UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL

CAMPUS CHAPECÓ

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU - ESPECIALIZAÇÃO EM PRODUÇÃO VEGETAL

KARINA PANIZZI SORGATTO

PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES DE HORTALIÇAS NO MUNICÍPIO DE XAXIM – SC

CHAPECÓ, 2022

KARINA PANIZZI SORGATTO

PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES DE HORTALIÇAS NO MUNICÍPIO DE XAXIM – SC

Artigo apresentado ao curso de Pós-graduação em Produção Vegetal da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito para obtenção do título de Especialista em Produção Vegetal.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 29/07/2022

gov.br Documento assinado digitalmente
VANESSA NEUMANN SILVA
Data: 30/07/2022 08:05:17-0300
Verifique em https://verificador.iti.br

_____

Professora Dra. Vanessa Neumann Silva-

Orientadora- Presidente da banca

gov.br Documento assinado digitalmente
SIUMAR PEDRO TIRONI
Data: 05/08/2022 15:35:59-0300
Verifique em https://verificador.iti.br

_____

Prof. Dr. Siumar Pedro Tironi

Avaliador – UFFS

gov.br Documento assinado digitalmente
MARCO AURELIO TRAMONTIN DA SILVA
Data: 06/08/2022 13:53:26-0300
Verifique em https://verificador.iti.br

_____

Prof. Dr. Marco Aurélio Tramontin da Silva

Avaliador - UFFS

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Sorgatto, Karina Panizzi
Perfil de consumidores e produtores de hortaliças no município de Xaxim ? SC / Karina Panizzi Sorgatto. -- 2022.
32 f.:il.

Orientadora: Doutora Vanessa Neumann Silva

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Especialização em Produção Vegetal, Chapecó,SC, 2022.

1. Olerícolas. 2. Preferência de consumo. 3. Agricultura familiar. I. Silva, Vanessa Neumann, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

Elaborada pelo sistema de Geração Automática de Ficha de Identificação da Obra pela UFFS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES DE HORTALIÇAS NO MUNICÍPIO DE XAXIM – SC

Karina Panizzi Sorgatto[1], Vanessa Neumann Silva[1]

[1] Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Chapecó-SC, Brasil; karina_sorgatto@hotmail.com ; vanessa.neumann@uffs.edu.br

RESUMO: Conhecer o perfil do consumidor final contribui fortemente para direcionar a produção e a potencial comercialização de diversas hortaliças. O objetivo desta pesquisa é caracterizar o perfil de consumidores e produtores de hortaliças do município de Xaxim-SC. O estudo foi realizado no município de Xaxim-SC, por meio de aplicação de entrevistas estruturadas, as quais foram realizadas com consumidores e produtores de hortaliças. O tamanho da amostra da população foi calculado de acordo com a ferramenta on-line Raosoft®, chegando-se aos valores de 96 consumidores e 28 produtores. Observou-se que as cinco hortaliças mais consumidas na cidade de Xaxim são: alface, tomate, cenoura, brócolis e batata. Verificou-se que 83,89% dos consumidores adquirem hortaliças semanalmente. Qualidade e aparência são os atributos mais observados na hora da compra. Os supermercados são os locais de preferência de compra e o valor médio gasto por mês da maioria dos consumidores não ultrapassa R$199,00. Os consumidores se preocupam com a origem das hortaliças e pagariam um preço mais elevado se a qualidade fosse melhor. Aproximadamente 68% dos consumidores não mudaram seus hábitos de consumo durante a pandemia. Observou-se que 80% dos produtores possuem menos de dez hectares de área. A mão-de-obra é predominantemente familiar. Os sistemas mais utilizados são: cultivo em campo aberto, protegido e hidroponia. Clima e pragas são as maiores dificuldades. Aproximadamente 80% dos produtores sofreram impactos na produção e comercialização dos produtos durante a pandemia e estratégias produtivas e comerciais foram implementadas para enfrentá-la.

Palavras-chave: Olerícolas, preferência de consumo, agricultura familiar.

THE PROFILE OF CONSUMERS AND VEGETABLES PRODUCERS IN XAXIM CITY, SANTA CATARINA

ABSTRACT: Knowing the profile of the final consumer contributes strongly to directing the production and potential commercialization of various vegetables. The objective of this research is to characterize the profile of consumers and vegetables producers in Xaxim city, Santa Catarina. The study was carried out in Xaxim city, Santa Catarina, through the application of structured interviews, which were carried out with consumers and producers of vegetables. The population sample size was calculated according to the Raosoft® online tool, reaching the values of 96 consumers and 28 producers. It was observed that the five most consumed vegetables in Xaxim are: lettuce, tomato, carrots, broccoli and potatoes. It was found that 83.89% of consumers buy vegetables weekly. Quality and appearance are the most observed attributes at the time of purchase. Supermarkets are the preferred shopping places and the average amount spent per month by most consumers does not exceed R$199.00. Consumers care about where vegetables come from and would pay a higher price if the quality were better. Approximately 68% of consumers does not changed their consumption habits during the pandemic. It was observed that 80% of the producers have less than ten hectares of area. The workforce is predominantly family-owned. The most used cultivation systems are: open field, protected and hydroponics. Weather and pests are the biggest difficulties. Approximately 80% of producers suffered impacts on the production and marketing of products during the pandemic, so productive and commercial strategies were implemented to face it.

Keywords: Vegetables Crops, consumption preference, family farming.

INTRODUÇÃO

A horticultura possui um ramo denominado olericultura, que engloba a exploração de um grande número de espécies de plantas popularmente conhecidas como hortaliças (Incaper, 2007). O agronegócio de hortaliças contribui expressivamente na geração de empregos, devido à necessidade de mão-de-obra desde a semeadura até a comercialização (Vilela, 2000).

As hortaliças são alimentos imprescindíveis para uma dieta equilibrada, sendo o seu consumo extremamente importante para a saúde dos consumidores, uma vez que são fontes de fibras, sais minerais, vitaminas e carboidratos (Costa e Silva, 2011). Conhecer o perfil dos consumidores e também dos produtores de hortaliças é fundamental, para buscar-se alternativas para aumentar o consumo, disponibilizando alimentos de qualidade, e que atendam aos requisitos exigidos pelos consumidores; nesse contexto, entender como ocorre o processo de produção das hortaliças, nas propriedades agrícolas, é essencial, para que se possa desenvolver pesquisas focadas na melhoria das técnicas de cultivo.

Além disso, conhecer o perfil dos consumidores é importante para direcionar a produção e a potencial comercialização de diversas hortaliças, não somente em feiras livres, mas também nos inúmeros canais de comercialização desse tipo de alimento, como sacolões, quitandas e supermercados (Souza 2005; Costa e Silva, 2011).

Cada vez mais os consumidores estão buscando uma alimentação mais saudável e diversificada, o que consequentemente eleva a procura por hortaliças e frutas. E os consumidores também estão mais exigentes quanto a qualidade e a comodidade ao adquirir algum produto, e a sua satisfação com o produto comercializado está diretamente relacionada à decisão de compra (Vilela e Macedo, 2000; Coelho, 2007). Sendo assim, faz-se necessário que os produtores e comerciantes desses produtos acompanhem as mudanças de comportamento da população para se manterem no mercado competitivo, buscando adequar-se às necessidades e as preferências do consumidor e, consequentemente, elevar ao máximo os lucros (Coelho, 2007).

O mercado de hortaliças é bastante influenciado pela preferência dos consumidores, refletindo em mudanças na produção. Devido à crescente demanda por

produtos diferenciados, este mercado vem se estruturando na tentativa de conseguir oferecer diversos produtos, tais como os tradicionais produtos “in natura”, os vegetais conservados, congelados e desidratados, além de hortaliças minimamente processadas. Observa-se que estes produtos buscam atender às exigências dos consumidores (Vilela e Henz, 2000).

