

Perfil socioeconômico dos consumidores e comerciantes de hortaliças em Xique-Xique-BA

Socioeconomic profile of consumers and vegetable traders in Xique-Xique-BA

Antonia Mirian Nogueira de Moura Guerra¹, Jaine Marques Rodrigues², Lucas Carvalho Paiva³, Edeilton Borges dos Santos⁴, Carlos Alberto Lins Cassimiro⁵, Aline Carla de Medeiros⁶ e Patricio Borges Maracajá⁷

v. 14/ n. 1 (2026)

Janeiro/Março

Aceito para publicação em 05/02/2026.

¹Doutora em Fitotecnia, Docente do curso de Agronomia da Universidade Federal do Oeste da Bahia, Centro Multidisciplinar de Barra (UFOB – Barra), Barra, BA, Brasil, mirianagronoma@hotmail.com

² Engenheira Agrônoma pela Universidade Federal do Oeste da Bahia.

³Mestrando em Agronomia/Fitotecnia pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Vitória da Conquista, Bahia, Brasil, CEP: 45.083-900. E-mail: lucashidrolandia2014@gmail.com

⁴Doutorando em Agronomia/Fitotecnia pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Vitória da Conquista, Bahia, Brasil, CEP: 45.083-900. E-mail: edeilton17@gmail.com. *Autor correspondente.

⁵ Doutorando em Agronomia e Tecnologista Pesquisador do INSA – Instituto Nacional do Semiárido ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0702-E-mail: carloslins88@gmail.com>

⁶ D. Sc. Engenharia de Processos Professora da Pos Graduação em Gestão em Sistemas Agroindustriais UFCG – Pombal – PB E-mail:alinecarla.edu.br

⁷ D. Sc. PPGEP/UFCG – INSA – Instituto Nacional do Semiárido Campina Grande – PB E-mail.patriciomaracaja@gmail.com

Resumo: O cultivo de hortaliças no Brasil ocupa lugar de destaque no cenário do agronegócio, pois trata-se de alimentos ricos em nutrientes e fibras indispensáveis na alimentação diária da população brasileira. O presente trabalho tem como objetivo, levantar informações acerca do perfil dos consumidores e comerciantes de hortaliças na cidade de Xique-Xique – BA. A pesquisa foi realizada por meio de entrevistas ao qual foram empregados questionários para obtenção de informações de maneira direta com comerciantes e consumidores de hortaliças do município. Estes questionários foram elaborados com perguntas que abordavam os hábitos de consumo, formas de comercialização dos produtos e a caracterização socioeconômica dos comerciantes e consumidores. Os resultados obtidos apontaram uma maior participação de entrevistados do sexo feminino em relação ao sexo masculino e a maioria dos consumidores possuíam ensino superior e ensino médio. As feiras livres e os supermercados são as principais fontes de oferta, em razão de preços relativamente baixos, que acabam proporcionando uma maior facilidade na obtenção desse material. Todavia, um dos problemas mais agravantes ao mercado hortifrutí local que influencia na oferta das hortaliças, é o fato que o maior volume desses produtos é obtido a partir da produção de outras localidades da região.

Palavras-chave: Consumo. Hortifrutí. Oferta.

Abstract: The cultivation of vegetables in Brazil occupies a prominent place in the agribusiness scenario, as they are foods rich in nutrients and fiber, essential in the daily diet of the Brazilian population. The present work aims to collect information about the profile of consumers and vegetable traders in the city of Xique-Xique – BA. The research was carried out through interviews using questionnaires to obtain information directly from vegetable traders and consumers in the municipality. These questionnaires were prepared with questions that addressed consumption habits, ways of marketing products and the socioeconomic characterization of traders and consumers. The results obtained showed a greater participation of female respondents compared to males and the majority of consumers had higher education and secondary education. Open-air markets and supermarkets are the main sources of supply, due to relatively low prices, which end up making it easier to obtain this material. However, one of the most aggravating problems for the local fruit and vegetable market, which influences the supply of vegetables, is the fact that the largest volume of these products is obtained from production in other locations in the region.

Key words: Consumption. Vegetables. Offer.

