

ALTERAÇÃO NO PERFIL DE COMPRA DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS¹ NOS SUPERMERCADOS E FEIRAS LIVRES NA CIDADE DE SÃO PAULO

Vagner Azarias Martins²
Mario Antonio Margarido³
Carlos Roberto Ferreira Bueno⁴

1 - INTRODUÇÃO

Sob o ponto de vista microeconômico, conforme apresentado por Nicholson (2002), a quantidade demandada de um dado produto depende do preço do próprio produto, dos preços dos produtos concorrentes ou substitutos, dos preços dos produtos complementares, da renda, gosto, hábitos do consumidor, locais de compra, etc. No entanto, não somente fatores em nível microeconômico são responsáveis pelo perfil de consumo dos agentes econômicos. Outros fatores mais abrangentes também exercem consideráveis influências sobre o comportamento do consumidor, tais como, estruturais, tecnológicos e macroeconômicos.

Especificamente, em relação ao segmento varejista, observa-se que houve profundas reformulações estruturais e tecnológicas, principalmente, a partir dos anos 90s. Segundo Sesso Filho (2003) os primeiros supermercados no Brasil surgiram na década de 1950, mas somente no final da década de 1960 é que passaram a se desenvolver. De acordo com este mesmo autor, o histórico dos supermercados no Brasil pode ser dividido em 5 fases: 1953-65 - introdução dos supermercados no Brasil; 1965-74 - rápida expansão do setor supermercadista⁵; 1975-85 -

desaceleração do crescimento⁶; 1986-94⁷ - adap-

camente, dois foram os fatores que condicionaram esse expressivo crescimento econômico no período em questão, sendo um de ordem interna, relacionado com a capacidade ociosa da economia a partir de 1967 e outro de origem externa, ligado ao excesso de liquidez no mercado internacional.

⁶Em função de choques externos, nesse período, a economia brasileira apresentou um quadro de desaceleração econômica. No segundo semestre de 1973 o cenário internacional alterou-se radicalmente por meio do choque de oferta proporcionado pela quadruplicação dos preços internacionais do petróleo, sendo que o *déficit* em Conta Corrente do País deteriorou-se ainda mais com a instabilidade dos preços mundiais de matérias-primas e de produtos agrícolas. Para se ter uma idéia da intensidade da elevação dos preços do petróleo em 1973 sobre a economia brasileira, as importações totais do País, que, em 1973 foram da ordem de US\$6 bilhões, simplesmente duplicou, passando para US\$12 bilhões em 1974. Em 1979, a questão inflacionária ganhou expressivo impulso, uma vez que, nesse mesmo ano, ocorreu o segundo choque do petróleo, o qual foi agravado pela elevação das taxas de juros internacionais, que encareceram não somente os gastos com importação de bens e matérias-primas, como também, a captação de recursos externos. Em 1980, a inflação chegou a ultrapassar a casa dos 100,0% a.a., batendo o recorde na história do Brasil até então. Para conter o processo inflacionário, o Governo adotou um pacote de medidas heterodoxas, como a pré-fixação da correção monetária e do câmbio, visando, dessa forma, atenuar as expectativas dos agentes econômicos no que se refere à inflação. No entanto, essas medidas não tiveram efeito, muito pelo contrário, a inflação continuou a sua tendência de alta. Após a desastrosa tentativa de se aplicar um programa de perfil heterodoxo em 1980, que teve como resultado o agravamento do desequilíbrio das contas externas conjugado com o recrudescimento da inflação, o receituário ortodoxo volta à cena em 1981. Tendo como base o receituário proposto pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), objetivou-se incrementar o nível das exportações. Portanto, através da redução do dispêndio doméstico, conjugado com a modificação da relação câmbio/salário para cima, ou seja, pretendia-se modificar a rentabilidade relativa dos setores *tradeables* e *nontradeables*, de modo a contrair o nível de renda e conseqüentemente o consumo interno, e as importações, possibilitando, assim, incrementar o excedente exportável. O resultado no período de 1981 a 1983 foi mergulhar o País numa profunda recessão, sendo que, os ganhos obtidos com a implementação da ortodoxia foram muito pequenos em termos de *superávit* comercial, além do que foi inócuo, uma vez que a inflação continuou sua escalada ascendente, chegando ao nível de 200,0% em 1983.

