



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB  
FACULDADE UNB PLANALTINA  
GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

WILSSIVANIA DE OLIVEIRA SANTOS

Projeto: **TESTE DE APLICAÇÃO PRÁTICA DA FERRAMENTA SURVEY MONKEY  
PARA COLETA DE DADOS RURAIS**

Supervisor do Relatório: Mário Lucio de Ávila.

Brasília, DF  
2022

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB  
FACULDADE UNB PLANALTINA  
GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

WILSSIVANIA DE OLIVEIRA SANTOS  
Matrícula: 17/0158691

**Projeto: TESTE DE APLICAÇÃO PRÁTICA DA FERRAMENTA SURVEY MONKEY  
PARA COLETA DE DADOS RURAIS**

Relatório de conclusão das atividades  
referentes ao cumprimento da disciplina  
Estágio Supervisionado Obrigatório.

Orientador: Mário Lucio de Ávila.

Brasília, DF  
2022

## RESUMO

O Brasil possui como parte da agenda prioritária para o agronegócio e agricultura familiar a conectividade, a tecnologia e a inovação. Portanto, nos últimos anos, tem sido notório o crescimento da utilização das plataformas digitais como meio de interação e levantamentos de dados sobre as atividades rurais. Com isso, é de fundamental importância compreender o conceito sobre plataformas digitais e os instrumentos que facilitam a coleta, manipulação e as transações de informações e a interatividade entre compradores, consumidores, gestores e fabricantes, apresentando diversas funções para diferentes tipos de atividades. O objetivo desse estudo é descrever a utilização da ferramenta SurveyMonkey como um método de levantamento de dados relacionado à digitalização no campo da agricultura familiar. Este trabalho refere-se à análise do processo de aplicação da ferramenta de levantamento de dados SurveyMonkey, na qual foi elaborado um questionário teste online. Trata-se de uma pesquisa quantitativa descritiva, realizada com foco em agricultores familiares, iniciado no dia 31/03/2022 até 22/04/2022. A disponibilidade do questionário foi atribuída por meio do aplicativo whatsapp®, abrangendo um total de 27 perguntas. Participaram um total de 24 pessoas e todas responderam o questionário até o final. De acordo com os resultados obtidos, percebe-se que essa plataforma obteve aspectos positivos em relação à diligência do processo, alcançando respostas precisas e rápidas, redução de mão de obra, redução de materiais utilizados, economia de tempo, facilidade no manuseio da plataforma, respostas em tempo real, elaboração de pesquisas com maior nível de confiança e informações armazenadas simultaneamente em bancos de dados. Esse método mostrou-se eficaz para pesquisas que contém grande volume de informações, sendo uma opção de baixo custo e com alcance importante, uma vez que cresce a cada dia o uso de tecnologias e telefones móveis por grande parte dos agricultores e a disponibilidade financeira para levantamentos presenciais diminui na mesma proporção.

**Palavra-chave:** Plataforma; SurveyMonkey; Levantamento de dados; Agricultores familiares; Coleta; informações.

## **ABSTRACT**

Brazil has connectivity, technology, and innovation as part of the priority agenda for agribusiness and family agriculture. Therefore, in recent years, there has been a notorious growth in the use of digital platforms as a means of interaction and data collection on rural activities. With this, it is of fundamental importance to understand the concept about digital platforms and the instruments that facilitate the collection, manipulation, and transactions of information and the interactivity between buyers, consumers, managers, and manufacturers, presenting several functions for different types of activities. The objective of this study is to describe the use of the SurveyMonkey tool as a method of data collection related to digitalization in the field of family farming. This work refers to the analysis of the application process of the SurveyMonkey data survey tool, in which an online test questionnaire was developed. This is a descriptive quantitative survey, conducted with a focus on family farmers, which started on 03/31/2022 until 04/22/2022. The availability of the questionnaire was assigned through the whatsapp® application, covering a total of 27 questions. A total of 24 people participated, and all answered the questionnaire by the end. According to the results obtained, it can be seen that this platform had positive aspects in relation to the diligence of the process, achieving accurate and quick answers, reduction of manpower, reduction of materials used, time savings, ease of handling the platform, real-time responses, preparation of surveys with a higher level of confidence and information stored simultaneously in databases. This method proved to be effective for surveys that contain large volumes of information, being a low-cost option with an important scope, since the use of technology and mobile phones by most farmers is growing every day, and the financial availability for in-person surveys decreases at the same rate.

**Keywords:** Platform; SurveyMonkey; Data survey; Family farmers. Collection; information.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	6
2 REFERENCIAL TEÓRICO .....	8
2.1 DIGITALIZAÇÃO DO CAMPO NA AGRICULTURA .....	8
2.2 SALTO TECNOLÓGICO NO CONTEXTO PANDÊMICO .....	11
2.3 COLETA DE DADOS RURAIS .....	14
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	16
4 ANÁLISE E RELATO DE EXPERIENCIA .....	20
5 CONCLUSÃO .....	23
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	24
7 ANEXOS.....	26

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, está cada vez mais comum a utilização da rede Internet, por ser uma ferramenta de fácil acesso à informação e com grande alcance, de forma que facilita atividades em todas as áreas, inclusive na agropecuária. Dessa forma, a procura por novas ferramentas de pesquisa vem crescendo progressivamente, com o intuito de auxiliar o desenvolvimento em investigações e pesquisas científicas. Nesse contexto, as plataformas digitais têm disponibilizado uma variedade de métodos e ferramentas que facilitam o desenvolvimento de conteúdo e aprendizado. Esses mecanismos refletem possibilidades para renovar a estrutura e conceber maneiras diferentes de transmitir e obter conhecimento. Essa tecnologia oportuniza a associação de todos os ambientes a todo o momento. (MORAN, 2015).

Os custos envolvidos em levantamentos presenciais, como os Censos agropecuários realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ou mesmo em estudos amostrais em grandes projetos representam sempre um desafio em tempos de crise econômica, além de exigir parcela significativa de tempo por parte do respondente, normalmente em horários que o mesmo estaria dedicando a sua atividade fim, para informar ao pesquisador ou coletor de dados.

A utilização de ferramentas de pesquisa online, como por exemplo, a plataforma SurveyMonkey, demonstra o percurso dos métodos convencionais de pesquisa até esse mundo mais moderno englobando diversas funções e promovendo novas experiências para a sociedade (SYMONDS, 2012). Portanto, nota-se a importância da existência dessa e das demais plataformas, sobretudo no levantamento de dados em populações rurais, que facilitam e direcionam projetos de grande impacto socioeconômico.

Com isso, a aplicação da ferramenta SurveyMonkey auxilia na propagação da conectividade em áreas rurais por meio de levantamentos e execuções, proporcionando diversos benefícios, como a comunicação à distância; respostas em tempo real; aumento das demandas de pesquisas; qualificação de técnicos para tomar melhores decisões no ambiente rural; simplificação no acesso à informações; soluções por meio de inteligências artificiais; redução de gastos e economia de tempo; implicação direta na produção agropecuária e conseqüente desenvolvimento econômico e social para as regiões em questão.

Dessa forma, o presente estudo teve como principal objetivo o relato sobre a aplicação de questionário online utilizando a ferramenta SurveyMonkey como método de levantamento de dados relacionado ao meio rural. Seus principais benefícios, suas limitações e restrições e a originalidade da aplicação de levantamentos foram colocadas em perspectiva neste relatório que não pretende ser um guia de uso, tampouco um estudo formal, mas apontar aspectos da usabilidade da respectiva ferramenta de forma alternativa ou complementar a outros métodos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 DIGITALIZAÇÃO RURAL**

A digitalização no meio rural é um debate muito complexo que traz consigo paradigmas igualmente difíceis de solucionar. Esse processo tem apoiado grandes produtores em detrimento de agricultores familiares, evidenciando uma desigualdade socioeconômica que prejudica a equidade na cadeia produtiva e causa impactos ambientais por meio de sua implementação, que devem ser levados em consideração. A conectividade é um grande desafio a ser vencido de forma que hoje, abrange principalmente grandes empresas em regiões próximas a grandes centros urbanos, beneficiando essas em detrimento de regiões remotas onde se encontram grande parte dos agricultores familiares, que os deixam em situação de vulnerabilidade diante do mercado e das mudanças ambientais (HILL et al., 2021).

Dentro desse contexto, o plano de ação Agro 4.0 disponibilizado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), contém estratégias digitais e ações para incentivar soluções tecnológicas e acesso à internet no campo no período de 2021 a 2024, potencializando a produção agrícola, mas de forma indireta, também contribuirá na educação, visto que uma de suas frentes será a conectividade no campo. O termo agro 4.0 faz referência à quarta revolução industrial a que estamos inseridos, onde tecnologias práticas e digitais têm chegado ao campo de forma a agregar na qualidade e produtividade com redução dos custos de produção.

Na área da tecnologia, o termo tecnologia 5.0 tem sido amplamente utilizado para designar os enormes avanços tecnológicos em meio à pandemia do COVID-19. A conectividade está intimamente ligada com a tecnologia, e ainda é um dos grandes gargalos para implementação de políticas educacionais. Segundo MILANEZ et al., 2020, a baixa cobertura, aliada ao desconhecimento dos custos e benefícios que as novas tecnologias podem trazer de retorno ao produtor rural, sobretudo entre os produtores de menor porte, limita os investimentos em conectividade. Esse autor também ressaltou que, a implementação da agricultura 4.0 permitirá a incorporação de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) para digitalização e automação da produção agropecuária, como internet das coisas (IoT), dispositivos de sensoriamento e rastreabilidade, além de inteligência artificial, coleta de grande volume

de dados (big data) e análise dos mesmos (analytics). Mas para que o agro 4.0 possa ser realidade é um requisito necessário que a infraestrutura de conectividade no campo seja expandida, assim, a atividade agropecuária profissionalizada se beneficia dos acessos decorrentes da maior conectividade.