DOI : 10.18378/rbdgp.v14i1.11993

<https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RDGP>

INTRODUÇÃO

Hortaliças são um grupo de mais de 100 espécies de plantas alimentícias com alto valor nutricional, que podem ser classificadas como: folhosas, flores, frutos, legumes, raízes, tubérculo, bulbo e hastes. O cultivo de hortaliças geralmente é realizado em pequena escala para consumo próprio e comercialização em pequenos volumes, podendo adotar um sistema extensivo ou intensivo. No agronegócio brasileiro, a produção hortícola ocupa lugar de destaque, com o maior volume da produção concentrada em propriedades consideradas de base familiar, sendo fonte alternativa de renda para essas famílias (Brainer, 2021).

Apenas um em cada quatro brasileiros consome a quantidade ideal recomendada pela Organização Mundial da Saúde, que representa o consumo diário de pelo menos 400 g de frutas e hortaliças, o que equivale aproximadamente ao consumo diário de cinco porções desses (Oliveira *et al.*, 2021; BRASIL, 2014). São consideradas alimentos reguladores, sendo fundamentais para a funcionalidade adequada e harmônica do organismo humano (Becker *et al.*, 2021).

Canella *et al.* (2018) mostram que no Brasil, entre 1987 - 1988 e 2008 - 2009, foi observada uma aquisição pequena, porém estável, de frutas e hortaliças. Devido aos incidentes com a pandemia da COVID-19, a população viu-se na necessidade de atentar-se à importância do consumo, já que em estado de plena nutrição o organismo humano consegue suportar e se recuperar com maior facilidade a certas enfermidades.

A demanda por estes produtos pode ser suprida em diferentes canais de comercialização como sacolões, quitandas, centrais de abastecimento, supermercados e feiras livres. São redes de vendas que possuem grande importância na disponibilização desse tipo de alimento para a população do meio urbano, já que estas apresentam uma boa distribuição geográfica, possibilitando ao consumidor encontrar de maneira fácil as hortaliças desejadas (Sousa Júnior *et al.*, 2024).

De acordo com Guerra *et al.* (2018) no município de Barra, localizado na região Oeste da Bahia, os consumidores demonstram um maior interesse nas feiras livres como ponto de aquisição dos produtos, devido aos preços baixos e a comodidade quando comparados com outros pontos de comercialização.

O mercado de hortaliças é bastante dinâmico, sendo influenciado de forma direta pela preferência dos consumidores, ao ponto que esse fator acaba por direcionar a distribuição e a comercialização de diferentes hortaliças em canais específicos de vendas. Desta forma, o conhecimento do perfil dos consumidores e o estudo de mercado, se torna indispensável para que os produtores e/ou comerciantes possam adequar sua oferta às necessidades específicas do público-alvo (Oliveira *et al.*, 2020).

Nesse sentido, o presente trabalho objetiva realizar o levantamento de dados e análise do perfil dos consumidores e comerciantes de hortaliças no município de Xique-Xique - BA.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa foi realizada através da aplicação de questionários em formato de entrevista direta com os comerciantes e consumidores de hortaliças na cidade de Xique-Xique - BA, que está localizada à margem direita do Rio São Francisco, no estado da Bahia. A cidade possui feira livre já consolidada que acontecem periodicamente nas sextas-feiras, contudo existem vendas de hortaliças diariamente nos supermercados e sacolões, e possuem ainda os feirantes diários, os quais adquirem seus produtos hortícolas com produtores da própria cidade, na zona rural desta.

Foi empregada a técnica de pesquisa por comunicação direta com os entrevistados, por meio de questionários socioeconômicos estruturados e padronizados, incluindo questões abertas e fechadas, sendo aplicado no comércio varejista de hortaliças e feiras livres da cidade, tendo como público-alvo os consumidores presentes nestes locais no momento das entrevistas e os proprietários destes estabelecimentos. Foram aplicados 100 questionários socioeconômicos direcionados a consumidores de hortaliças e foram aplicados mais 35 questionários entre os comerciantes de hortaliças da cidade.