⁷Nesse período, a economia brasileira também apresentou reduzidas taxas de crescimento econômico, porém, dessa vez, foram fatores de ordem interna e não externa os

¹No meio varejista o conjunto Frutas, Legumes e Verduras utiliza a abreviação FLV. Registrado no CCTC, IE-88/2006.

²Estatístico, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (e-mail: vagneram@iea.sp.gov.br).

³Economista, Doutor, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (e-mail: mamargarido@iea.sp.gov.br).

⁴Médico Veterinário, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (e-mail: crfbueno@iea.sp.gov.br).

⁵Possivelmente, essa expressiva expansão do setor de supermercados esteja diretamente relacionado ao comportamento da própria economia brasileira no período de 1967 até 1973. Mais especificamente, no decorrer do intervalo compreendido entre 1967 e 1973, denominado de período do "milagre econômico", a economia brasileira, apresentou elevadas taxas de crescimento, sendo que a taxa de crescimento médio da economia girou em torno de 10,0% ao ano. Basi-

tação à crise econômica; e a partir de 1995 - modernização do setor supermercadista⁸. Já, o varejo tradicional, tal como as feiras livres, são bem mais antigas. Oficialmente, foram criadas por meio de ato do então prefeito da cidade de São Paulo Washington Luiz P. de Souza em 1914 (SÃO PAULO, 2006), embora, já fosse um sistema tradicional de venda na cidade. Em São Paulo as feiras livres seguem as diretrizes traçadas no decreto n. 5.841, de 15/04/1964, no qual este equipamento foi reorganizado, a partir de então poucas alterações foram verificadas nesse sistema de vendas.

Estruturalmente, os supermercados transformaram significativamente o segmento varejista em função do fato de possibilitar ao consumidor procurar todos os produtos num único lugar⁹, pois, aparentemente, o consumidor é pouco propenso a se deslocar a vários locais de compra para adquirir produtos alimentícios. Ainda de acordo com Goldberg (2006, p. 190), *“além do ‘one-stop shopping’, um segundo fator de transformação liga-se à revolução na tecnologia de informação. Com novas tecnologias de computação e os scanners nos pontos de venda, os supermercados e hipermercados passaram a controlar seus estoques e ter acesso ao perfil de demanda de seus clientes de forma muito superior. Com isso, novas economias de escala surgiram ou foram reforçadas”*.

No campo macroeconômico, ao se analisar a evolução da economia brasileira observa-se que houve intenso processo de industrialização com a conseqüente aceleração do processo de urbanização a partir da segunda metade da década de 1950 com a implementação do Plano de Metas do governo Juscelino Kubitschek¹⁰. A

justificativa para a industrialização do País, conforme a linha de pensamento da Comissão Econômica para América Latina (CEPAL)¹¹, era de que os países exportadores de matérias-primas agrícolas estavam em desvantagem no comércio internacional relativamente aos países desenvolvidos, pois houve expressiva deterioração dos termos de troca entre produtos primários e produtos industrializados, situação desvantajosa para os países em desenvolvimento em relação aos países desenvolvidos.

Portanto, para elevar o bem-estar dos países em desenvolvimento, esses deveriam partir para um modelo que ficou conhecido como Substituição de Importações¹², ou seja, para reduzir a dependência dos países desenvolvidos, os países em desenvolvimento deveriam produzir domesticamente o que antes importavam. Esse processo de industrialização, naturalmente, eleva a demanda por mão-de-obra, que se desloca do campo para as cidades.

