

Perfil do mercado varejista e consumidor de frutas nativas do Cerrado no município de Iporá-GO

Profile of the retail and consumer market of native fruits of Cerrado in the municipality of Iporá-GO

*Silvia Sanielle Costa de Oliveira*¹; *Clarice Benaia de Melo Ferreira*²; *Sihélio Júlio Silva Cruz*¹

¹ Instituto Federal Goiano, campus Iporá GO.

E-mail: silvia.oliveira@ifgoiano.edu.br

² Aluno do curso Tecnólogo em Agronegócio do Instituto Federal Goiano, campus Iporá GO.

Resumo: As frutas do Cerrado vêm se destacando no setor e, por isso, aumentado o número de apreciadores. Objetivou-se, com este trabalho, caracterizar o perfil do mercado varejista e consumidor de frutas frescas nativas do cerrado no município de Iporá – GO. Foram realizadas entrevistas no município de Iporá, no mês de Fevereiro de 2016. O universo adotado para a realização deste estudo foi composto por diversos estabelecimentos comercializadores de frutas nativas do Cerrado localizados na cidade. O instrumento utilizado para caracterizar os varejistas foi formulário e os dados foram analisados, realizando o agrupamento, expressos em porcentagem, traçando o perfil dos varejistas e consumidores de frutas nativas do Cerrado. O mercado varejista deve realizar maiores investimentos quanto à estrutura dos locais de venda e agir energeticamente frente a uma possível cadeia produtiva de frutas do Cerrado. O pequi é o fruto mais comercializado em feiras livres, supermercados e quitandas no município de Iporá-GO. Sua aquisição é feita por meio de extrativismo e é comercializado *in natura* em feiras livres e processado em supermercados e quitandas.

Palavras-chave: Frutíferas. Estratégia. In natura. Processamento.

Abstract: The fruits of Cerrado have been outstanding in the sector and, therefore, the number of connoisseurs has increased. The objective of this work was to characterize the profile of the retail and consumer market of fresh fruits native to Cerrado in the municipality of Iporá - GO. Interviews were conducted in the municipality of Iporá, in February 2016. The universe adopted for this study was composed of several establishments selling native fruit from Cerrado located in the city. The instrument used to characterize the retailers was a form and the data were analyzed, performing the grouping, expressed in percentage, tracing the profile of the retailers and consumers of native fruits of Cerrado. The retail market should make greater investments in the structure of sales outlets and act energetically to increase the productive chain of fruits of Cerrado. The pequi is the most traded fruit in free fairs, supermarkets and greengrocers in the municipality of Iporá-GO. Its acquisition is made by means of extractivism and it is commercialized in natura in free fairs and processed in supermarkets and greengrocers.

Keywords: Fruit. Strategy. In natura. Processing.

Introdução

O Cerrado é o segundo maior bioma do país. Ocupa, principalmente, a região mais central do Brasil e possui, aproximadamente, 203 milhões de hectares (25% do território). (CENSO, 2010). Do ponto de vista da diversidade biológica, o Cerrado brasileiro é reconhecido como a savana mais rica do mundo (Ministério do Meio Ambiente, 2014). Além dos aspectos ambientais, o Cerrado tem grande importância social, pois muitas populações sobrevivem de seus recursos naturais, incluindo etnias indígenas, quilombolas, ribeirinhos, vazanteiros e comunidades quilombolas que, juntas, fazem parte do patrimônio histórico e cultural brasileiro e detêm um conhecimento tradicional de sua biodiversidade. (Ministério do Meio Ambiente, 2014).

O consumo das riquezas frutíferas nativas do cerrado foi de suma importância para a sobrevivência dos primeiros desbravadores e colonizadores da região. Com desenvolvimento de técnicas de beneficiamento dessas frutas, o homem elaborou verdadeiros tesouros culinários regionais, possibilitando, assim, que o país inteiro utilize as riquezas disponíveis nessa região. Nenhuma das espécies frutíferas nativas do cerrado vem sendo cultivada em escala comercial, e a comercialização é baseada no extrativismo.

Frutas frescas são excelentes alternativas para o fornecimento de vitaminas, sais minerais e carboidratos na alimentação humana. (TOFANELLI *et al.*, 2008). Porém, nem sempre o consumo é suficientemente adequado às necessidades diárias, seja pela má educação alimentar, seja por dificuldades no sistema de comercialização dos produtos frutícolas.

De acordo com Mowen e Minor (2003), compreender os consumidores e o processo de consumo proporciona inúmeros benefícios, como auxiliar gerentes nas tomadas de decisão; fornecimento de uma base de conhecimento, a partir da qual os pesquisadores de marketing podem analisar os consumidores; apoio aos legisladores e controladores na criação de leis e regulamentos referentes à compra e venda de mercadorias e serviços; e auxílio ao consumidor médio na tomada de decisões de compra.