Estudos que caracterizam o perfil de consumidores de hortaliças, dos comerciantes e que enfatizam a importância das feiras no cotidiano das cidades, têm se tornado frequentes em muitas localidades do Brasil, direcionando os produtores a se organizarem e produzirem de forma mais sustentável, em termos de reduzir as quantidades de resíduos químicos e de qualidade dos hortifrútis disponíveis aos consumidores (Rocha *et al*., 2010; Costa e Silva, 2011; Silvestre *et al*., 2011; Moreira *et al*., 2012; Brandão *et al*., 2015).

Dessa forma, o objetivo do presente estudo foi caracterizar padrões de consumo de produtos olerícolas e de produção, em Xaxim-SC, por meio de aplicação de questionários a fim de se traçar o perfil dos produtores de hortaliças e dos consumidores.

MATERIAL E MÉTODOS

O estudo proposto nesta pesquisa foi realizado de maneira integral no município de Xaxim localizado na região Oeste de SC por meio de aplicação de entrevistas semiestruturadas, as quais foram realizadas com produtores rurais e consumidores de hortaliças. Previamente ao início da pesquisa, o projeto foi submetido à análise do comitê de ética em pesquisa com seres humanos, da UFFS. O projeto está registrado sob o número CAAE 52189521.0.0000.5564, na Plataforma Brasil, e foi aprovado no mês de novembro de 2021.

A pesquisa foi realizada com uma abordagem qualitativa. As entrevistas semiestruturadas seguiram um roteiro previamente estabelecido, com perguntas predeterminadas (Anexos B e C). O tamanho da amostra foi calculado com a ferramenta on-line Raosoft® (Raosoft, 2004). O município tem a população estimada de 28.983 mil habitantes (IBGE, 2021a). Para estimar o número de consumidores de hortaliças, foi considerada a população parcial do município de Xaxim, considerando a faixa etária entre

20 a 90 anos, projetada pelo IBGE (2021b), correspondente a 74,49% da população total estimada. Com um nível de confiança de 95% e margem de erro de 10% chegou-se a uma amostra necessária de 96 entrevistas. A pesquisa foi realizada nos estabelecimentos comerciais localizados nos bairros e centro da cidade. O período de realização das entrevistas foi de fevereiro a junho de 2022.

Para o estudo com os produtores rurais do município utilizou-se da mesma ferramenta. O total de produtores de hortaliças que possuem inscrição ativa no bloco de notas de produtor rural, segundo as informações da prefeitura municipal, são 39 produtores ativos (Prefeitura de Xaxim, 2021). Assumindo para o nível de confiança 95% e margem de erro de 10% chegou-se a uma amostra necessária de 28 entrevistas.

Ao final, chegou-se ao número de dez entrevistas com produtores. Devido a mais de um produtor por família possuir inscrição no bloco de notas, outros não trabalharem mais na atividade e outros não aceitarem participar, restringiu-se a nossa amostra necessária.

As entrevistas realizadas para produtores rurais (Anexo C) contaram com questões que tinham o objetivo de caracteriza-los como produtores, como por exemplo, em relação ao tamanho da sua área de terra, as fontes de renda da sua propriedade, o número de pessoas que sobrevivem e auxiliam no trabalho, em relação aos métodos de cultivo e espécies produzidas, quais os maiores obstáculos que eles acreditam haver e se acreditam que o município demanda mais produtores; também foram questionados sobre os impactos na produção e comercialização durante a pandemia de Coronavírus e quais as estratégias que adotaram para enfrentar as dificuldades e se estas foram mantidas ou suspensas com o retorno da normalidade.

Os consumidores foram questionados em relação ao seu padrão de consumo, quais as espécies que mais consomem, qual a frequência de compra, qual o valor médio que estes dispõem gastar por mês, o que mais eles observam na hora de comprar, se estes tem o desejo de comprar mas não encontram a venda, se estão preocupados em relação a origem dos produtos que estes consomem, se eles acreditam que se houvessem mais produtores na região o preço poderia diminuir e se pagaria um preço maior pela qualidade melhor, em quais locais realizam suas compras, se daria alguma sugestão aos

produtores e se durante a pandemia de Coronavírus o consumo foi alterado e após a normalidade hábitos mantidos.

Procurou-se realizar as entrevistas em diversos estabelecimentos comerciais de venda de hortaliças (supermercados, fruteiras, feiras livres), sendo realizadas entrevistas individuais com os clientes, em horários preestabelecidos, de manhã e à tarde. Considerados como público-alvo as pessoas que se encontravam nas bancas de hortaliças, efetivamente comprando esses produtos.

Já aos produtores, foram escolhidos de forma aleatória e agendada previamente as entrevistas.

Como a pesquisa se trata de uma pesquisa qualitativa que tem o ser humano como principal fonte de resposta, ela é regida pela Resolução nº 510 de 07 de abril de 2006 e um dos artigos desta resolução se refere ao fato de que o entrevistado deve demonstrar consentimento para com a pesquisa, para que isto fique registrado foi realizada a elaboração de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo C), que traz uma breve explicação dos objetivos da pesquisa, dos direitos do participante, do tempo de duração da mesma, o termo também contém a assinatura e o contato do pesquisador e do orientador responsável, uma via deste fica de posse do entrevistado e outra de posse do entrevistador para que ocorra o arquivamento e validação da pesquisa. A abordagem dos entrevistados se deu de maneira clara, inicialmente foram apresentados aos mesmos os objetivos da pesquisa, sua importância para o entendimento do consumo e produção de hortaliças, o entrevistador fez inicialmente a leitura do termo de consentimento para que o entrevistado se sentisse seguro em assiná-lo, após foi solicitada a assinatura das duas vias do termo de consentimento esclarecido, sendo que este possuísse mais de 18 anos.

Após este processo se iniciou o procedimento da entrevista em si, as perguntas contidas nas entrevistas foram realizadas de forma oral, por somente um entrevistador, caso o entrevistado tenha autorizado a mesma foi gravada para posterior transcrição, caso o entrevistado não tenha autorizado a gravação, a mesma foi realizada de forma manuscrita no momento da entrevista.

Findada a pesquisa, ocorreu a transcrição das informações para cada um dos grupos e a tabulação das mesmas em planilhas eletrônicas de cálculo Libre Office; os dados obtidos foram confrontados com as informações disponíveis na literatura especializada sobre cultivo de hortaliças, para detectar discrepâncias e/ou particularidades, também foi realizada uma análise de frequência das respostas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Levantamento de dados relacionados aos consumidores de hortaliças

Quando questionados quais eram as espécies de hortaliças que os mesmos tinham preferência em consumir, as respostas mais frequentes foram: alfaces (73,95%) tomate (48,95 %) cenoura (32,29 %), brócolis (31,25%), batata (29,16%), rúcula (18,75%) e beterraba, cebola e repolho (16,66%) conforme pode ser observado na Tabela 1. A maioria dos entrevistados citou mais de uma espécie como preferida.

A alface (*Lactuca sativa* L.) é a hortaliça folhosa mais importante no mundo sendo consumida, principalmente, *in natura* na forma de saladas, sendo a principal folhosa do Brasil (Sala e Costa, 2012). O tomate (*Solanum lycopersicum*) é a hortaliça de maior expressão econômica tanto a nível de Brasil como de mundo. Entre todas as hortaliças, o tomate destaca-se entre as mais consumidas, depois da alface, associada, principalmente às principais refeições diárias ou nos lanches e fast-food (Conab, 2019), vindo ao encontro dos resultados dessa pesquisa.

A cenoura (*Daucus carota* L.) é a hortaliça de raiz com maior valor econômico; é a quarta hortaliça mais consumida no país e uma das mais consumidas no mundo (Resende e Braga, 2014).

A batata (*Solanum tuberosum* L.) constitui um dos alimentos mais consumidos no mundo, devido à sua composição, versatilidade gastronômica e tecnológica, assim como pelo baixo preço dos tubérculos (Coelho *et al*., 1999, Freitas *et al*., 2006). Esse tubérculo possui alta importância alimentar, é um alimento prático, barato, de fácil preparo e versátil, podendo ser consumida cozida, assada e frita, e ainda, tem uma rica constituição nutricional (Viana *et al*., 2021).

