



## PERFIL DOS COMPRADORES DE HORTALIÇAS NA FEIRA LIVRE DE BOM JESUS – PI

Gisele Rodrigues Moreira<sup>1</sup>; Pedro Pereira da Cruz<sup>2</sup>; Fabiano da Silva Ferreira<sup>3</sup>; Márcio Gomes Rodrigues<sup>2</sup>

1. Professor Doutor da Universidade Federal do Espírito Santo - Departamento de Engenharia Rural (gisele.moreira@ufes.br)
2. Graduando em Agronomia da Universidade Federal do Piauí
3. Professor Mestre da Universidade Federal do Ceará – Campus do Cariri  
Caixa Postal 16, 29500-000, Alegre – ES, Brasil

Recebido em: 06/10/2012 – Aprovado em: 15/11/2012 – Publicado em: 30/11/2012

### RESUMO

Objetivou-se com este trabalho identificar o perfil dos compradores de hortaliças da feira livre de Bom Jesus – PI quanto aos aspectos sociais e econômicos, bem como preferências, reclamações e comportamento de compras. Foram realizadas entrevistas com 150 compradores de hortaliças durante suas compras na feira. Constatou-se que a maioria dos compradores é natural de Bom Jesus, residente no mesmo, do sexo feminino, casado, com idade entre 30 e 50 anos, possui ensino médio completo, trabalha, contribui parcialmente para o sustento da família e possui renda familiar até três salários mínimos. O tomate e a alface são as hortaliças mais adquiridas na feira livre, um dos principais locais de compras de hortaliças. Há insatisfação dos compradores em relação à higiene e à organização da feira. São necessárias ações que visem promover o desenvolvimento da olericultura na região, e melhorar a qualidade dos produtos comercializados na feira.

**PALAVRAS-CHAVE:** mercado consumidor, comercialização, caracterização regional, olericultura

### PROFILE OF VEGETABLES BUYERS IN FREE MARKET OF BOM JESUS – PI.

#### ABSTRACT

This study aimed to identify the profile of vegetables buyers of the free market of Bom Jesus – PI about the social and economic aspects as well as preferences, claims and buying habits. Interviews with 150 buyers of vegetables for their purchases at the market were conducted. It was found that most buyers was born in Bom Jesus, is resident in the city, is female, is married, have aged between 30 and 50 years, have high school complete, works and contributes partly to the sustenance of the family and have family income up to three minimum salaries. Tomato and lettuce are the vegetables most acquired at the free market, one of the main places of purchases of vegetables. There is complaint of buyers with regard to hygiene and the organization of the free market. Actions are needed to promote the development of vegetables cropping in the region, and to improve the quality of products that are sold in the free market.

**KEYWORDS:** consumer market, marketing, regional characterization, horticulture

## INTRODUÇÃO

As hortaliças constituem alimentos indispensáveis para a alimentação humana, pois são fontes de vitaminas, sais minerais, carboidratos, fibras e outras substâncias para uma dieta saudável e equilibrada (FILGUEIRA, 2003).

Segundo dados do senso agropecuário realizado em 2006 (IBGE, 2012a), considerando-se os produtos da horticultura por condição do produtor em relação às terras, grupos de atividade econômica e grupos de área total, o Brasil produziu 5.241.379 toneladas de hortaliças, sendo os principais cultivos de tomate (estaqueado), alface, repolho e cenoura (929.962, 525.602, 377.108 e 276.994 toneladas, respectivamente). Deste total, 20,6% foram produzidos no Nordeste, cujos principais cultivos foram de batata-doce, tomate (estaqueado) e milho verde (espiga) (184.651, 525.602 e 115.960 toneladas, respectivamente). No mesmo ano, no Estado do Piauí, as maiores produções foram de tomate (estaqueado), coentro, milho verde (espiga), cebolinha e alface, com produções de 1.143, 534, 446, 418 e 326 toneladas, respectivamente. Em 2006 a área plantada com hortaliças no município de Bom Jesus era de apenas 41 hectares, no qual foram produzidas 102 toneladas de mandioca. Em relação às demais hortaliças não há registros, possivelmente devido à inexpressiva produção.