Os impactos da conectividade sobre os aspectos sociais do campo são significativos e contribuem para a permanência dessas pessoas no campo em um contexto de êxodo urbano onde os jovens buscam maiores oportunidades em centros urbanos. Dados do Censo Agropecuário de 2017 apud. MILANEZ et al., 2020, demonstram um panorama da ausência de conectividade no campo, identificando que apenas 28% dos estabelecimentos rurais tinham acesso à internet em 2017, e essa cobertura varia de acordo com o estado considerado, cabendo ressaltar que esse número não mostra a qualidade do sinal recebido. Ainda de acordo com esse estudo, quanto à cobertura em área, estima-se que menos de 10% do território agrícola brasileiro esteja conectado atualmente. No semiárido brasileiro, região que comporta grande parte dos agricultores familiares, esses números são ainda mais sensíveis, apenas 22% dos agricultores possuem acesso à internet.

A introdução de inovações tecnológicas em áreas rurais traz grandes benefícios para os produtores, possibilitando aumento na produção, melhor organização dentro da propriedade rural, aumento na competitividade, e organização mais eficiente de equipamentos e maquinários favorecendo diminuição na utilização dos combustíveis e evitando desperdícios (MILANEZ et al., 2020).

Na agropecuária, as perspectivas de avanços tecnológicos mais relevantes estão ligadas à internet das coisas (IoT) com o uso de sensores e drones para facilitar o monitoramento e manejo das culturas, otimizando a produção e uso dos recursos e proporcionando incremento positivo na produtividade e maior segurança alimentar. Na gestão de animais, há aplicativos e chips disponíveis que cobrem localização, controle de saúde, nutrição, histórico de vacinação, medicamentos recebidos, rastreabilidade, adequação das unidades de criação às normas fitossanitárias etc. A administração e monitoramento geral da propriedade e dos funcionários em tempo real pelo uso de plataformas digitais interligadas à rede também é realidade em grandes propriedades e perspectiva de expansão de uso na área da agropecuária. Já a difusão da conectividade vai permitir a capacitação da mão de obra rural por meio da educação à distância (EAD), permitindo ao produtor conciliar seus horários de trabalho no campo com aprendizado. Do ponto de vista social, o meio rural é pressionado por uma constante

migração de mão de obra jovem para os centros urbanos em busca de melhores oportunidades. Com a digitalização no campo, há tendência de diminuição desse tipo de migração (MILANEZ et al., 2020).

## **2.2 SALTO TECNOLÓGICO NO CONTEXTO PANDÊMICO**

No final de dezembro de 2019, as competências chinesas da Organização Mundial da Saúde (OMS) efetuaram um importante comunicado sobre o surgimento de um novo vírus da família dos Coronavírus chamado de SARS-CoV-2, causador da doença COVID-19, e sua classificação no nível de gravidade e mortalidade, declarando o início da pandemia no dia 11 de Março de 2020. Essa pandemia ocasionou grandes impactos no setor econômico, social e principalmente educacional, na qual gerou mudanças extremas nas rotinas e hábitos de toda população mundial. Em relação ao COVID-19, é de extrema importância enfatizar que essa doença indica alterações respiratórias que podem ou não apresentar sintomas leves ou graves, ou até mesmo situações que necessitam de uma atenção redobrada com cuidados hospitalares podendo inclusive levar a óbito. Segundo a OMS, é possível que grande parte da população seja assintomática e outra parte da sociedade possua quadros mais complexos necessitando urgentemente de atendimento hospitalar e em piores situações requerem a utilização de aparelhos respiratórios. (BRASIL, 2020).

As circunstâncias socioeconômicas podem influenciar no alastramento do vírus, mas a precaução e o manuseio com relação à doença decorrem principalmente por atividades administrativas para a coordenação dos estudos de epidemias por meio do poder governamental. Esses comportamentos envolvem ações como o estímulo para o cumprimento das regras fiscais para evitar a contaminação por meio de testes de COVID-19, controle de casos, tratamentos, aplicações em materiais de prevenção e cuidados para médicos e enfermeiros, propagandas de incentivo, informações para a sociedade e outros. (HELMY et al., 2020; THU-HA et al., 2020).

MARTINI (2020) declara que a partir do final de 2019, a sociedade sofreu mudanças nos costumes e nas condutas ocorridas devido ao período de confinamento familiar e as inovações tecnológicas tem sido o cerne da questão das comunicações e das inclusões dos indivíduos de maneiras desiguais. Atualmente, muitos produtores foram prejudicados devido à restrição da circulação de pessoas em áreas públicas, em espaços abertos ou fechados, ou até mesmo no próprio ambiente de trabalho, o que gerou o fechamento total dos comércios durante o período de quarentena. (BRASIL, 2021a). Mediante esse cenário, observou-se que a utilização de plataformas digitais, redes sociais, smartphones, softwares, aplicativos, internet, robôs, nuvem eletrônica,

tecnologias e outros recursos têm sido primordiais e indispensáveis para auxiliar na comunicação dos produtores em áreas rurais, por conseguinte também têm ajudado a minimizar as barreiras e dificuldades decorrentes do período de afastamento social.

De acordo com FERREIRA (2020), a automatização da agricultura brasileira progrediu positivamente em relação à inovação, com o intuito de assegurar os suprimentos para que não faltasse ao longo do período de contágio. No decorrer do tempo de urgência, o mercado digital apresentou tecnologias digitais que têm cooperado para o aumento da produtividade e a obtenção de espaços mais abertos. Um exemplo disso é a utilização de questionários online para realizar levantamentos de dados e auxiliar na aplicabilidade de inteligência artificial em campo. Segundo CANI (2019), a utilização das tecnologias digitais vem sendo uma ferramenta fundamental para a identificação, seleção, estruturação, investigação, manuseio, elaboração e também para a distribuição de dados de maneira crítica, moral, inovadora, autossuficiente, centrada e assegurada nos setores educacionais, econômicos, sociais e políticos, em modelos distintos, com o intuito de inserir os indivíduos nesse universo moderno através do conhecimento. Apesar de todo esse avanço tecnológico, algumas áreas ainda sofrem com a falta de infraestrutura, citando problemas de conectividade no campo e a falta de conhecimento do uso de ferramentas digitais.

Vale ressaltar que, várias famílias ainda sofrem com a exclusão digital, por consequência, as pessoas não têm oportunidades para se conectar com essas tecnologias da informação e comunicação mais modernas e em algumas áreas ainda se encontra em situações precárias, não possuindo acesso à cobertura de sinal e serviços de qualidade, ocorrendo principalmente nas zonas de expansão rural, onde muitas vezes o contato com a internet é somente no período escolar. De acordo com CASTELLS (2003), em relação à conectividade, tem considerado que nos últimos anos a utilidade do acesso à internet tem se tornado mais centrado, devido à dificuldade que algumas pessoas possuem para usufruir da internet, e em alguns casos a conexão é bastante delimitada. Segundo o autor, essas condições são enigmáticas, pois em um mundo tão atualizado ainda é muito comum deparar-se com diversas situações de dessemelhanças.

Segundo MATTOS et al. (2008), a quantidade de pessoas que estão conectadas a aparelhos de comunicação e computadores eletrônicos e internet com acesso limitado está relacionada ao valor da renda média por pessoa em cada País, ou seja, quanto maior a renda, melhores serão os benefícios, por exemplo, maior número de pessoas

conectadas, melhor qualidade nos serviços básicos para a sociedade, facilidade para obter aparelhos eletrônicos e computadores.

Nesse contexto, a utilização das tecnologias digitais tem sido de extrema importância, em se tratando de que anteriormente o uso não era tão prioritário, mas devido às mudanças emergenciais tornou-se primordial e também uma realidade atual para toda sociedade. Observa-se que diversos profissionais de ensino, tiveram que se adaptar com as novas ações em razão dessas exigências emergenciais. AVELINO E MENDES (2020) mencionam que devido ao aparecimento do vírus, surgiu a necessidade de buscar mais informações e recursos educativos digitais que estão disponíveis na rede. Com isso muitos educadores mudaram a maneira de pensar perante o período de confinamento, não só transformando os hábitos tradicionais, mas também introduzindo novos processos de pesquisa e explorando intervenções iminentes.

Nota-se que, com o impacto da pandemia, aumentou o interesse da grande maioria da sociedade no acesso à tecnologia. Nesse contexto, a tecnologia da informação e comunicação (TIC) tem auxiliado no crescimento da conectividade e na facilitação da comunicação entre pessoas sem descumprir as regras de isolamento e distanciamento social. Diante do exposto, a pandemia intensificou os processos de sistemas digitais nas áreas rurais e foi perceptível que estimulou os avanços tecnológicos e impulsionou a digitalização na agricultura proporcionando melhores desempenhos em circunstâncias emergenciais.

### 2.3 COLETA DE DADOS RURAIS

A amostragem na coleta de dados estatísticos agropecuários também é um grande entrave na equidade de pequenos agricultores com grandes empresas agropecuárias, visto que não representa a realidade das regiões rurais, que carecem de capacitação e acesso à inovação em áreas mais remotas, muitas vezes enfrentando barreiras, inclusive de comunicação, como a alfabetização. HILL et al. 2021 afirmam haver a necessidade de uma infraestrutura digital pública por meio da regulamentação da digitalização de forma que possa evitar o aumento da exclusão digital e diminuir os impactos ambientais causados pela implementação de estruturas físicas necessárias nesse processo como centros de dados, cabos de fibra óptica, maior consumo de energia elétrica e de recursos hídricos, aumento da poluição por descarte de materiais eletrônicos, dentre outros.

STAIR E REYNOLDS (2016), definem que “o objetivo da coleta de dados é buscar informações adicionais sobre os problemas ou as necessidades identificadas no relatório de investigação de sistemas”. Nesse sentido é interessante mencionar também o conceito de dados, que segundo os mesmos autores, consistem em fatos brutos, como o número de funcionários, horas totais trabalhadas em uma semana, números de peças no estoque ou pedidos de vendas.