Em relação a frequência de compra a maioria dos entrevistados fazem suas compras semanalmente, sendo estes correspondentes a 72,92%, seguido dos consumidores que compram duas vezes na semana (13,54%), (tabela 2.) Esses resultados estão em conformidade com os apresentados por Coelho (2007), na pesquisa foi possível verificar que 83,89% dos consumidores adquirem hortaliças semanalmente, 10% o fazem diariamente e 6,11% mensalmente. Na pesquisa realizada por Castelo Branco *et al.* (2006), a frequência de compra no mercado municipal era de pelo menos uma vez por semana (92% das famílias adquiriam hortaliças pelo menos uma vez por semana) e 8% das famílias compravam duas vezes ao mês. Viana *et al*. (2020) também chegaram a valores parecidos com os dessa pesquisa, entrevistando consumidores no estado do Maranhão, notaram que 72% dos consumidores entrevistados costumam comprar hortaliças semanalmente, 24% compram diariamente, 3% quinzenalmente e 1% mensal.

Quando os consumidores foram questionados quanto ao valor médio gasto por mês com hortaliças, cerca de 39% dos entrevistados relatou que gasta menos de R$99,00; já 29% costumam gastar entre R$100,00 e R$199,00; 23% dos entrevistados costumam gastar entre R$200,00 e R$299,00; já 6% gastam entre R$300,00 a R$400,00 e 3% não souberam relatar (Figura 1A).

Quando os consumidores foram questionados em relação as características observadas nas hortaliças antes de efetuarem a compra das mesmas, dentre as respostas a que mais se destacou foi a questão de qualidade, sendo observada por 80,20% dos consumidores; outro ponto é a aparência, se a hortaliça parece fresca ou não, com indicativo de tempo exposta, visualmente está bonita, sem machucados, batidas e estragos, com firmeza, bem conservada e agradável aos olhos, sendo observada por 72,91% dos consumidores, seguido de tamanho, origem e preço com 4,16% sendo observada (Tabela 3). Dos consumidores que prezam por origem, destaca-se a procedência de hortaliças orgânicas ou a compra em estabelecimentos que confiam.

Estes resultados são semelhantes aos verificados por Saabor e Rojo (2002), que estudaram os consumidores dos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, e observaram que o conceito de qualidade dos consumidores está associado à

oportunidade de escolher o produto nas bancas, pois 83% das pessoas que preferem comprar produtos a granel fazem-no pela qualidade dos produtos.

Neves *et al.* (2011) ressaltam que os consumidores de hortaliças consideram como ordem de importância na tomada de decisão para compra: frescor, nutrição, sabor, segurança, preço e conveniência.

Cogitou-se também se os consumidores têm o desejo de adquirir alguma hortaliça, mas não a encontravam a venda, e 85% disseram encontrar sempre o que buscam. Já 15% dos consumidores tem dificuldade de encontrar ou não encontram determinadas hortaliças, dentre elas: brócolis, couve-flor e alface americana que são mais difíceis encontrarem no mercado, principalmente fora de época, outras como feijão-chicote (vagem), rabanete, espinafre, jiló, acelga, quiabo, coentro, batata yacon e mini hortaliças (Figura 1B).

Outro ponto questionado foi se os consumidores pagariam um preço mais elevado se a qualidade fosse melhor e 84% disseram que pagariam e 16% não pagariam, muitos destes já acham os preços atuais muito elevados. De acordo com Lopes *et al*. (2014), o consumidor poderá pagar mais caro pela hortaliça se houver informações confiáveis da produção, manuseio, transporte e disponibilização, e que ele perceba a existência da segurança alimentar e da qualidade do produto.

Questionamos também se o consumidor se preocupa com a origem das hortaliças que estão consumindo, e 51% dos entrevistados se preocupam, já 49% dos entrevistados não se preocupam com a origem. Dos que se preocupam, muitos confiam nos estabelecimentos de compra por serem produtores locais e/ou com rastreabilidade.

Perguntados sobre o local que realizam as compras, 100% dos entrevistados relataram que compram em supermercados. Destes, 18% também compram em feiras e 2% por delivery.

Outro ponto questionado foi se os consumidores acreditam que se houvessem mais produtores de hortaliças na região o preço das hortaliças seria menor, cerca de 78% dos entrevistados respondeu que acreditava com certeza, 19% que o preço não iria mudar e 3% que talvez mudaria (Figura 1e). Os que acreditam que o preço seria menor

utilizam os argumentos baseados na oferta e demanda, havendo mais produção diminuiria o preço, além de melhorar a qualidade dos produtos regionais e valorizar o comércio local. Já os que não acreditam que o preço diminuiria relatam que já há bastante oferta, os supermercados preferem comprar de grandes produtores e que o preço já é estabelecido, não sendo algo definido localmente.

Perguntando-se aos consumidores se daria alguma sugestão aos produtores de hortaliças, 39% dos entrevistados sugeriram algo. Dentre as sugestões, produzir com menos uso de agrotóxicos foi a mais levantada. Utilizar as redes sociais para mostrar o processo produtivo e também como divulgação foi outra sugestão apontada. A preocupação com a qualidade dos produtos também foi citada, cuidados com o local de plantio e água da irrigação, além da preocupação com a embalagem e transporte das hortaliças e higiene em produtos minimamente processados, além disso, a rastreabilidade dos produtos. Produzirem mais variedades (cenoura, beterraba e brócolis como exemplo) em que há uma demanda maior de mercado. Utilizar embalagens criativas para crianças, incentivando-as ao consumo. A venda por delivery ser com preço justo. Quanto à feira municipal, a mesma ser no centro da cidade e mais divulgada. Para os produtores serem cooperativos, buscarem maior apoio e incentivo e participando de mais eventos. Além das sugestões, alguns consumidores enalteceram a importância destes para o município e pediram que continuem com as atividades.

Em relação aos hábitos de consumo durante a pandemia de Coronavírus, os consumidores foram questionados se houveram alterações e se esperam com o retorno da normalidade manter os hábitos adotados; destes, 68% dos consumidores não mudaram seus hábitos. Dentre os que mudaram (32%), tiveram os que aumentaram seu consumo devido a questão nutricional das hortaliças, importantes para manutenção da imunidade e por terem maior tempo para preparo devido ao isolamento. Destes, alguns procuram manter esse aumento, outros não conseguem devido a não ter mais tempo para preparar. Um hábito bastante levantado pelos consumidores foi em relação à higiene das hortaliças. Durante a pandemia esse cuidado foi redobrado e com o retorno da normalidade mantido, visto a importância desse.

Sobre os consumidores que diminuíram o consumo, a maioria deixou de consumir devido ao acesso aos pontos de venda e fechamento de restaurantes, outros por preços elevados e outros devido à baixa qualidade dos produtos ofertados, e com o retorno da normalidade esperam voltar ao consumo normal ou elevar. Outros consumidores não alteraram o consumo, mas relataram dificuldade de encontrar qualidade e variedade das hortaliças e/ou alteraram o ponto de venda.

Segundo pesquisa de Nascimento *et al.* (2020) a maioria dos respondentes afirmou que não percebeu alterações no comportamento de compra de hortaliças durante a pandemia. Além disso, outra parte considerável afirmou que o comportamento de compra apresentou mudanças, seja para o aumento, seja para a diminuição das compras.

Levantamento de dados relacionado aos produtores de hortaliças

Em relação ao tamanho da área de terra, a maioria dos produtores (80%) possuem menos de dez hectares de área (Tabela 4).

De acordo com Camargo Filho *et al.* (2007), a olericultura é responsável por ocupar pequenas áreas, normalmente inferiores a dez hectares, localizadas frequentemente próximas aos centros consumidores. Verifica-se ainda uso intensivo da terra e emprego de mão-de-obra com predominância familiar.