Estes dados caracterizam a produção incipiente de hortaliças em Bom Jesus, a qual é evidenciada pela dependência de hortaliças vindas de outras regiões produtoras, especialmente do pólo Petrolina (PE) – Juazeiro (BA).

O município de Bom Jesus está localizado no Estado do Piauí, a 638 km ao sul da capital, Teresina. Em 2000, a população era de 15.924 pessoas, sendo 68,83% e 31,27% residentes nas zonas urbana e rural, respectivamente. Para o ano de 2007 a população total estimada foi de 19.532 habitantes (IBGE, 2008). Bom Jesus está inserido no chamado cerrado setentrional brasileiro, região que tem nos últimos 20 anos, mostrado desenvolvimento tecnológico e agrícola devido à expansão das lavouras de grãos, especialmente soja, que por sua vez têm contribuído para o desenvolvimento econômico do município. Outra característica é que o município faz parte do chamado Vale do Gurguéia, o qual apresenta grande potencial em águas subterrâneas, inclusive com poços jorrantes que drenam aquíferos. Estas águas subterrâneas podem ser de grande importância de modo a aproveitar melhor o potencial produtivo da região (PIAUI, 2008 ; MME, 2008).

Desta forma, pesquisas que visem o desenvolvimento da horticultura na região com vistas ao melhor aproveitamento da água subterrânea e o atendimento da demanda interna de hortaliças são importantes. E neste âmbito trabalhos que envolvam os três setores da cadeia: produtor, canais de comercialização e consumidor final são necessários para este desenvolvimento.

O consumidor é importante por indicar a estratégia de mercado para melhoria na apresentação do produto a ser adotada pelo setor alimentício e pelos produtores agrícolas. Segundo KOTLER (1998) a satisfação do consumidor é função das expectativas atendidas na ocasião da compra. Se o desempenho do produto adquirido não atende às expectativas, o consumidor mostra-se insatisfeito. Caso contrário, se o desempenho satisfaz as expectativas, o consumidor estará satisfeito e manterá fidelidade em relação ao produto adquirido.

O desconhecimento do mercado consumidor pode causar remuneração inferior ou mesmo prejuízo por ocasião da venda do produto (JUNQUEIRA & LUENGO, 2000). Segundo VILELA & MACEDO (2000) os segmentos do agronegócio devem observar profundamente as tendências de mercado para

identificar quais os atributos dos bens que têm maior valor sob a ótica do consumidor final para aproveitar as reais oportunidades de mercado.

Diante do exposto, fazem-se necessárias pesquisas que visem promover o desenvolvimento da atividade hortícola em Bom Jesus e, o adequado diagnóstico dos compradores de hortaliças, quanto às preferências, exigências, reclamações e comportamento de compra, bem como aspectos sociais e econômicos, que, na verdade, constitui uma das etapas iniciais indispensáveis para a decisão de ações que se destinam a promover este desenvolvimento. Segundo VILELA & MACEDO (2000) os segmentos do agronegócio devem observar profundamente as tendências de mercado, para identificar quais os atributos dos bens que têm maior valor sob a ótica do consumidor final, para aproveitar as reais oportunidades de mercado.

Assim, com este trabalho objetivou-se identificar o perfil dos compradores de hortaliças da feira livre de Bom Jesus – PI no que se referem às suas preferências, exigências, reclamações e comportamento de compra de hortaliças.

### **METODOLOGIA**

No período de 10 de novembro de 2007 a 26 de janeiro de 2008 foram realizadas entrevistas com 150 compradores de hortaliças durante suas compras na feira livre de Bom Jesus – PI (a qual inclui o mercado municipal). A abordagem dos entrevistados foi feita de forma individual e aleatória, aos sábados, no horário de 06 às 10h.