Os questionários foram planejados de forma a coletar informações referentes a hábitos de consumo, formas de comercialização de hortaliças, bem como a caracterização socioeconômica de comerciantes e consumidores de hortaliças. Para que a obtenção dos dados ocorresse de forma mais fiel possível da realidade, as entrevistas foram realizadas nos dias e horários que se costuma ter uma maior concentração de consumidores nos locais de comercialização de hortaliças da cidade, horários da manhã e especialmente nas sextas-feiras (dia de uma feira livre maior).

Quanto aos questionários voltados aos comerciantes, a aplicação ocorreu no próprio estabelecimento comercial através de uma entrevista direcionada de maneira simples e rápida.

Os formulários foram elaborados com 11 perguntas entre abertas e fechadas. Sendo as respectivas para consumidores: 1. Sexo; 2. Faixa etária; 3. Nível de escolaridade; 4. Aposentado; 5. Qual frequência compra hortaliças; 6. Onde costuma adquirir hortaliças; 7. Motivos que te levam a comprar na: Feira, Sacolão, Supermercado (preço, qualidade, atendimento, limpeza, diversidade, outro); 8. Quanto gasta, em média, com hortaliças por compra; 9. Hortaliças que costuma comprar; 10. Hortaliças que não encontram na feira e desejaria adquirir; 11. Compraria/consumiria uma hortaliça diferente/desconhecida? E por quê.

Já o questionário específico aos comerciantes: 1. Sexo; 2. Faixa etária; 3. Nível de escolaridade; 4. Há quanto tempo trabalha com venda de hortaliças; 5. Produz a hortaliça que comercializa? Se sim, qual a forma do sistema de produção; 6. Quais hortaliças produz e comercializa; 7. Onde adquire as hortaliças que comercializa; 8. Quais as dificuldades que encontra para comercializar hortaliças; 9. Tem perdas pós-colheita das hortaliças; 10. Quanto em %; 11. O que faz para reduzir as perdas.

Depois da coleta dos dados consequente das entrevistas finalizadas, as informações foram tabuladas no software Microsoft Excel, considerando como variáveis cada uma das questões fechadas e as abertas, e os resultados foram demonstrados em frequência relativa (em porcentagem). Assim, a frequência simples foi usada como base de cálculo das frequências relativas, submetidas à estatística descritiva e depois sistematizadas em gráficos e tabelas, traçando assim o perfil dos consumidores e comerciantes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A composição dos consumidores entrevistados na feira livre, nos supermercados e verdurões foi majoritariamente do sexo feminino, com 80%, enquanto apenas 20% corresponderam ao sexo masculino (Tabela 1).

Resultados semelhantes foram obtidos por Brandão *et al.* (2015) e Guerra *et al.* (2018), onde constataram uma predominância das mulheres como principais compradoras de produtos do setor hortifrutí. Tratando-se dos cuidados quanto a alimentação familiar, as mulheres em sua maioria são as responsáveis pela tomada de decisão referente a aquisição desses produtos. De modo que estas encontram-se mis presentes nos centros de comercialização quando comparadas com indivíduos do sexo oposto.

Quanto a variável faixa etária, 48% dos consumidores apresentaram idade entre 20 e 35 anos, seguido de 26 e 11% para as idades entre 36 a 50 anos, 50 a 60 anos, respectivamente, os demais estão entre maiores de 60 anos e menores de 20 anos. 44% dos entrevistados possuem ensino superior completo e 37% ensino médio, os níveis de curso técnico, ensino fundamental e analfabeto, constituem respectivamente 11, 7 e 1%, além disso apenas 8% dos entrevistados afirmam serem beneficiários do programa de aposentadoria (Tabela 1).

As feiras livres mantem-se como o principal centro de aquisição de hortaliças, no qual o deslocamento dos entrevistados a esses locais ocorre de maneira corriqueira, considerando que estes apontam uma frequência de compra semanalmente, com gastos em torno de 21 a 30 reais por compra.

A frequência semanal de compras pode relacionar-se a preferência dos consumidores por adquirir produtos frescos e de melhor qualidade com a logística dos comerciantes da cidade, que costumam realizar as vendas uma vez por semana o que acaba levando os consumidores a comprarem apenas nos dias de oferta dos feirantes (Oliveira *et al.*, 2020).

