



OS PROBLEMAS DA COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIGRANJEIROS NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE¹

JOÃO BATISTA REZENDE *
ALCIONE RIBEIRO DE CASTRO*
MÔNICA BARROS DE LIMA STARLING*

1 INTRODUÇÃO

O abastecimento urbano tem-se tornado, nos anos recentes, questão de extrema relevância, tendo em vista o crescimento e o empobrecimento das populações no entorno dos grandes centros urbanos do País, ampliando o já elevado déficit alimentar. O Brasil está entre os cinco países com maiores problemas de desnutrição entre sua população.

A solução para os graves problemas da carência alimentar da população brasileira não está relacionada apenas ao aumento da oferta "*per capita*" de alimentos, mas passa também por uma distribuição de renda mais igualitária e pela redução dos

¹ Artigo baseado na pesquisa "Comercialização e Abastecimento de Hortigranjeiros na Região Metropolitana de Belo Horizonte", desenvolvida pela Fundação João Pinheiro para a Centrais de Abastecimento de Minas Gerais S/A (CEASA-MG) e Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, em 1994, sob a coordenação de João Batista Rezende.

* Economistas e pesquisadores do Centro de Estudos Econômicos (CEE) da Fundação João Pinheiro.

preços relativos dos alimentos na composição da cesta básica. O relevante crescimento da produção de alguns alimentos através do aumento de produtividade não contribuiu para uma melhora do quadro de carência alimentar, já que não reverteu estes ganhos em benefícios do consumidor, através de uma redução dos preços.

O aumento da produção e o crescimento das populações urbanas suscitaram a necessidade do melhoramento da distribuição dos produtos, que agora precisavam ser comercializados em escala ampliada. A cadeia de comercialização caracterizava-se, então, por um grande número de intermediações, cujas práticas especulativas envolviam margens de lucro exorbitantes.

A comercialização de alimentos, até recentemente descuidada pela maioria dos planos e programas de política agrícola e regional, e considerada como área de atuação do governo federal, restringiu-se a intervenções dos órgãos compradores de safra e reguladores de mercado. Esses órgãos praticaram uma política inadequada do ponto de vista da alocação de recursos, da escassez de infraestrutura de armazenagem em regiões mais distantes e da falta de perspectiva de uma política de estocagem de médio prazo.

As principais proposições referentes à comercialização de hortigranjeiros encontram-se no Programa de Metas do Governo Juscelino Kubitschek (1956/60), quando se identificou a necessidade da construção de centrais de abastecimento destinadas a substituir os tradicionais mercados atacadistas de hortaliças e frutas nas grandes cidades do País.

No entanto, somente a partir do final da década de sessenta é que se inicia o movimento de implantação das centrais de abastecimento, ainda restrito às capitais. Os mercados existentes localizavam-se então nas áreas centrais das grandes cidades, criando problemas para carga e descarga dos produtos e dificultando o trânsito. Além de apresentarem restrições para sua expansão física, não permitiam o controle e o acompanhamento das quantidades e preços dos produtos comercializados.

No início da década de setenta, elaborou-se o Programa de Modernização do

Sistema de Abastecimento, em âmbito nacional, cujo objetivo era reduzir o excesso de intermediação e centralizar as transações de compra e venda de produtos agrícolas nos mercados atacadistas e varejistas. As primeiras centrais de abastecimento instaladas no país, sob coordenação da Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL), foram as de Belo Horizonte, Porto Alegre e Curitiba.

A partir de 1972, foi criado o Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (SINAC), cujas principais unidades eram as Centrais de Abastecimento (CEASA).

Não obstante os esforços governamentais voltados para a modernização do sistema de comercialização e abastecimento nas duas últimas décadas, ainda persistem em Minas Gerais, sobretudo na RMBH², graves distorções. Esta situação se deve, entre outros fatores, à desarticulação da política de abastecimento nas três esferas do governo - federal, estadual e municipal -; à baixa integração do sistema de comercialização, com pequena participação de cooperativas e associações de produtores; e às tendências observadas de urbanização, que apontam para uma concentração do aumento populacional nas regiões metropolitanas, localizada principalmente nas cidades vizinhas a Belo Horizonte que são completamente desprovidas de equipamentos de comercialização.

O consumo de hortigranjeiros estimado para RMBH em 1987/88 era de 80,8 kg/hab./ano, inferior ao consumo brasileiro (93,4 kg/hab./ano) (Pesquisa Nacional..., 1988), que é baixo se considerarmos apenas o maior estado consumidor brasileiro, o Rio Grande do Sul, com um consumo de 150 kg/hab./ano.³ Fora do Brasil, tem-se a Argentina, com um consumo de 220 kg/hab./ano, e a Europa, com 250 a 400 kg/hab./ano.

² A Região Metropolitana de Belo Horizonte, criada em 1973, teve sua área de abrangência ampliada após acentuado processo de urbanização nas décadas de setenta e oitenta. Atualmente está composta por 20 municípios: Belo Horizonte, Betim, Brumadinho, Caeté, Contagem, Esmeraldas, Ibirité, Igarapé, Juatuba, Lagoa Santa, Malouf Leme, Nova Lima, Pedro Leopoldo, Raposos, Rubeirão das Neves, Rio Acima, Sabará, Santa Luzia, São José da Lapa e Vespasiano. A população total da RMBH, de acordo com os dados do IBGE, passou de 1,6 milhão em 1970 para aproximadamente 3,4 milhões de habitantes em 1991.

³ Dados da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (ABRACEN).

A questão que se coloca, pois, para tornar acessíveis quantidades e qualidade adequadas de hortaliças e frutas às populações urbanas, sobretudo aquelas de menor poder aquisitivo, é proporcionar preços melhores e mais estáveis aos horticultores e criar mecanismos e organizações que consigam equacionar os problemas apontados.

O estudo elaborado procurou, portanto, identificar os principais problemas apresentados pelo sistema de comercialização e abastecimento de hortigranjeiros na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), com ênfase no papel desempenhado pela CEASA/MG - Unidade Grande BH.

Dessa forma, foi traçado o perfil do processo de comercialização dos produtos selecionados, identificando-se os principais canais e explicitando as inter-relações entre os agentes envolvidos nas diferentes etapas. Para isso, foram estabelecidos os fluxos de origem e destino dos produtos selecionados comercializados junto à CEASA/MG-Unidade Grande BH. Com base nessas informações foram pesquisadas as formas de comercialização e transporte nas principais regiões abastecedoras. Na RMBH foram realizadas entrevistas nas prefeituras e nos equipamentos públicos e privados de comercialização (atacado e varejo).