Os dados necessários à pesquisa foram levantados por aplicação de questionário contendo perguntas objetivas acerca de aspectos sociais e econômicos, quais sejam: gênero, estado civil, faixa etária, grau de escolaridade, naturalidade, local onde reside, renda familiar total por mês e participação do entrevistado na renda familiar. O questionário continha ainda perguntas a respeito do comportamento de compras das hortaliças, tais como: frequência, local e horário da compra, preferência pelo local e horário da compra, dia (s) da semana que realiza a compra e gasto médio com hortaliças em cada compra. Questões sobre as preferências, exigências e reclamações de compra das hortaliças também foram abordadas, quais sejam: exigências em relação às hortaliças ofertadas, conhecimento sobre o nome comercial das hortaliças adquiridas e sobre o local de produção das mesmas, e satisfação quanto ao atendimento dos vendedores, organização das barracas e higiene da feira.

A análise dos dados foi feita por meio de estatística descritiva, sendo o grau de importância dos itens citados pelos compradores em cada questão foi definido considerando-se a classe modal, ou seja, a que mais vezes foi citada no item, obtendo-se então a frequência relativa percentual.

### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Constatou-se que a maioria dos consumidores de hortaliças entrevistados na feira livre de Bom Jesus reside no próprio município (95%), é do sexo feminino (55%), casada (56%) e com idade entre 30 e 50 anos (48%). Entre os consumidores 7% eram analfabetos e, dentre os que tinham algum grau de instrução, 24% possuía ensino médio completo. O maior grupo trabalhava e contribuía parcialmente para o sustento da família (40%) e possuía renda familiar de um a dois salários mínimos (31%). Quanto à naturalidade, 53% dos consumidores eram naturais de Bom Jesus e 39% de outro município do Piauí. Os consumidores naturais de outros Estados da Federação somaram 3%, especialmente vindos das Regiões Sudeste, Sul e Centro Oeste (Tabela 1).

A maioria feminina atuando nas compras de hortaliças obtida neste estudo vai ao encontro dos resultados obtidos por COSTA & SILVA (2011) e SILVA (2006) os quais avaliaram a feira dos municípios de Pombal e Pedra do Fogo, ambos na Paraíba, e também constataram a maioria feminina na compra de hortaliças. Nos trabalhos de PEREZ *et al.*, (2008) e ANDREUCETTI *et al.*, (2005) também a mulher é a principal responsável pelas compras de alimentos na família. Notou-se, porém, que a participação dos homens nas compras de tomates para mesa em Bom Jesus - PI correspondeu a 45% dos entrevistados, valor não tão distante daquele referente às mulheres, indicando a participação de ambos os sexos nas compras de hortaliças no município.

O resultado do estado civil da maioria dos entrevistados neste estudo corrobora com as pesquisas realizadas por PEREZ *et al.*, (2008) e ONOYAMA *et al.* (2010) que constataram que os casados representam a maior porcentagem dos compradores de alimentos.

**TABELA 1.** Perfil dos compradores de hortaliças na feira municipal de Bom Jesus – PI quanto à faixa etária, estado civil, gênero, grau de escolaridade, naturalidade, local onde reside, renda familiar e sua participação nesta renda.

<b>Gênero</b>	<b>% de entrevistados</b>
Feminino	55
Masculino	45
<b>Estado civil</b>	
Solteiro	37
Casado	56
Viúvo	4
Divorciado	3
<b>Faixa etária</b>	
Menor de 18 anos	3
Entre 18 e 30 anos	34
Entre 30 e 50 anos	48
Maior de 50 anos	15
<b>Grau de escolaridade</b>	
Analfabeto	7
Ensino fundamental incompleto	19
Ensino fundamental completo	13
Ensino médio incompleto	24
Ensino médio completo	11
Curso superior incompleto	13
Curso superior completo	1
Pós-graduação incompleta	3
Pós-graduação completa	8
<b>Naturalidade</b>	
Município de Bom Jesus	53
Outro município do Piauí	39
Outro Estado da região Nordeste	4
Estado da região Norte	0
Estado da região Sudeste	1