A utilização da coleta de dados foi fundamental para a execução do presente trabalho, por ser uma das etapas mais importantes para o desenvolvimento e recolhimento das informações. Foram considerados diversos cuidados na hora da escolha da ferramenta para a realização da pesquisa, com o intuito de minimizar erros, alcançar objetivos propostos e obter melhores resultados.

Para exemplificar o que se entende por questionário e na tentativa de estruturar uma definição, os autores STAIR E REYNOLDS (2016), apontam que “o questionário é um método de coleta de dados quando as fontes estão espalhadas em grande área geográfica”. Nesse sentido, GIL (1999), define questionário como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc. Para obter um melhor entendimento, vale ressaltar o conceito de pesquisa descritiva que segundo VIEIRA (2002), compreendem grande número de métodos de coleta de dados, os quais

compreendem: entrevistas pessoais, entrevistas por telefone, questionários pelo correio, questionários pessoais e observação.

O surgimento da plataforma SurveyMonkey aconteceu no ano de 1999. Atualmente, é reconhecida mundialmente como uma das melhores plataformas de questionários online. Mediante isso, também abrange vários grupos, possibilitando o acesso de empresas públicas ou privadas, diversos tipos de organizações, entidades e outros. As pesquisas de modelo simples são disponibilizadas na versão gratuita, mas para obter resultados mais precisos com painel personalizado, amostras elaboradas, sofisticadas e maiores quantidades de perguntas, é necessário assinar um plano pago para desbloquear essas funções mais avançadas (MOMENTIVE, 2022).

Muitas ferramentas estão disponíveis atualmente e existem outros programas que fazem esse tipo de serviço (questionários), como por exemplo, o Google Forms®, EasyTestMaker®, ClassMarker® e Quibblo®. A plataforma Google Forms®, é uma ferramenta online e gratuita desenvolvida pelo Google®, que abrange diversas funções e quando utilizada na forma apropriada, oferece resultados benéficos para seus usuários, como por exemplo, rapidez, clareza e sustentabilidade. A EasyTestMaker® é uma ferramenta bem ampla que oferece questionários online gratuitos e até 25 modelos de teste para personalizar e salvar o documento no formato de PDF ou Word. Já a ClassMarker® é bem conhecida por ser uma plataforma que permite a elaboração de questionários online de maneira privada ou aberta, podendo elaborar até 100 testes sem pagar nenhuma taxa. Por fim, a plataforma Quibblo® permite fazer questionários online e buscas exploratórias, com o diferencial de ser facilmente adicionados em redes sociais.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é de abordagem quantitativa descritiva, realizada com foco em agricultores familiares. A pesquisa foi iniciada no dia 31/03/2022 até 22/04/2022. Participaram do questionário online um total de 24 pessoas que responderam até o final. Diante da compreensão da pesquisa descritiva, o levantamento de dados após leitura e formulação de estratégias a partir do conhecimento adquirido foi imprescindível para o desenvolvimento do presente trabalho.

A ferramenta utilizada para a coleta de dados foi a plataforma SurveyMonkey. Essa plataforma oferece funções simples e práticas para a criação de quizzes na versão gratuita. É um tipo de software baseado em nuvem que desenvolve questionários online. A funcionalidade se aplica em vários tipos de sistemas operacionais e permite que o utilizador do aplicativo produza uma sequência de perguntas e, posteriormente, encaminhe link gerado pelo próprio site até o público alvo. Pode ser enviado diretamente por meios do Whatsapp, chats, e-mail ou outras redes sociais, obtendo respostas e opiniões em tempo real. Geralmente, essa plataforma é utilizada para a elaboração de trabalhos de conclusão de curso ou pequenos projetos que visam resultados rápidos, precisos e mais econômicos, permitindo um alcance maior e uma análise mais eficaz. Essa ferramenta é bem didática e contribuirá para buscas quantitativas e qualitativas a partir dos levantamentos de dados. As respostas dos entrevistados são atualizadas de forma online e simultâneas e podem ser finalizadas em dias ou em casos mais simples apenas algumas horas.

Como método de recolhimento de informações foi aplicado um questionário online na plataforma SurveyMonkey (Figura 1), contendo 27 perguntas, organizados em seções com diferentes temas como, caracterização do respondente, tecnologia, acessibilidade, propriedade, produção, conhecimentos gerais, comercialização, COVID 19 e pandemia. A escolha da utilização dessa ferramenta como instrumento de pesquisa ocorreu devido à facilidade na aquisição de informações, recolhimento de opiniões e na redução do tempo de execução. Por meio do método de pesquisa descritiva, a coleta de dados foi realizada por meio do aplicativo Whatsapp, via internet, com a utilização do questionário online. Para elaboração do questionário foram feitas perguntas rápidas e objetivas, propondo uma padronização na coleta dos dados (Anexo A). As perguntas ficaram acessíveis pelo período de 23 dias iniciados em 31/03/2022 até 22/04/2022.

A interação foi realizada por meio do envio do link <https://pt.surveymonkey.com/r/766ZBJD> gerado pelo próprio aplicativo e encaminhado para o whatsapp de cada entrevistado. Os resultados das pesquisas e a análise dos dados obtidos foram efetivados no programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), que é geralmente utilizado para análises estatísticas, encontrado dentro da plataforma Survey Monkey. As informações obtidas foram apresentadas em forma de gráficos e tabelas.

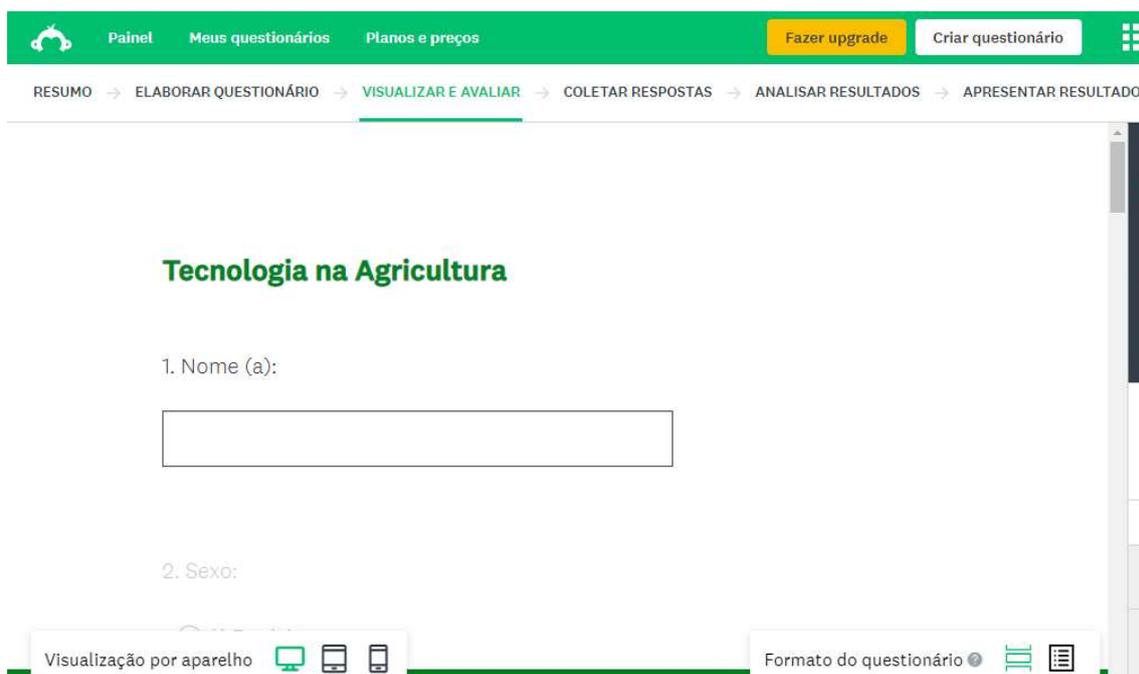
Para efetuar o preenchimento do questionário não foi necessário nenhum tipo de treinamento com respondentes, por ser uma ferramenta de fácil manuseio. Mediante isso, foi estipulado que cada participante respondesse apenas uma vez para não correr risco de duplicidades. Subsequentemente, todas as respostas coletadas foram encaminhadas para uma base de dados onde ficaram armazenadas e protegidas.



Figura 1. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Para criação do questionário foi necessário acessar o link <https://pt.surveymonkey.com>, que direciona até a plataforma SurveyMonkey e clicar na parte superior esquerda da página para fazer a inscrição do login.

Após a efetivação do cadastro, foram adicionadas as perguntas à plataforma e editadas da melhor forma, visando um bom entendimento para os agricultores (Figura 2).



The image shows a screenshot of the SurveyMonkey interface during the 'Visualizar e Avaliar' (View and Evaluate) stage of a survey. The top navigation bar is green and contains links for 'Painel', 'Meus questionários', and 'Planos e preços', along with buttons for 'Fazer upgrade' and 'Criar questionário'. Below the navigation bar, a breadcrumb trail shows the steps: 'RESUMO' → 'ELABORAR QUESTIONÁRIO' → 'VISUALIZAR E AVALIAR' (highlighted) → 'COLETAR RESPOSTAS' → 'ANALISAR RESULTADOS' → 'APRESENTAR RESULTADOS'. The main content area features the survey title 'Tecnologia na Agricultura' in green. Below the title, there are two questions: '1. Nome (a):' followed by a text input field, and '2. Sexo:' followed by a dropdown menu. At the bottom, there are two control panels: 'Visualização por aparelho' with icons for desktop, tablet, and mobile, and 'Formato do questionário' with icons for list and grid views.

Figura 2. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Subsequente, foram enviadas as perguntas e levantadas as respostas, sendo apresentadas nas páginas de acompanhamento da ferramenta (Figuras 3 e 4), evidenciando que o volume maior de respostas recolhidas ocorreu no dia 19 de abril. Totalizando 24 respostas.