Outro fato relevante que vai consolidar esse processo de deslocamento da população rural para as cidades foi a implementação de uma política de modernização do setor agropecuário a partir da metade da década de 1960 e que se estendeu até o final da década de 1970 com a implementação do II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PND)¹³. Em linhas gerais, o processo de modernização do setor agrícola no Brasil consistiu basicamente em dois pilares, oferta e demanda. O primeiro, do lado da oferta com a concessão de estímulos para a implementação de indústrias visando à produção doméstica, ou então, com subsídios para a importação de fertilizantes, defensivos, tratores, etc., além de investimentos públicos em pesquisa e difusão para utilização desses insumos modernos. O segundo, pelo lado da demanda, o principal estímulo para os produtores utilizarem esses insumos foi a constituição do programa de crédito agrícola subsidiado, que perdurou até meados dos anos 80s¹⁴.

principais condicionantes da desaceleração da economia. Esse período foi marcado por expressiva instabilidade econômica, envolvendo acirramento do processo inflacionário conjugado com a implementação de diversos planos de estabilização de caráter heterodoxos, os quais fracassaram de forma retumbante (Plano Cruzado, Plano Bresser, Plano Verão, Plano Collor e Plano Collor I), e que ampliaram a instabilidade econômica, obrigando as empresas a se adaptarem a esse novo quadro. A estabilização de preços da economia brasileira somente foi obtida com a implementação do Plano Real em julho de 1994.

⁸A principal característica desse período é a entrada do capital estrangeiro no setor de supermercados conjuntamente com a elevação da concentração nesse segmento varejista.

⁹Também denominado de *one-stop shopping*, conforme Goldberg (2006).

¹⁰Detalhes sobre o Plano de Metas podem ser encontrados em Lessa (1982).

¹¹Detalhes consultar Prebisch (1949).

¹²Sobre o processo do Modelo de Substituição de Importações, consultar Conceição Tavares (1983).

¹³Detalhes sobre o II PND ver Barros de Castro; Pires de Souza (1985).

¹⁴Detalhes sobre o processo de modernização do setor agrícola no Brasil podem ser encontrados em Pastore (1973), Pastore; Alves; Rizzieri (1974) e Santos (1986).

O processo de modernização do setor agrícola teve forte impacto sobre a economia brasileira, pois via utilização de tecnologia foi possível elevar tanto a produtividade quanto a produção do setor agropecuário. Em outras palavras, a introdução de novas tecnologias permite que se obtenha mais produto com menos insumo. No caso do setor agrícola, a sua modernização permitiu reduzir de forma drástica a utilização de mão-de-obra no campo para diversas culturas, e como resultado, acentuou ainda mais o êxodo rural em direção às grandes cidades. Conforme dados do Censo Demográfico Brasileiro (CENSO, 2000) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população total do Brasil era de 169.799.170 habitantes. Em relação à população residente urbana, verifica-se que saltou de 12.880.182 em 1940 para 137.953.959 em 2000. Isso representou variação de 971,05% em apenas 60 anos.

Dado que, o ambiente urbano possui características distintas do rural, houve reflexos diretos sobre o perfil de consumo dos agentes econômicos.

Outro fator preponderante no processo de mudança de hábito de consumo é a maior inserção da mulher no mercado de trabalho associado ao fato de que muitas famílias deixam as crianças em creches e escolas em tempo integral, em função de o casal trabalhar fora de casa e, além disso, muitas pessoas que trabalham recebem vale alimentação.

Em função de ter de conciliar serviços familiares domésticos com o trabalho fora de casa, as donas de casa não podem despende muito tempo na preparação e cozimento de alimentos afetando diretamente o que será consumido, se pronto, semi-pronto ou *in natura*, ou seja, de que forma e onde se vai adquirir o alimento.

2 - OBJETIVOS

Comparar e analisar a evolução da participação nas vendas de FLV no mercado varejista da cidade de São Paulo dos dois principais equipamentos de distribuição desses produtos: a Feira livre e o supermercado¹⁵. No início da década

¹⁵Nesse caso, o termo supermercado se refere indistintamente a supermercados e hipermercados. Conforme GOLDBERG (2006, p. 230), de acordo com "a Associação Brasileira de Supermercados - ABRAS, são considerados supermercados os estabelecimentos que apresentam como principais seções de vendas mercearia, bazar e

de 1980 a participação do equipamento feira livre na venda de FLV predominava na cidade.