Estado da região Sul	1
Outro	1
<b>Local onde reside</b>	
No município de Bom Jesus	95
Outro município do Piauí num raio de até 200 km de Bom Jesus	3
Outro município do Piauí num raio de 101 a 400 km de Bom Jesus	1
Outro município do Piauí num raio maior que 400 km de Bom Jesus	0
Outro município do Piauí	0
Outro Estado da Região Nordeste	0
Estado de outra Região do Brasil	1
<b>Renda familiar total por mês<sup>1</sup></b>	
Até um salário mínimo	23
Mais de um até dois salários mínimos	31
Mais de dois até três salários mínimos	23
Mais de três até quatro salários mínimos	14
Mais de cinco até 10 salários mínimos	7
Mais de 10 até 20 salários mínimos	2
Mais de 20 salários mínimos	1
<b>Participação do entrevistado na renda familiar</b>	
Não trabalho e recebo ajuda financeira da família	13
Trabalho e recebo ajuda financeira da família	13
Trabalho e não recebo ajuda financeira da família	5
Trabalho e contribuo parcialmente para o sustento da família	40
Sou responsável pelo sustento da família	29

<sup>1</sup> salário mínimo vigente: R\$ 380,00

A maioria dos entrevistados realiza compras de hortaliças aos sábados (99%), confirmando a frequência uma vez por semana, ou seja, de quatro vezes por mês (79% dos entrevistados), sendo a feira e os supermercados destacados como os principais locais de compra (59%). O principal motivo da preferência dos consumidores pela feira livre como local de compras de hortaliças foi o fato de possuir maior quantidade e variedade de hortaliças (48%). Para 52% dos entrevistados o principal horário de compra foi de 6 às 7 horas da manhã, sendo a preferência por esse horário de compras devido à melhor qualidade das hortaliças ofertadas (51%) (Tabela 1).

Apesar de a feira livre ser o principal local de compra de hortaliças em Bom Jesus, os supermercados também tem uma participação efetiva na venda de hortaliças. Esta característica não se verifica apenas em Bom Jesus, mas também no Brasil e no mundo (SAABOR, 2001). Assim, a compreensão do consumidor com base em seu perfil e seus hábitos de compra e consumo se faz necessária não somente na feira, mas também nos supermercados da região, de modo a torná-los mais competitivos e atender à demanda da região.

O gasto médio com hortaliças em cada compra na feira foi, para a maioria dos consumidores (35%), de R\$ 10,00 a R\$ 20,00. (Tabela 1). Segundo dados publicados pelo IBGE (2012b) da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008 – 2009 (POF), para famílias com renda até R\$ 830,00 a alimentação consome 27,8% da renda e aquelas que têm renda acima de R\$ 10375,00 o consumo de alimentos corresponde a 8,5% da renda. Neste trabalho, uma vez que se constatou que os compradores de hortaliças têm renda entre um e mais de dois até três salários

mínimos, ou seja, R\$ 380,00 a R\$ 1140,00, tem-se que o gasto com hortaliças pelos entrevistados com menor e maior renda é, em média, 3,95% e 1,32% desta, corroborando com os dados do POF de que quanto maior a renda, menor os gastos com alimentos. Todavia, vale salientar que os padrões alimentares das famílias não são iguais, além da renda fatores como composição familiar e grau de escolaridade influenciam estes padrões (VILELA & HENZ, 2000).

**TABELA 2.** Perfil dos compradores de hortaliças na feira livre de Bom Jesus – PI quanto à frequência de compra, local de compra, horário da compra, preferência pelo mesmo, dia (s) da semana que realiza a compra, preferência pela feira como local compra e gasto médio com hortaliças em cada compra.