Além disso, foram mensuradas e analisadas as variáveis condicionantes da formação dos preços dos hortigranjeiros selecionados, bem como suas margens de comercialização.

A análise quantitativa associada à análise da dinâmica do funcionamento do sistema possibilitou detectar os principais pontos de estrangulamento, dimensionando a participação dos agentes e das variáveis que influenciam a elevação dos preços desses produtos na RMBH.

2 METODOLOGIA

2.1 População e amostra

A natureza e a complexidade dos objetivos deste estudo fundamentaram a definição da linha metodológica que orientou sua elaboração. Baseou-se, para isso, em le-

vantamentos bibliográficos, coleta e interpretação de dados quantitativos e pesquisa de campo, com entrevistas realizadas com os próprios agentes participantes do processo de produção, comercialização e abastecimento. Os elementos da amostra foram selecionados em função de sua importância nas distintas fases do processo em questão.

A utilização combinada destas técnicas de pesquisa não objetivou a mera obtenção de dados numéricos sobre processos de produção, comercialização e abastecimento. Obtiveram-se, com a pesquisa de campo, interpretações das condições reais em que se dá a transferência de posse, no atacado e no varejo, dos produtos hortigranjeiros consumidos, principalmente, nos municípios que compõem a RMBH.

A pesquisa de campo envolveu produtores, comerciantes (atacadistas e varejistas) e suas entidades representativas, técnicos da extensão rural e assistência técnica Empresa de Assistência Técnica, e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER-MG), grandes consumidores e representantes dos poderes públicos, municipal e estadual, na RMBH e principais regiões produtoras do Estado, todos relacionados com a comercialização e o abastecimento.

Para efeito de regionalização da produção e dos fluxos dos produtos comercializados na CEASA/MG - Unidade Grande BH, utilizou-se a divisão regional para o planejamento proposta pela Fundação João Pinheiro e Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação Geral (SEPLAN-MG).

QUADRO 2.1
REGIÕES DE PLANEJAMENTO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
1992

REGIÃO DE PLANEJAMENTO	MICRORREGIÃO GEOGRÁFICA
Central	Barbacena, Belo Horizonte, Conceição do Mato Dentro, Conselheiro Lafaiete, Curvelo, Diamantina, Itabira, Itaguara, Ouro Preto, Pará de Minas, São João del-Rey, Sete Lagoas e Três Marias
Mata	Cataguases, Juiz de Fora, Manhuaçu, Muriaé, Ponte Nova, Ubá e Viçosa.
Sul de Minas	Alfenas, Andrelândia, Itajubá, Lavras, Passos, Poços de Caldas, Pouso Alegre, Santa Rita do Sapucaí, São Lourenço, São Sebastião do Paraíso e Varginha.
Triângulo	Frutal, Iturubá, Uberaba e Uberlândia
Alto Paraíba	Araçá, Patos de Minas e Patrocínio
Centro-Oeste de Minas	Bom Despacho.
Noroeste de Minas	Paracatu e Unai.
Norte de Minas	Bocuíva, Grão-Mogol, Janaúba, Montes Claros, Pirapora e Salinas.
Jequitinhonha/Mucuri	Almenara, Araçuaí, Capelinha, Nanuque, Pedra Azul e Teófilo Otoni.
Rio Doce	Aimorés, Caratinga, Valadares, Ipatinga, Mantena e Peçanha.

Fonte: FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. Centro de Estudos Econômicos. Região de planejamento. Belo Horizonte, 1992

2.2 Seleção dos produtos

A seleção dos produtos investigados se baseou em informações coletadas na CEASA/MG - Unidade Grande BH. Foram trabalhados os dados primários referentes à quantidade e ao preço nominal de 1991 de todos os produtos comercializados, por grupos, na unidade localizada em Contagem-MG. A multiplicação desses dois fatores

resultou no valor estimado da produção comercializada, o que, juntamente com a variável quantidade, permitiu a seleção dos produtos descritos no quadro 2.2.

Os trinta produtos hortigranjeiros selecionados apresentaram, no ano de 1991, 43,2% da quantidade comercializada e 25,1% do valor estimado, considerando-se o movimento global da CEASA/MG - Unidade Grande BH, que inclui cereais, combustíveis e outros.

QUADRO 2.2
 PRODUTOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE
 1993

GRUPO/SUBGRUPO	PRODUTO
HOTALIÇAS (22)	
Flor, folha e haste (5)	Alface, couve, cebolinha, couve-flor e repolho-híbrido (95,3% da quantidade e 86% do valor comercializado).
Fruto (9)	Tomate santa-cruz, moranga-híbrida, chuchu, pepino, pimentão, jiló- comprido, quiabo, vagem- macarrão e abobrinha- italiana (91% da quantidade e 90,2% do valor comercializado).
Bulbo, Raiz , tubérculo e rizoma (8)	Batata-lisa, cebola- amarela, cenoura, batata-doce, inhame, beterraba- sem -folhas, mandioca e alho-brasileiro (94,3% da quantidade e 65,5% do valor comercializado).
FRUTAS NACIONAIS (8)	
	Laranja-pêra, banana- prata, banana- nanica, maçã, melancia, mamão formosa, abacaxi e limão- tahiti (78,9% da quantidade e 65,5% do valor comercializado).

Fonte: Centrais de Abastecimento de Minas Gerais S.A. (CEASA-MG)

Nota: Os números entre parênteses referem-se às quantidades de produtos investigados

2.3 Procedimentos estatísticos

Para a realização dos estudos quantitativos, como cálculo das margens, tendência, índices de preços reais e índices de estacionalidade dos przaram-se os dados de preços nominais e quantidades comercializadas pesquisados pela CEASA/MG - Unidade Grande BH no período 1987-92 eços e quantidades de hortigranjeiros, utili.

Para efeito deste trabalho, definiu-se como preço médio recebido pelo produtor aquele registrado na Central de Abastecimento em estudo; como referente, aquele pago pelo atacado nos negócios de compra realizados naquela unidade, sediada no município de Contagem; e como preço médio pago pelo consumidor, aquele pesquisado por esta mesma unidade de abastecimento nos diversos estabelecimentos varejistas de Belo Horizonte.

Os valores nominais foram deflacionados, tendo como base agosto de 1992, pelo Índice Geral de Preços- Disponibilidade Interna (IGP-DI), calculado pela Fundação Getúlio Vargas.

No caso das variações estacionais, investigaram-se não apenas os preços e as quantidades, mas também as margens totais de comercialização, as quais são influenciadas pelos preços e quantidades comercializadas, de acordo com o seu comportamento nos diversos meses do ano.