3 - MATERIAL E MÉTODOS

Para o objetivo proposto serão utilizados os resultados das Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs), da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), de 1981/82 e 1998/99 de frutas, legumes e verduras referentes aos equipamentos feira livre e supermercado.

O Instituto de Economia Agrícola (IEA) calcula desde 1971 uma cesta de dispêndio dos principais produtos adquiridos pelas famílias no mercado varejista da cidade de São Paulo. Estes produtos e suas respectivas ponderações (tipo, unidade e local de compra) são determinados por um tipo específico de pesquisa conhecida por "POF". Segundo Endo (1986) "as pesquisas de orçamentos familiares 'POFs' se destinam a aferição do padrão de gastos das famílias residentes em uma determinada área geográfica". Atualmente a cesta de mercado¹⁶ do IEA é composta por 105 produtos, sendo 82 produtos de origem vegetal e 23 de origem animal. A variável "local de compra" é fundamental na formação do preço médio de cada produto; alterações no comportamento dessa característica afetam diretamente o cálculo da cesta de mercado e seus indicadores.

Por meio da depuração dos resultados das duas pesquisas de orçamentos familiares obtém-se a participação dos equipamentos na venda de cada um dos produtos que compõem os três grupos em estudo. A variação referente à participação dos dois equipamentos varejistas entre as pesquisas para cada produto, e em especial à média de cada grupo, será o instrumento de análise do estudo.

A variação percentual de cada produto em relação aos dois equipamentos em estudo é fornecida por:

perecíveis; de 1.500 a 5.000 itens em exposição, de 3 a 40 check-outs, mais de 300m² de área de venda e um faturamento anual acima de 1 milhão de dólares. Já os hipermercados se caracterizam por possuírem as seções de venda mercearia, bazar, perecíveis, vestuário e eletrodomésticos; mais de 5.000 itens em exposição; mais de 40 check-outs; uma área de vendas maior que 5.000m², e um faturamento anual de no mínimo 12 milhões de dólares".

¹⁶Para maiores detalhes sobre a composição da Cesta de Mercado do IEA ver Margarido; Bueno; Martins (2003).

$$Var\% = ((PV_{i,jt} / PV_{i,jt-1}) * 100) - 100,$$

sendo:

i = produto;

j = equipamento;

$PV_{i,jt}$ = participação na venda do produto i no equipamento j no período t e;

$PV_{i,jt-1}$ = participação na venda do produto i no equipamento j no período $t-1$.

4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

No caso de frutas, na média, em 1981/82, cerca de 92,0% das frutas eram adquiridas pelos consumidores em feiras livres, enquanto somente 5,0% eram adquiridas em supermercados. Contrastando com essa situação, em 1998/99, verifica-se que os supermercados ganharam considerável espaço relativamente às feiras livres, pois, na média, a aquisição de frutas em feiras livres caiu para 54,0%, enquanto a aquisição de frutas em supermercados subiu para 33,0%. Em termos percentuais, na média, isso representou uma queda de 41,14% da aquisição de frutas nas feiras livres e aumento de 577,11% na comercialização de frutas pelos supermercados junto aos consumidores, ao se comparar os resultados da POF 1981/82 com aqueles obtidos na POF de 1998/99.

Também é importante ressaltar que no primeiro período os dois equipamentos juntos respondiam por 97% da comercialização de frutas na cidade de São Paulo, este percentual caiu para 87% no período seguinte. Os sacolões e varejões, criados no início da década de 1990, ocuparam o espaço das quitandas e hoje, segundo dados da POF 1998/99, detêm 8% das vendas de frutas na cidade (Tabela 1).

Para legumes foi detectada situação semelhante. Na média, as aquisições de legumes em feiras livres caíram de 88,0%, conforme informações da POF 1981/82 para 56,0% no período seguinte. Em relação aos supermercados houve o inverso, pois a comercialização saltou de apenas 7,0% para 33,0% ao se comparar à POF 1981/82 relativamente a de 1998/99. Já, a variação percentual na comercialização de legumes entre as POFs de 1981/82 e 1998/99 mostra que houve queda de 35,86% na comercialização desses produtos nas feiras livres, enquanto as

vendas no segmento de supermercados elevaram-se 344,44%. Também para legumes no segundo período, os sacolões e varejões passaram a ter importância na comercialização deste grupo de produtos, sendo responsável por 8% das vendas, segundo resultados da POF 1998/99 (Tabela 2).