<b>Dia (s) da semana que realiza a compra<sup>1</sup></b>	<b>% de entrevistados</b>
Segunda-feira	1
Terça-feira	6
Quarta-feira	9
Quinta-feira	7
Sexta-feira	4
Sábado	99
<b>Frequência de compra na feira</b>	
Irregular	4
1 vez/mês	1
2 vezes/mês	1
1 vez/semana	79
Mais de uma vez por semana	15
<b>Local de compra das hortaliças</b>	
Feira livre	30
Supermercados	10
Feira livre e supermercados	59
Outros	1
<b>Horário da compra na feira</b>	
Antes das 6 da manhã	29
6 às 7 da manhã	52
De 7 às 10 da manhã	13
Depois das 10 da manhã	5
<b>Preferência pelo horário de compra na feira</b>	
Qualidade das hortaliças ofertadas	51
Variedade das hortaliças ofertadas	23
Comodidade	11
Nenhum motivo	14
<b>Preferência pela feira como local de compra</b>	
Quantidade e variedade das hortaliças ofertadas	48
Qualidade das hortaliças ofertadas	25
Preço	20
Comodidade	7
<b>Gasto médio com hortaliças por compra na feira</b>	
Menos de R\$ 10,00	13
Entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00	35
Entre R\$ 20,00 e R\$ 30,00	25
Mais de R\$ 30,00	27

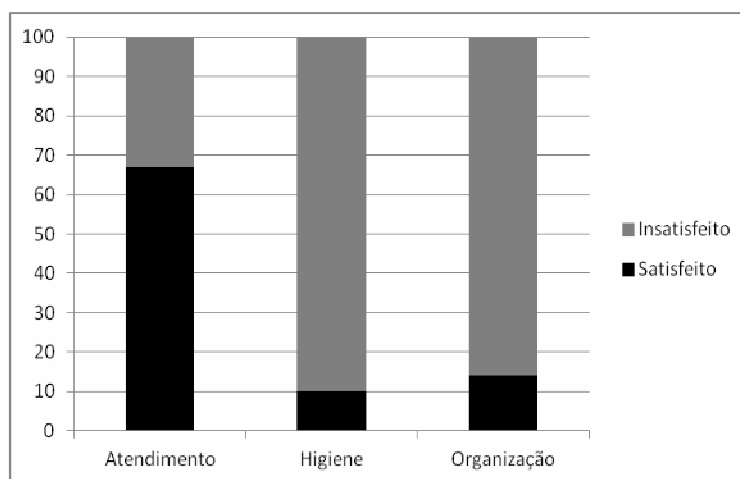
<sup>1</sup> Os entrevistados puderam assinalar mais de uma resposta.

As principais exigências dos compradores de hortaliças foram em relação à qualidade nutricional e à depreciação física do produto (devido às pragas, doenças e outros), apontadas respectivamente por 41% dos entrevistados. A maioria dos entrevistados não tinha conhecimento sobre o nome comercial, nem sobre o local de produção das hortaliças adquiridas (Tabela 3).

**TABELA 3.** Perfil dos compradores de hortaliças na feira livre de Bom Jesus – PI quanto às exigências em relação às hortaliças ofertadas, conhecimento sobre o nome comercial das hortaliças adquiridas e sobre o local de produção das mesmas.