A intensidade das variações estacionais teve como medida de referência a média aritmética, e foi dividida em três intervalos: elevado, regular e baixo. Como elevado, definiu-se toda variação estacional superior a 15% da média (>115%); como regular, definiram-se aqueles valores dentro de um intervalo inferior e superior a 15% da média (85 a 115%); como intensidade baixa, foram considerados todos dos valores inferiores a 15% da média (85%).

Calcularam-se, também, as margens relativas de comercialização média e markups⁴ para um conjunto de seis segmentos de mercado: varejão da CEASA/MG - Unidade Grande BH; Feira Coberta do Padre Eustáquio (FECOB); sacolões, supermercados; mercados tradicionais (Mercado Central, Mercado Novo e Feira dos Produtores da Cidade Nova); e mercados distritais (Mercados Distritais da Barroca, Santa Tereza e Cruzeiro). Nesse caso, a série temporal abrange apenas o período/1990-92.

O comportamento-padrão dos preços e das margens de comercialização, no decorrer dos anos, foi obtido através da análise de tendência, expressa por equações de

⁴ No cálculo da margem relativa total da comercialização - que mede a participação relativa do produtor no preço final do produto - utilizou-se a fórmula MRTC = $\frac{(P_{vv} - P_p)}{P_{vv}} \cdot 100$, onde P_{vv} =preço pago pelo consumidor final e P_p = Preço pago ao produtor rural. Para o cálculo do markup relativo total - que mede o aumento percentual do preço recebido pelo produtor - utilizou-se a fórmula MKT = $\frac{(P_{vv} - P_p)}{P_p} \cdot 100$.

regressão linear simples dos preços em relação ao tempo, o que permitiu, juntamente com os índices de preço real⁵, verificar a evolução dos preços dos hortigranjeiros comparativamente ao Índice Geral de Preços, conceito disponibilidade interna, calculado pela Fundação Getúlio Vargas.

E, por último, investigaram-se, também, a procedência e a evolução das quantidades ofertadas de hortigranjeiros na CEASA/MG - Unidade Grande BH nos últimos seis anos (1987-1992), bem como a sua inter-relação com as margens e preços praticados no comércio atacadista e varejista da RMBH.

3 CONCLUSÕES

A maior parte dos produtos comercializados na CEASA/MG - Unidade Grande BH é produzida no Estado de Minas Gerais. Os produtos com elevado índice de perecibilidade, como as folhosas e algumas das hortaliças-fruto, são procedentes da Região Central, com grande concentração na RMBH. As demais hortaliças são oriundas de municípios distantes 300 a 600 quilômetros no próprio Estado. Quanto maior o grau de perecibilidade, menos distante é a área de produção do centro de comercialização.

As frutas, em geral, são provenientes de outros estados, mas a Região Central é importante produtora de bananana, banana-prata, limão-tahiti e abacaxi.

As outras regiões produtoras mais importantes são: o Sul de Minas, no fornecimento de batata-lisa e banana-prata; o Alto Paranaíba, no fornecimento da cenoura; o Rio Doce, que tem participação significativa na comercialização de quiabo e jiló-comprido; e o Norte de Minas, no fornecimento de bananana.

A CEASA/MG-Unidade Grande BH funciona, portanto, como um importante

entrepasto comercial regional, aglutinando produtores da Região Central e demais regiões que estão a uma distância de até 600 quilômetros de Belo Horizonte. Os produtores, entretanto, atuam isoladamente, sem o apoio de uma entidade representativa. A Associação de Produtores de Hortigranjeiros do Estado de Minas Gerais (APHEMIG), que pretende representar os horticultores que comercializam naquela unidade, ainda não vem cumprindo satisfatoriamente suas funções.

Estima-se que a CEASA/MG - Unidade Grande BH abasteça cerca de trezentos municípios no Estado. No âmbito interestadual, esta Unidade faz negócios com os mercados de Goiás, Brasília, Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo, entre outros.

Caso persista a tendência observada nesses últimos seis anos, estima-se que o volume de legumes comercializado pela CEASA/MG - Unidade Grande BH atinja 85 mil toneladas/ano até o ano 2000, ou seja, 7 mil toneladas/mês. Esse incremento no volume comercializado considera apenas os legumes: beterraba-sem-folhas, batata-doce, cenoura, mandioca e inhame, todos do subgrupo das hortaliças bulbo, tubérculo, raiz e rizoma. Entretanto, ao se considerar o conjunto das hortaliças comercializadas na Unidade Grande BH, verifica-se um movimento mensal médio de 34,5 mil toneladas (1987-93) e um crescimento de 4,6% ao ano.⁶ Considerando-se esta taxa, estima-se que no ano 2000 serão comercializadas na CEASA/MG - Unidade Grande BH cerca de 54,5 mil toneladas mensais só de hortaliças.

Das três formas de comercialização observadas - o Mercado Livre Produtor (MLP), o leilão sobre caminhões e as lojas de atacado -, o MLP representa o espaço de comercialização direta pelo produtor. A especificidade de seu funcionamento é resultado de uma política deliberada da CEASA/MG - Unidade Grande BH no sentido de estimular a presença de produtores, sobretudo frente ao insucesso dos Mercados do Produtor nos locais onde foram implantados.

O MLP é o espaço de comercialização da maioria dos legumes e de algumas frutas, como a banana e o mamão. Os principais clientes são os lojistas de atacado da

⁵ Chamou-se de Índice de Preços Reais Médios do Atacado (IPRMA) e Índice de Preços Reais Médios do Varejo (IPRMV) o quociente entre o valor real do mês dividido pelo valor, também deflacionado, do mês imediatamente anterior, dos respectivos preços praticados no atacado e no varejo. O resultado, que consiste na média aritmética simples dos quocientes, permite avaliar se os preços dos produtos, no varejo e no atacado, constituíram fatores de pressão inflacionária, na medida em que o IPRMA e o IPRMV estiverem tanto mais superior a 100.

⁶ Taxa geométrica de crescimento

CEASA/MG - Unidade Grande BH e os diversos setores varejistas, como os sacolões, os supermercados, os restaurantes industriais etc. A importância do MLP no mercado de hortigranjeiros é tão acentuada que alterou o perfil do atacadista, levando-o à diferenciação de suas atividades, quer em redes de comércio varejista e serviços de entrega, quer em setores da produção frutícola. A concorrência com o MLP no comércio de legumes fez com que os atacadistas investissem no ramo de sacolões, instalando verdadeiras redes com várias lojas em Belo Horizonte e no interior. As lojas da CEASA/MG - Unidade Grande BH vêm-se transformando em verdadeiros depósitos de mercadorias, enquanto os sacolões do interior funcionam também como centrais de compra.