Atualmente, o consumidor é bem diferente do consumidor do passado, pois tem acesso a grande diversidade de informações sobre os produtos comercializados, exigindo um atendimento melhor e diferenciado. (GONÇALVES, 2001). Estudar periodicamente os preços de compra e venda é uma das ações que possibilitaria ao varejista, por exemplo, manipular os preços para aumentar as vendas e incentivar o seu maior consumo mediante preços promocionais embasados no conhecimento obtido, sem, contudo, provocar risco de diminuição no lucro de venda. (TOFANELLI *et al.*, 2008).

A compreensão dos fatores que influenciam o comportamento do consumidor permite uma visão aprofundada da dinâmica da compra, além de possibilitar interferências com o uso de estímulos mercadológicos, visando criar valor para o cliente e gerar bons resultados no comportamento de compra, produzindo a satisfação com o produto e o consequente envolvimento do consumidor com a compra. (PINHEIRO *et al.*, 2004). Apenas com uma pesquisa de mercado é possível obter

informações sobre a preferência do consumidor, relação oferta x procura, critérios para escolher o produto entre outros fatores.

Não há relatos sobre o mercado local de frutas de espécies nativas do cerrado, nem os varejistas e fruticultores locais têm conhecimento do que é consumido de frutas no município de Iporá, fato que dificulta as ações de fortalecimento do setor produtivo e comercial dessas espécies. Assim, faz-se necessário um estudo de mercado da cadeia frutícola das espécies nativas do Cerrado, que constitui uma ferramenta de estratégia tanto para a produção, quanto para a comercialização. Objetivou-se, com este trabalho, caracterizar o perfil do mercado varejista e consumidor de frutas frescas nativas do Cerrado no município de Iporá-GO, com a finalidade de fornecer informações sobre o seu complexo de comercialização para auxiliar no suporte às futuras ações de estruturação do setor comercial da região.

Material e métodos

Este estudo foi realizado na cidade de Iporá, situada na região centro oeste de Goiás, a cerca de 230 km da capital goiana. As entrevistas foram realizadas no mês de Fevereiro de 2016. O universo adotado para a realização deste estudo foi composto por diversos estabelecimentos (feiras livres, supermercados e varejões) localizados na cidade.

O instrumento utilizado para caracterizar os comerciantes e consumidores foi um formulário, contendo várias questões. As entrevistas foram realizadas por meio de visitação *in loco* aos estabelecimentos do município e em diferentes horários (pela manhã, à tarde e no período noturno), visando entrevistar uma gama diversificada de consumidores. Para a seleção dos pontos de venda a serem pesquisados, foi realizada uma avaliação prévia daqueles mais importantes na comercialização de frutas nativas do Cerrado na cidade.

Para a caracterização dos estabelecimentos que comercializam frutas do cerrado, a amostra foi constituída por 15 estabelecimentos, sendo 11 comerciantes em feiras livres (nas quartas e domingos); dois supermercados e dois varejões. Para estabelecer o perfil dos consumidores do município, foram entrevistados 100 indivíduos, sendo estes selecionados por meio de uma amostragem não probabilística e escolhidos de forma arbitrária, com base na conveniência, dado que os entrevistados foram selecionados por estarem nos locais no momento da aplicação dos formulários.

O formulário para caracterizar os comerciantes possuía os seguintes tópicos: fornecedor das frutas, critérios ao estabelecer preço de venda dos frutos, tipos de perdas, causa das perdas, embalagem em que o fruto é entregue, forma de exposição do fruto, frutas comercializadas no local, forma de aquisição dos frutos do Cerrado e como estes são comercializados.

Para estabelecer um perfil dos consumidores, o formulário possuía as seguintes questões: sexo, idade, renda familiar, frequência e motivo do consumo, critérios utilizados para escolher a fruta, preferência do consumo, locais onde são encontradas com mais frequência as frutas do cerrado e as frutas mais consumidas.

Os dados foram analisados, realizando o agrupamento, considerando as variáveis anteriores, possibilitando, assim, aproximar indivíduos ou variáveis

numéricas em conjuntos de dados, expressos em porcentagem, traçando o perfil dos varejistas e consumidores de frutas nativas do cerrado.

Resultados e discussão

As frutas nativas do Cerrado comercializadas nos estabelecimentos de Iporá são adquiridas pelos proprietários de supermercados e varejões diretamente dos produtores da região (Tabela 1). No entanto, os comerciantes dessas frutas em feiras livres fazem a aquisição de 45% das frutas nativas do Cerrado diretamente dos produtores da região e 55% dos comerciantes produzem e revendem as frutas nas feiras livres da cidade (Tabela 1).