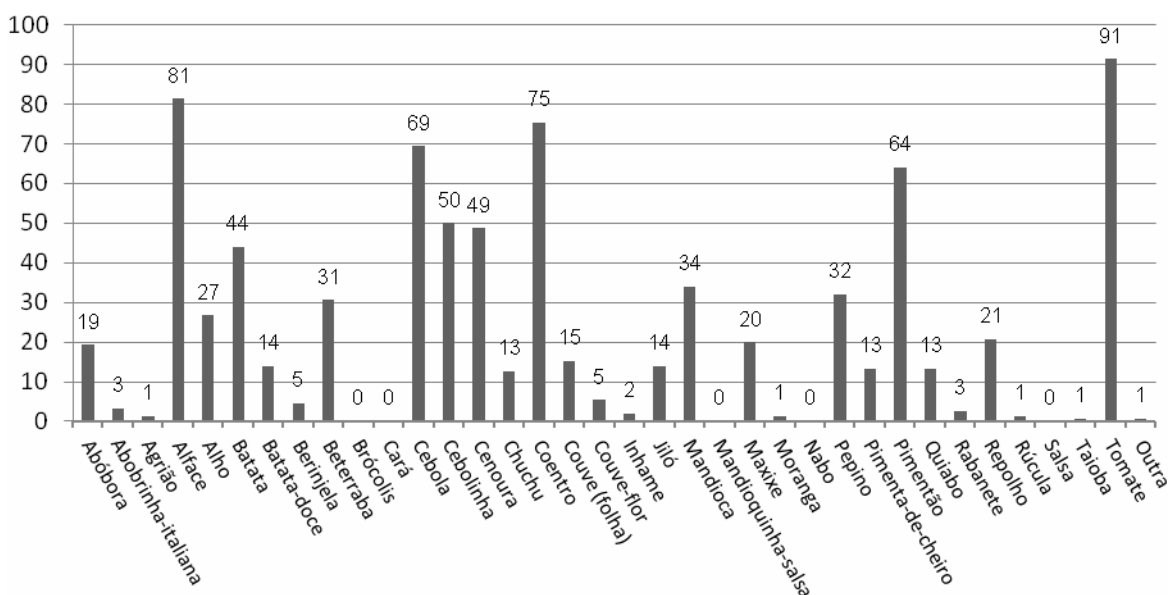
<b>Exigências em relação às hortaliças ofertadas</b>	<b>% de entrevistados</b>
Qualidade nutricional	41
Depreciação física devido às pragas, doenças e outros	41
Aspectos físicos inerentes à coloração	5
Aspectos físicos inerentes ao tamanho	13
<b>Conhecimento sobre o nome comercial das hortaliças adquiridas</b>	
Sim	29
Não	71
<b>Conhecimento sobre o local de produção da (s) hortaliça adquiridas</b>	
Sim	46
Não	54

O atendimento dos vendedores foi apontado como satisfatório por 67% dos entrevistados; porém 90% se mostraram insatisfeitos com a higiene da feira e 86% com a organização das barracas (Figura 1). A insatisfação dos compradores de hortaliças quanto à falta de organização e higiene também foi constatada por COSTA & SILVA (2011) na feira livre de Pombal, Paraíba.



**FIGURA 1.** Proporção de compradores de hortaliças satisfeitos ou insatisfeitos quanto à organização, higiene e atendimento na feira livre de Bom Jesus - PI.

Tomate, alface, coentro, cebola, pimentão e cebolinha foram as hortaliças mais adquiridas na feira livre, uma vez que estiveram inseridas nas compras de, respectivamente, 91, 81, 75, 69, 64, 50% dos compradores (Figura 2). Este padrão de consumo de hortaliças em Bom Jesus não difere do padrão de consumo do país, uma vez que o tomate e a alface são as hortaliças fruto e folhosa, respectivamente, mais consumidas no Brasil (BRANCO *et al.*, 2006 e IBGE, 2012a). TOFANELLI *et al.*, (2007) ao avaliarem o mercado de hortaliças frescas no município de Mineiros – GO, a partir da realização de levantamento do mercado de olerícolas “*in natura*”, constataram que tomate, melancia, cebola e batata inglesa são as comercializadas em maior volume. BRANCO *et al.*, (2006), por sua vez, constataram que tomate, alface e batata inglesa são as hortaliças mais consumidas na cidade de Santo Antônio do Descoberto – GO.



**FIGURA 2.** Hortaliças adquiridas pelos compradores na feira livre de Bom Jesus - PI. (As respostas dos entrevistados foram individuais para cada hortaliça)

No que se refere às hortaliças não adquiridas no dia da entrevista, mas que os entrevistados desejavam adquirir na feira, de 4 a 6% gostaria de encontrar hortaliças como brócolis, inhame, salsa, rabanete, moranga e nabo (Tabela 4). Evidenciando que a demanda por estas hortaliças por parte dos consumidores pode ser um incentivo aos produtores para a produção das mesmas.



**TABELA 4.** Hortaliças não adquiridas pelos compradores na feira livre de Bom Jesus - PI, mas que os entrevistados desejariam adquirir<sup>1</sup>.