Dos entrevistados somente os produtores D, G e J possuem como única e exclusiva fonte de renda a produção de hortaliças; os demais produtores exercem outras atividades (Produção de frutas, panificados, geléias, atividade extrativista, reflorestamento e lavoura) e/ou são aposentados, entre outros (Tabela 5).

Analisou-se também a disponibilidade de mão-de-obra nas propriedades, já que esta é fundamental para os tratos culturais; uma propriedade conta com somente uma pessoa, cinco propriedades contam com mão-de-obra familiar realizada por dois integrantes da família em geral o casal (A, B, D, F, G), duas propriedades contam com três pessoas (E e H), uma com quatro pessoas (I) e outra com cinco pessoas (J) (Tabela 5).

De acordo com a Lei Federal no 11.326, de 24 de julho de 2006, para se enquadrar como agricultor familiar o produtor não deve possuir área maior do que quatro módulos fiscais; a mão de obra utilizada nas atividades econômicas deve ser predominantemente familiar e o maior percentual da renda deve ser obtido das atividades econômicas do seu estabelecimento (Brasil, 2006). Comparando-se com os resultados obtidos nessa pesquisa, constata-se que todos os produtores entrevistados se enquadram como agricultores familiares.

Quanto aos métodos de cultivo e espécies produzidas, observou-se certa diversidade de espécies e métodos de cultivo, conforme pode ser visualizado na Figura 2, com cultivos de hortaliças de diversos grupos, como folhosas (alface, radiche, rúcula, chicória, entre outras), raízes (cenoura, beterraba) e hortaliças de frutos (morango, chuchu, morangas, etc..).

De acordo com o Anuário Brasileiro da Hortaliças (2017), no Brasil as principais folhosas produzidas e consumidas são alface, rúcula, agrião, couve de folha e repolho, sendo a alface a hortaliça mais consumida pelos brasileiros (Carvalho e Kist, 2017).

Os entrevistados desta parcela da cadeia produtiva foram questionados quanto aos obstáculos e dificuldades que enfrentam, e vários pontos foram destacados. A maioria dos produtores relataram sofrer com os efeitos do clima, como estiagem, chuva em excesso e frio. Outro ponto levantado é a dificuldade no controle de pragas. Alguns ainda citam a mão-de-obra como a principal dificuldade. A falta de espaço e de mecanização também tem sido um entrave na produção, dificultando os manejos e expansão da mesma. O custo de produção com o sistema hidropônico de maneira geral também tem sido uma dificuldade para um produtor (Tabela 5).

Mesmo diante de toda a importância da horticultura, que vai desde a segurança alimentar até a geração de renda, as cadeias produtivas ainda precisam de maior especialização de mão-de-obra, pesquisa e reestruturação dos sistemas produtivos (Melo e Vilela, 2007), esses desafios se referem ao consumo de insumos agrícolas, produção, distribuição e consumo, na melhor organização empresarial dos produtores rurais nos aspectos de conhecimento, tecnologia, programas de promoção e marketing e ainda

fortalecer a pesquisa e extensão rural como ferramentas de promoção da melhoria da cadeia produtiva (CNA, 2017).

Quando questionados quanto a remuneração dos produtos, 40% deles afirmam que são bem remunerados, outros 40% que não são e 20% relatam que na feira a remuneração é boa e no mercado não (Tabela 5). Dos que afirmam ser bem remunerados, explicam que é importante ter uma boa estrutura para atender a quantidade de clientes a quem fornecem e que hoje a valorização da produção orgânica está maior que antigamente.

A feira livre é uma forma direta de comercialização muito utilizada pelos produtores e consumidores, pois não há presença de intermediários. Assim, existe maior margem de lucro para os agricultores (Pereira *et al*., 2017).

Os produtores de hortaliças foram questionados quanto a demanda de mais produtores em Xaxim, e 90% afirmam que há demanda, ainda explicam, que o consumo aumentou e há uma grande procura pelos produtos de qualidade e tem pouca oferta, principalmente na feira (Tabela 5).

O aumento da demanda por frutas e hortaliças nos centros urbanos só poderá ser atendida com o emprego de tecnologias de produção mais eficientes, que visem a manutenção da qualidade destes produtos, sendo um fator fundamental na decisão de compra por parte do consumidor, o qual exige um produto fresco, de aspecto saudável, com boas características de cor, bem como outros atributos desejáveis na sua aparência (Ohse *et al.* 2001; Freire Júnior *et al.,* 2002).

Questionados sobre os principais impactos sobre a produção e comercialização durante o período de restrição impostas pela pandemia de Coronavírus, 80% dos produtores relataram ter sofrido impactos, destes, a maioria dos impactos foram na comercialização dos produtos e 20% não sofreram alterações. Dentre os impactos relatados, o fechamento de escolas restringiu a entrega de produtos para merenda escolar, o fechamento de feiras dificultou a comercialização, a dificuldade em vender delivery devido ao isolamento e a alta no preço dos insumos para a produção. Somente

a venda para supermercados não sofreram alterações, que mesmo com as restrições se manteve aberto (Tabela 6).

Perguntando-se quais estratégias produtivas e comerciais foram adotadas para enfrentar as dificuldades impostas pela pandemia, a principal estratégia foi comercial, na qual mudou-se o ponto de venda aos produtores que são feirantes, os mesmos passaram a vender por delivery nas residências e/ou no comércio, além de utilizar redes sociais. E mesmo assim, houve muito desperdício de produtos que não conseguiram ser comercializados. Alguns produtores perceberam a necessidade de diversificar o "mix" de produtos ofertados devido a demanda. Outros ainda, precisaram reduzir o uso de insumos, devido à elevação de preços e falta de alguns (Tabela 6).

Em relação as estratégias produtivas e comerciais implementadas no enfrentamento da pandemia, os produtores foram perguntados se as mesmas serão suspensas com o retorno da normalidade ou mantidas. Alguns produtores que passaram a entregar por delivery, afirmam que continuam a entregar dessa forma devido aos clientes formados nesse período.

CONCLUSÕES

No presente trabalho constatou-se que a maioria dos entrevistados consomem hortaliças semanalmente. As alfaces, o tomate, a cenoura, o brócolis e a batata são as cinco hortaliças mais consumidas pelos entrevistados.

A qualidade seguida da aparência são os atributos que mais influenciam na tomada de decisão de compra das hortaliças. Os supermercados são os locais de preferência de compra e o valor médio gasto por mês da maioria dos consumidores não ultrapassa R$199,00.

A maioria dos consumidores (51%) se preocupam com a origem das hortaliças e pagariam (84%) um preço mais elevado se a qualidade fosse melhor. Produzir com menos uso de agrotóxicos foi a sugestão mais levantada. 68% dos consumidores não mudaram seus hábitos de consumo durante a pandemia.

Em relação ao tamanho da área de terra, a maioria dos produtores (80%) possuem menos de dez hectares de área. Dos entrevistados somente três produtores possuem como única e exclusiva fonte de renda a produção de hortaliças. A mão-de-obra é predominantemente familiar.

Alfaces, radiche, tempeiro-verde e rúcula são as hortaliças mais produzidas dentre os produtores entrevistados. As olerícolas são produzidas em campo aberto, cultivo protegido e em hidroponia.

As maiores dificuldades e obstáculos encontrados na produção para a maioria dos produtores são os efeitos do clima e de pragas. Para eles, há demanda de mais produtores em Xaxim.

Aproximadamente 80% dos produtores sofreram impactos na produção e comercialização dos produtos durante a pandemia e estratégias produtivas e comerciais foram implementadas para enfrentá-la.

AGRADECIMENTOS

À EPAGRI e Secretaria de Agricultura do município de Xaxim pelo apoio para realização das entrevistas com os produtores.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, AA; COSTA, CA; GALIZONI, FM; CAVALCANTE, TFM; NEVES, AC. 2015. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. *Horticultura Brasileira* 33: 119-124.

Brasil. *Lei 11.326 de 24 de julho de 2006*. 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Available at: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm. Acessado em Julho 02, 2022.

