da rede particular de ensino do Distrito Federal. Uma classificação muito comum das hortaliças é aquela que considera a parte comestível como critério e que apresenta a vantagem de reunir plantas que tem características comuns quanto a pós-colheita e, frequentemente, no aspecto agrônomo. A classificação é a seguinte, de acordo com FILGUEIRAS (2000):

- *Hortaliças tuberosas* - são aquelas cujas partes utilizáveis desenvolvem-se dentro do solo, compreendendo: tubérculos (batatinha, cará), rizomas (inhame), bulbos (cebola, alho) e raízes tuberosas (cenoura, beterraba, batata-doce, mandioquinha-salsa).

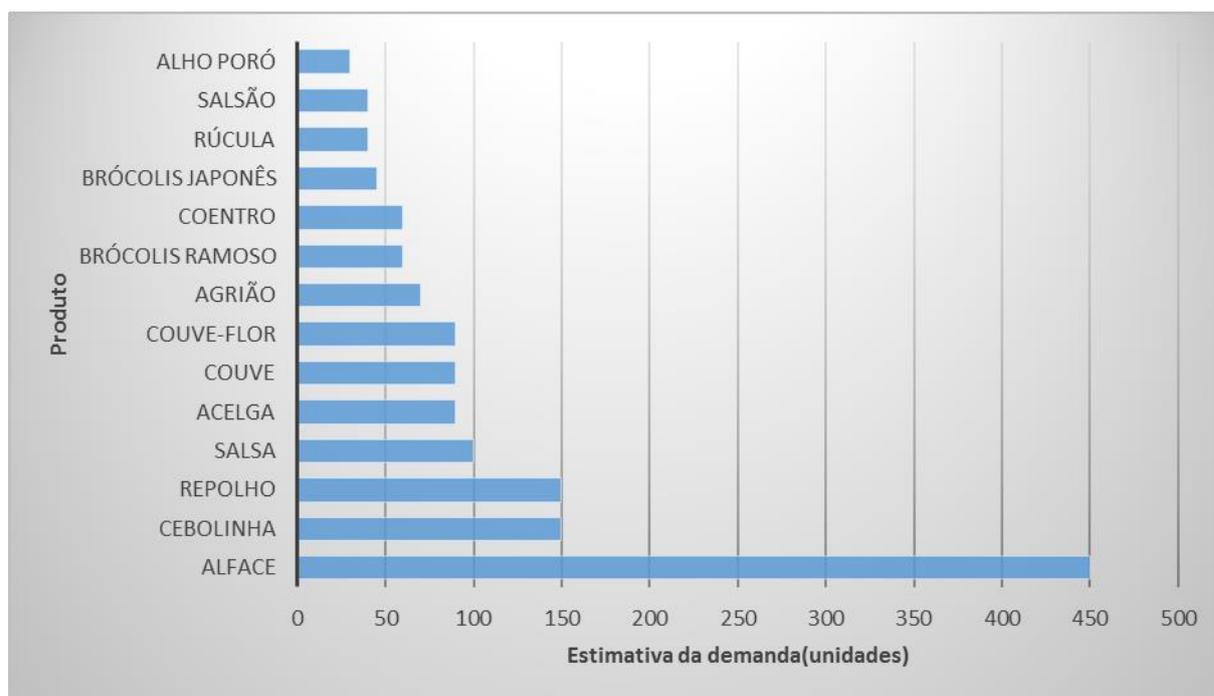
- *Hortaliças herbáceas* - aquelas cujas partes aproveitáveis situam-se acima do solo, sendo tenras e suculentas: folhas (alface, taioba, repolho, espinafre), talos e hastes (aspargo, funcho, aipo), flores e inflorescências (couve-flor, brócolis, alcachofra).

- *Hortaliças-fruto* - utiliza-se o fruto, verde ou maduro, todo ou em parte: melancia, pimentão, quiabo, ervilha, tomate, jiló, berinjela, abóbora.

Para os fins deste trabalho dividimos os resultados em dois grupos, a saber: grupo 1, que inclui as hortaliças herbáceas, além de ervas e condimentos e; grupo 2, composto de frutas, hortaliças tuberosas e hortaliças-fruto. Esta divisão tem por finalidade agrupar os produtos por afinidade de unidade de comercialização distinguindo àquelas comercializadas em quilogramas (kg) das demais ofertadas em maço (0,1 a 0,6 kg), pé, inflorescência, etc.