Hortaliça	% de entrevistados
Abóbora, abobrinha-italiana, alface, alho, batata, bata-doce, beterraba, cará, cebola, cebolinha, cenoura, couve-flor, jiló, mandioca, maxixe, pimenta de cheiro, pimentão e tomate.	1
Pepino	2
Chuchu, Agrião, repolho e rúcula.	3
Brócolis, inhame e salsa.	4
Rabanete	5
Moranga e nabo	6
Nenhuma na lista de hortaliças sugeridas	41

<sup>1</sup> As respostas dos entrevistados foram individuais para cada hortaliça.

## CONCLUSÃO

O tomate e a alface são as hortaliças mais adquiridas na feira livre de Bom Jesus - PI. Há insatisfação dos compradores em relação à higiene e à organização da feira. São necessárias ações que visem promover o desenvolvimento da olericultura na região, e melhorar a qualidade dos produtos comercializados na feira.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDREUCETTI, C.; FERREIRA, M. D.; GUTIERREZ, A. S. D; TAVARES, M. Perfil dos compradores de tomate de mesa em supermercados da região de campinas. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 23, n. 1, p. 148-153, 2005.

BRANCO, M. C.; NOGUEIRA, J. M.; SANTOS, R. C. Perfil dos consumidores de hortaliças da cidade de Santo Antônio do Descoberto – GO. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 24, n. 1, p. 368-372, 2006.

COSTA, C. C.; SILVA, D. S. O. Identificação dos consumidores de hortaliças da feira livre de Pombal – PB: aspectos socioeconômicos e culturais. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Mossoró, v. 6, n. 1, p. 56 – 60, 2011.

FILGUEIRA, F. A. R. **Manual de olericultura**: agrotecnologia moderna na produção e comercialização de hortaliças. Viçosa: UFV, 2003. 412p.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008 - 2009**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> [capturado em 05 de outubro de 2012b].

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sidra: **Sistema IBGE de recuperação automática**. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br> [capturado em 05 de outubro de 2012a].

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sidra: **Sistema IBGE de recuperação automática**. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/> [capturado em 09 de abril de 2008].

JUNQUEIRA, A. H.; LUENGO, R. F. A. Mercados diferenciados de hortaliças. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v.18, n.2, p.95-99, 2000.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 725 p.

MME – Ministério de Minas e Energia. **Diagnóstico do município de Bom Jesus – PI**. Disponível em: <http://www.cprm.gov.br/rehi/atlas/piaui/relatorios/030.pdf> [capturado em 07 de abril de 2008].

ONROYAMA, S. S.; REIFSCHNEIDER, F. J. B.; MOITA, A. W.; SOUZA, G. S. Atributos de hortaliças sob a ótica de consumidores: estudo de caso do pimentão no Distrito Federal. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 28, n. 1, p. 124-132, 2010.

PEREZ, R.; RAMOS, A. M.; BINOTI, M. L.; SOUSA, P. H. M.; MACHADO, G. M.; CRUZ, I. B. Perfil dos consumidores de hortaliças minimamente processadas de Belo Horizonte. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 26, n. 1, p. 441-446, 2008.

PIAUI. **Bacia do Rio Gurgueia**. Disponível em: <http://www.pi.gov.br/download/gurg.pdf> [capturado em 07 de abril de 2008].

SAABOR, A. Comercialização de hortaliças sob o enfoque do mercado varejista. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 180. Suplemento (Palestra). 2001.

SILVA, L. B. W. **A feira livre em Pedras de Fogo – PB**. Trabalho de conclusão de curso (Geografia), Centro de Ciências Exatas e da Natureza, *Campus I*, UFPB João Pessoa, 2006.

TOFANELLI, M. B. D.; FERNANDES, M. S.; MARTINS FILHO, O. B.; CARRIJO, N. S. Mercado de hortaliças frescas no município de Mineiros – GO. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 475 – 477, 2007.

VILELA, N. J.; MACEDO, M. M. C. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. **Horticultura Brasileira**, Brasília, v.18, n.2, p.88-94, 2000.

VILELA, N. J.; HENZ, G. P. Situação atual da participação das hortaliças no agronegócio brasileiro. **Caderno de Ciência e Tecnologia**, v. 17, p. 71-89, 2000.