Tabela 1. Porcentagem de gênero, faixa etária, escolaridade, recebe aposentadoria, frequência de aquisição, locais onde adquire hortaliças, valor gasto em cada compra e motivos que levam a compra de hortaliças na feira da cidade de Xique-Xique – BA.

Gênero dos entrevistados	(%)
Feminino	80,0
Masculino	20,0
Faixa etária	
<20 anos	7,00
20 a 35 anos	48,00
36 a 50 anos	26,00
50 a 60 anos	11,00
Mais de 60 anos	8,00
Nível de escolaridade	
Analfabetos	1,00
Ensino fundamental	7,00
Ensino médio	37,00
Ensino superior	44,00
Curso técnico	11,00
Recebe aposentadoria	
Sim	8,00
Não	92,00
Frequência de compra de hortaliças	
Diariamente	5,00
Semanalmente	75,00
Quinzenalmente	12,00
1 vez por mês	8,00
Onde costuma adquirir hortaliças	
Sacolão/verdureira	27,00
Supermercados	37,00
Feira livre	69,00
Valor gasto com hortaliças por compra	
R\$ 10 – 20,00	16,00
R\$ 21 – 30,00	33,00
R\$ 31 – 50,00	28,00
> R\$ 50,00	23,00
Compraria/consumiria uma hortaliça diferente	
Sim	60,00
Não	40,00

Para os consumidores as feiras livres tornam-se pontos ideais para compra de produtos, devido aos preços que costumam ser menores quando comparados com redes de supermercados ou

quitandas, como demonstrado nas tabelas 1 e 2. Além de proporcionar um contato mais direto entre os comerciantes ou produtores com os seus clientes, facilitando a escolha do produto, gerando conforto para as duas partes e uma confiabilidade no processo (Viana *et al.*, 2021).

Vale destacar que além do preço, fatores como qualidade e variedade de produtos, também são fortes motivadores para que as feiras livres sejam a primeira escolha de local de compra (Tabela 2).

Tabela 2. Porcentagem dos principais motivos dos consumidores pela compra de hortaliças em sacolões, supermercados e feira livre da cidade de Xique-Xique - BA.

Motivos	Sacolão (%)	Supermercado (%)	Feira (%)
Proximidade de casa	1,90	2,80	0,70
Preço	7,50	9,70	35,00
Higiene	25,00	25,00	3,40
Qualidade	25,00	28,00	25,00
Costume	0,00	0,00	0,70
Variedade	17,00	11,00	26,00
Compra a qualquer hora do dia	0,00	1,40	0,00
Freguesia	0,00	0,00	0,70
Confiança	3,8	0,00	0,00
Conforto	0,00	1,40	0,00
Facilidade	0,00	2,80	0,70
Segurança (devido a pandemia)	0,00	2,80	0,00
Bom atendimento	17,00	14,00	8,10

De acordo com o exposto nesse trabalho, os consumidores de hortaliças de Xique-Xique, estão dispostos a inserirem novos produtos aos seus hábitos alimentares. Sendo que o principal motivo para isso, seria a experiência de consumir algo diferente do comum de modo a conhecer novos sabores (Tabela 3). Nota-se que a curiosidade quanto ao diferente, no ponto de vista do consumidor, se sobressai aos benefícios que esses novos alimentos poderiam oferecer a saúde.

Tabela 3. Porcentagem dos principais motivos que levariam os consumidores de Xique-Xique - BA a consumir uma hortaliça diferente daquelas de seu hábito de consumo.

Motivos	(%)
Benefícios das hortaliças para a saúde	18,00
Experimentar ou conhecer novos sabores	59,00
Complementar o cardápio	4,00
Compraria pela oportunidade de trabalho	1,30

Por recomendação médica	2,70
Gosto por variedade de hortaliças em casa	5,50
Diversificar o paladar	8,20
Se indicado por pessoas conhecida	1,30

Na figura 1 podem ser observadas as principais hortaliças adquiridas pelos consumidores do município, onde em um total de 36 hortaliças presentes no questionário, o tomate, a alface, a cenoura, a cebola, o coentro e a batata, foram as que apresentaram maior importância para os resultados, estando em uma faixa de aquisição de 7 a 9% em relação as demais. Guerra *et al.* (2018) e David *et al.* (2019) verificaram resultados semelhantes, sendo estas hortaliças as mais adquiridas nos respectivos municípios em que ocorreram a pesquisa, Barra-BA e Marituba-PA. Esses resultados semelhantes se dão por essas hortaliças já pertencerem à culinária cotidiana da população brasileira, de forma que a base para sua aquisição passou ao âmbito cultural.