De acordo com relato de alguns comerciantes em feiras livres, os produtores são proprietários de fazendas da região que comercializam a produção dos pequizeiros, por exemplo, geralmente, estes exemplares de pequizeiros estão dispersos na área da fazenda em meio às pastagens, bem como em área de reserva legal, sendo estes frutos colhidos e comercializados nas feiras livres. Esses produtores/comerciantes fazem a coleta e o transporte dos frutos de pequi para as feiras do município de Iporá. Esse tipo de exploração ocasionada pela retirada indiscriminada dos frutos influencia na perpetuação da espécie, bem como na redução do fornecimento de alimentos para a fauna local. (ALMEIDA, 1998).

Como meio de reduzir o extrativismo predatório de frutíferas nativas do Cerrado, que são fonte de alimento para a fauna local, é importante investir em trabalho de domesticação dessas frutíferas para que possam ser cultivadas em lavouras comerciais, pois esse tipo de aquisição pode provocar diversos danos ao meio ambiente.

Tabela 1. Perfil dos comerciantes de frutas nativas do cerrado em feiras livres, supermercados e varejões no município de Iporá, Goiás, 2016

Fornecedores de frutas nativas do Cerrado	Feiras livres	Supermercados	Varejões
	(%)		
CEASA	0	0	0
Produtor da região	45	100	100
Próprio produtor e vendedor	55	0	0
Preço de venda			
Situação econômica	0	0	0
Época do ano	64	0	0
Qualidade do fruto	9	0	33
Procura do consumidor	9	100	0
Preço de aquisição	18	0	67
Níveis de perda			
Muito baixo (até 4%)	73	0	0
Baixo (5 a 10%)	18	100	100
Médio (11 a 15%)	9	0	0

Continuação da Tabela 1

Alto (16 a 20%)	0	0	0
Muito alto (acima de 20%)	0	0	0
Causas da perda			
Falta de armazenamento	38	0	0
Embalagem inadequada	15	0	0
Má qualidade da fruta	0	0	0
Transporte precário	0	0	0
Demora entre compra e venda	31	100	100
Condições climáticas	15	0	0
Manuseio do cliente	0	0	0
Embalagem em que o fruto é entregue			
Caixa de madeira	18	0	0
Caixa plástica	8	50	50
Caixa de papelão	9	50	50
A granel	73	0	0
Como os frutos ficam expostos			
Prateleira	73	50	50
Nas embalagens que foram entregues	0	0	0
Caixas	0	0	0
Embalagens diferenciadas	27	50	50

Para estabelecer a precificação das frutas do cerrado, 64% dos comerciantes em feiras livres consideram a época do ano mais relevante, pois apenas 18% desses comerciantes consideram o preço de aquisição fator decisivo para a tomada de decisão (Tabela 1). Já em supermercados, depende exclusivamente da procura do consumidor (100%) e, em varejões, 67% dos comerciantes entrevistados relataram que o preço de aquisição auxilia na tomada de decisão quanto ao preço das frutas do cerrado e apenas 33% dos entrevistados afirmaram que a qualidade do produto para fazer a precificação dos produtos.

Em relação aos níveis de perdas, 73% dos comerciantes entrevistados afirmaram que as perdas são muito baixas (Tabela 1) em feiras livres e baixas em supermercados e varejões (Tabela 1). Essas perdas das frutas muito baixas ou baixas são convertidas em uma maior margem de lucro, e isso incentiva os comerciantes a explorar as frutas nativas do cerrado.

As menores perdas nos supermercados podem ser atribuídas a diversos fatores (SILVA *et al.*, 2003), como o diferencial de organização estrutural, a melhor eficiência no controle de suprimentos e administração de estoque (TSUNECHIRO; UENO; PONTARELLI, 1994). Segundo Frutifatos (1999), os supermercados dispõem de boa infraestrutura para operação com os hortifruti e vêm aprimorando suas estratégias de

compra, passando a exigir de seus fornecedores mercadorias com qualidade superior, o que reduz os níveis de perdas das frutas nativas do Cerrado.