CAMARGO FILHO, WP; CAMARGO, FP; ALVES, HS. 2007. Algumas sugestões para a expansão da agropecuária orgânica no estado de São Paulo. *Informações Econômicas* 37: 50-61.

CARVALHO, C; KIST, BB. Anuário Brasileiro De Hortaliças. 2017. Santa Cruz do Sul: Editora Gazeta Santa Cruz, p. 56.

CASTELO BRANCO, M, NOGUEIRA, JM, SANTOS, RC. 2006. Perfil dos consumidores de hortaliças da cidade de Santo Antonio do Descoberto-GO. *Horticultura Brasileira* 24:368-372.

CNA. Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil. 2017. *Mapeamento e qualificação da cadeia produtiva das hortaliças no Brasil.* Available at: https://www.cnabrasil.org.br/assets/arquivos/bibliotecas/livro_final3_mapeamento_e_quantificacao_da_cadeia_de_hortalicas_08.pdf. Acessado em Julho 02, 2022.

COELHO, AHR; VILELA, ER; CHAGAS, SJR. 1999. Qualidade de batata (*Solanum tuberosum* L.) para fritura, em função dos níveis de açúcares redutores e amido, durante o armazenamento refrigerado e à temperatura ambiente com atmosfera modificada. *Ciência e Agrotecnologia* 23: 899-910.

COELHO, KS. 2007. *Perfil do consumidor de hortaliças frescas e processadas no Município de Campos dos Goytacazes – RJ*. Campos dos Goytacazes, RJ. Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. Centro de Ciências e Tecnologias Agropecuárias. 86 p (Dissertação, Mestrado)

CONAB. COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. 2019. *In*: Compêndio de Estudos Conab. Tomate: Análise dos Indicadores da Produção e Comercialização no Mercado Mundial, Brasileiro e Catarinense, Brasília, vol. 21. E-book.

COSTA, CC; SILVA, DSO. 2011. Identificação dos consumidores de hortaliças da feira livre de Pombal – PB: Aspectos socioeconômicos e culturais. *Revista Verde* 6: 56-60.

FREIRE JÚNIOR, M; DELIZA, R; CHITARRA, AB. 2022. Alterações sensoriais em alface hidropônica cv. Regina minimamente processada e armazenada sob refrigeração. *Horticultura Brasileira* 20: 63-66.

FREITAS, ST; BISOGNIN, DA; GÓMEZ, ACS; SAUTTER, CK; COSTA, LC; RAMPELOTTO, MV. 2006. Qualidade para processamento de clones de batata cultivados durante a primavera e outono no Rio Grande do Sul. *Ciência Rural* 36: 80-85.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2021a. População. Censo demográfico.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2021b. Projeção da população. Available at: https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box_piramideplay.php?ag=42. Acessado em Agosto 06, 2021.

INCAPER. 2007. *Histórico da Olericultura*. Available at: http://www.incaper.es.gov.br. Acessado em Agosto 06, 2021.

LOPES, M da R; PEREIRA, F de AR; SOUZA, CC de; REIS NETO, JF dos. 2014. Percepção dos Consumidores sobre a Qualidade e Segurança Alimentar das Hortaliças Minimamente Processadas. *Unpublished* 1: 1-13.

476 MELO, PCT; VILELA NJ. 2007. *Importância da cadeia produtiva brasileira de hortaliças.*
477 Curso Técnico de Agronegócios: Olericultura. Available at:
478 http://licita.seplag.ce.gov.br/pub/198956%5C198956_2013123113428_olericultura.pdf
479 . Acessado em Julho 02, 2022.

480 MOREIRA, GR; CRUZ, PP; FERREIRA, FS; RODRIGUES, MG. 2012. Perfil dos compradores
481 de hortaliças da feira livre de Bom Jesus-PI. *Enciclopédia Biosfera* 8: 2518- 2527.

482 NASCIMENTO, WM; CARVALHO, HMG; SIQUEIRA, KB. 2020. *O consumo de hortaliças na*
483 *pandemia.* Embrapa Hortaliças. Available at: www.embrapa.br/hortalicas. Acessado em
484 Julho 02, 2022.

485 NEVES, MF; CASTRO, LT; CÔNSOLI, MAL. 2011. Serviços e Marketing em Empresas de
486 Alimentos. In: CASTRO, LT. *Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos* 1: 162-
487 181.

488 OHSE, S; DOURADO NETO, D; MANFRON, PA; SANTOS, OS. 2021. Qualidade de
489 cultivares de alface produzidas em hidroponia. *Scientia Agrícola* 58: 181-185.

490 PEREIRA, VG; BRITO, TP; PEREIRA, SB. 2017. A feira-livre como importante mercado para
491 a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro - MG. *Revista Ciências Humanas*
492 10: 67-78.

493 PREFEITURA DE XAXIM. 2021. Secretária da Agricultura. Setor de Notas Fiscais. Total de
494 inscrição ativas de produtores de hortaliças no Município Xaxim. Xaxim.

495 RAOSOFT. 2004. *Raosoft Sample size calculator*. Available at:
496 http://www.raosoft.com/samplesize.html. Acessado em Novembro 11, 2021.

497 RESENDE, GM; BRAGA, MB. 2014. Produtividade de cultivares e populações de cenoura
498 em sistema orgânico de cultivo. *Horticultura Brasileira* 32: 102-106.

499 ROCHA, HC; COSTA, C; CASTOLDI, FL; CECCHETTI, D; CALVETE, EO; LODI, BS. 2010. Perfil
500 socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo-RS.
501 *Ciência Rural* 40: 2593-2597.

502 SAABOR, A; ROJO, F. 2002. Conheça o seu consumidor de hortifrutis. *Revista Supergiro*
503 28: 162-168.

504 SALA, FC; COSTA, CP da. 2012. Retrospectiva e tendência da alfacicultura brasileira.
505 *Horticultura Brasileira* 30: 187-194.

506 SILVESTRE, LHA; RIBEIRO, AEM; FREITAS, CS. 2011. Subsídios para a construção de um
507 programa público de apoio à feira livre no vale do São Francisco-MG. *Organizações*
508 *Rurais & Agroindustriais* 13: 186-200.

509 SOUZA, RAM. 2005. *Mudanças no consumo e na distribuição de alimentos: O caso da*
510 *distribuição de hortaliças de folhas na cidade de São Paulo*. Universidade Estadual de
511 Campinas - UNICAMP - Campinas – SP. 133p (Dissertação, Mestrado).

VIANA JS; LOURENÇO, MSN; GOMES, AMN; ALVES, TL; FILHO, ASBO; VIANA, JS. 2020. Perfil dos consumidores e caracterização química de hortaliças folhosas comercializadas em feiras livres na cidade de São Luís – MA. *Revista Craibeiras de Agroecologia* 5: e 9255.

VIANA, JS; PALARETTI, LF; LOURENÇO, MSN. 2021. Avaliação do perfil dos consumidores de batata inglesa em São Luís, MA. *Revista Brasileira de Pesquisas Agrícolas* 02: 01-09.

VILELA, NJ; HENZ, GP. 2000. Situação atual da participação das hortaliças no agronegócio brasileiro e perspectivas futuras. *Cadernos de Ciência & Tecnologia* 17: 71-89.

VILELA, NJ; MACEDO, MMC. 2000. Fluxo de poder no agronegócio: o caso das hortaliças. *Horticultura Brasileira* 18: 88-94.

Tabela 1. Espécies de hortaliças preferidas pelos consumidores de Xaxim entrevistados na pesquisa.