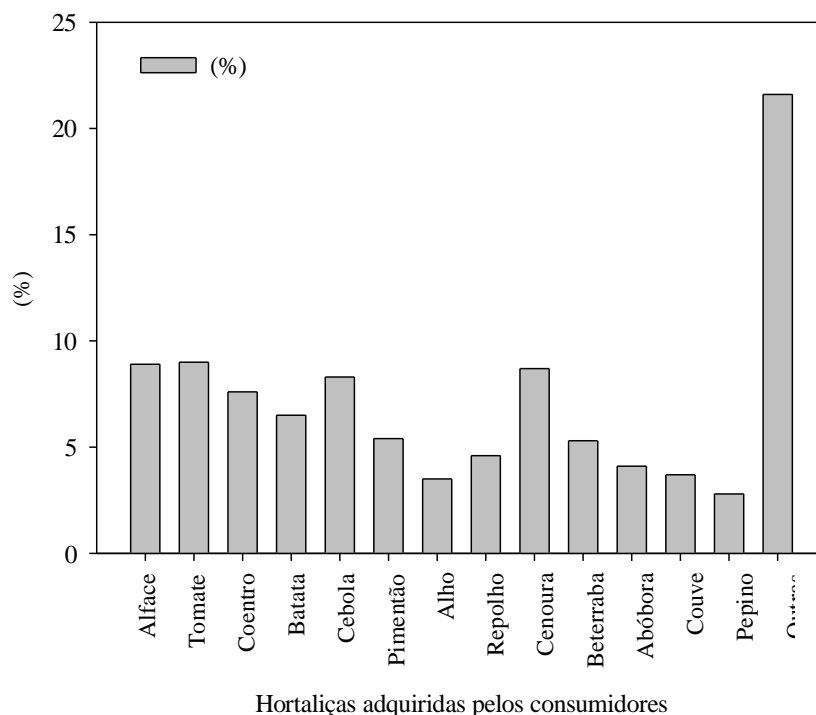


Figura 1. Porcentagem das principais hortaliças adquiridas pelos consumidores na feira livre da cidade de Xique-Xique – BA. Outras: chuchu, berinjela, quiabo, mandioca, feijão vagem, abobrinha italiana, rúcula, brócolis, couve-flor, maxixe, acelga, milho verde, pimenta de cheiro, hortelã, cebolinha, salsa, inhame, manjeriço, gengibre, almeirão.

Sobre o perfil dos comerciantes de hortaliças da cidade de Xique-Xique - BA, segue uma contradição em relação ao exposta quanto aos consumidores. Entre os comerciantes entrevistados, notou-se uma maior participação de indivíduos do sexo masculino com 57%. Quanto à faixa etária, a maioria afirmou possuir idade entre 20 e 35 anos. O nível de escolaridade dos comerciantes, encontra-se entre o ensino médio (43%), ensino fundamental (31%) e analfabetos (26%). A maioria dos

comerciantes, total de 43%, afirmaram estarem trabalhando com vendas de hortaliças há menos de 5 anos, os demais representados em 23, 20 e 14% seguem períodos entre 5 e 10 anos, há mais de 15 anos e num tempo entre 11 e 15 anos já, respectivamente (Tabela 4).

Entre os entrevistados não foram encontrados algum que possua ensino superior ou curso técnico, esses dados podem ser um reflexo da necessidade, influenciada pelas baixas condições de vida, em que os jovens se viam no dever de se inserirem no mercado de trabalho antes mesmo de concluírem o ensino fundamental e/ou médio, para conseguir manter o sustento da família junto aos seus pais (Gonçalves; Tavares-Martins, 2020).

Dentre os comerciantes que participaram da pesquisa, apenas 29% realmente produz o material que comercializa, sejam por meio de sistemas de produção convencional ou orgânica. Nesse sentido, é evidente que a maioria dos produtos que são colocados à venda são provenientes do volume produzido em outras fontes.