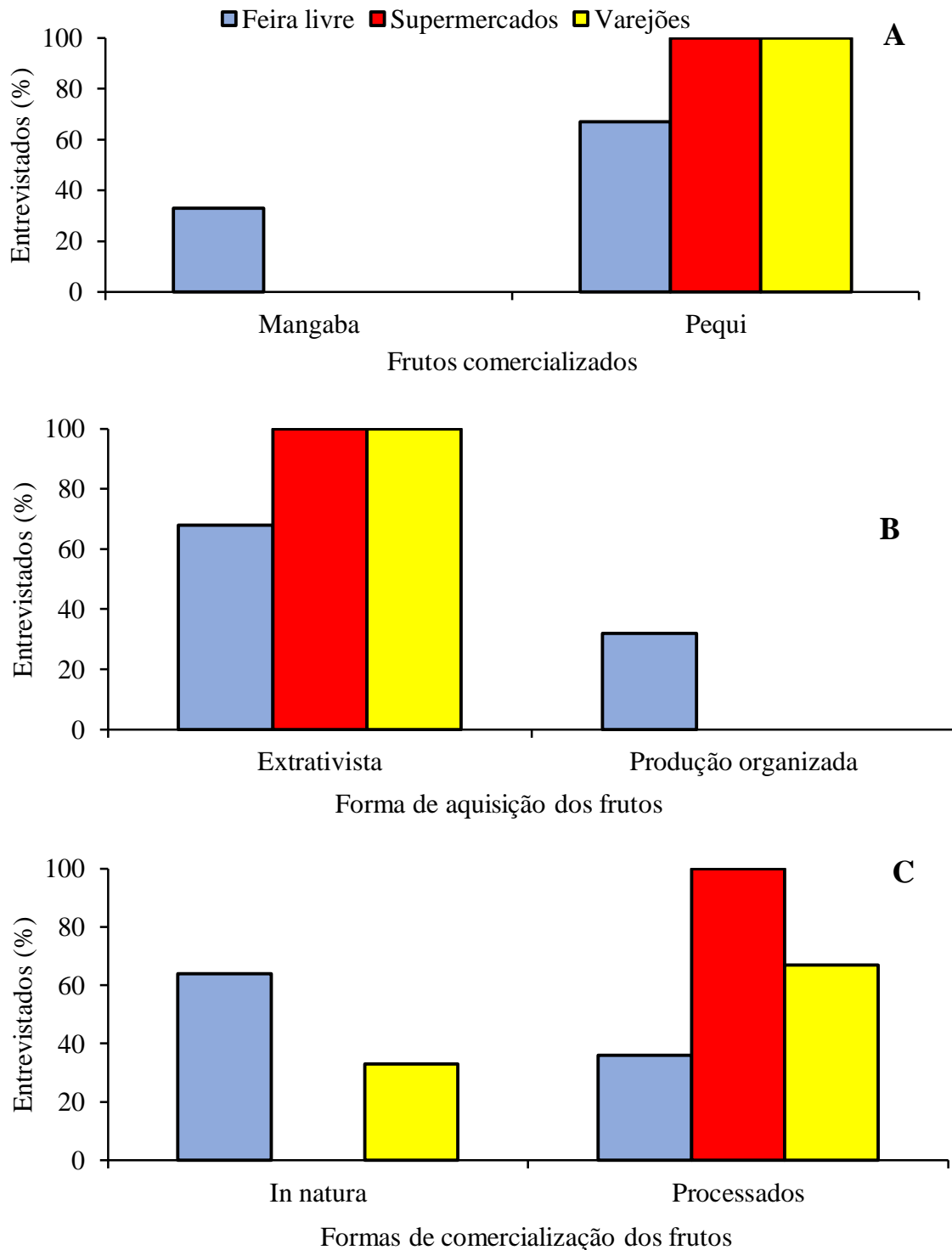
Outro fator que contribui para os menores índices de perdas das frutas *in natura* é a forma de utilização de expositores (SILVA *et al.*, 2003), pois a manipulação inadequada dos produtos pelos consumidores provoca sua deterioração, elevando as perdas totais. Os expositores em feiras livres no município de Iporá relataram que, para diminuir a manipulação dos consumidores, optaram por distribuir de forma separada (embalagens com uma quantidade limitada de frutas), diminuindo, portanto, as perdas.

Nos supermercados e nas quitandas, as perdas são ocasionadas pela demora entre a compra e a venda, já nas feiras livres, os principais fatores que propiciam as perdas são: falta de armazenamento adequado (38%), demora entre a compra e venda (31%), condições climáticas (15%) e, ainda, embalagens inadequadas (15%) (Tabela 1). Esses resultados sugerem melhor estruturação dos mercados varejistas, como instalação de câmara refrigeradora para prolongar a conservação das frutas, além de servirem de instrumento para investidas perante os órgãos públicos para buscar apoio ao setor. Vale ressaltar que os prejuízos ocasionados pelas perdas podem justificar investimentos em sistema de refrigeração para o equipamento varejista.

As frutas *in natura* nativas do Cerrado comercializadas em feiras livres são transportadas e adquiridas por comerciantes a granel, em caixas de madeira, de plástico ou de papelão (Tabela 1). No entanto, em supermercados e em varejões, como quase sempre as frutas nativas do Cerrado estão processadas e acondicionadas em frascos de vidro ou embalagens plásticas, esses produtos chegam aos estabelecimentos em caixas de plástico (50%) ou de papelão (50%) (Tabela 1). A exposição das frutas do cerrado para a visualização dos clientes é realizada tanto nas feiras quanto nos supermercados e varejões, em sua maioria em prateleiras, mas também podem estar em embalagens diferenciadas (Tabela1), como é o caso da mangaba *in natura* cujas frutas ficam dispostas em um recipiente e o vendedor enche pequenos sacos plásticos de acordo com a quantidade solicitada pelo cliente.