Espécies	Porcentagem de preferência
Alfaces	73,95
Tomate	48,95
Cenoura	32,29
Brócolis	31,25
Batata	29,16
Rúcula	18,75
Beterraba	16,66
Cebola	16,66
Repolho	16,66
Batata-doce	13,54
Agrião	11,45
Abobrinha	9,37
Couve-flor	9,37
Chicória	9,37
Pimentão	8,33
Acelga	6,25
Chuchu	6,25
Radiche	6,25
Couve-folha	5,20
Pepino	5,20
Tempero-verde	4,16
Alho	1,04
Vagem	1,04

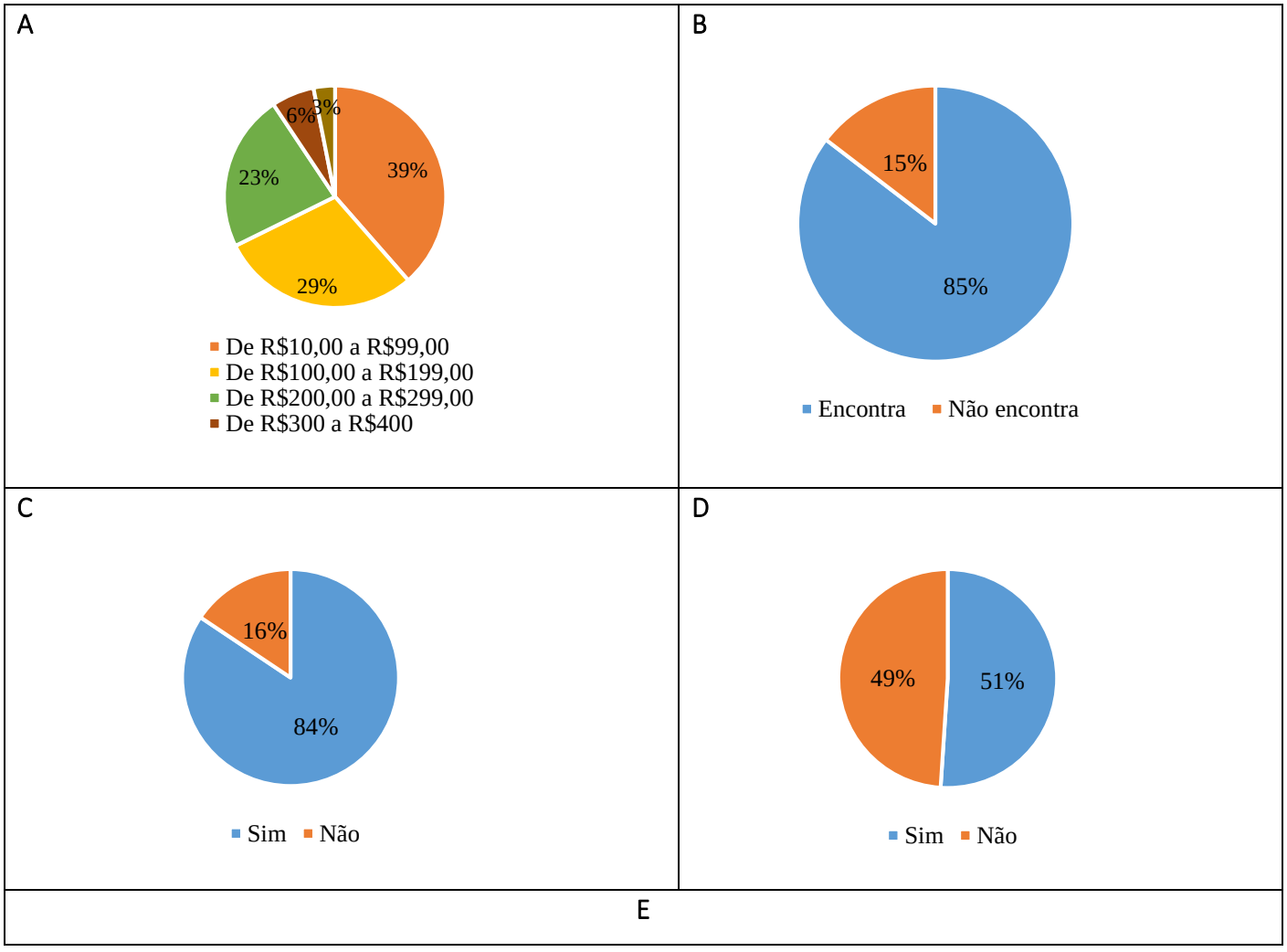
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

526 **Tabela 2**. Frequência de compra de hortaliças pelos consumidores de Xaxim entrevistados

527 nessa pesquisa.

Frequência	Porcentagem
1 x na semana	72,92
2 x na semana	13,54
3 x na semana	7,29
A cada 15 dias	5,20
1 x por mês	1,04

528 **Fonte:** Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.



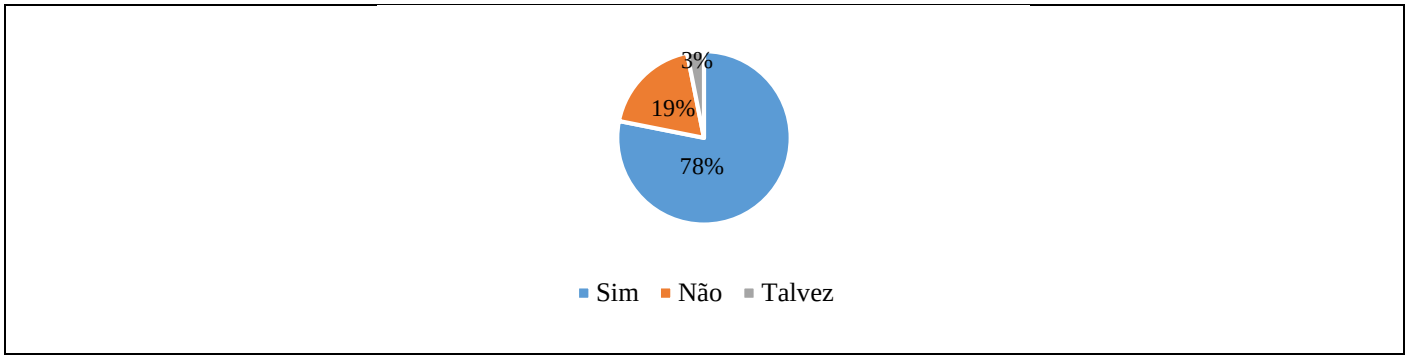


Figura 1. Valor médio gasto por mês com compra de hortaliças (A), Porcentagem de respostas em relação ao questionamento "Tem alguma hortaliça que desejaria comprar, mas não encontra a venda? (B), Pagaria um preço mais elevado se a qualidade fosse melhor (C), frequência de consumidores que se importam com a origem das hortaliças adquiridas (D), e porcentagem de consumidores que acreditam que o preço das hortaliças seriam menores se houvesse maior produção local (E).

Tabela 3. Atributos observados na hora da compra de uma hortaliça por consumidores de Xaxim-SC entrevistados nessa pesquisa.

Atributos	Porcentagem de preferência
Qualidade	80,20
Aparência	72,91
Tamanho	4,16
Origem	4,16
Preço	4,16

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

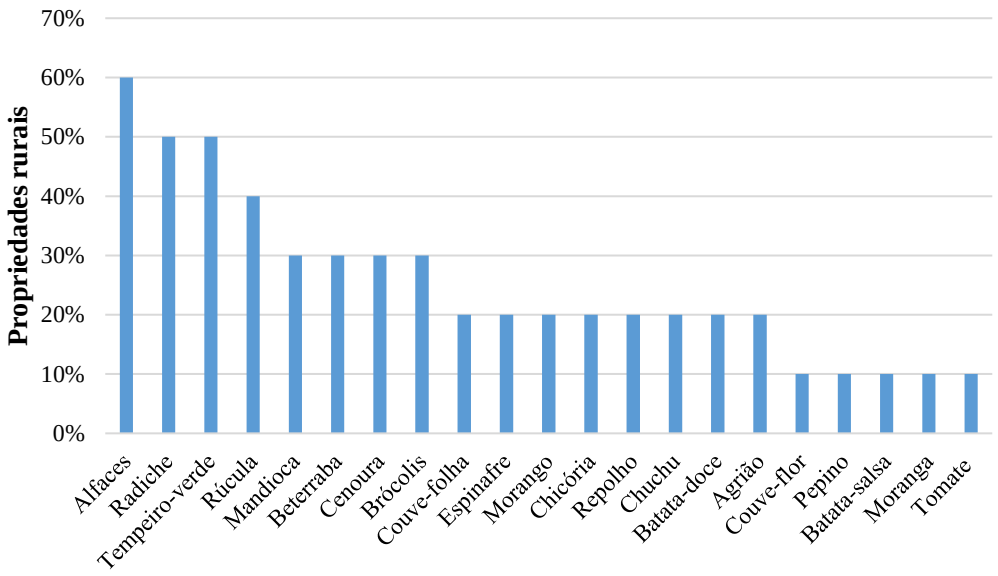
Tabela 4. Tamanho da área de terra dos produtores de hortaliças entrevistados nessa pesquisa em Xaxim-SC.