Os resultados de demanda dos estabelecimentos alimentares das escolas particulares pesquisadas, para os grupos 1 e 2, encontram-se nas figuras 2 e 3, respectivamente, conforme a seguir:

Figura 2 – Principais tipos de hortaliças e frutas do grupo 1((unidades*/semana) em cantinas e restaurantes das escolas particulares do Plano Piloto de Brasília - DF

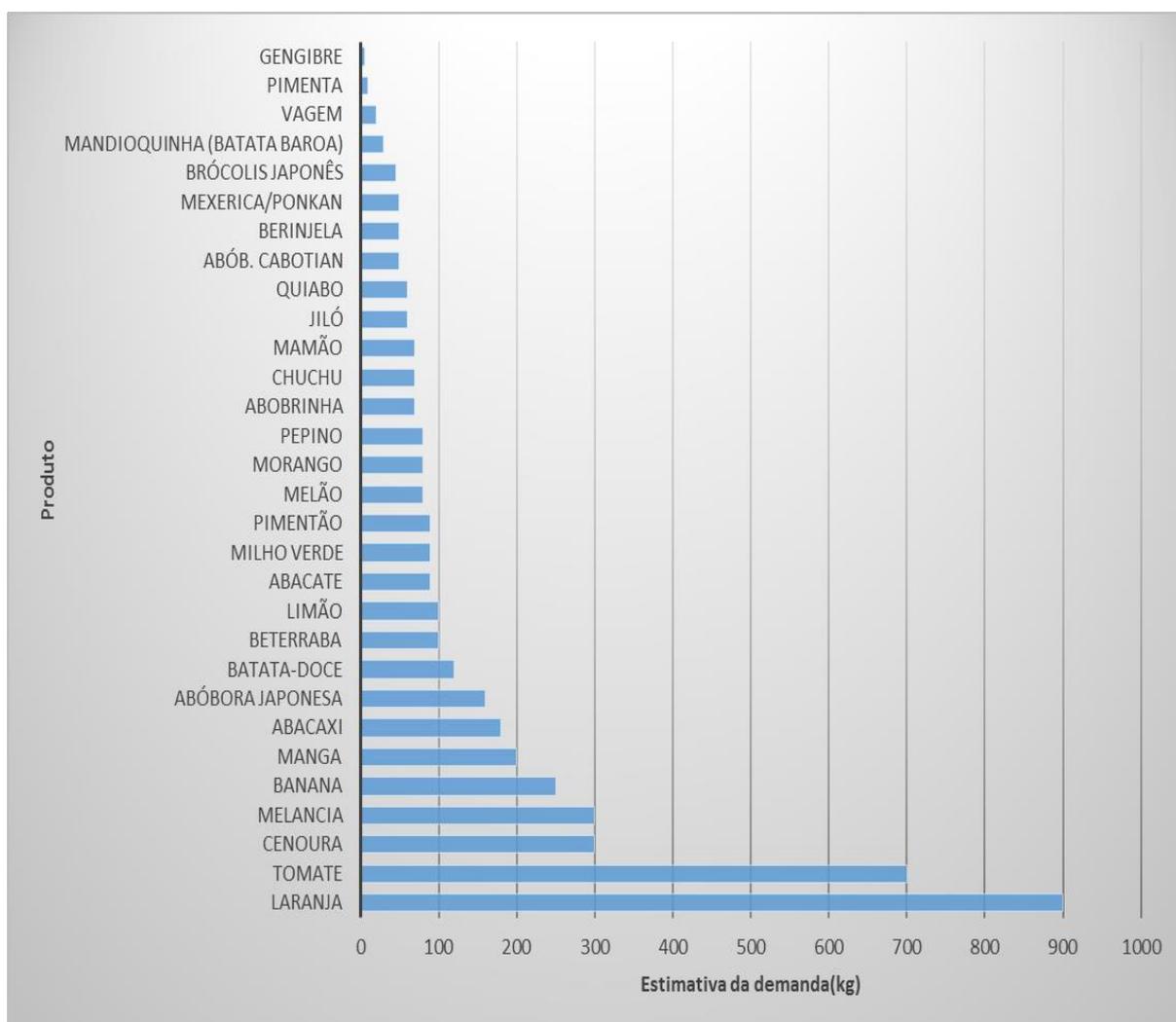


Fonte: dados da pesquisa

*As unidades de comercialização adotadas foram pés, inflorescência e maço (variando de 0,1 kg a 0,6 kg) a depender da espécie.