De acordo com a Figura 1A, entre as frutas do cerrado, o pequi é a fruta mais comercializada em feiras livres, supermercados e quitandas. Somente nas feiras livres, além do pequi, a mangaba também é comercializada.

Figura 1. Frutos comercializados (A), forma de aquisição (B) e formas de comercialização (C) dos frutos do cerrado em feiras livres, supermercados e varejões no município de Iporá, Goiás, 2016



Essa baixa diversificação de frutos do cerrado nos estabelecimento comerciais deve-se, principalmente, às muitas limitações para a exploração comercial das frutíferas nativas, pois ainda não foram domesticadas e vêm sendo exploradas de forma extrativista e predatória.

Na década de 90, a Embrapa Cerrados iniciou a plantação do pequi e da mangaba para pesquisa, com o objetivo de avaliar o comportamento dessas espécies em condições de cultivo, inclusive com irrigação. (AVIDOS; FERREIRA, 2000). Com acesso às informações encontradas na literatura sobre a cultura do pequi e da mangaba, os comerciantes de feiras livres da região de Iporá poderão adquirir os mesmos por meio de produções organizadas, e não somente pelo extrativismo. No entanto, conforme a Figura 1B, 100% desses frutos são obtidos por meio do extrativismo predatório no município de Iporá, Goiás.

A principal forma de comercialização das frutíferas do cerrado no município de Iporá depende do local de aquisição das mesmas (Figura 1C). Nas feiras livres, 64% das frutas nativas do cerrado são comercializadas *in natura* e 36% processadas. No entanto, em supermercados e quitandas, a maioria das frutas do cerrado é comercializada processada em forma de polpas para suco, licores e conservas, 100 e 67%, respectivamente.

Embora a logística seja essencial para disponibilizar ao consumidor final um produto com qualidade, esse aspecto se torna importante para o consumo *in natura*. (PEROSA *et al.*, 2012). Vale ressaltar que ações governamentais possibilitarão maior desenvolvimento desse setor, adotando adaptações tecnológicas que visem à preservação do bioma cerrado e compreensão da emergência de promoção de ações de preservação das frutíferas do cerrado.

Entre as macroprovidências que podem ser tomadas de acordo com as prioridades do mercado, a educação do consumidor final e a melhoria da qualidade das frutas são medidas que podem auxiliar na comercialização. Fagundes e Yamanishi (2002) relataram que o manuseio inadequado pelos clientes foi uma das principais causas de perdas na comercialização de mamão no Distrito Federal e que o consumidor deve evitar causar danos ao produto. Dessa forma, a melhoria da qualidade de fruto quanto manejado no campo e pós-colheita confere o aumento da eficiência na produção e na comercialização, reduzindo perdas e custos, aumentando as receitas. As principais perdas de frutas no comércio de frutas em Lavras-MG foram devido às condições climáticas no estabelecimento e ao manuseio dos produtos pelo consumidor. (RAMOS; PIO; MENDONÇA, 2002).

Em relação ao gênero dos consumidores de frutas do cerrado, 60% dos entrevistados são mulheres (Tabela 2). Quanto às faixas etárias dos entrevistados, 52% têm entre 29 e 48 anos, 28% têm mais de 49 anos e 20% têm entre 18 e 28 anos (Tabela 2). A renda familiar dos entrevistados é bastante variada, sendo que 32% dos entrevistados possuem renda familiar entre um e dois salários mínimos, 28% possuem um salário mínimo, 24% possuem renda entre três e quatro salários mínimos e apenas 16% possuem renda de mais de quatro salários mínimos (Tabela 2).

Estudos comprovam o poder nutritivo das frutas do cerrado, bem como algumas propriedades no controle de doenças. Em grande maioria, os consumidores entrevistados declararam consumir frutas do cerrado por gostarem (92%), os demais 8% consomem visando benefícios à saúde que elas proporcionam (Tabela 2). No entanto, o consumo ainda é reduzido, sendo que 40% dos entrevistados afirmaram consumir ao menos uma variedade dessas frutas na semana, 24% consomem uma vez

ao mês e os demais entrevistados relataram consumir frutas do cerrado uma vez ao ano (12%), duas vezes ao ano (12%) ou duas vezes na semana (12%).