Produtores	Tamanho da área (ha)
A	2,3
B	18,0
C	4,2
D	4,3
E	8,5
F	36,0
G	1,0
H	4,8

I	7,2
J	0,5

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Figura 2. Principais hortaliças cultivadas nas propriedades rurais entrevistadas nessa pesquisa em Xaxim.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Tabela 5. Fonte de renda, disponibilidade de mão-de-obra, métodos de cultivo, obstáculos e dificuldades, e respostas aos questionamentos: " Você acredita que os produtores de hortaliças são bem remunerados? " e "Na sua opinião, o município de Xaxim tem demanda por produtores de hortaliças?".

Produtor	Fonte de renda	Disponibilidade de mão de obra	Métodos de cultivo	Obstáculos e dificuldades	Remuneração	Demanda
A	Hortaliças e cana-de-açúcar	2 pessoas	Campo aberto	Clima e mão-de-obra	Sim	Sim
B	Hortaliças, frutíferas e aposentadoria	2 pessoas	Campo aberto	Clima	Sim	Sim
C	Hortaliças, atividade	1 pessoa	Cultivo protegido	Clima e pragas	Sim	Sim

	extrativista e reflorestamento					
D	Hortaliças	2 pessoas	Cultivo protegido	Pragas	Sim	Sim
E	Hortaliças, panificados, conservas e geleias e feijão	3 pessoas	Campo aberto	Clima e pragas	Não	Sim
F	Hortaliças, frutíferas, piscicultura e arrendamento de área	2 pessoas	Campo aberto	Mão-de-obra	Sim*	Sim
G	Hortaliças	2 pessoas	Campo aberto e cultivo protegido	Área e mecanização	Sim*	Sim
H	Hortaliças e CLT	3 pessoas	Cultivo hidropônico e campo aberto	Custo de produção	Não	Sim
I	Hortaliças e lavoura	4 pessoas	Campo aberto	Pragas	Não	Sim
J	Hortaliças	5 pessoas	Cultivo hidropônico	Clima e pragas	Não	Não

*Produtores que acreditam ser bem remunerados somente feirantes.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Tabela 6. Principais impactos sobre a produção e estratégias adotadas durante o período de restrições impostos pela pandemia para os produtores entrevistados nessa pesquisa.

Produtor	IMPACTOS NA PRODUÇÃO NA PANDEMIA	ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA SUPERAR IMPACTOS
A	Não houve	Não houve
B	Não houve	Não houve
C	Não houve	Não houve
D	Não houve	Não houve
E	Não houve	Não houve
F	Desperdício	Não houve
G	Não houve	Não houve
H	Preço dos insumos	Diversificação da produção
I	Preço dos insumos	Diversificação da produção e reduzir o uso de insumos
J	Preço dos insumos	Não houve

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

ANEXOS

ANEXO A - NORMAS PARA PUBLICAÇÃO NA REVISTA HORTICULTURA BRASILEIRA

Instruções aos autores

Escopo e política

O periódico Horticultura Brasileira é a revista oficial da Associação Brasileira de Horticultura. Horticultura Brasileira destina-se à publicação de artigos técnico-científicos que envolvam hortaliças, plantas medicinais, condimentares e ornamentais e que contribuam significativamente para o desenvolvimento destes setores. Horticultura Brasileira é publicado a cada três meses porém aceitando submissões também em português e espanhol. Para publicar em Horticultura Brasileira o primeiro autor do trabalho deve ser filiado à Associação Brasileira de Horticultura (ABH) ou a Associações Nacionais com que a ABH mantenha Acordo de Reciprocidade, estando em dia com o pagamento da anuidade em qualquer das condições. Trabalhos em que o primeiro autor não cumpra o requisito acima também poderão ser submetidos. Neste caso, é necessário recolher a taxa de tramitação ampliada tão logo o trabalho seja aceito para tramitação.

Os trabalhos enviados para Horticultura Brasileira devem ser originais, ainda não relatados ou submetidos à publicação em qualquer outro periódico ou veículo de divulgação. Está também implícito que os aspectos éticos e o atendimento à legislação vigente do copyright tenham sido observados durante o desenvolvimento do trabalho. Após a submissão à Horticultura Brasileira e até o final de sua tramitação, é vedada a submissão do trabalho, em todo ou em parte, a qualquer outro periódico ou veículo de divulgação. Caso o trabalho seja aceito para publicação, Horticultura Brasileira adquire o direito exclusivo de copyright para todas as línguas e países. Não é permitida a reprodução parcial ou total dos trabalhos publicados sem autorização por escrito da Comissão Editorial da revista Horticultura Brasileira.

O periódico Horticultura Brasileira é composto das seguintes seções:

Artigo de capa: tópico de interesse atual que, a convite da Comissão Editorial, ilustra a capa da revista;

Artigo convidado: tópico de interesse atual, a convite da Comissão Editorial;

Carta ao Editor: enviada por iniciativa do autor à Comissão Editorial tratando de assunto de interesse geral. Será publicada a critério da Comissão Editorial que poderá, ainda, submetê-la ao processo de revisão;

Pesquisa: artigo relatando informações provenientes de resultados originais de pesquisa obtidos por meio de aplicação rigorosa de metodologia científica, cuja reprodutibilidade seja claramente demonstrada;

Comunicação científica: comunicação ou nota científica relatando informações originais resultantes de observações de campo ou laboratório, provenientes de experimentos menos complexos, realizados com aplicação rigorosa de metodologia científica, cuja reproducibilidade seja claramente demonstrada;

Nova Cultivar: comunicação ou nota relatando a disponibilização de novas cultivares ou germoplasma, contendo origem, descrição e disponibilidade, com dados informativos e comparativos.

Submissão dos trabalhos

O texto deve ser composto em programa Word ou compatível, em espaço 1,5, fonte Calibri Light, tamanho 12. Páginas e linhas devem ser numeradas. Adicione ao final do texto todos os demais componentes do trabalho (figuras e tabelas) e submeta como um único arquivo. Formate o arquivo para página A4 e todas as margens para 3 cm. Imagens de baixa resolução, com menos de 600Kb, não serão aceitas. Os trabalhos deverão ter no máximo 30.000 caracteres, incluindo os espaços. O arquivo deve ser submetido on line (http://horticulturabrasileira.com.br/editor/index.php/HB). Se forem necessárias outras orientações, siga as instruções disponíveis online, entre em contato com a Comissão Editorial ou consulte os últimos números de Horticultura Brasileira.

Os trabalhos submetidos entrarão em tramitação somente se:

- apresentarem o código ORCID de cada autor;

- estiverem em total acordo com estas normas;

- estiverem dentro do escopo e apresentarem nível técnico-científico compatível com Horticultura Brasileira;

- estiverem acompanhados da indicação por escrito da relevância do trabalho (importância e distinguibilidade em relação a trabalhos já existentes), em não mais que dez linhas. Inclua o texto no campo “Comentários para o Editor” disponível online;

- estiverem acompanhados da indicação por escrito da contribuição individual de cada um dos autores ao trabalho (consulte o item Autoria, logo abaixo). Inclua o texto nos metadados de submissão dos autores, disponível online;

- estiverem acompanhados da indicação de pelo menos duas pessoas (nome, endereço, e-mail e telefone) de instituições distintas daquelas a que pertencem os autores, que possam atuar como assessores ad hoc, Inclua o texto no campo “Comentários para o Editor”, disponível online;

Quando aceito para tramitação, o autor correspondente receberá uma mensagem eletrônica e será solicitado o recolhimento da taxa de tramitação, no valor de R$ 120,00,

quando o primeiro autor for associado à ABH ou associações-irmãs e estiver com a anuidade em dia; ou da taxa de tramitação ampliada, no valor de R$ 470,00, quando o primeiro autor não é associado da ABH ou a associações irmãs. Antes da entrada em tramitação do trabalho, todos os coautores deverão ter expressado sua anuência à publicação. As taxas de tramitação não são reembolsáveis.