Dentre os produtos do grupo 1 o mais demandado é a alface com uma estimativa de consumo de 450 unidades/semana, seguido da cebolinha, 180 maços/semana, repolho, com uma estimativa de consumo de 150 unidades/semana. Merecem destaque ainda a salsa, couve, e agrião, aproximadamente 120 maços semanais e repolho, 100 unidades/semana.

Figura 3 – Principais tipos de hortaliças e frutas do grupo 2(kg/semana) em cantinas e restaurantes das escolas particulares do Plano Piloto de Brasília - DF.



Fonte: dados da pesquisa

No grupo 2, entre as frutas, o destaque é a laranja com uma demanda estimada de 900 kg/semana, sendo seguida pela banana com 350 kg/semana, manga com 200 kg/semana, aba

caxi, 130kg/semana, melancia, 120 kg/semana, abacate, 100kg/semana e limão, 70 kg/semana.

É uma demanda considerável em que é possível encontrar espaço para a agricultura familiar, se a produção for planejada e envolver a comercialização conjunta de mais de um agricultor, aumentando a possibilidade concorrer com a agricultura comercial.

Entre os “legumes”, destaca-se o tomate com uma demanda estimada em 700 kg/semana, seguido pela cenoura com 300 kg/semana, beterraba com 150 kg/semana. Na faixa da demanda de 100 kg/semana aparecem abóbora japonesa, abobrinha, chuchu, pepino, batata doce e pimentão. Mais uma vez é possível constatar produtos de fácil cultivo por agricultores familiares locais, como é o caso da cenoura, da beterraba, da abóbora e da batata doce.

A demanda de tais produtos para lanchonetes, restaurantes e cantinas da rede particular de ensino é suprida por vários fornecedores. Ceasa DF (38 %), distribuidores de frutas e hortaliças (24%), além de atacarejos³ (13%), hipermercados/supermercados (11%) ou sacolões, pequenos mercados, feiras e outros (14%).

O preço é o principal critério da escolha, mas não pode estar dissociado da qualidade e da regularidade. A qualidade porque os produtos adquiridos servirão para confecção de alimentos para crianças e adolescentes e a regularidade é imprescindível quando se trata da prestação de serviços regidos por contratos como é o caso das cantinas e restaurantes com a escola, sendo que falhas na oferta do produto podem comprometer a continuidade do negócio.

6 CONCLUSÃO

É possível concluir que os estabelecimentos alimentares da rede particular de ensino da área pesquisada apresentam demanda considerável em hortaliças e frutas, consumindo cerca de 42 produtos, dentre os quais a maioria pode ser oferecida pelos agricultores familiares locais, que mantém esse ambiente de mercado ainda inexplorado. Com um número considerável de alunos matriculados as escolas particulares do Distrito Federal apresentam um grande potencial como canais alternativos de comercialização de produtos da agricultura familiar local como demonstra os resultados deste trabalho.

Principalmente no caso das hortaliças, foi identificada considerável demanda por produtos de fácil cultivo por agricultores familiares locais, como é o caso de alface, salsa, cebolinha, cenoura, beterraba, abóbora e da batata doce. Outros produtos também merecem destaque com potencial de mercado interessante como é o caso da laranja, a maior demanda levantada, muito em função do seu uso básico como suco. A banana, o tomate e a manga também possuem demanda expressiva, possível de ser atendida pela agricultura familiar local.