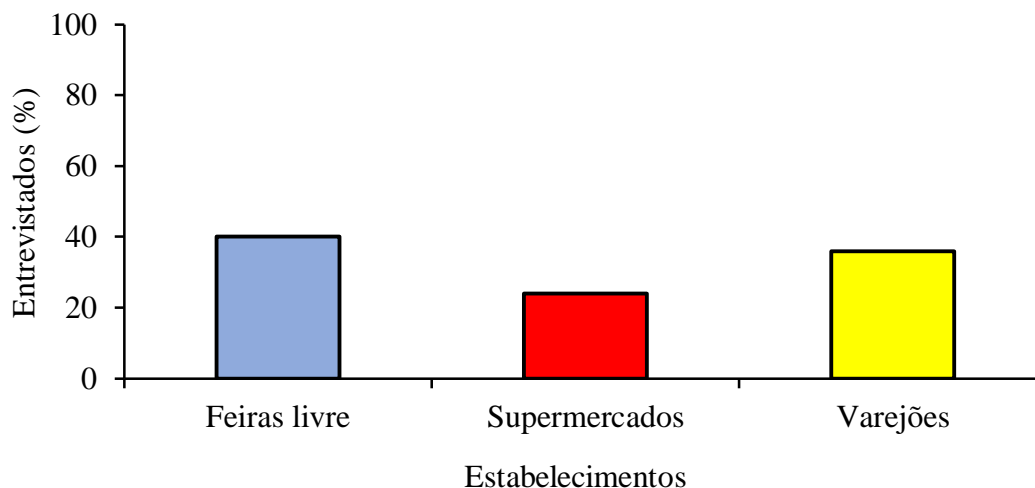
Essas mudanças nos hábitos de consumo dos alimentos são consequência do crescimento da mão-de-obra feminina no mercado de trabalho, da redução do tamanho da família, do envelhecimento da população, da busca por maior conveniência, pois consumir frutas no ambiente de trabalho e/ou nas escolas é mais prático e bastante nutritivo, pois, com a evolução no número de pessoas que estudam e trabalham, com o aumento do número de pessoas morando sozinhas e com a maior renda disponível para pessoas de terceira idade (SOUZA, 2005), as frutas nativas do Cerrado são excelentes opções para comporem a dieta alimentar.

Tabela 2. Caracterização dos consumidores de frutos nativos do Cerrado em feiras livres, supermercados e varejões no município de Iporá, Goiás, 2016

Sexo	Entrevistados
	(%)
Masculino	40
Feminino	60
Idade	
Entre 18 e 28 anos	20
Entre 29 e 48 anos	52
> 48 anos	28
Renda familiar	
Até 1 salário mínimo	28
Entre 1 e 2 salários mínimos	32
Entre 3 e 4 salários mínimos	24
Mais de 4 salários mínimos	16
Motivo do consumo	
Benefícios à saúde	8
Por gostar	92
Por recomendações médicas	90
Frequência no consumo	
Diariamente	0
Duas vezes por semana	12
Uma vez por semana	40
Uma vez ao mês	24
Duas vezes ao ano	12
Uma vez ao ano	12
Critério para a escolha da fruta	
Aparência	40
Cheiro	24
Sabor	4
Menor preço	32

Os critérios para a escolha das frutas são bem variados, em que os mais relevantes apontados aqui são aparência, menor preço, cheiro e sabor, com 40%, 32%, 24% e 4%, respectivamente (Tabela 2). Os entrevistados relataram que os frutos do cerrado podem ser adquiridos em feiras livres (40%), quitandas ou varejões (36%) e supermercados (24%) (Figura 2).

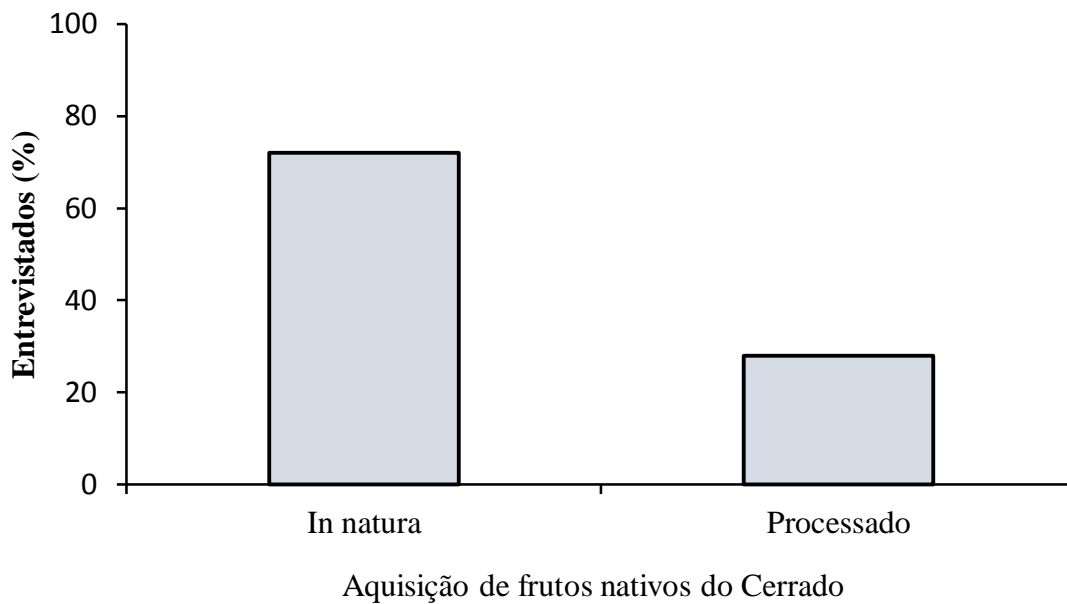
Figura 2. Estabelecimentos em que os consumidores podem adquirir frutas nativas do Cerrado no município de Iporá, Goiás, 2016