Todavia, o acesso ao MLP ainda é limitado. O pequeno produtor, isto é, aquele que produz pequenas quantidades⁷, necessita de comercializar seu produto através do comerciante de origem. Esse intermediário é comumente um caminhoneiro ou mesmo um produtor que reúne a produção local e a transporta até a CEASA/MG-Unidade Grande BH. Nesse caso, o produtor está subordinado a esse comerciante porque embora possa haver uma determinada concorrência, são poucas as chances de o produtor estabelecer uma nova transação a tempo de não comprometer toda a sua produção. Provavelmente, ele poderá fazer um novo contato comercial apenas na safra seguinte.

É necessário ressaltar que quem faz a comercialização, na maioria das vezes, é o parceiro. Esse é um fato indicativo do fraco poder de barganha do produtor.

Nas áreas de concentração da produção de folhosas observam-se núcleos oligopsonicos formados por comerciantes intermediários que combinam o preço a ser pago ao produtor. Embora a CEASA/MG-Unidade Grande BH não desempenhe função significativa nesse mercado porque, nesse caso, a comercialização se realiza diretamente entre o comerciante de origem e os varejistas,

⁷ Apesar da predominância de pequenas propriedades com baixo nível de capitalização, existem produtores que pertencem ao que se convencionou chamar de pequena produção mercantil moderna, com expressivo volume de produção concentrado em pequenas áreas. São produtores mais tecnificados que normalmente realizam a comercialização de seus produtos diretamente com os comerciantes do CEASA/MG-Unidade Grande BH.

verifica-se com maior intensidade a dependência da intermediação.

O afluxo de comerciantes, corretores e caminhoneiros sem credenciamento da CEASA/MG - Unidade Grande BH e, portanto, sem possibilidade de acesso ao MLP, acabou gerando uma segunda modalidade de comércio atacadista - "leilões sobre caminhões". Nesse caso, o produto entra, freqüentemente, como "mercadoria a vender". A batata é um dos principais produtos comercializados através de leilões, que ocorrem diariamente entre 5 e 7 horas da manhã.

O setor atacadista propriamente dito da CEASA/MG - Unidade Grande BH (os lojistas) atua especificamente em alguns grupos de produtos, como a batata, cebola e alho; citros; maçã e outras frutas finas; banana e mamão; abacaxi, melancia e legumes diversos.

As frutas se caracterizam por um comércio especializado, realizado diretamente entre produtores comerciantes intermediários e ou comerciantes atacadistas da CEASA/MG - Unidade Grande BH. Este comércio normalmente não passa pelo MLP.

Mas o MLP da CEASA/MG - Unidade Grande BH constitui o espaço referencial de comercialização do mercado atacadista de hortigranjeiros da RMBH. É naquele espaço que se defrontam os principais agentes (produtores, comerciantes de origem, atacadistas e varejistas, grandes consumidores), definindo-se o nível da oferta e os preços a serem praticados.

O comércio atacadista de hortigranjeiros caracteriza-se pela possibilidade de oscilação de preços em curtos espaços de tempo, evidenciando estratégias especulativas dos comerciantes na determinação de preços. As oscilações de preços no atacado refletem as próprias características da sazonalidade e perecibilidade dos produtos.

A especulação no comércio atacadista de hortigranjeiros, portanto, não se faz sobre estoques, mas sobre a própria perecibilidade e sazonalidade dos produtos, a vulnerabilidade dos produtores frente à urgência da comercialização e os diferentes níveis diferenciados de informação nos diversos segmentos do mercado. Quando o mercado sinaliza excesso de quantidade do produto, ocorrem imediatas modificações no compor-

tamento dos comerciantes, seguindo-se uma desvalorização dos preços. Nessa circunstância, os produtores terão de liquidar seus estoques ou perderão toda a sua produção.

Todavia, os resultados da pesquisa da formação de preços indicam que o setor de distribuição tem praticado markups muito elevados, o que leva a crer que os maiores problemas da comercialização encontram-se nesse setor.

Nesse sentido, verifica-se que a oferta de hortigranjeiros nos municípios que compõem a RMBH é marcada por deficiências significativas relacionadas à comercialização e distribuição de produtos.

No que diz respeito à organização institucional, somente o município de Belo Horizonte possui um órgão atuando na área de abastecimento. A Secretaria Municipal de Abastecimento (SMAB), criada em julho de 1993, exerce ações normalizadoras e regulamentadoras, destacando-se na execução de programas alternativos de abastecimento (Programa de Alimentação a Baixo Custo, Comboio do Trabalhador, Feira de Produtores etc.).

Os demais municípios da RMBH caracterizam-se, de forma geral, pela ausência de instituições na área do abastecimento, com exceção de Contagem, Betim e Ibité. Em Contagem, as funções reguladoras do abastecimento são coordenadas pela Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento; em Ibité, pelo Departamento de Produção Rural e Abastecimento, vinculado à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico; e, em Betim, pela Seção de Abastecimento da Secretaria da Indústria e Comércio.

Dentre os principais problemas relativos ao abastecimento de hortigranjeiros apontados pelas prefeituras dos municípios da RMBH, chama-se atenção para a inexistência de espaços alternativos ou ações das prefeituras voltadas para o abastecimento local, fazendo com que a CEASA/MG - Unidade Grande BH se constitua no único mercado para os produtores. Esta situação acaba gerando poucas alternativas de renda para os produtores de hortigranjeiros, além de uma carência de produtos, variedades e qualidade em alguns

municípios da RMBH, prejudicando principalmente a população mais carente.

A Secretaria de Estado da Fazenda registrou, em fevereiro de 1993, 952 estabelecimentos comerciais varejistas de hortigranjeiros na RMBH. De acordo com os dados, estes estabelecimentos estão concentrados em Belo Horizonte (73%) e Contagem (10,5%). Alguns municípios destacam-se pela extrema carência de equipamentos varejistas, que, somada à inexistência de soluções alternativas de abastecimento (Programas de Alimentação a Baixo Custo, feiras do produtor, feiras livres, etc.), agrava ainda mais o quadro de deficiência alimentar.

De acordo com estimativa da CEASA/MG-Unidade Grande BH, a distribuição de hortigranjeiros na RMBH é realizada basicamente através dos sacolões e supermercados, que controlam 85% desse comércio. Os 15% restantes correspondem ao comércio realizado pelos mercados distritais e tradicionais, feiras livres, quitandas e pequenas mercearias.