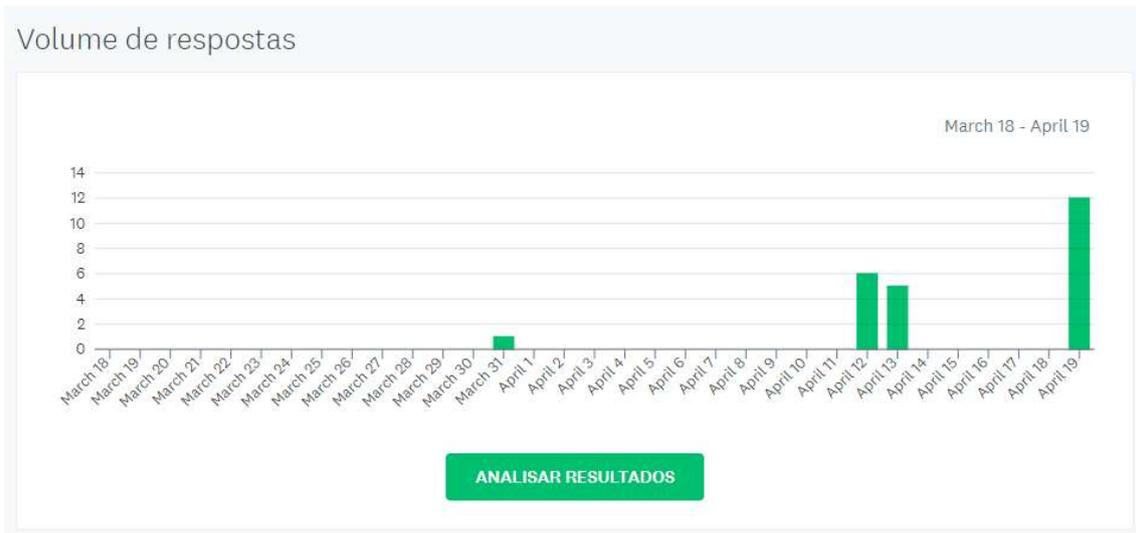


Figura 3. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Painel Meus questionários Planos e preços [CRIAR EQUIPE](#) [CRIAR QUESTIONÁRIO](#) [cega@unb](#)

## Tecnologia na Agricultura

RESUMO → ELABORAR QUESTIONÁRIO → VISUALIZAR E AVALIAR → COLETAR RESPOSTAS → ANALISAR RESULTADOS → APRESENTAR RESULTADOS

Criado em 31/03/2022 | 1 página, 27 perguntas [EDITAR DESIGN](#) | [Visualizar questionário](#) | [Enviar questionário](#) | [Analisar os resultados](#)

Idioma do questionário: <b>Português (brasileiro)</b>	TOTAL DE RESPOSTAS <b>24</b>	STATUS GERAL DO QUESTIONÁRIO <b>ABERTO</b>	NOTIFICAÇÕES Apenas você <a href="#">Editar</a>						
Tema: <b>Heritage</b>	Coletores								
Sem logotipo adicionado	<table border="1"> <tr> <td><b>ABERTO</b></td> <td><b>24</b></td> </tr> <tr> <td><b>Web Link 1</b></td> <td>RESPOSTAS</td> </tr> <tr> <td>Criação: 31/03/2022</td> <td>COLETADAS</td> </tr> </table>			<b>ABERTO</b>	<b>24</b>	<b>Web Link 1</b>	RESPOSTAS	Criação: 31/03/2022	COLETADAS
<b>ABERTO</b>	<b>24</b>								
<b>Web Link 1</b>	RESPOSTAS								
Criação: 31/03/2022	COLETADAS								
Sem lógica adicionada									
Serviços de questionários profissionais									

Figura 4. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

#### **4 ANÁLISE E RELATO DE EXPERIÊNCIA**

A aplicação do questionário online da plataforma SurveyMonkey, possibilitou que independente da distância entre o pesquisador e os entrevistados, tornasse real a coleta de dados. Participaram da pesquisa apenas 24 pessoas, devido ao curto prazo entre a disponibilização do acesso à plataforma e o recolhimento das respostas. O tempo médio para a resposta ao questionário foi de 4 minutos e 5 segundos. A taxa de conclusão foi de 100% e nenhuma das perguntas foi ignorada. A plataforma permite uma melhor flexibilidade para o usuário, podendo começar, suspender e reiniciar sem precisar preencher novamente as perguntas que já foram respondidas.

Ressalta-se que o objetivo aqui não era discutir as informações coletadas, mas sim, discorrer sobre a ferramenta e suas funcionalidades, portanto, os dados e resultados a seguir são apenas ilustrativos e sem valor do ponto de vista acadêmico.

Segundo os dados computados por meio do questionário, a maioria dos respondentes era do sexo feminino com 54,17% contra 45,83% do sexo masculino (figura 5 - Anexo B), e com relação à idade, entre 15 até mais de 45 anos (figura 6 - Anexo B). À localidade em zona rural 16,67% contra 83,33% em zona urbana (figura 7 - Anexo B). Todos os entrevistados alegaram possuir celular e acesso a internet em sua propriedade (figura 8 - Anexo B). A utilização de páginas na internet e em redes sociais (figura 9 - Anexo B) são por meio do Whatsapp (95,83%), Instagram (87,50%), Facebook (50%). O meio mais utilizado para se manter informado sobre os acontecimentos atuais (figura 10 - Anexo B) foi através da internet com a porcentagem de 95,83%, jornal escrito (4,17%), jornal falado TV (41,67%), jornal falado radio (4,17%), revistas (8,33%) e através de pessoas (20,83%). O tipo de conteúdo que mais gostam de receber (figura 11 - Anexo B) foi através de vídeo (54,17%), texto (37,50%) e áudio (8,33 %). A qualidade da internet na propriedade de uma escala de 0 a 10 (figura 12 - Anexo B), apenas 16,67% responderam que a qualidade era 10. Em relação ao tempo exercido como agricultor (figura 13 - Anexo B), 29,17% responderam que tinham menos de 5 anos, 25% responderam que tinham entre 5 a 20 anos, 4,17% responderam que tinham mais de 20 anos e 41,67% alegaram que não sabiam ou não responderam essa questão. Cerca de 70% dos entrevistados falaram que o tamanho da propriedade varia de 0 a 20 hectares (figura 14 - Anexo B) e 58,33% consideram serem proprietários da terra em que produz 16,67% não se consideram proprietários, 4,17%

possuem terra arrendada e 20,83% não sabem ou não responderam a questão (figura 15 - Anexo B). Em média 58,33% dos respondentes utilizam a internet como ferramenta de compra ou venda de insumos e produção da propriedade, 25% responderam que não utilizam e 16,67% não sabem ou não responderam essa questão (figura 16 - Anexo B).

Dentre os agricultores, 45,83% declaram que possuem (graduação/pós-graduação/técnico) na área do agronegócio (figura 17 - Anexo B). Entre as maiores dificuldades encontradas para acesso e uso de tecnologias em agricultura digital destaca-se, o acesso a créditos para aquisição de máquinas e equipamentos, falta de capacitações próprias em tecnologias de agricultura digital, falta de conhecimento sobre as novas tecnologias, valor de investimentos para contratação de prestadores de serviços especializados e valor do investimento com máquinas, equipamentos e aplicativos (figura 18 - Anexo B). Mediante isso, apenas 29,17% dos respondentes receberam assistência técnica de alguma instituição (figura 19 - Anexo B) e orientação técnica sobre documentação (8,33%), armazenamento (20,83%), transporte (16,67%), técnica de produção (25%), etc (figura 20 - Anexo B). Somente 37,50% investiram em infraestrutura tecnológica para acesso a internet na propriedade (figura 21 - Anexo B). Na comercialização dos produtos 58,33% vendem em feiras livres (figura 22 - Anexo B), supermercados, sacolões, quitandas e outros (figura 23 - Anexo B). Os principais canais de comercializações estão localizados no mesmo município em que produzem (figura 24 - Anexo B). A maioria dos entrevistados responderam que não pertenciam a nenhuma associação e/ou cooperativa de agricultores. Em relação aos impactos da pandemia do Covid-19, 58,33% sofreram impactos negativos em sua produção agrícola (figura 25 - Anexo B) e não conseguiram utilizar nenhuma técnica ou estratégia para enfrentar a pandemia. Cabe ressaltar que dos 24 respondentes, apenas três receberam auxílio do município para o enfrentamento da pandemia. Com base em tudo isso, é importante destacar que as perspectivas futuras para a produção em virtude da pandemia, a maior quantidade de respostas foi que se manteve com a porcentagem de 37,50%, piorou com 20,83% e melhorou apenas 16,67% marcaram essa opção (figura 26 - Anexo B).

A plataforma SurveyMonkey superou quesitos de confiabilidade e segurança das informações coletadas, permitindo a computação e análise de dados, contribuindo para uma maior sustentabilidade e evitando a utilização de folhas impressas. Os questionários são bem organizados e ficam disponíveis para análise imediatamente após

as respostas. Apesar da eficiência na coleta de dados, o programa tem como principal desafio o acesso à internet, que ainda é precário em meio rural.

## 5 CONCLUSÃO

Os resultados obtidos com a pesquisa apontam que os vinte e quatro entrevistados possuem 100% de acesso à internet em sua propriedade, essa porcentagem indica que a utilização de tecnologias está se tornando algo essencial para sociedade, a qual fornece mais informações e conhecimentos para o dia a dia do povo. . Os avanços gerados pela agricultura digital têm influenciado fortemente nos cenários rurais, proporcionando equipamentos e ferramentas fundamentais para melhoraria nas tomadas de decisões, produtividade, sustentabilidade, estratégias, gestão de recursos, etc. Com essas inovações, o agricultor pode acompanhar as etapas de produção sem estar necessariamente à campo, otimizando o processo ao que chamamos hoje de agricultura de precisão.

A utilização da ferramenta SurveyMonkey como um método de levantamento de dados relacionado à digitalização no campo gerou resultados positivos para os agricultores, o que pode implicar em pesquisas futuras, na mudança de hábitos tradicionais, maior quantidade de informações coletadas, rapidez no acesso, economia financeira, segurança na coleta de dados, diminuição de alterações de dados devido à clareza e objetividade, maior flexibilidade de tempo para respostas, padronização nas avaliações, maior alcance de quantidade de pessoas, etc.