Assim como aconteceu com os dois produtos anteriormente analisados, no caso de verduras, também se verifica que as feiras livres estão perdendo espaço relativamente aos supermercados. Conforme dados da POF 1981/82, na média, a comercialização de verduras nesse equipamento era de 82,0%, enquanto os supermercados eram responsáveis por apenas 6,0% da comercialização de verduras. Quadro bem diferente foi encontrado no caso da POF 1998/99, em que, na média, a comercialização de verduras decaiu para 62,0% contra 28,0% nos supermercados. Em termos de variação percentual, a aquisição de verduras em feiras livres foi reduzida em 30,28%. Já, caso inverso foi constatado em relação aos supermercados, pois houve incremento de 374,47% na comercialização de verduras. Neste grupo a participação conjunta de supermercados e feiras livres sofreu uma queda menor em relação aos grupos anteriores, conforme a POF 1998/99 enquanto os sacolões e varejões respondem por 7% do total de vendas de verduras na cidade de São Paulo (Tabela 3).

Para justificar o avanço dos supermercados relativamente às feiras livres na comercialização de FLV deve-se destacar que os primeiros procuraram conquistar novos clientes via políticas de aumento das quantidades ofertadas de produtos, além de ampliarem o leque de produtos oferecidos aos consumidores num mesmo local de compra, evitando, dessa forma, que o consumidor tenha que se deslocar, ou seja, o consumidor economiza tempo, que pode ser alocado em outras atividades cotidianas. A qualidade e a diversidade dos produtos FLV são importantes atributos aos olhos dos consumidores, assim, as empresas de varejo moderno passaram a utilizar diversas ferramentas de logística para monitorar e abastecer a área de FLV em suas lojas, alcançando um nível de frescor, qualidade e diversidade semelhante ao encontrado nos produtos comercializados nas feiras livres.

Outros elementos relevantes que devem ser levantados e podem justificar a perda de

TABELA 1 - Participação¹ e Variação Percentual dos Equipamentos Feira Livre e Supermercado como Local de Compra de Frutas das Famílias Paulistanas, 1981/82 e 1998/99

Produto	1981/82		1998/99		Var.% entre períodos	
	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado
Banana maçã	0,91	0,04	0,67	0,18	-26,37	350,00
Banana nanica	0,92	0,03	0,63	0,25	-31,52	733,33
Laranja	0,93	0,04	0,58	0,29	-37,63	625,00
Tangerina	0,94	0,02	0,50	0,27	-46,81	1.250,00
Figo	0,86	0,08	0,54	0,39	-37,21	387,50
Morango	0,86	0,08	0,50	0,31	-41,86	287,50
Uva fina	0,97	0,00	0,64	0,24	-34,02	-
Abacate	0,97	0,01	0,59	0,27	-39,18	2.600,00
Abacaxi	0,96	0,02	0,66	0,21	-31,25	950,00
Maçã estrangeira	0,87	0,09	0,44	0,47	-49,43	422,22
Maçã nacional	0,92	0,05	0,55	0,34	-40,22	580,00
Mamão	0,90	0,07	0,58	0,30	-35,56	328,57
Pêssego	0,92	0,05	0,41	0,44	-55,43	780,00
Limão taiti	0,92	0,06	0,55	0,35	-40,22	483,33
Manga	0,92	0,05	0,43	0,41	-53,26	720,00
Melancia	0,92	0,07	0,55	0,31	-40,22	342,86
Pêra estrangeira	0,89	0,07	0,35	0,59	-60,67	742,86
Média	0,92	0,05	0,54	0,33	-41,14	577,11

¹A soma da participação de cada produto nos dois equipamentos não é igual a 100, pois há participação de outros equipamentos na comercialização desses produtos.

Fonte: POF 1981/82 e 1998/99.

