

Minifrutos ornamentais de bananeira: Estudo de percepção pública e possibilidade de aceitação

Thaina Teixeira de Cerqueira¹; Janay Almeida dos Santos-Serejo²; Cícero Cartaxo de Lucena³

¹Mestranda em Recursos Genéticos. Embrapa/UFRB; ²Pesquisadora da Embrapa Mandioca e Fruticultura; ³Analista, Embrapa Mandioca e Fruticultura. E-mails: thainatc@yahoo.com.br, janay.serejo@embrapa.br, cicero.lucena@embrapa.br

Introdução – O mercado de plantas ornamentais é dinâmico e se caracteriza pela constante busca de novos materiais, principalmente aqueles marcados por sua originalidade, durabilidade e beleza. Os minifrutos ornamentais representam uma novidade para o mercado. A opinião dos consumidores é importante à aprovação de novos produtos por parte do consumidor. Os estudos de opinião pública auxiliam na compreensão das expectativas e da percepção da população sobre o material que se deseja inserir no mercado, ao refletirem a possibilidade – ou não – de compra. **Objetivo** – Traçar o perfil do consumidor de minifrutos ornamentais de banana. **Material e Métodos** – O estudo foi realizado durante o I Simpósio Internacional de Bananas e plátanos ISSH PROMUSA, em 2011, no Bahia Othon Palace Hotel, na cidade de Salvador - BA. Os Minifrutos foram expostos em um estande, de forma numerada (1- verde, 2- roxo, 3- verde e roxo e 4- roxo com pilosidade), e através da resposta a um questionário aplicado, as pessoas expressaram suas opiniões sobre gosto e possibilidade de compra. Os entrevistados foram agrupados em diferentes categorias: sexo (masculino e feminino); idade (21-30, 31-40, 41-50, e acima de 50); perfil (produtor – biofábricas e agricultores; consumidor – demais entrevistados). Foi realizada uma análise de correspondência múltipla, por se tratar de dados categóricos, utilizando as ferramentas do programa Estatística. **Resultados** – Um total de 138 pessoas responderam ao questionário, sendo 63% compostas por homens e 37% por mulheres. Mais de 80% das mulheres optaram pelo fruto verde ou roxo e demonstraram pouco interesse nos frutos com coloração variegada e com pilosidade, sempre preferindo os frutos mais parecidos com bananas comestíveis por se tratar de cópias em miniatura. A população em geral tem uma cultura tradicionalista e muitas vezes deixa de experimentar o que é novo, ou o menos conhecido, meramente por falta de referência. Já os homens ousaram mais: 70% deles optaram pelos frutos roxos com ou sem pelos, por se tratar de um material mais exótico. Os mesmos ainda se declararam dispostos a comprar em floriculturas apenas os roxos, e só comprariam os verdes se comprassem os minifrutos roxos também. No geral, quase 70% dos entrevistados mostraram-se dispostos a comprar minifrutos de bananeira para uso ornamental, e os mesmos se encontram com idades entre 21 a 40 anos, ou seja, trata-se de pessoas que já estão no mercado de trabalho, e tem poder aquisitivo para realizar esse tipo de compra, com exceção de alguns estudantes. **Conclusões** – Os minifrutos verdes e roxos sem pilosidade foram bem aceitos pelas mulheres, enquanto que os minifrutos de coloração roxa e com pilosidade foram mais aceitos pelos homens. As pessoas mais dispostas a comprar tem idade entre 21 a 40 anos e renda fixa.

Palavras-chave: *Musa* spp.; bananeira ornamental; perfil do consumidor.