Entre as limitações encontradas nesse estudo, destaca-se, a falta de alfabetização funcional e digital, a falta de conectividade em áreas rurais, a demora em responder o questionário podendo prejudicar o desenvolvimento da pesquisa e a possibilidade atingir outros públicos que não sejam alvo.

Essa pesquisa foi elaborada de maneira informal, com foco na avaliação da eficácia da ferramenta em questão. A aplicação ocorreu de forma assíncrona, utilizando as redes sociais, especificamente aplicativo whatsapp. Os resultados obtidos com esse trabalho demonstraram ser muito eficientes para a realização do questionário e as respostas realizadas à distância em áreas rurais, em razão da grande competência e segurança que essa ferramenta transmite e suas diversas funcionalidades, levando a inovações tecnológicas para seus usuários.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVELINO, W. F.; MENDES, J. G. A REALIDADE DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA A PARTIR DA COVID-19. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 2, n. 5, p. 56-62, 2020.

BRASIL. **Lei Nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999**. Diário Oficial Da União: Brasília, 1999. Disponível em < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19782.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19782.htm). > Acesso em: 10 dez. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Coronavírus: o que você precisa saber e como prevenir o contágio**. [cited 2020 Feb 18]. Disponível em < <https://saude.gov.br/saude-de-a-z/coronavirus>

CANI, J. B. Letramento digital de professores de Língua Portuguesa: cenários e possibilidades de ensino e de aprendizagem com o uso das TDIC. 2019. 216f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2019.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FERREIRA, W.; **Pandemia acelera a digitalização no campo**. Relatório exclusivo no campo digital, São Paulo, SP, p. 4-8, 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HELMY, Y.A. et al. The COVID-19 Pandemic: A Comprehensive Review of Taxonomy, Genetics, Epidemiology, Diagnosis, Treatment and Control. **Journal of Clinical Medicine**. v.9, n. 4, p. 1225-1297, 2020.

HILL, P.; FERRANTE, A.; LEDANT, C. La digitalización en la agricultura desde la perspectiva de la soberanía alimentaria. 2021. **Schola Campesina**. Disponível em < <https://www.scholacampesina.org/wp-content/uploads/2021/07/Digit-paper-ES-Layout-Draft-1.pdf> >. Acesso em: 20.04.2022.

MARTINI, C. B. **Tecnologia em tempos de pandemia**. Disponível em: < [https://www.dependenciadeinternet.com.br/tec\\_pandemia.pdf](https://www.dependenciadeinternet.com.br/tec_pandemia.pdf) >. Acesso em: 09 dez. 2021.

MATTOS, F. A. M. de.; CHAGAS, G. J. do N. Desafios para a inclusão digital no Brasil. **Perspectivas em Ciência da Informação**. v. 13, n. 1, p. 67-94, jan/abr. 2008.

MILANEZ, A. Y. et al. **Conectividade rural: situação atual e alternativas para superação da principal barreira à agricultura 4.0 no Brasil**. 2020.

MORAN, J. (2015). Mudando a educação com metodologias ativas. Coleção Mídias Contemporâneas. Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania: aproximações jovens. Vol. II. Carlos Alberto de Souza e Ofelia Elisa Torres Morales (orgs.). PG: Foca Foto-PROEX/UEPG.

MOMENTIVE, INC. SurveyMonkey Audience. San Mateo, Califórnia, EUA. c2022. Disponível em: <[pt.surveymonkey.com/mp/audience](https://pt.surveymonkey.com/mp/audience)>. Acesso em: 26.04.2022.

STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. **Princípios de Sistemas de informação**. 3. ed. Norte-americana: Cengage Learning BR, 2016.

SYMONDS E. 2011. A practical application of Survey Monkey as a remote usabilitytesting tool, Library Hi Tech. 29(3):436-445.

VIEIRA. **As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing**. Rev. FAE, Curitiba, v.5, n.1, p.65, 2002.

## 7 ANEXOS

### Anexo A - Roteiro de entrevista

#### Bloco A: Caracterização do respondente

- 1) Nome (a):
- 2) Sexo:
  - Feminino.
  - Masculino.
- 3) Qual a sua idade?
  - Menos de 15 anos.
  - De 15 a 25 anos.
  - De 26 a 35 anos.
  - De 36 a 45 anos.
  - Mais de 45 anos.
- 4) Qual é o seu e-mail?
- 5) Sua casa está localizada em? (Marque apenas uma resposta)
  - Zona rural.
  - Zona urbana
  - Comunidade indígena.
  - Comunidade quilombola.

#### Bloco B: Tecnologia/acessibilidade

- 6) Possui celular e acesso a internet na sua propriedade?
  - Sim.
  - Não.
  - NS/NR ( Não sabe/ Não responde).
- 7) Possui alguma página na internet ou utiliza redes sociais?
  - WhatsApp.
  - Instagram.
  - Facebook.
  - Não utilizo nenhuma dessas redes sociais.

- Tenho outro tipo de página  
 NS/NR (Não sabe/ Não responde).
- 8) Qual é o meio que você mais utiliza para se manter informado sobre os acontecimentos atuais?
- Jornal escrito  
 Jornal falado (TV)  
 Jornal falado (Rádio)  
 Revistas  
 Através de pessoas  
 Internet  
 NS/NR (Não sabe/ Não responde).
- 9) Qual conteúdo você mais gosta de receber?
- Vídeo.  
 Texto.  
 Áudio.
- 10) Em uma escala de 0 a 10, qual é a qualidade da internet na sua propriedade?
- 0  
 1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 6  
 7  
 8  
 9  
 10

**Bloco C: Propriedade e Produção**

- 11) Há quanto tempo você é agricultor?
- Menos de 5 anos.  
 De 5 a 20 anos  
 Mais de 20 anos.  
 NS/ NR (Não sabe/ Não responde).
- 12) Qual é o tamanho da sua propriedade?
- 0 a 20.  
 20 a 100.  
 100 a 500.  
 500 a 1000.

Mais de 1000 Hectares.

13) É proprietário da terra em que produz?

Sim.

Não.

Terra arrendada.

ND/NR (Não sabe/ Não responde).

14) Utiliza a internet como ferramenta de compra ou venda de insumos e produção da propriedade?

Sim.

Não.

NS/NR (Não sabe/ Não responde).

#### **Bloco D: Conhecimentos gerais**

15) Possui alguma formação na área do agronegócio (graduação/ pós-graduação/ técnico)?

Sim.

Não.

ND/NR (Não sabe/ Não responde).

16) Quais são as suas dificuldades para acesso e uso das tecnologias em agricultura digital?

Acesso a créditos para aquisição de máquinas e equipamentos.

Baixa disponibilidade de ferramentas e tecnologias para aplicação na produção.

Custos das tecnologias de agricultura digital são maiores que os benefícios econômicos observados.

Custos operacionais, manutenção e atualização de máquinas, equipamentos e/ou aplicativos.

Falta de capacitação própria em tecnologias de agricultura digital.

Falta de conhecimento sobre quais as tecnologias mais apropriadas para o uso na propriedade.

Obtenção de mão- de-obra externa qualificada e especializada no uso dessas tecnologias.

Falta de informação dos custos da compra ou aluguel de equipamentos.

Problemas ou falta de internet nas áreas rurais.

Valor do investimento com máquinas, equipamentos e/ou aplicativos.

Valor de investimentos para contratação de prestadores de serviços especializados.

- Outros.
- ND/NR (Não sabe/ Não responde)

### **Bloco E: Auxílios**

17) Já recebeu assistência técnica de alguma instituição?

- Sim.
- Não. (Passar para a pergunta 20)
- ND/NR (Não sabe/ Não responde). Passar para pergunta 20.

18) Já recebeu algum tipo de orientação técnica (produção/comercialização)?

- Orientação sobre documentação.
- Orientação sobre técnica de produção.
- Orientação sobre planejamento de produção.
- Orientação sobre embalagem.
- Orientação sobre armazenamento.
- Orientação sobre transporte.
- Orientação sobre classificação/padronização.
- Orientação sobre elaboração de projetos.
- Orientação sobre associativismo e cooperativismo.
- Orientação sobre legislação sanitária.
- Orientação sobre como transportar os produtos.
- Doação de materiais/maquinários.
- Outros.
- ND/NR (Não sabe/não responde).

19) Já investiu em infraestrutura (tecnológica como antena, rádios) para acesso a internet na sua propriedade?

- Sim.
- Não.
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).

### **Bloco F: Comercialização**

20) Vende a produção: não / sim

21) Se sim, Onde o senhor (a) vende sua produção?

- Feira livre.
- Supermercados.
- Sacolões/ Quitandas.
- Ceasa.
- Atacadistas.
- Outros: \_\_\_\_\_.
- NS/NR (Não sabe/ Não responde).

22) O principal canal e comercialização está localizado?

- Mesmo município.
- Outros municípios do mesmo Estado.
- Municípios de outros Estados.
- NS/NR (Não sabe/ Não responde).

23) Pertence a alguma associação ou cooperativa de agricultores?

- Não.
- Sim., Se sim, qual:
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).

### **Bloco G: COVID 19/ Pandemia**

24) Sofreu algum impacto negativo da pandemia do “Covid-19” em sua atividade (produção e/ou comercialização) agrícola?

- Sim.
- Não.
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).
- Houve impacto positivo

25) Já utilizou ou utiliza alguma técnica ou estratégia para enfrentar a pandemia?

- Não.
- Sim. qual
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).

26) Já recebeu ou recebe algum tipo de auxílio do município durante a pandemia?

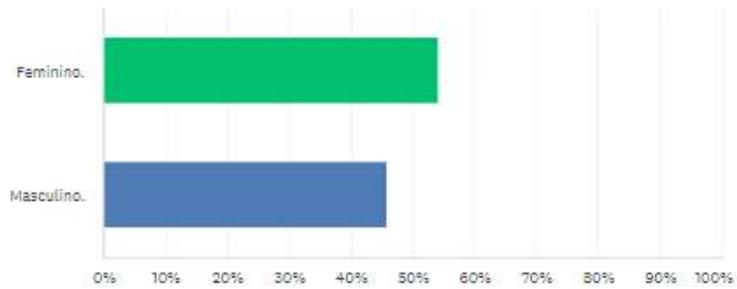
- Não.
- sim, qual
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).