TABELA 2 - Participação¹ e Variação Percentual dos Equipamentos Feira Livre e Supermercado como Local de Compra de Legumes das Famílias Paulistanas, 1981/82 e 1998/99

Produto	1981/82		1998/99		Var.% entre períodos	
	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado
Abóbora	0,88	0,08	0,64	0,25	-27,27	212,50
Abobrinha brasileira	0,93	0,04	0,58	0,33	-37,63	725,00
Abobrinha italiana	0,93	0,04	0,58	0,33	-37,63	725,00
Batata	0,71	0,21	0,36	0,52	-49,30	147,62
Batata-doce	0,84	0,06	0,44	0,47	-47,62	683,33
Berinjela	0,94	0,05	0,57	0,33	-39,36	560,00
Beterraba	0,94	0,04	0,69	0,19	-26,60	375,00
Cebola	0,61	0,29	0,33	0,55	-45,90	89,66
Cenoura	0,86	0,10	0,60	0,32	-30,23	220,00
Chuchu	0,93	0,03	0,66	0,25	-29,03	733,33
Mandioca de mesa	0,92	0,03	0,66	0,13	-28,26	333,33
Mandioquinha	0,89	0,04	0,49	0,36	-44,94	800,00
Pepino	0,91	0,04	0,57	0,33	-37,36	725,00
Pimentão	0,85	0,09	0,56	0,35	-34,12	288,89
Quiabo	0,93	0,03	0,64	0,27	-31,18	800,00
Tomate de mesa	0,89	0,06	0,54	0,35	-39,33	483,33
Vagem	0,93	0,03	0,64	0,27	-31,18	800,00
Média	0,88	0,07	0,56	0,33	-35,86	344,44

¹A soma da participação de cada produto nos dois equipamentos não é igual a 100, pois há participação de outros equipamentos na comercialização desses produtos.

Fonte: POF 1981/82 e 1998/99.

TABELA 3 - Participação¹ e Variação Percentual dos Equipamentos Feira Livre e Supermercado como Local de Compra de Verduras das Famílias Paulistanas, 1981/82 e 1998/99

Produto	1981/82		1998/99		Var.% entre períodos	
	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado	Feira livre	Supermercado
Agrião	0,89	0,01	0,61	0,31	-31,46	3.000,00
Alface	0,89	0,05	0,55	0,30	-38,20	500,00
Almeirão	0,90	0,05	0,74	0,21	-17,78	320,00
Couve	0,87	0,08	0,66	0,24	-24,14	200,00
Escarola	0,87	0,08	0,54	0,31	-37,93	287,50
Espinafre	0,89	0,08	0,65	0,28	-26,97	250,00
Repolho verde	0,90	0,07	0,63	0,27	-30,00	285,71
Salsa e cebolinha	0,89	0,05	0,57	0,31	-35,96	520,00
Média	0,89	0,06	0,62	0,28	-30,28	374,47

¹A soma da participação de cada produto nos dois equipamentos não é igual a 100, pois há participação de outros equipamentos na comercialização destes produtos.

Fonte: POF 1981/82 e 1998/99.

participação das feiras livres em relação a outros equipamentos na venda de FLV referem-se à falta de flexibilidade em relação a horários; poucas feiras funcionam fora do tradicional horário das 6:00 às 12:00 horas, o que inviabiliza a ida de consumidores que trabalham em horário comercial, em especial as mulheres, que passaram a ocupar um importante espaço no orçamento familiar trabalhando fora. Também, os supermercados e principalmente as grandes redes supermercadistas oferecem diversas formas de pagamento; flexibilidade de horários; produtos pré-processados, estacionamento, segurança, diversos serviços em um mesmo local; e preços compatíveis aos praticados nas feiras livres.