Os sacolões são, hoje, a principal alternativa da distribuição final de hortigranjeiros na RMBH. As feiras livres, tal como os mercados, perderam e continuam a perder espaço para os sacolões e supermercados. Com margens relativas superiores em 16 pontos percentuais às dos demais concorrentes, os comerciantes das bancas de mercado, seja o dos mercados tradicionais ou distritais, estão em nítida desvantagem comparativa. Essa situação provavelmente está associada às deseconomias de escala decorrentes do menor volume que comercializam. As margens relativas e markups estão explicitados nos quadros 3.1 e 3.2.

Entretanto, os comerciantes de bancas dos mercados alegam que vendem produtos de qualidade superior. De fato, existe diferença visível com relação à qualidade de alguns produtos. Mas essa afirmação não pode ser generalizada porque os sacolões e supermercados que atendem à classe média nos bairros onde a população tem melhor poder aquisitivo estão aprimorando cada vez mais a qualidade de seus produtos, buscando atender às expectativas do público que os frequenta.

QUADRO 3.1
MARGENS RELATIVAS DE COMERCIALIZAÇÃO DO VAREJO NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE (RMBH)
1990-92
(%)

PRODUTO	EQUIPAMENTO						
	Supermercado	Sacolão	Varejo CEASA-MG	FECOB	Mercado Central	Mercados Distritais	Margem Média
HORTALIÇAS							
Flor, folha e haste							
Alface	22,00	27,00	28,00	40,90	53,90	54,50	33,10
Cebolinha	75,50	82,50	80,30	78,20	86,60	85,40	80,00
Couve	29,00	34,70	42,30	56,00	57,30	59,10	40,40
Couve-flor	51,30	39,60	24,50	41,10	57,30	58,20	48,70
Repolho	57,40	67,00	36,90	63,90	74,00	71,90	66,00
Bulbo, tubérculo, raiz e rizoma							
Alho-brasilero	67,00	50,20	17,90	27,40	55,50	61,90	58,30
Batata-doce	34,30	33,10	4,80	36,00	47,40	43,50	33,70
Batata-lisa	41,10	41,20	18,30	31,80	45,00	49,60	43,50
Beterraba-sem-folha	46,50	25,50	30,00	34,80	59,80	56,20	41,70
Cebola-amarela	28,40	33,20	21,40	33,40	45,50	45,80	33,60
Cenoura	55,30	45,50	39,00	55,20	67,40	68,00	54,80
Inhame	50,90	31,50	36,10	50,70	62,40	58,50	46,10
Mandioca	61,80	65,20	56,80	67,40	72,20	72,00	67,70
Fruto							
Abóbora-italiana	52,70	41,80	33,00	54,50	65,00	64,20	51,20
Chuchu	55,50	53,50	40,20	59,60	67,80	67,00	58,00
Jiló-comprido	56,10	32,40	47,00	52,40	64,40	65,90	50,70
Moranga-híbrida	44,30	47,10	35,70	52,40	63,20	61,10	50,00
Pepino	56,00	53,50	35,90	64,90	70,70	68,20	58,80
Pimentão	47,50	9,60	40,80	41,50	76,20	77,30	49,00
Quiabo	54,80	32,70	45,10	50,20	63,00	59,20	48,10
Tomate-santa cruz	54,90	47,30	29,40	46,40	64,80	63,40	53,70
Vagem-macarrão	51,80	17,10	40,30	38,70	57,10	61,00	42,00
FRUTAS NACIONAIS							
Abacaxi	29,30	30,30	-15,70	8,60	36,70	43,50	30,50
Banana-númica	35,90	42,60	16,40	36,20	49,10	52,30	41,80
Banana-prata	39,70	46,00	23,40	42,20	53,70	57,70	46,30
Laranja-pêra	26,30	49,70	2,00	25,60	45,10	47,90	42,90
Limão-tahiti	30,10	43,00	40,00	26,10	55,60	58,70	44,30
Maçã	21,80	28,90	-10,40	-1,40	41,60	47,30	28,70
Mamão-formosa	34,70	47,90	27,90	40,40	59,20	61,70	46,50
Melancia	27,10	48,40	-2,60	27,20	49,20	53,20	42,00
MARGEM MÉDIA	41,63	38,06	26,40	38,89	53,78	54,55	43,97

Fontes : Dados básicos: Centrais de Abastecimento de Minas Gerais S.A. (CEASA-MG).
Elaboração : Fundação João Pinheiro (FJP). Centros de Estudos Econômicos (CEE).
Notas: Quadro elaborado com as médias mensais das margens relativas de comercialização.
Feira Coberta do Padre Eustáquio (FECOB)

QUADRO 3.2
 MARKUP RELATIVO DE COMERCIALIZAÇÃO NO VAREJO NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE (RMBH)
 1990-92
 (%)

PRODUTO	EQUIPAMENTO						
	Supermercado	Sacolão	Varejo CEASA-MG	FECOB	Mercado Central	Mercados Distritais	Margem Média
HORTALIÇAS							
Flor, folha e haste							
Alface	33,6	40,8	42,5	77,8	122,9	124,5	51,9
Cebolinha	422,2	555,1	509,0	467,0	781,3	762,3	506,7
Couve	49,3	64,8	83,9	166,4	148,5	158,5	77,4
Couve-flor	120,2	76,1	40,1	104,3	139,6	145,8	102,5
Repolho	155,9	266,5	69,6	236,0	322,6	302,7	229,2
Bulbo, tubérculo raiz e rizoma							
Alho-brasilero	245,8	111,6	28,9	88,1	132,5	174,6	153,5
Batata-doce	71,7	62,1	16,6	73,6	123,7	102,7	67,4
Batata-lisa	73,1	79,0	24,3	54,2	85,9	103,5	82,5
Beterraba-sem-folha	99,2	65,8	46,2	86,4	165,6	155,2	86,7
Cebola-amarela	44,1	58,9	29,8	64,0	89,0	91,2	55,4
Cenoura	131,0	109,0	70,2	146,1	215,2	225,1	133,9
Inhame	109,4	57,1	59,6	125,5	169,6	148,6	91,7
Mandioca	169,0	204,7	138,1	233,7	270,8	265,5	202,4
Fruto							
Abóbora-italiana	120,9	88,3	59,6	154,4	199,1	191,5	116,5
Chuchu	132,9	195,3	85,6	204,9	248,8	246,2	187,1
Jiló-comprido	137,2	61,8	98,8	141,2	201,8	213,1	112,3
Moranga-híbrida	85,4	116,9	67,2	150,9	196,1	186,0	117,9
Pepino	141,1	150,1	66,8	233,0	276,2	245,2	164,0
Pimentão	101,3	17,0	81,5	158,8	367,8	382,2	105,3
Quiabo	131,3	59,8	88,8	124,1	154,6	186,9	101,8
Tomate-santa cruz	125,2	104,4	49,7	97,4	191,7	180,6	122,3
Vagem-macarrão	112,7	26,0	75,3	79,0	138,9	163,2	76,8
FRUTAS NACIONAIS							
Abacaxi	44,6	45,1	-11,8	19,1	58,7	77,8	45,4
Banana-nanica	59,5	82,4	21,2	62,2	98,4	112,2	75,1
Banana-prata	73,2	87,7	33,0	74,7	120,5	141,5	87,7
Laranja-pêra	38,3	108,2	6,2	39,6	83,6	93,0	78,4
Limão-tahiti	82,6	106,3	74,0	61,3	153,1	155,1	91,2
Maçã	60,2	42,3	-7,2	8,2	72,3	91,8	42,0
Mamão-formosa	63,3	104,6	42,7	88,5	154,1	170,0	92,8
Melancia	42,8	101,8	-1,7	46,1	102,0	118,8	76,8