Em relação à preferência em consumir frutos do Cerrado, os entrevistados relataram que preferem as frutas *in natura* (72%), sendo isso possível somente na época de frutificação característica de cada espécie, os 28% restantes têm a oportunidade de consumir, por exemplo, o pequi durante todo o ano devido às conservas (Figura 3).

Entretanto, os consumidores que priorizam pela qualidade e pelo frescor dos alimentos encontrados nas feiras ainda optam pela aquisição dos mesmos nesse comércio ao ar livre, na busca por manter a tradição familiar, passada de geração a geração. (MARTINS; MARGARIDO; BUENO, 2007).

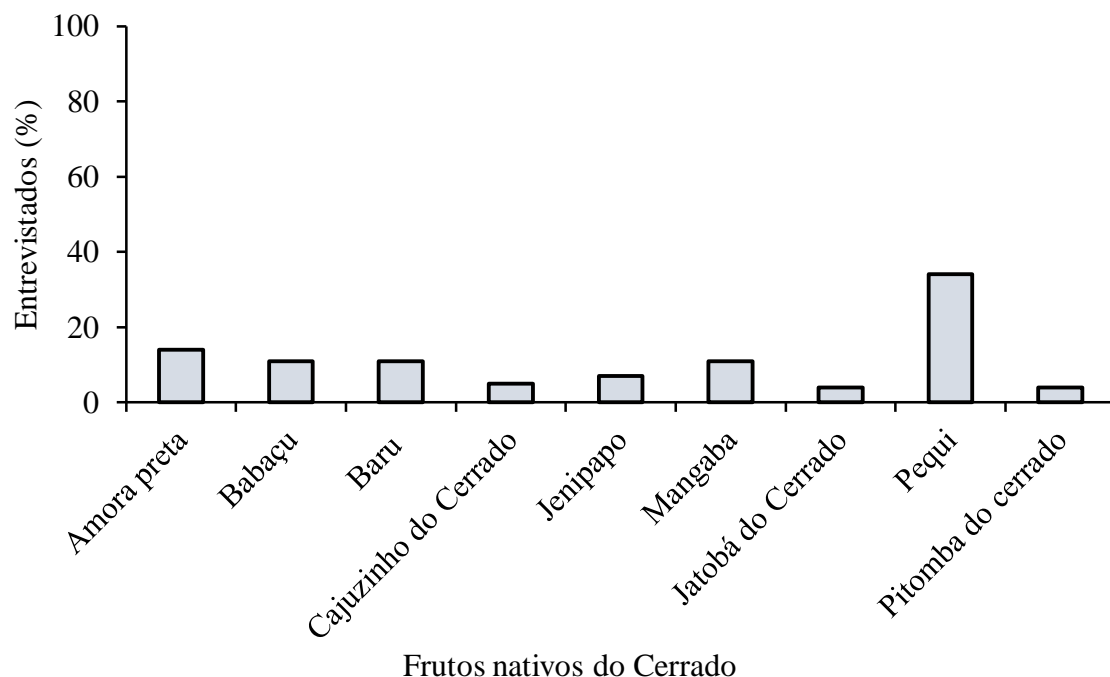
Figura 3. Preferência dos consumidores quanto à forma de aquisição de frutos dos nativos do Cerrado em feiras livres, supermercados e varejões no município de Iporá, Goiás, 2016



As frutas mais consumidas pelos entrevistados que apreciam as frutas do cerrado (Figura 4) são o pequi (39%), a amora preta (15%), a mangaba (12%), o baru (12%), o jenipapo (8%), o cajuzinho do cerrado (6%), a pitomba-do-cerrado (4%) e o jatobá-do-cerrado (4%).

O conhecimento dos hábitos de consumo diz respeito à periodicidade do consumo que, juntamente com os resultados de variações ao longo do ano e as frutas mais consumidas, auxilia no planejamento e controle da produção de frutas, pois o consumo constante ao longo do ano pode estar relacionado com a maior frequência de disponibilidade da fruta.