Outro ponto relevante se refere ao tempo de prateleira dos FLV, ou seja, esses produtos possuem elevada especificidade temporal¹⁷, pois se deterioram rapidamente e sua estocagem por longos períodos é tecnicamente inviável, fato que exige rapidez no seu processo de

comercialização, desde sua produção até o consumo final. De acordo com Faulin e Azevedo (2003), frutas, legumes e verduras devem ser comercializados até cinco dias antes de terem atingido o ponto ideal para colheita, pois, caso contrário, há perda de qualidade, e como resultado, esses produtos devem ser descartados. Em função dessa elevada especificidade temporal dos FLV, o consumidor tem de se deslocar com elevada frequência. Sendo assim, verifica-se que os supermercados procuram se diferenciar aos olhos dos consumidores relativamente a outros equipamentos varejistas, investindo em vários serviços, que visam oferecer comodidade aos consumidores.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em função das mudanças de hábito verificada nos consumidores que vivem em centros urbanos, associada ao acirramento da competição entre os diversos equipamentos varejistas, com ênfase nos supermercados, observa-se que as compras de FLV pelos consumidores vêm aumentando sua participação nas vendas dos supermercados em detrimento das feiras livres. Esse fato é corroborado comparando-se as informações captadas pelas Pesquisas de Orçamentos Familiares (POFs) da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) para a cidade de São Paulo nos períodos 1981/82 e 1998/99.

As feiras livres importante equipamento varejista para o escoamento da produção de

¹⁷A questão da especificidade de ativo foi originalmente desenvolvida por Williamson (1985). Em linhas gerais, quando um ativo apresenta alta especificidade implica que possui elevado custo de oportunidade em função dos seus custos irrecuperáveis (*sunk costs*), dado que é concebido para utilização exclusiva para determinada tarefa, e como resultado, perde rapidamente seu valor em usos alternativos. Segundo Azevedo (1996, p.51), a "especificidade é a característica que expressa a magnitude de seu valor que é dependente da continuidade da transação à qual ele é específico. Quanto maiores as especificidades, maiores serão os riscos e problemas de adaptação e, portanto, maiores os custos de transação. Por depender da continuidade dessa transação, trata-se de um conceito indissociável do tempo".

hortifrutigranjeiros, além de pescados, vêm perdendo ano após ano participação na venda destes produtos para sacolões e supermercados e principalmente para as grandes redes supermercadistas que vêm fazendo grandes investimentos na área de FLV em especial em um sistema ágil de logística e também na negociação direta com o produtor. Ao analisar os resultados da POF 1986 e 1996 apud Machado (2002) em amplitude nacional, verificou que na maioria das regiões metropolitanas, com exceção de São Paulo, Belém e Belo Horizonte, os supermercados constituem o principal canal de distribuição de FLV. Portanto, uma vez que os supermercados são mais exigentes em termos de qualidade, frequência para entrega e embalagem dos produtos relativamente aos tradicionais equipamentos de varejo, isso repassa aos consumidores credibilidade quanto à qualidade dos produtos. Em fun-

ção disso, esse segmento mais moderno “captura” parcela considerável de clientes insatisfeitos com o comércio varejista tradicional e como resultado amplia sua parcela de participação na comercialização de produtos, tais como frutas, legumes e verduras. E é exatamente esse fato que as pesquisas de orçamentos familiares estão mostrando

Aparentemente, a tendência é de redução da participação das feiras livres na comercialização de FLV, com o conseqüente aumento da aquisição desses produtos pelos consumidores junto aos supermercados. Contudo apesar das dificuldades as feiras livres ainda permanecem na liderança de venda de FLV, tendo como virtude o frescor e a diversidade de produtos e também conta com a tradição para se manter viva na comercialização de FLV na cidade de São Paulo ainda por um longo tempo.

LITERATURA CITADA

AZEVEDO, P. F. **Integração vertical e barganha**. São Paulo, 1996. 220 p. Tese (Doutorado) - Departamento de Economia da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

BARROS DE CASTRO, A.; PIRES DE SOUZA, F. E. **A economia brasileira em marcha forçada**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

CENSO DEMOGRÁFICO BRASILEIRO. Rio de Janeiro: IBGE, 2000, Disponível em: < www.ibge.gov.br> Acesso em: set. 2006.

CONCEIÇÃO TAVARES, M. da. **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro**: ensaios sobre a economia brasileira. 11. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

ENDO, S. K. **Números índices**. São Paulo: Atual, 1986.