Fontes: Dados básicos: Centrais de Abastecimento de Minas Gerais S.A. (CEASA-MG)
 Elaboração: Fundação João Pinheiro (FJP), Centros de Estudos Econômicos (CEE)
 Nota: Quadro elaborado com as médias mensais dos markups relativos de comercialização
 Feira Coberta do Padre Eustáquio (FECOB)

Com relação às feiras, foi constatado que a Feira Coberta do Padre Eustáquio (FECOB) não apresenta preços mais vantajosos que os sacolões.

Por outro lado, foi observado que existem grandes diferenças de preços entre os sacolões e supermercados, apesar de as margens relativas médias de comercialização entre os dois tipos de estabelecimentos serem praticamente iguais.

Os sacolões praticaram menores margens relativas que os supermercados para um conjunto de 12 hortaliças, a saber: abobrinha italiana, jiló-comprido, inhame, batata-doce, beterraba, cenoura, vagem, pimentão, quiabo, tomate, alho e couve-flor. O quiabo, a vagem, o jiló, a beterraba e o inhame tiveram nos sacolões margens relativas de comercialização mais baixas do que no Varejão da CEASA/MG - Unidade Grande BH, onde o produto é adquirido do comerciante de origem ou do produtor. Todos esses produtos, com exceção da cenoura, em vários meses, apresentaram preços mais baixos nos sacolões em quase todo o período analisado. Isso demonstra que não há indicação de que as margens relativas mais baixas praticadas pelos sacolões se devam à época de safra do produto.

Os supermercados, por sua vez, praticaram menores margens relativas para o repolho, a alface, a couve, a cebolinha e quase todas as frutas.

Na verdade, as folhosas mais perecíveis funcionam apenas como um complemento nos sacolões, porque a quantidade comercializada nesses estabelecimentos é reduzida.

As menores margens relativas praticadas pelos supermercados em relação às frutas advêm do prazo de pagamento obtido na negociação com os atacadistas desses produtos. Essa vantagem dos supermercados na aquisição das frutas é circunstancial porque está relacionada à atual conjuntura inflacionária. O desaparecimento da vantagem dos supermercados na aquisição das frutas pode condicioná-los a funcionarem com margens relativas de comercialização mais próximas dos sacolões.

No período 1990-92, o pepino, o chuchu, a moranga-híbrida, a mandioca, a batata-lisa, a cebola-amarela e o abacaxi foram

vendidos com pequena diferença de margens relativas entre os sacolões e supermercados.

As informações da pesquisa de campo associadas à análise do comportamento das margens relativas de comercialização levam a concluir que os supermercados, ao substituírem a venda de produtos mais caros por outros mais baratos, para solucionar o problema da perda do poder aquisitivo do consumidor, estão fortalecendo as suas seções de hortigranjeiros, que passam a assumir maior importância nas vendas totais desses estabelecimentos.

A comercialização de hortigranjeiros no varejo da RMBH tende, pois, a ser conduzida pelo sistema de preço único para alguns produtos e a ser liderada pelos sacolões, que permanecem ditando os preços no mercado varejista de hortigranjeiros.

Com relação aos markups, que nesse caso mensuram apenas a margem bruta do varejo, observa-se que os produtos provenientes das regiões mais próximas de Belo Horizonte, especificamente as hortaliças-fruto e alguns tubérculos, apresentam markups superiores a 100%, o que não ocorre freqüentemente com as frutas e tubérculos, como a batata-lisa e a cebola-amarela, provenientes de outras regiões e que são intermediadas no mercado atacadista ou são vendidas através de corretagem, como a batata-lisa. Os markups acima de 100% sugerem que o varejista está incorporando ganhos com a dissolução do mercado atacadista de legumes na CEASA/MG - Unidade Grande BH. Essa incorporação é também praticada pelos sacolões, embora nesse caso não seja extensiva a todo o grupo das hortaliças-fruto e tubérculos.

Há ainda alguns aspectos no funcionamento do sistema de comercialização de hortigranjeiros na RMBH que precisam de ser destacados. Em primeiro lugar, não existe controle de qualidade, e o mercado da RMBH prefere o preço mais barato em detrimento do produto de melhor padrão. Desse modo, os comerciantes varejistas e atacadistas não se preocupam em reclassificar o produto que costuma vir misturado dentro das caixas. O produtor deixa visível a parte superior da caixa, chamada de "boca de caixa", e esse é o único controle de qualidade praticado pelo comprador. Às vezes, o comprador pede para

abrir a caixa para vistoriar a mercadoria quando não conhece o produtor. Em geral, essa transação é realizada na base da confiança. Como o consumidor não conhece a padronização, o comerciante atacadista ou varejista pode vender o produto misturado a preço de produto classificado.

Além disso, em todas as pilhas de caixas no MLP, observam-se caixas com dimensões fora do padrão estabelecido pelo Ministério da Agricultura, Abastecimento e Reforma Agrária (MAARA).⁸ Essa diferença significa dois quilos e meio a menos de mercadoria. Naturalmente que esse prejuízo é transferido ao consumidor.

Isso ocorre porque o produtor adquire as caixas de madeira no comércio de caixas usadas que funciona nas imediações da CEASA/MG-Unidade BH. Para o produtor o custo da caixa é bastante alto, podendo representar entre 1 a 40% do produto nela contido. O produtor é obrigado a reformar as caixas que, dessa forma, perdem as suas dimensões originais reduzindo o volume do produto nela contido.

Já os grandes consumidores, exigem um padrão de qualidade mínimo; nesse caso, o usual é pagar-se um adicional sobre o preço. Não há outra forma de se obter um produto de qualidade. Desse modo, o boletim de preços da CEASA/MG - Unidade Grande BH funciona apenas como uma referência, já que os preços vigentes no mercado são estabelecidos no momento da transação.