A região do município de Xique-Xique e cidades vizinhas, apresentam um elevado potencial para agricultura, porém ainda é pouco explorado e isso se dá pela falta de investimentos de modo geral. O setor de produção olerícola praticada na região é de subsistência, realizada em pequena escala e destinada ao consumo próprio ou venda de pequenas quantidades, sem pretensão de grandes lucros (Oliveira et al., 2020).

Tabela 4. Porcentagem de gênero, faixa etária, escolaridade, tempo que trabalha com venda de hortaliças, produz hortaliças que comercializa, tem perdas pós-colheita na feira da cidade de Xique-Xique – BA.

Gênero dos entrevistados (%)	
Feminino	43,00
Masculino	57,00
Faixa etária	
<20 anos	14,00
20 a 35 anos	40,00
36 a 50 anos	26,00
50 a 60 anos	20,00
Nível de escolaridade	
Analfabetos	26,00
Ensino fundamental	31,00
Ensino médio	43,00
Ensino superior	0,00
Curso técnico	0,00
Tempo que trabalha com venda de hortaliças	
< 5 anos	43,00
5 – 10 anos	23,00
10 – 15 anos	14,00
> 15 anos	20,00
Produz as hortaliças que comercializa	

Sim	29,00
Não	71,00
Sistema de produção de hortaliças adotado por aqueles comerciantes que também são produtores	
Sistema convencional	36,00
Sistema orgânico	64,00
Tem perdas pós-colheita	
Sim	71,00
Não	29,00

As perdas pós-colheita nesses locais de venda são inevitáveis, por se tratarem de pontos em que os produtos se encontram em condição e contato direto com o ambiente, sem o acondicionamento adequado. Foram constatados que 71% dos comerciantes sofrem com esse tipo de perda, destacando o tomate, a cebola, a cenoura, a batata, o pimentão e a alface, por serem as hortaliças com maior índice de perdas.

Todavia, os comerciantes entendem o efeito negativo dessas perdas, de modo que estes apontam algumas formas de evitar esses problemas como o manuseio adequado dos produtos, produção e recebimento de hortaliças em quantidades suficientes para suprir apenas a demanda dos consumidores, melhorias no sistema de armazenamento, entre outros.

Tabela 5. Porcentagem das principais estratégias adotadas pelos comerciantes para reduzir as perdas de hortaliças da cidade de Xique-Xique – BA.

Estratégias para redução de perdas de hortaliças	(%)
Não há perdas/poucas perdas	9,00
Promoção/doação ou vendas para outros pontos de comércio de hortaliças no final do dia	11,72
Manusear corretamente para evitar amassar	18,92
Produzir/comprar a quantidade de costume de vendas	10,82
Cuidado com a limpeza	9,91
Nunca empilhar e quando o faz manter hortaliças maduras na parte de cima	9,01
Cuidados no transporte e armazenamento conforme a hortaliça	7,20
Evitar locais com incidência de radiação solar	5,41
Manter em boa temperatura ambiente (procurando evitar calor excessivo)	5,41
Transportar em horário com temperatura amena	4,50
Empacotamento de alguns produtos	3,60
Alimentação de animais na roça	2,70
Armazenamento refrigerado	0,90
Separo as estragadas após o transporte	0,90

Os principais centros de fornecimento das hortaliças vendidas pelos comerciantes do município estão localizados majoritariamente no estado da Bahia, sendo Irecê, Mirorós, Juazeiro e o próprio município de Xique-Xique, porém os centros também são abastecidos pela produção da cidade de Petrolina-PE.

Xique-Xique se torna importante entre os fornecedores por contribuir aos pontos de vendas com o maior volume recebido de folhosas como alface (57%) e coentro (62%), e ainda fornece a produção total de pimenta de cheiro, melancia e milho verde (Tabela 6).

Tabela 6. Frequência percentual da quantidade de hortaliças disponibilizadas pelas principais localidades fornecedoras das hortaliças comercializadas pelos feirantes da cidade de Xique-Xique – BA.