27) Suas perspectivas futuras para a produção ou comercialização em virtude da pandemia:

- Melhorou
- Piorou.
- Manteve-se
- ND/NR (Não sabe/ Não responde).

## Sexo:

Responderam: 24 Ignoraram: 0

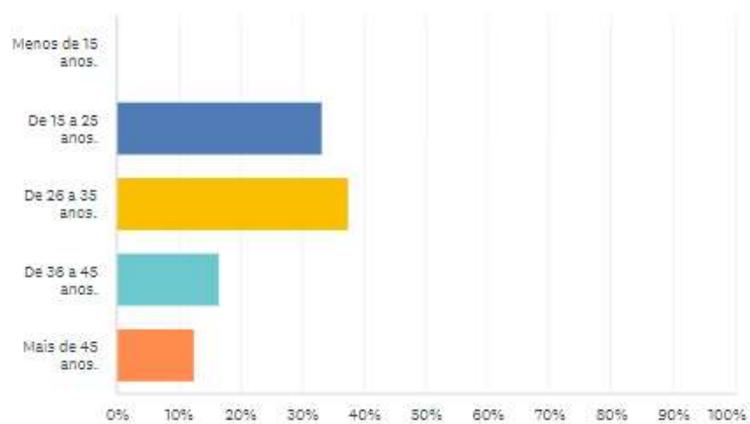


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Feminino.	54,17% 13
▼ Masculino.	45,83% 11
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 5. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Qual a sua idade?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

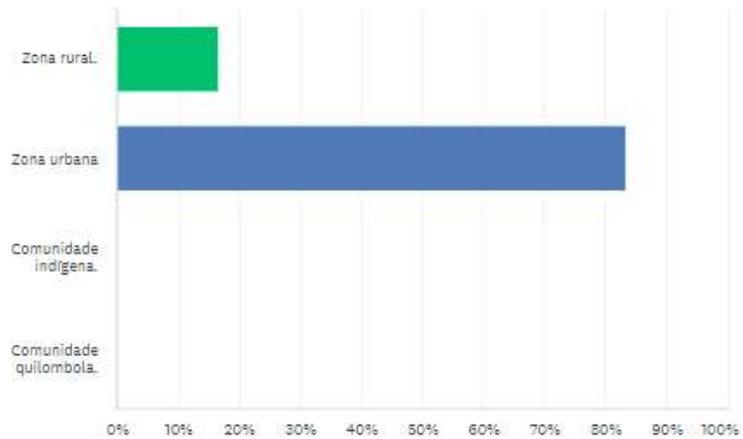


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Menos de 15 anos.	0,00% 0
▼ De 15 a 25 anos.	33,33% 8
▼ De 26 a 35 anos.	37,50% 9
▼ De 36 a 45 anos.	16,67% 4
▼ Mais de 45 anos.	12,50% 3
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 6. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Sua casa está localizada em? (Marque apenas uma resposta)

Responderam: 24 Ignoraram: 0

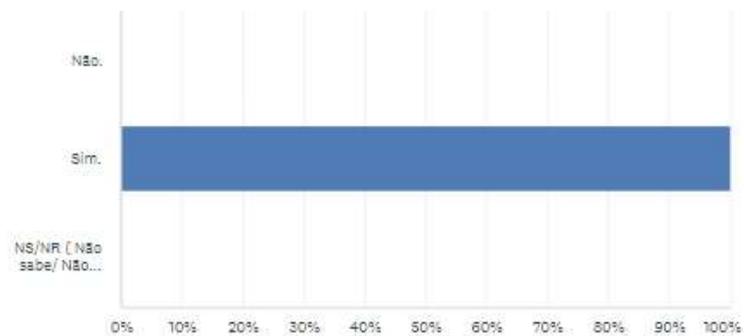


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Zona rural	16,67% 4
▼ Zona urbana	83,33% 20
▼ Comunidade indígena	0,00% 0
▼ Comunidade quilombola	0,00% 0
TOTAL	24

Figura 7. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Possui celular e acesso a internet na sua propriedade?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

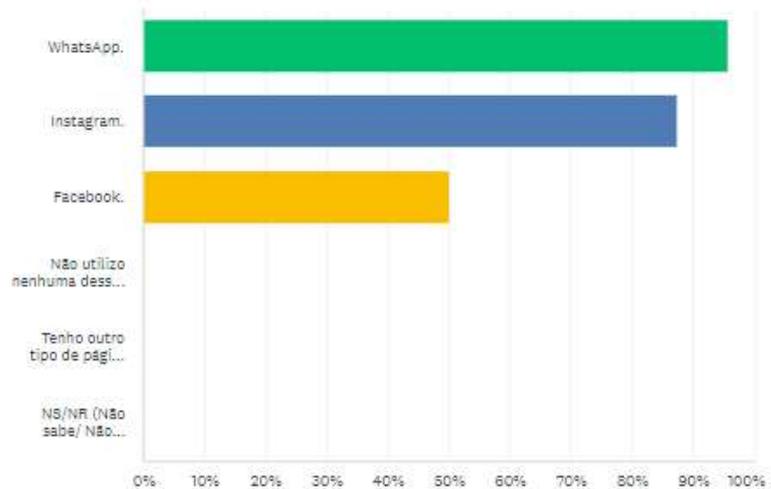


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	0,00% 0
▼ Sim.	100,00% 24
▼ NS/NR ( Não sabe/ Não responde).	0,00% 0
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 8. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Possui alguma página na internet ou utiliza redes sociais?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

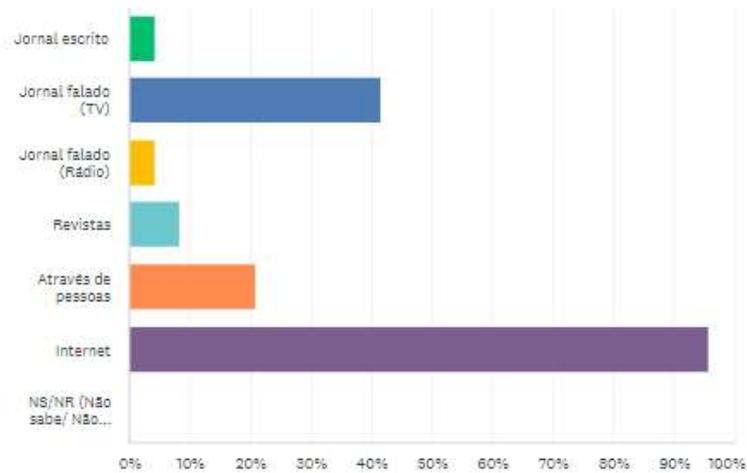


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ WhatsApp.	95,83% 23
▼ Instagram.	87,50% 21
▼ Facebook.	50,00% 12
▼ Não utilizo nenhuma dessas redes sociais.	0,00% 0
▼ Tenho outro tipo de página.	0,00% 0
▼ NS/NR (Não sabe/ Não responde).	0,00% 0
Total de respondentes: 24	

Figura 9. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Qual é o meio que você mais utiliza para se manter informado sobre os acontecimentos atuais?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

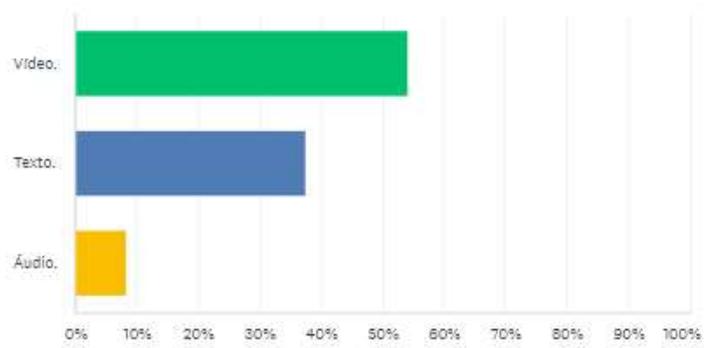


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Jornal escrito	4,17% 1
▼ Jornal falado (TV)	41,67% 10
▼ Jornal falado (Rádio)	4,17% 1
▼ Revistas	8,33% 2
▼ Através de pessoas	20,83% 6
▼ Internet	95,83% 23
▼ NS/NR (Não sabe/ Não responde).	0,00% 0
Total de respondentes: 24	

Figura 10. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Qual conteúdo você mais gosta de receber?