Através do estudo do comportamento das variáveis condicionantes do processo de comercialização (preços e quantidades comercializadas) pode-se perceber com maior clareza quais são os fatores determinantes, bem como a influência dos agentes de comercialização na determinação do nível de preços.

Em primeiro lugar, a análise das equações de regressão⁹, utilizadas para verificar o comportamento dos preços em um período, demonstrou que os preços reais rece-

⁸ Portaria nº 306 de 27 de dezembro de 1990

⁹ A tendência dos preços reais é dada pela equação linear simples $y = a + bt$, onde y = preços reais (varejo e atacado) e t = tempo, em meses.

bidos pelos agricultores da CEASA/MG - Unidade Grande BH e aqueles pagos pelos consumidores encontram-se em processo de queda para praticamente todos os produtos. O estudo dos Índices de Preço Real também evidenciou que na maioria dos meses do ano os preços dos hortigranjeiros no atacado e varejo são reajustados em valores inferiores àqueles utilizados para medir a inflação (por exemplo, o IGP - DI, da Fundação Getúlio Vargas). Isso significa que, no geral, os preços pagos pelos consumidores no mercado varejista de Belo Horizonte e os recebidos pelos produtores, na CEASA/MG - Unidade Grande BH são reajustados com índices inferiores aos da inflação, de onde se conclui que no período analisado (1987-92) os produtos hortigranjeiros não constituíram foco de pressão inflacionária.

Em segundo lugar, entre os trinta produtos pesquisados, 18 apresentaram margens totais de comercialização com tendência decrescente. Todas as hortaliças-fruto e tubérculos, com exceção do inhame, algumas frutas e o repolho-híbrido (único entre as folhosas), apresentaram queda mais acentuada de preços no varejo, beneficiando os consumidores. Então, em se tratando desses produtos, as maiores perdas em termos de preços reais ocorreram no segmento do comércio varejista.

Por outro lado, a maior parte das folhosas, algumas hortaliças-fruto, como o chuchu, jiló e quiabo, bem como algumas frutas e o inhame, num total de 11 produtos, apresentaram margens totais de comercialização com tendência crescente, isso porque os preços recebidos pelos horticultores na CEASA/MG - Unidade Grande BH caem mais que proporcionalmente aos pagos pelos consumidores. Nesse caso, parte da renda do setor produtivo está sendo apropriada pelos agentes de comercialização.

Esta situação é mais grave quando ocorre com produtos típicos do pequeno produtor, caracterizado nessa pesquisa como aquele horticultor que produz pequenas quantidades e depende de intermediários para realizar a comercialização. Esse pequeno produtor está sendo duplamente penalizado, porque além das perdas decorrentes da queda do preço real do seu produto ele tem que arcar com o custo da intermediação, cujas condições quase sempre lhe são desfavoráveis.

A participação média do produtor na formação do preço final do produto é inferior à margem apropriada pelo varejista para quase 50% dos produtos pesquisados. Este dado revela que o produtor, que assume todos os riscos e custos do plantio e ainda arca com todas as despesas até a central de comercialização, recebe uma parcela menor do que aquela recebida pelos comerciantes. Ou, em outras palavras, o comerciante varejista pratica, nesses casos, markups superiores a 100%, principalmente quando se trata dos produtos comercializados pelo produtor diretamente no MLP.

Nesse contexto, todos os produtores transferem renda para o segmento varejista nas épocas de safra. Nesse período o preço recebido pelo produtor cai devido ao excesso de oferta do produto, enquanto o preço pago pelos consumidores não se altera ou cai em menores proporções.

Existe, portanto, um padrão de comportamento estacional para os preços recebidos pelos horticultores. Apesar disso, a oferta de hortigranjeiros não apresenta um padrão estacional com variações bruscas, a ponto de justificar as variações nos preços. Isso fica demonstrado pelas baixas amplitudes dos índices de variação estacional das quantidades, constatando, assim, que as quantidades comercializadas são praticamente estáveis ao longo do ano. Desse modo, verifica-se grande diferença entre as amplitudes dos índices de preços e quantidades, para a maioria dos produtos pesquisados.

A maior regularidade da oferta, se comparada ao comportamento dos preços, é atribuída aos avanços tecnológicos da pesquisa agropecuária, particularmente às técnicas de irrigação, de melhoramento genético das plantas e àquelas que permitem a produção em ambientes controlados artificialmente. Mas o que chama a atenção é o fato de os índices dos preços demonstrarem grande instabilidade durante todo o ano. Este fato faz supor que pode estar havendo uma forte influência do lado da demanda associada a um forte fator especulativo na formação dos preços.

Pelo lado da demanda, os diferentes períodos do ano, bem como as variações da renda do consumidor durante o mês, influenciam a sua elevação ou retração.

Mas o que se observa na CEASA/MG - Unidade Grande BH, no MLP e nas lojas atacadistas é que um mesmo produto apresenta cotações diferentes durante o período de um dia. Essas oscilações ocorrem, também, em função do mercado atacadista, onde os comerciantes, com uma boa infra-estrutura de comunicação, têm condições de estabelecer negócios em outras praças. O comércio atacadista entre as unidades CEASA tem um papel importante na regularização da oferta, possibilitando a transferência do produto entre as centrais de abastecimento quando ocorre excesso ou escassez do produto. Entretanto, o atacadista pode, ocasionalmente, intervir na formação dos preços de uma forma prejudicial ao produtor regional reduzindo ou aumentando a oferta no mercado, de modo a provocar uma diminuição do preço recebido pelo produtor, ou mesmo causando um aumento de preço, não absorvido pelo mercado. Os varejistas, por sua vez, acompanham a sinalização do mercado; por isso, o placar de entrada de produtos na CEASA/MG - Unidade Grande BH, funciona como um balizador de mercado.

Em suma, o que se depreende da análise anterior é que a comercialização de hortigranjeiros na RMBH, centralizada na CEASA/MG-Unidade Grande BH, proporciona as vantagens da reunião da produção, isto é, ganhos de escala na comercialização. Além disso, o Mercado Livre do Produtor (MLP) constitui um espaço onde os preços são determinados através da livre concorrência entre os vendedores.

A desarticulação do setor atacadista de legumes dentro da CEASA/MG-Unidade Grande BH é uma evidência de que os preços são determinados no MLP.

Resta saber se os benefícios da livre concorrência praticada no MLP são transferidos para o consumidor. Tendo-se em vista que não existe uma política de preços no varejo e que as margens de lucro apontadas nesse setor são muito altas, conclui-se que parte desses ganhos deva estar sendo transferida para o setor varejista.