Hortaliças	Xique-Xique - BA	Irecê - BA	Mirorós – BA	Juazeiro - BA	Petrolina - PE
	%				
Cenoura	0,00	2,00	5,00	26,00	17,00
Batata	0,00	3,00	5,00	43,00	19,00
Cebola	14,00	2,00	0,00	24,00	10,00
Tomate	14,00	3,00	6,00	33,00	14,00
Tomate ce- reja	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pimentão	20,00	0,00	7,00	33,00	20,00
Abóbora	6,00	7,00	7,00	40,00	20,00
Pepino	14,00	3,00	0,00	29,00	14,00
Beterraba	0,00	4,00	5,00	38,00	13,00
Repolho	9,00	8,00	0,00	15,00	38,00
Alface	57,00	2,00	3,70	3,70	3,60
Rúcula	33,00	3,00	0,00	0,00	34,00
Abobrinha	22,00	2,00	0,00	33,00	33,00
Berinjela	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00
Pimenta	57,00	9,00	14,00	0,00	0,00
Jiló	0,00	00,00	0,00	0,00	0,00
Coentro	62,00	5,00	1,50	1,50	0,00
Couve	13,00	9,00	0,00	29,00	29,00
Pimentinha de cheiro	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Brócolis	17,00	3,00	0,00	0,00	50,00
Maxixe	0,00	6,00	17,00	17,00	0,00
Rabanete	0,00	00,00	0,00	0,00	0,00
Melancia	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Milho verde	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Na tabela 7, observa-se que as despesas com transporte para levar as hortaliças até a cidade e a pouca produção local, são os principais problemas enfrentados pelo mercado de hortaliças. Segundo Rossini e Pereira (2021), ao analisar a aplicação de métodos para redução dos valores com transporte no setor hortifrutí, constataram que cerca de 60% do montante pago no transporte, são referentes aos custos com a logística do processo.

Esse fato acaba gerando uma inviabilidade nessa etapa da distribuição, principalmente para comerciantes que apresentam um investimento de pequeno porte, pois, na maioria dos casos esse

recurso não é 100% restituído com o lucro das vendas dos materiais levando o comerciante a perdas financeiras.

Tabela 7. Porcentagem das principais dificuldades apontadas pelos comerciantes de hortaliças da cidade de Xique-Xique – BA.

Principais dificuldades apontadas pelos comerciantes de hortaliças	(%)
Não vejo dificuldades	2,00
Despesas com transporte para levar as hortaliças até a cidade	59,00
Pouca produção de hortaliças na cidade	14,00
Falta de água muitas vezes/Má distribuição	8,00
Ter que adquirir as hortaliças de comerciantes de outras cidades	7,00
Concorrência	2,00
Encontrar todas as hortaliças que comercializa em um mesmo fornecedor	2,00
Dificuldades inerentes ao sistema orgânico de produção	2,00
Pouca infraestrutura para a realização da feira e conservar mais produtos	2,00
Falta de assistência técnicas e políticas públicas de incentivo à produção de hortaliças na cidade	2,00

CONCLUSÕES

O público consumidor de hortaliças no município de Xique-Xique é constituído majoritariamente por indivíduos do sexo feminino, mantendo uma frequência de compra semanal. As feiras livres, são os pontos de maior importância tanto para consumidores quanto para comerciantes, onde, fatores como menor preço, qualidade e variedade ditam as melhores opções de hortaliças disponíveis.

Visando um melhor desenvolvimento do comércio e dos locais de venda, faz-se necessário que problemas como a falta de investimento com infraestrutura, armazenamento e logística, sejam solucionadas para que os produtos ofertados apresentem um elevado índice de qualidade, de modo a beneficiar todos os envolvidos nos processos de comercialização e aquisição.

REFERÊNCIAS

BECKER, C.; MARTINS, A. T. L.; NASCIMENTO, S. G. S.; ÁVILA, M. R. Healthy eating and consumption of vegetables. *Revista Saúde e Desenvolvimento*, v. 15, n. 23, p. 70-86, 2021. Disponível em: <<https://www.revistasuninter.com/revistasauade/index.php/saudeDesenvolvimento/article/view/1251>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

BRAINER, M. S. C. P. Produção de hortaliças na área de atuação do BNB. *Caderno Setorial ETENE*, 6(180): 1-14, 2021. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/902/1/2021_CDS_180.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2024.