Estrutura dos Artigos

Os autores devem consultar o Manual de Estilo & Formato, disponível em www.horticulturbrasileira.com.br

Processo de tramitação

Os artigos recebidos serão avaliados preliminarmente pela Comissão Editorial, que verificará aderência do trabalho ao escopo da revista, atendimento às normas de publicação, relevância técnica e/ou científica e qualidade do texto. A decisão da Comissão Editorial (adequado para tramitação, ou não) é informada por meio do sistema de submissão eletrônica. Caso sejam necessárias modificações, os autores poderão submeter uma nova versão para avaliação. Assim que a tramitação é aprovada, os autores devem recolher a taxa de tramitação. Em seguida o trabalho é encaminhado a pelo menos dois assessores ad hoc. Tão logo haja dois pareceres, o trabalho é avaliado por um Editor Científico, que emitirá seu parecer: (1) recomendado para publicação, (2) necessidade de alterações ou (3) não recomendado para publicação. Nas situações 1 e 3, o trabalho é encaminhado ao Editor Associado que tem a decisão final. Na situação 2, o trabalho é devolvido aos autores, que devem elaborar uma nova versão e disponibilizá-la no sistema eletrônico de submissão. O Editor Científico poderá recomendar ou não a nova versão. Em ambos os casos, a nova versão é avaliada pelo Editor Associado, que emitirá o parecer final.

Nenhuma alteração é incorporada ao trabalho sem a aprovação dos autores. Após o aceite em definitivo do trabalho, o autor de correspondência receberá uma cópia eletrônica da versão formatada, que deverá ser devolvida à Comissão Editorial em 48 horas. Nesta fase não serão aceitas modificações extensivas de conteúdo ou estilo. Alterações, adições, deleções e edições implicarão em novo exame do trabalho pela Comissão Editorial. Erros e omissões presentes no texto corrigido e devolvido à Comissão Editorial são de inteira responsabilidade do(s) autor(es).

Autoria

Para definir os autores do trabalho, adote os seguintes critérios, baseados em http://www.biomedcentral.com/about/editorialpolicies#Authorship ;

São autores aqueles que participaram intensivamente do trabalho e, por isso, têm condições de assumir publicamente a responsabilidade pelos resultados ali apresentados;

São autores também aqueles que fizeram contribuições substanciais para a concepção do trabalho ou para a aquisição, análise e interpretação dos dados; São autores também aqueles que fizeram contribuições intelectuais substanciais para o manuscrito ou o alteraram decisivamente durante a revisão.

A simples coleta de dados; cessão de genótipos, sementes ou outros insumos; discussão sobre os experimentos e ou sobre os resultados; assim como a supervisão geral ou financiamento do grupo de pesquisa, por si só, não justificam a autoria e devem ser incluídos em Agradecimentos.

Idioma para publicação

Todas as submissões aprovadas para publicação serão publicadas em inglês. Entretanto, trabalhos escritos em português ou espanhol também podem ser submetidos. Neste caso, quando o trabalho estiver em sua versão final, aprovada para publicação, os autores tanto podem providenciar a tradução para o inglês, quanto autorizar a Comissão Editorial a providenciá-la. Quando a versão traduzida fornecida pelos autores não atingir o padrão idiomático requerido para publicação, a Comissão Editorial encaminhará o texto para revisão por um especialista. Todos os custos decorrentes de tradução e revisão idiomática serão cobertos pelos autores.

Taxa por página editorada

Horticultura Brasileira tem uma taxa de R$ 65,00 por página publicada.

Taxa por referência indexada

Horticultura Brasileira franqueia a indexação de até 25 referências bibliográficas por artigo. A partir da 26ª referencia há um custo de R$3,5º por referência que deverá ser pago pelos autores.

Outras informações

Assuntos relacionados a mudanças de endereço, filiação à Associação Brasileira de Horticultura (ABH), pagamento de anuidade, devem ser encaminhados à Diretoria da ABH, no seguinte endereço:

Associação Brasileira de Horticultura

a/c Roberto de Albuquerque Melo

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

R. Manoel de Medeiros s/n

Dois Irmãos

52171-900 Recife-PE

Email: abh.ufrpe@gmail.com

Tel.: (81) 9710 8745

(81) 3320 6000

www.abhorticultura.com.br

Assuntos relacionados à revista Horticultura Brasileira devem ser encaminhados à comissão Editorial, no

E-mail hortbras@gmail.com

Tel. 99621 3780o

ANEXO B

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS- CONSUMIDORES DE HORTALIÇAS

Projeto: PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES DE HORTALIÇAS NO MUNICÍPIO DE XAXIM – SC

CAAE: _____, aprovado pelo parecer n°: _____, data de aprovação: _____.

Código de identificação do consumidor: _____ Data da entrevista: _____.

1. Em geral quais são as espécies que você tem mais preferência em consumir?
2. Qual a frequência de compra?
3. Qual o valor (R$) médio gasto por mês com hortaliças?
4. O que você costuma observar na hora de comprar uma hortaliça?
5. Tem alguma hortaliça que você desejaria comprar, mas não encontra a venda?
6. Pagaria um preço mais elevado se a qualidade fosse melhor?
7. Você costuma se preocupar com a origem das hortaliças que está consumindo?
8. Qual o local que realiza as compras? (supermercados, feiras, delivery, etc...)
9. Você acredita que se houvessem mais produtores na região o preço das hortaliças seria menor?
10. Daria alguma sugestão aos produtores de hortaliças?
11. Durante a Pandemia de Coronavírus seu consumo de hortaliças foi alterado (quantidade, variedade, ponto de venda, tipo [p.ex. orgânico, convencional])? Se sim, de que forma?
12. Com o retorno da normalidade você espera manter os hábitos de consumo adotados durante a Pandemia? Se sim, quais?

ANEXO C

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS- PRODUTORES DE HORTALIÇAS

Projeto: PERFIL DE CONSUMIDORES E PRODUTORES DE HORTALIÇAS NO MUNICÍPIO DE XAXIM – SC

CAAE: _____, aprovado pelo parecer n°: _____, data de aprovação: _____.

Código de identificação do produtor: _____ Data da entrevista: _____.

1. Qual o tamanho da sua área de terra?
2. Quais são as fontes de renda na propriedade atualmente?
3. Quantas pessoas da família sobrevivem e auxiliam no trabalho rural?
4. Quais métodos de cultivo são utilizados e quais espécies são produzidas?
5. Quais são os maiores obstáculos no processo produtivo das hortaliças?
6. Você acredita que os produtores de hortaliças são bem remunerados?
7. Na sua opinião o município de Xaxim tem demanda por produtores de hortaliças?
8. Quais foram os principais impactos sobre a produção e comercialização durante o período de restrições (p.ex. fechamento de supermercados, feiras e escolas) impostas pela pandemia de Coronavírus?
9. Quais estratégias produtivas (p.ex. aumentar/reduzir produção, diversificar espécies, reduzir/aumentar o uso de insumos) e comerciais (p.ex. vendas porta a porta; redes sociais) foram adotadas para enfrentar as dificuldades impostas pela pandemia?
10. As estratégias produtivas e comerciais implementadas no enfrentamento da Pandemia serão suspensas com o retorno da normalidade ou mantidas? Se sim, quais?