Por outro lado, constatou-se através da pesquisa de campo que a abertura do espaço de comercialização para o produtor não foi suficiente para garantir sua presença no MLP. A grande parte dos produtores não tem condições de acesso ao mercado e necessita da

intermediação. A inexistência de associações ou cooperativas de produtores que atuem na comercialização, somadas à carência de equipamentos ou programas alternativos de abastecimento deixa o produtor isolado, na dependência do intermediário.

Outro ponto detectado através da análise de comportamento dos preços e quantidades é a instabilidade dos preços dos hortigranjeiros frente a uma certa regularidade na oferta desses produtos. Isso pode ser explicado, em parte, devido à influência do lado da demanda, mas supõe-se que existe um forte fator especulativo na formação dos preços.

Ora, a quantidade de produto que entra na CEASA/MG-Unidade Grande BH é um sinalizador de mercado. Como trata-se de produtos altamente perecíveis, um excesso de quantidade vai fazer despencar os preços no decorrer do dia. Desse modo, atacadistas e varejistas orientam o horário de suas compras de acordo com o registro de entrada dos produtos na CEASA/MG-Unidade Grande BH. O produto sofre, então, várias oscilações de preços durante todo o período de compra, dependendo das expectativas do mercado.

Percebe-se, também, que os atacadistas têm um maior poder de atuação porque podem comprar ou vender os produtos em outras praças ou, ainda, estabelecer transações entre si. É claro que, dependendo do volume das transações, os atacadistas podem, ocasionalmente, interferir na formação dos preços de mercado.

A CEASA/MG-Unidade Grande BH não controla essa situação. Técnicos da EMATER/MG apontam esse problema como causador do comprometimento da safra de produtos regionais. Eles também afirmam que

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 AGUNE, A.C. **Comercialização dos produtos hortícolas na região metropolitana da Grande São Paulo, 1971-79.** São Paulo, 1982. 140p (Mestrado)-Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas.
- 2 CENSO DEMOGRÁFICO - 1991: Resultados Preliminares. Rio de Janeiro: IBGE, 1992

a falta de controle dessa situação pode comprometer o êxito do programa de Produção Programada, realização da CEASA/MG-Unidade Grande BH em conjunto com a EMATER/MG.

A solução indicada pelos técnicos da EMATER/MG seria um mapeamento da produção com a finalidade da priorização de recebimento pela CEASA/MG-Unidade Grande BH das safras regionais.

Existem, todavia, outros problemas de ordem geral que poderiam ser facilmente resolvidos pelo poder público. Um deles é a questão da embalagem. Os hortigranjeiros, sendo produtos altamente perecíveis, necessitam de embalagens ajustadas ao seu tamanho para não se machucarem no transporte e com ventilação adequada.

As embalagens utilizadas atualmente são caras para o produtor e inadequadas para o comércio. O sistema de vendas de embalagens usadas para reforma é prejudicial ao produtor e ao consumidor. O produtor paga caro, tem de reformar as embalagens que ficam inadequadas e o prejuízo da diferença que ocorre no peso dos produtos é transferido ao consumidor, isso sem mencionar o fato de que embalagens apropriadas irão permitir uma melhor classificação e seleção do produto.

Sob esse aspecto, sabe-se que não se pratica controle de qualidade no mercado. Desse modo, os comerciantes não se preocupam em reclassificar o produto que vem misturado nas caixas. Esse problema poderia ser facilmente resolvido com a divulgação da padronização ao consumidor ou através da implantação do selo de qualidade.

- 3 FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Centro de Estudos Econômicos. Região de planejamento.** Belo Horizonte, 1992.
- 4 HOFFMANN, Rodolfo. **Estatística para economistas.** São Paulo: Pioneira, 1980. p. 340-349.
- 5 HOFFMANN, Rodolfo et al. **Administração da empresa agrícola.** São Paulo: Pioneira, 1984

- 6 IBGE (RJ). **Consumo alimentar: antropometria**. Rio de Janeiro, 1977/1978. (Estudo Nacional da Despesa Familiar, v.1. Dados Preliminares, t. 1).
- 7 IPEA (DF). **Programa de estudos em política agrícola, comercialização e abastecimento**. Brasília, [198-].
- 8 MAIMON, Dalia. **Avaliação das CEASAS enquanto política de Abastecimento**. Conjuntura Alimentos, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 13 - 24, jun. 1993.
- 9 MAIMON, D., GATTI, G. **Avaliação das CEASAS**. Rio de Janeiro: IPEA, Washington: Banco Mundial, 1993.
- 10 MALUF, Renato Sérgio. **Algumas questões teórico-metodológicas no estudo da comercialização agrícola**. Campinas/UNICAMP, 1982
- 11 PELLANO, A.M.T.M. (Coord.) **O mapa da fome: subsídios e formulação de uma política de segurança alimentar**. Brasília: IPEA, 1993. (Doc. de Política, 14).
- 12 PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES 1987/88: **Consumo Alimentar Domiciliar "Per Capita" - Regiões Metropolitanas, Brasília - DF, Goiânia**. Rio de Janeiro: IBGE, n.2, 1987/88.
- 13 **PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS - 1986: Brasil e Grandes Regiões**. Rio de Janeiro: IBGE, v. 10, t. 1, 1988.
- 14 RAMALHO SOBRINHO, Ruben, CORREIA, Luiz Gomes. **Manual de comercialização de frutas e hortaliças**. Belo Horizonte: EMATER - MG, 1991. 94p.
- 15 REIS, Antônio João dos, MORAIS, Vander Azevedo, SETTE, Ricardo de Souza. **Comercialização agrícola e marketing rural**. Lavras: ESAL/FAEPE, 1991. 131p.
- 16 REZENDE, João Batista (Coord.). **Produção Programada de Hortaliças e Frutas no Âmbito do Projeto Novas Fronteiras/CEASA-GO**. Brasília: Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária, 1992. 109 P.
- 17 SALLES, Julieta Teresa Aier de Oliveira. **Comercialização de hortigranjeiros na CEASA - Campinas. 1981-1990**. Campinas, 1991. Tese (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas UNICAMP.
- 18 SÃO PAULO. Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Coordenadoria de Abastecimento. **Perfil dos hortigranjeiros comercializados no entreposto terminal de São Paulo**. São Paulo, 1990
- 19 WEISS, J., RAMPONI, R. M. **Uma avaliação do sistema de comercialização de hortigranjeiros**. *Revista de Economia Rural*, Brasília, v. 19, n. 1, 69-86, jan/mar. 1981.