BRANDÃO, A. A.; COSTA, C. A.; GALIZONI, F. M.; CAVALCANTE, T. F. M.; NEVES, A. C. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. *Horticultura Brasileira*, 33(1): 119-124, 2015. <https://doi.org/10.1590/S0102-053620150000100019>

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira. (2ª ed.), 1. Reimpressa. Brasília: Ministério da Saúde, 2014, 156 p.

CANELLA, D. S.; LOUZADA, M. L. C.; CLARO, R. M.; COSTA, J. C.; BANDONI, D. H.; LEVY, R. B.; MARTINS, A. P. B. Consumo de hortaliças e sua relação com os alimentos ultraprocessados no Brasil. *Revista de Saúde Pública*, 52(50): 1-11, 2018.

DAVID, E. C.; PEREIRA, A. G. C.; PIMENTEL, J. N. S.; ROSÁRIO, R. R.; VIANA, J. A. S.; NAZARÉ, J. V. S. P.; COSTA NETO, O. M.; LIMA, V. M. N.; BRAGA, G. F. Diagnóstico socioeconômico de e preferência de consumidores de hortaliças do Município de Marituba – PA. In: OLIVEIRA, R. J. (org.). *Extensão Rural: práticas e pesquisas para o fortalecimento da agricultura familiar*, 1 ed., Guarujá: Científica Digital, p. 229-239, 2021.

GONÇALVES, T. M.; TAVARES-MARTINS, A. C. C. Socioeconomics, day to day and channels of commercialization in a open markets at Eastern Amazônia. *Revista Crítica de Humanidades*, 46(253): 388-404, 2021. <https://doi.org/10.25247/2447-861X.2021.n253.p388-404>

GUERRA, A. M. N. M.; SANTOS, D. S.; SILVA, P. S.; SANTOS, L. B. Perfil dos consumidores e comerciantes de hortaliças em feira livre na cidade de Barra, BA. *Tecnologia & Ciência Agropecuária*, João Pessoa, 12(4): 39-45, 2018.

OLIVEIRA, I.; AQUINO, C. F.; GUERRA, A. M. N. M.; BEZERRA NETO, F. C. B.; CAIANA, C. R. A.; MEDEIROS, A. C.; MARACAJÁ, P. B. Socioeconomic profile of consumers and merchants fruit from Barra-BA. *Research, Society and Development*, 9(8): 1-22, 2020.

OLIVEIRA, N.; SANTIN, F.; PARAIZO, T. R.; SAMPAIO, J. P.; MOURA-NUNES, N.; CANELLA, D. S. Baixa variedade na disponibilidade domiciliar de frutas e hortaliças no Brasil: dados das POF 2008-2009 e 2017-2018. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26(11): 5805-5816, 2021. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i8.5532>

ROSSINI, G. M.; PEREIRA, T. F. Aplicação do método da varredura para redução dos custos logísticos em uma empresa de comércio de hortifrúti. *Revista Produção Online*, 21(4): 1028-1050, 2021. <https://doi.org/10.14488/1676-1901.v21i4.4248>

SOUSA JÚNIOR, J. C.; OLIVEIRA JÚNIOR, M. P.; FURQUIM, M. G. D.; SOUZA, C. B.; OLIVEIRA, D. C.; FREITAS, R. B. R. Aspectos socioeconômicos na produção e comercialização de hortaliças folhosas no município de Iporá-GO. *Contribuciones a Las Ciencias Sociales*, 17(3): 01-17, 2024. <https://doi.org/10.55905/revconv.17n.3-071>

VIANA, J. S.; GOMES, A. M. N.; VIANA, J. S.; LOURENÇO, M. S. N.; PALARETTI, L. F. Categorização do consumo de hortaliças in natura pelos frequentadores de feiras livres em São Luís. *Boletim Informativo da Superintendência de Gestão Ambiental*, 4(1): 9-12, 2021. Disponível em: <<https://www.aga.uema.br/wp-content/uploads/2019/01/Vol-04-N%C2%BA-01-2021.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2024.