Responderam: 24 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
▼ Vídeo.	54,17%	13
▼ Texto.	37,50%	9
▼ Áudio.	8,33%	2
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>

Figura 11. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

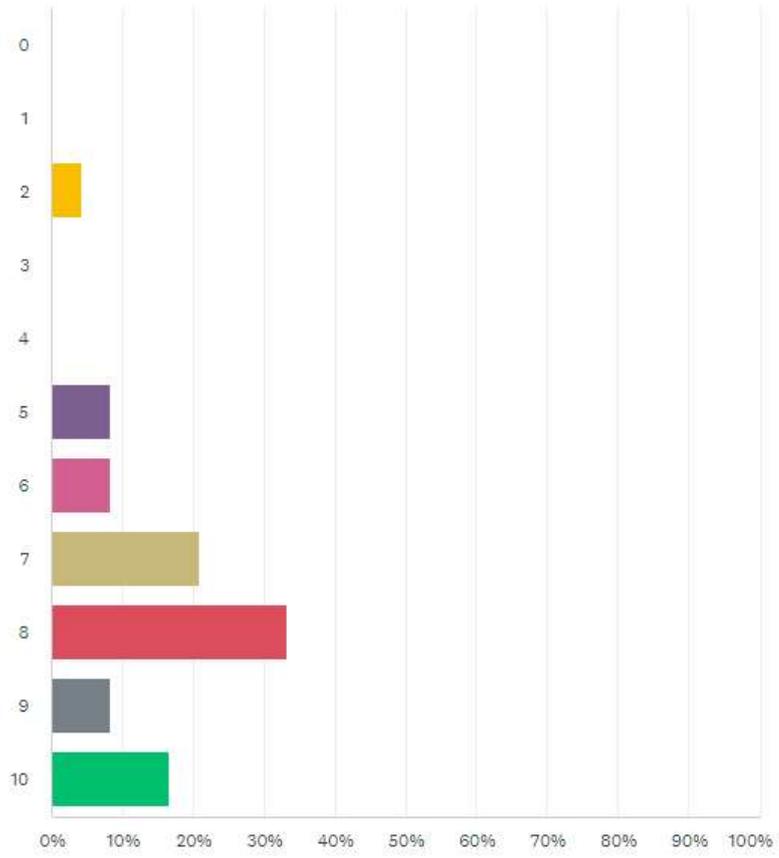
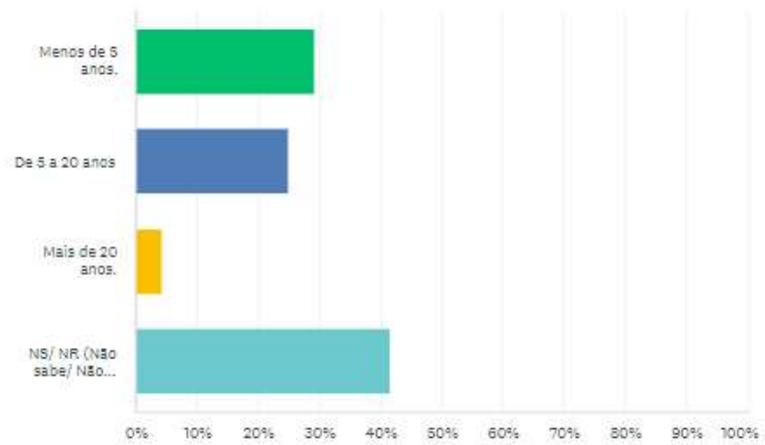


Figura 12. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Há quanto tempo você é agricultor?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

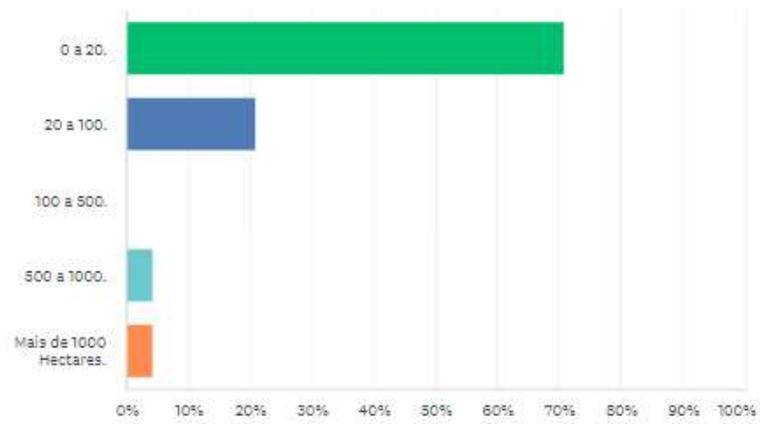


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Menos de 5 anos.	29,17% 7
▼ De 5 a 20 anos	25,00% 6
▼ Mais de 20 anos.	4,17% 1
▼ NS/ NR (Não sabe/ Não responde).	41,67% 10
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 13. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Qual é o tamanho da sua propriedade?

Responderam: 24 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ 0 a 20.	70,83% 17
▼ 20 a 100.	20,83% 5
▼ 100 a 500.	0,00% 0
▼ 500 a 1000.	4,17% 1
▼ Mais de 1000 Hectares.	4,17% 1
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 14. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## É proprietário da terra em que produz?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

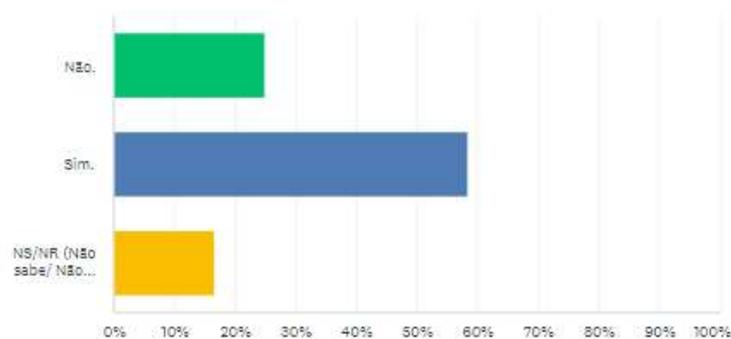


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	16,67% 4
▼ Sim.	58,33% 14
▼ Terra arrendada.	4,17% 1
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde).	20,83% 5
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 15. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Utiliza a internet como ferramenta de compra ou venda de insumos e produção da propriedade?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

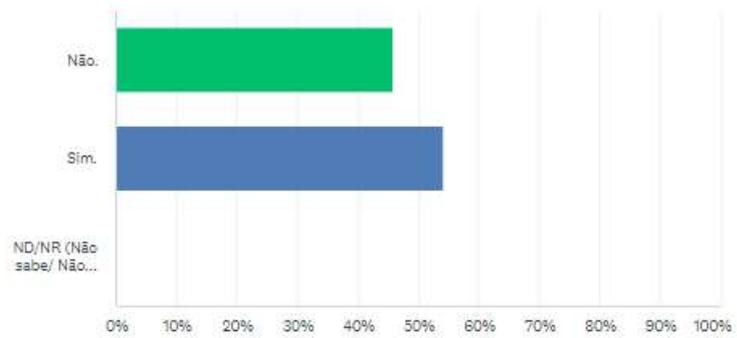


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	25,00% 6
▼ Sim.	58,33% 14
▼ NS/NR (Não sabe/ Não responde).	16,67% 4
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 16. Página inicial do SurveyMonkey.

Possui alguma formação na área do agronegócio (graduação/ pós-graduação/ técnico)?

Responderam: 24 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
▼ Não.	45,83%	11
▼ Sim.	54,17%	13
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde.)	0,00%	0
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>

Figura 17. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Quais são as suas dificuldades para acesso e uso das tecnologias em agricultura digital?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

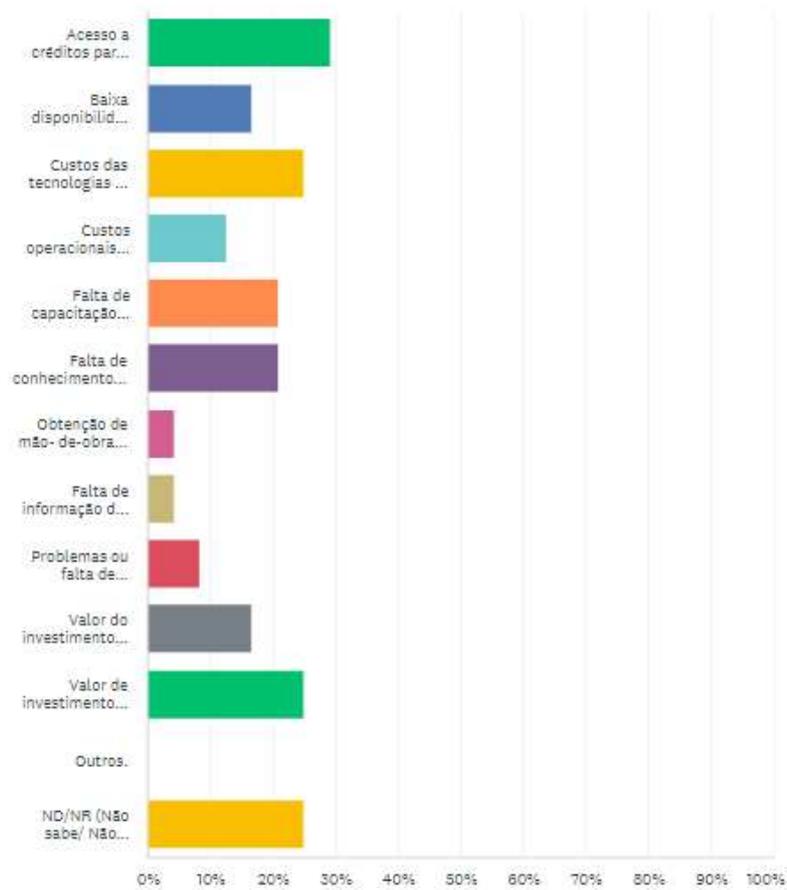
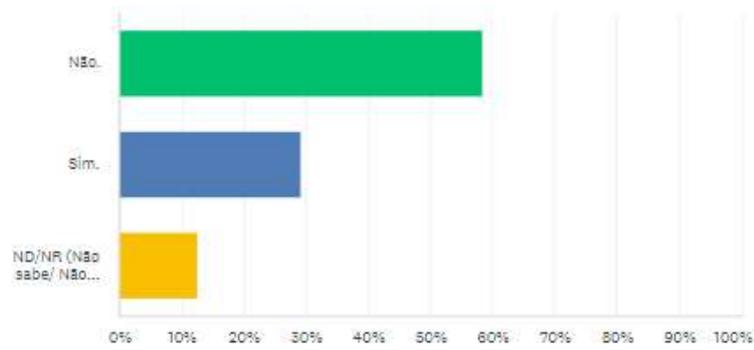


Figura 18. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Já recebeu assistência técnica de alguma instituição?