Figura 4. Frutos nativos do Cerrado mais consumidos pelos moradores do município de Iporá, Goiás, 2016



Vale destacar que, como não há exploração comercial dessas espécies frutíferas do cerrado, o consumidor poderá adquirir o fruto somente em uma determinada época. Dessa forma, fica evidente a importância da realização de estudos que visem possibilitar a exploração dessas espécies de forma comercial para atender a oferta e demanda de acordo com necessidades específicas, bem como melhorar a qualidade do produto produzido e ofertado, tendo como prioridade o melhor atendimento aos consumidores.

Conclusões

O mercado varejista deve realizar investimentos quanto à estrutura dos locais de venda e agir energeticamente frente a uma possível cadeia produtiva de frutas do cerrado.

O pequi é o fruto mais comercializado em feiras livres, supermercados e quitandas no município de Iporá, GO. Sua aquisição é feita por meio de extrativismo nas matas da região e é comercializado *in natura* em feiras livres e processado em supermercados e quitandas.

Devido à inexistência de uma cadeia estruturada para a produção e comercialização de frutos do Cerrado, de uma forma geral, estes são comercializados sem controle de qualidade ou padrões mercadológicos, por isso o cliente que aprecia esse tipo de fruta as adquire, muitas vezes, em embalagens inadequadas, sem nenhuma informação sobre procedência e qualidade do produto.

Referências

- ALMEIDA, S.P. *Cerrado: aproveitamento alimentar*. Planaltina: EMBRAPA-CPAC, 1998. 188p.
- AVIDOS, M.F.D.; FERREIRA, L.T. Frutos dos Cerrados. *Biotechnology, Ciência e Desenvolvimento*. v.3, n.15, p.1-6, 2000.
- CENSO 2010. Capturado em: 03 jun. 2014. Online. Disponível em: <www.ibge.gov.br>.
- FAGUNDES, G.R.; YAMANISHI, O.K. Estudo da comercialização do mamão em Brasília-DF. *Revista Brasileira de Fruticultura*, v.24, n.1, p. 91-95, 2002.
- FRUTIFATOS. *Informação para a agricultura irrigada*. Brasília: Ministério da Integração, 1999. v.1, 24 p.
- GONÇALVES, J. O século do consumidor. *Revista da Associação Brasileira de Supermercados - SuperHiper*. São Paulo, v.27, n.307, p.8-18, 2001.
- MARTINS, V.A.; MARGARIDO, M.A.; BUENO, C.R.F. Alteração no perfil de compra de frutas, legumes e verduras nos supermercados e feiras livres na cidade de São Paulo. *Informações Econômicas*, v.37, n.2, p.1-8, 2007.
- MOWEN, J.C.; MINOR, M.S. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Biodiversidade brasileira. 2014. Capturado em 18 mar. 2016. Online. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/biomas/cerrado>>.
- PEROSA, J.M.Y.; TARSITANO, M.A.A.; MARTINS, M.I.E.G.; PIGATTO, G.; ANTONAGELO, A. Perfil do consumidor de frutas em cidades do interior do Estado de São Paulo – SP. *Revista Brasileira Fruticultura*, v.34, n 4, p. 1084-1090, 2012.
- PINHEIRO, R.M.; CASTRO, G.C.; SILVA, H.H.; NUNES, J.M.G. *Comportamento do consumidor e pesquisa de marketing*. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- RAMOS, J.D.; PIO, R.; MENDONÇA, V. Situação da fruticultura no município de Lavras-MG. *Ciência e Agrotecnologia*, Lavras, p.1594-1598, 2002. Edição Especial.
- SILVA, C. S.; PEROSA, J. M. Y.; RUA, P. S.; ABREU, C. L. M.; PÂNTANO, S. C.; VIEIRA, C. R. Y. I.; BRIZOLA, R. M. O. Avaliação econômica das perdas de banana no mercado varejista: um estudo de caso. *Revista Brasileira Fruticultura*, v.25, n.2, p.229-234, 2003.

SOUZA, R.A.M. Mudanças no consumo e na distribuição de alimentos: o caso da distribuição de hortaliças de folhas na cidade de São Paulo. 2005. 150p. *Dissertação* (Mestrado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

TOFANELLI, M.B.D.; FERNADES, M.S.; MARTINS FILHO, O.B.; CARRIJO, N.S. Mercado de hortifrutícolas frescas no município de Mineiros- GO. *Revista Brasileira de Fruticultura*, v.29, n.2, p.201–207, 2008.

TSUNECHIRO, A.; UENO, L.H.; PONTARELLI, C.T.G. Avaliação econômica das perdas de hortaliças e frutas no mercado varejista da cidade de São Paulo, 1991/92. *Agricultura em São Paulo*, v.41, n.2, p.1-15, 1994.