FAULIN, E. J.; AZEVEDO, P. F. Distribuição de hortaliças na agricultura familiar: uma análise das transações. **Informações Econômicas**, v. 33, n. 11, p. 24-37, nov. 2003.

GOLDBERG, D. **Poder de compra e política antitruste**. São Paulo: Singular, 2006. 309 p.

LESSA, C. **15 anos de política econômica**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1982.

MACHADO, E. L. **O papel da reputação na coordenação vertical da cadeia produtiva de frutas, legumes e verduras frescos**. São Paulo: FEA/USP, 2002.

MARGARIDO, M. A.; BUENO, C. R. F.; MARTINS, V. A. Análise da evolução dos índices da cesta de mercado pós-plano real na cidade de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 37-42, fev. 2003.

NICHOLSON, W. **Microeconomic theory**: basic principles and extensions. United States of America: South-Western, 2002. 748 p.

PASTORE, A. C. A oferta de produtos agrícolas no Brasil. In: _____. **Agricultura e desenvolvimento**. [S. l.: s. n.] 1993, p. 113-49.

PASTORE, A. C.; ALVES, E.; RIZZIERI, J. **A inovação induzida e os limites à modernização na agricultura brasileira**. *Informações Econômicas, SP, v.37, n.2, fev. 2007.*

sileira. Brasília: EMBRAPA, 1974. (Teoria e Metodologia, v. 2).

PESQUISA DE ORÇAMENTOS FAMILIARES-POF. São Paulo: FIPE, 1981/82; 1998/99. Disponível em: www.fipe.org.br. Acesso em: out. 2006.

PREBISCH, R. **El desarrollo económico de la América Latina y algunos de sus principales problemas**. Santiago de Chile: CEPAL, 1949.

SANTOS, R. F. dos. **Presença de vieses e mudança técnica na agricultura brasileira**. São Paulo: IPE/USP, 1986. (Ensaio Econômico, 63).

SÃO PAULO. Prefeitura do Município de São Paulo. **Histórico de feiras-livres**. Disponível em: www.portal.prefeitura.sp.gov.br. Acesso em: nov. 2006.

SESSO FILHO, U. A. **O setor supermercadista no Brasil nos anos 90**, Piracicaba: ESALQ/USP, 2003.

WILLIAMSON, O. *The economic institutions of capitalism*. London: Free Press, 1985. 450 p.

ALTERAÇÃO NO PERFIL DE COMPRA DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS NOS SUPERMERCADOS E FEIRAS LIVRES NA CIDADE DE SÃO PAULO

RESUMO: Este trabalho visa comparar e analisar a frequência do local de compra de frutas, legumes e verduras no início dos anos 80s e final da década de 1990 pelos paulistanos nos dois principais equipamentos de venda desses produtos: feiras livres e supermercados. Os resultados mostraram que as feiras livres ainda são o principal equipamento varejista de venda desses produtos, embora tenha perdido em média 35,76% de participação nas vendas de frutas, legumes e verduras; em contrapartida os supermercados apresentaram aumento médio de 432,01% nas vendas no período analisado. Dessa forma, pode-se observar que a estrutura de compra dos consumidores está diretamente relacionada ao rápido processo de mudanças econômicas e sociais do País ocorridas nos últimos anos.

Palavras-chave: varejo, FLV, perfil do consumidor, São Paulo.

CHANGES IN VEGETABLE AND FRUIT PURCHASE PATTERNS IN SUPERMARKETS AND STREET MARKETS IN THE CITY OF SÃO PAULO, BRAZIL

ABSTRACT: This work aims to compare and analyze the frequency of fruit and vegetable consumption in the early 1980s and late 1990s in two major point-of-sale locations of Sao Paulo city: street markets and supermarkets. Results show that the former are still the main retail institutions for these products, even though their share of sales decreased approximately 35%. On the other hand, supermarkets presented an average 432% increase in the analyzed period. It is also observed that consumers' purchase patterns are directly related to the economic and social changes in the country in the last years.

Key-words: retail, consumer profile, São Paulo, F&V.

Recebido em 27/11/06. Liberado para publicação em 26/01/07.