Entretanto, a escolha dos locais de compra de hortaliças por parte dos proprietários ou gerentes de cantinas e restaurantes escolares depende de alguns critérios para os quais os agricultores familiares devem estar atentos, se pretenderem formar circuitos curtos de comercialização com essa rede de estabelecimentos alimentares. A escolha dos locais de compra está baseada em uma estratégia composta por preços,

³ Estabelecimentos comerciais que mesclam aspectos do comércio atacadista com o comércio varejista, combinando o conceito de self-service (auto-serviço) e de cash & carry (pague & leve) (TUON, 2011).

qualidade, regularidade e proximidade geográfica, conduzindo a existência de um conjunto variado de fornecedores que permitem agilizar a aquisição do conjunto de produtos requeridos.

Não obstante, observou-se que o tempo ocupado nas compras de frutas e hortaliças ainda é um problema que perturba os empresários, principalmente para àqueles que adquirem na CEASA e nos atacarejos e supermercados, o que abre espaço para os produtos da agricultura familiar, em que se pode ofertar e produtos mais frescos, diretamente no estabelecimento comercial. Entretanto, os agricultores familiares, precisam planejar a produção de acordo com as necessidades de entregas e criar um sistema eficiente de logística, que combine a vantagem da oferta de produtos mais frescos com oferta regular e pontual dos produtos às lanchonetes, cantinas e restaurantes.

Ao mesmo tempo, construídos os circuitos curtos, as boas experiências de compra de frutas e hortaliças (produtos tradicionais) podem abrir espaços para outros produtos da agricultura familiar, com maior valor agregado, tais como os produtos orgânicos, os processados e culturas exóticas como a quinoa, contribuindo para uma alimentação mais rica em nutrientes nas cantinas e restaurantes de escolas.

7 REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. 2 ed. Campinas: Hucitec, 1998.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação*. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 16 de setembro de 2004.

BITTENCOURT, G. A.; GUANZIROLLI, C. *et al. Novo Retrato da Agricultura Familiar - o Brasil redescoberto*. FAO/INCRA. Brasília, 2000.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. *Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais*. Presidência da República, Casa Civil, Brasília, 2006a. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm Acesso em 10 jul. 2017.

BRASIL. **Portaria Interministerial nº 1.010, de 08 de maio de 2006**. *Institui as diretrizes para a promoção da alimentação saudável nas escolas de educação infantil, fundamental e nível médio das redes públicas e privadas, em âmbito nacional*. Brasília, 2006b. Disponível em:

http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2006/pri1010_08_05_2006.html. Acesso em 20 mar. 2018.

BRASIL. **Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009**. *Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae)*. Publicado no DOU de 17.6.2009. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/111947.htm. Acesso em 31 jul. 2017.

CODEPLAN. Companhia de Desenvolvimento do Planalto Central. *Agricultura Familiar no Distrito Federal: dimensões e desafios*. Brasília-DF, 2015. Disponível em: www.codeplan.df.gov.br. Acesso em 12 dez. 2016.