Responderam: 24 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
▼ Não.	58,33%	14
▼ Sim.	29,17%	7
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde).	12,50%	3
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>

Figura 19. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Já recebeu algum tipo de orientação técnica (produção/comercialização)?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

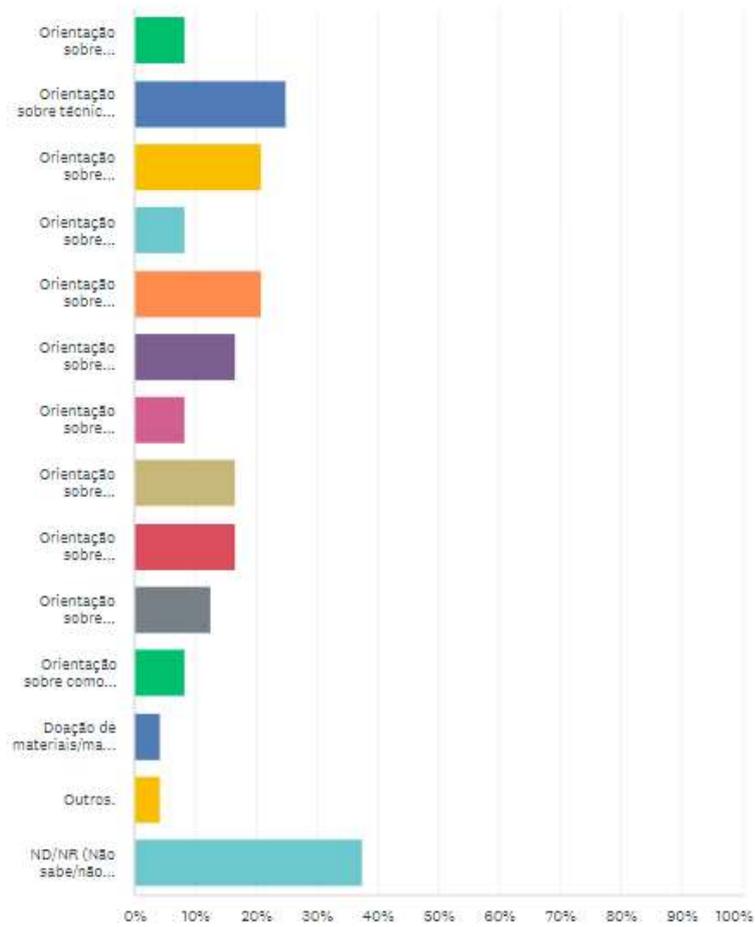
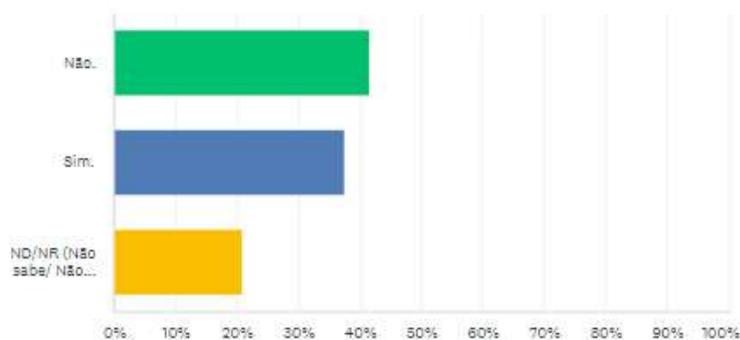


Figura 20. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Já investiu em infraestrutura (tecnológica como antena, rádios) para acesso a internet na sua propriedade?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

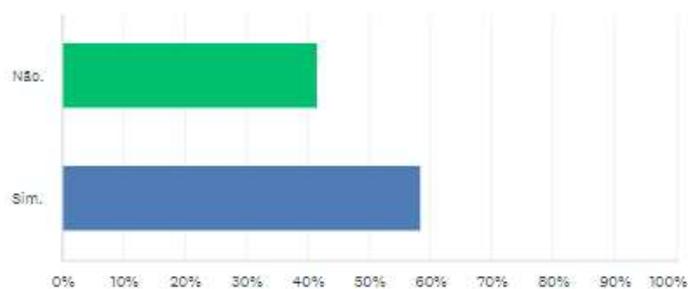


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	41,67% 10
▼ Sim.	37,50% 9
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde)	20,83% 5
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 21. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Vende a produção:

Responderam: 24 Ignoraram: 0

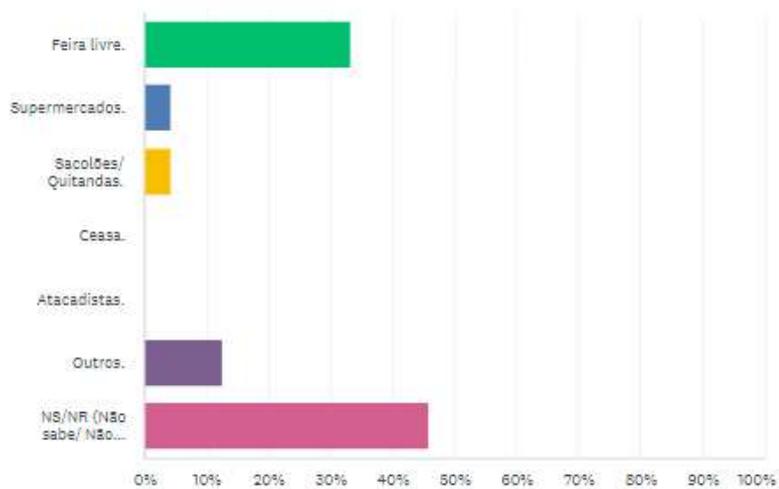


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	41,67% 10
▼ Sim.	58,33% 14
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 22. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Se sim, Onde o senhor (a) vende sua produção?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

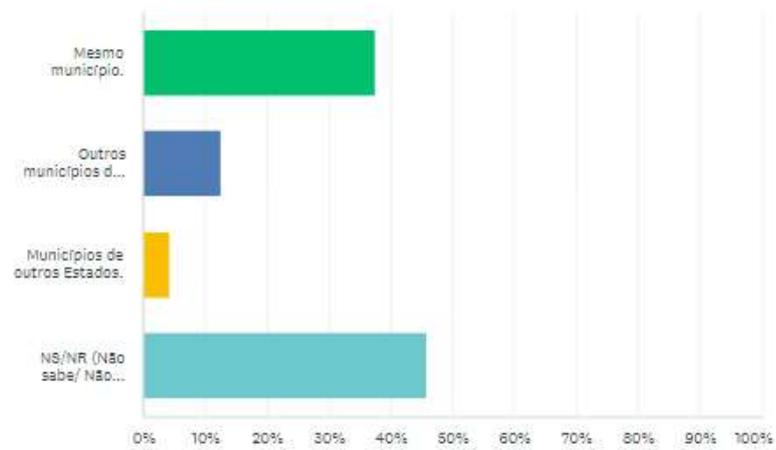


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Feira livre.	33,33% 8
▼ Supermercados.	4,17% 1
▼ Sacolões/ Quitandas.	4,17% 1
▼ Ceasa.	0,00% 0
▼ Atacadistas.	0,00% 0
▼ Outros.	12,50% 3
▼ NS/NR (Não sabe/ Não responde.)	45,83% 11
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 23. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## O principal canal e comercialização está localizado?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

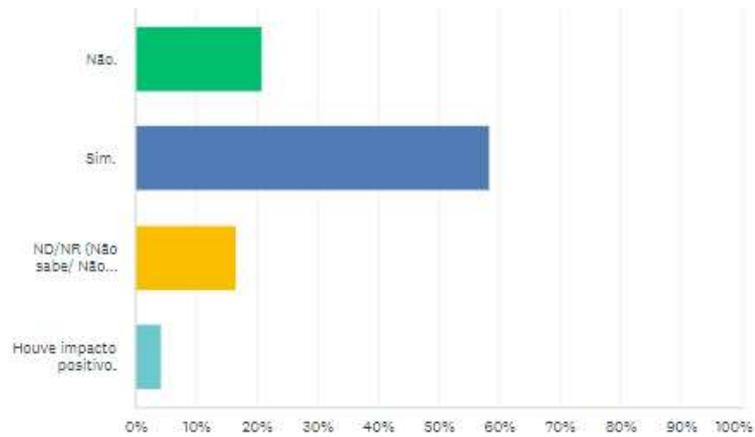


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Mesmo município.	37,50% 9
▼ Outros municípios do mesmo Estado.	12,50% 3
▼ Municípios de outros Estados.	4,17% 1
▼ NS/NR (Não sabe/ Não responde).	45,83% 11
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 24. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

Sofreu algum impacto negativo da pandemia do “Covid-19” em sua atividade (produção e/ou comercialização) agrícola?

Responderam: 24 Ignoraram: 0

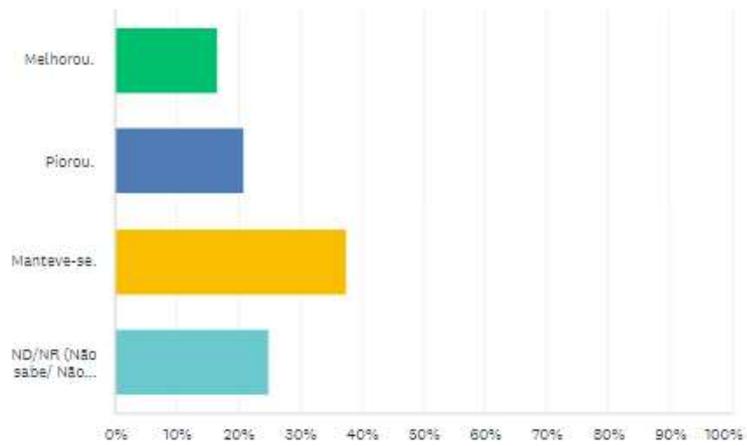


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Não.	20,83% 6
▼ Sim.	58,33% 14
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde).	16,67% 4
▼ Houve impacto positivo.	4,17% 1
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 25. Página de acompanhamento SurveyMonkey.

## Suas perspectivas futuras para a produção ou comercialização em virtude da pandemia:

Responderam: 24 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ Melhorou.	16,67% 4
▼ Piorou.	20,83% 5
▼ Manteve-se.	37,50% 9
▼ ND/NR (Não sabe/ Não responde.)	25,00% 6
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

Figura 26. Página de acompanhamento SurveyMonkey.