- _____. *Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) 2013/2014 - Brasília/Plano Piloto*. Disponível em: www.codeplan.df.gov.br. Acesso em 12 dez. 2016.
- CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura. *Propostas e recomendações de política agrícola diferenciada para o pequeno produtor rural: relatório da comissão técnica MAARA x CONTAG*. Portarias MAARA 692, de 30/11/93 e 42, de 24/01/94. Brasília: [s.n.], 1994. 37 p.
- CORÁ, M. A. J, BELIK W, (Orgs), *Projeto Nutre SP: uma análise da inclusão da agricultura familiar na alimentação escolar no Estado de São Paulo*. Ministério do Desenvolvimento Agrário, Secretaria da Agricultura Familiar. São Paulo, Instituto Via pública, 2012.
- Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/Publica%C3%A7%C3%A3oNutreS%C3%83OPAULO.pdf> Acesso em 13 jul. 2017.
- DAROLT, M.; LAMINE, C; BRANDENBURG, A. *Alternativas de comercialização de produtos ecológicos no Brasil e na França*. Cadernos de Agroecologia – Porto Alegre. Vol. 8, No. 2, Nov. 2013. Disponível em: <http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/cad/article/view/13767/8954>. Acesso em 12 jul. 2017.
- DAROLT, M. R. et. al. *A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês*. In: Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v.10, n.2, jun. 2013. ISSN: 1807-491X. Disponível em: <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Agriculturas_JUN-2013.pdf#page=8>. Acesso em 24 set. 2016..
- DISTRITO FEDERAL. **Lei nº 5.146, de 19 de agosto de 2013**. *Estabelece diretrizes para a promoção da alimentação saudável nas escolas da rede de ensino do Distrito Federal*. Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.crn1.org.br/wp-content/uploads/2014/01/LEI-DF-2013-5146.pdf>. Acesso em 20 mar. 2018.
- DISTRITO FEDERAL. **Decreto nº 36.900/2015**. *Regulamenta a Lei nº 5.146, de 19 de agosto de 2013, que estabelece diretrizes para a promoção de alimentação adequada e saudável nas escolas da rede de ensino do Distrito Federal*. Brasília, 2015. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=310367>. Acesso em 20 mar. 2018.
- EMATER-DF. *Empresa de Assistência técnica e Extensão Rural do Distrito Federal. Informações Agropecuárias do Distrito Federal-2012*. Disponível em: www.ematrdf.gov.br. Acessado em: 15 dez. 2016.
- FORNAZIER, A.; BELIK, W. *Produção e consumo local de alimentos: novas abordagens e perspectivas para as políticas públicas. Segurança Alimentar e Nutricional*. Campinas, SP, v. 20, n. 2, p. 204-218, fev. 2015. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634598/2519> Acesso em 06 ago. 2017.
- GRISA, C; SCHNEIDER, S. *Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil*. Rev. Econ. Sociol. Rural, Brasília, v. 52, supl. 1, p. 125-146, 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032014000600007&lng=en&nrm=iso. Acesso em 02 Ago. 2017.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário 2006. Agricultura familiar. Primeiros resultados: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação*. Rio de Janeiro: IBGE, 2009a. Disponível em:

http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro_2006_agricultura_familiar.pdf
f. Acesso em 31 jul. 2017.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário 2006. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação*. Rio de Janeiro: IBGE, 2009b. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro_2006.pdf. Acesso em 31 jul. 2017.

KAGEYAMA, Â.; BERGAMASCO, S. M. P. *Novos dados sobre a produção familiar no campo*. XXVII Congresso da SOBER. Piracicaba, 1989.

KAUTSKY, K. *A questão Agrária*. São Paulo: Proposta, 1980.

LAMARCHE, H. *A agricultura familiar: comparação internacional*. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

LEADER – *Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural. Circuitos “curtos” ou circuitos “longos”? Inovação em meio rural I- Caderno nº7 - Julho de 2000*.

Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/circuits/contents.htm> Acesso em 24 set. 2016.

PNAE-FNDE. Programa Nacional de Alimentação Escolar-Fundo Nacional de Desenvolvimento Escolar. *Manual de Aquisição de Produtos da Agricultura Familiar para a Alimentação Escolar*. 2ª edição - versão atualizada com a Resolução CD/FNDE nº 04/2015. Brasília, 2016.

SCHEWE, C. D.; SMITH, R. M. *Marketing: Conceitos, casos e aplicações*. São Paulo, SP: McGraw-Hill, 1982. 564 p.

SEDF. Secretaria de Estado da Educação do Distrito Federal. *Cadernos de matrícula do Distrito Federal 2013 / Secretaria de Estado de Educação do Distrito Federal*. Brasília: 2014. Disponível em:

http://www.cre.se.df.gov.br/ascom/documentos/suplav/caderno_de_matriculas_2013.pdf.

Acesso em 31 jul. 2017.

SEDF. Secretaria de Estado da Educação do Distrito Federal. *Relação de instituições educacionais credenciadas no Distrito Federal, referencia: 15 de maio de 2016*.

Disponível em:

http://www.cre.se.df.gov.br/ascom/documentos/suplav/cosine/part_inst_credenciadas_15mai16.pdf Acesso em 11 ago. 2016.

SILVEIRA, P. R. C. *et.al. A construção dos mercados na produção artesanal de alimentos: Os circuitos curtos de comercialização*. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia, Rio de Janeiro, 2009.

TUON, F.; MOISÉS, M.; MINADEO, R. *Atacarejo: tendência que veio para ficar ou mero modismo?* s/d. Disponível em:

http://www.convibra.org/upload/paper/adm/adm_2582.pdf. Acesso em 31 jul. 2017.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar*. Porto Alegre: UFRGS, 2008.