

**ANÁLISE SENSORIAL DE GENÓTIPOS DE BANANA**  
**SENSORY EVALUATION OF BANANA GENOTYPES**

Ariane Castricini<sup>1</sup>, Leandra Oliveira Santos<sup>2</sup>, Rosires Deliza<sup>3</sup>, Maria Geralda Vilela Rodrigues<sup>1</sup>, Eugênio Ferreira Coelho<sup>4</sup>

**SUMMARY**

This study aimed at evaluating the consumer preference and intention to purchase for 'Prata Anã', 'Grand Naine', 'BRS Princesa', PA94-01 and 'BRS Platina' banana genotypes. The fruits were separated in fingers, and kept in three different conditions: coated with PVC film, vacuum packaged and without any treatment. Consumers evaluated samples using nine-point hedonic scales. Intention to purchase was also investigated. BRS Platina, Princesa, Prata Anã and Grand Naine vacuum packaged bananas, and BRS Platina, Princesa, Prata Anã, Grand Naine and PA94-01 PVC packed bananas had the preferred appearance among participants of this study. The majority of consumers reported intention to purchase for bananas vacuum packed and coated PVC film.

**Key words:** *Musa* spp., semi-arid of Minas Gerais, consumer.

**INTRODUÇÃO**

O Norte de Minas é o terceiro maior polo produtor de banana do país, com produção de 322,4 mil toneladas em 14,1 mil hectares (1). A principal doença que hoje dificulta, e até mesmo impede, o cultivo da 'Prata Anã' em algumas propriedades da região é o mal-do-Panamá. Esta doença não possui controle químico e só pode ser "driblada" pelo controle genético, ou seja, o uso de genótipos resistentes. Porém, os frutos destes genótipos precisam ser o mais parecidos possível com os da 'Prata Anã', para atender o mercado tradicional, dos produtores da região. Os consumidores estão habituados com a compra de bananas em pencas, porém pouco se sabe sobre sua aceitação e interesse pela apresentação em outras formas, como buquês e dedos individuais, tampouco sobre frutos embalados. O objetivo deste trabalho foi avaliar a preferência dos consumidores por diferentes genótipos de bananas embaladas em dedos.

**MATERIAL E MÉTODOS**

Bananas 'Prata Anã', 'Grand Naine', 'BRS Princesa', PA94-01 e 'BRS Platina' foram produzidas em Nova Porteirinha-MG, na Fazenda Experimental do Gorutuba (FEGR)/Epamig. As mesmas foram colhidas no ponto de maturidade comercial, separadas em dedos e embaladas a vácuo, revestidas com filme de PVC e sem embalagem. Posteriormente foram encaminhadas a Unimontes, campus Janaúba, para avaliação da preferência por 47 consumidores, por meio de escala hedônica estruturada de 9 pontos (1: desgostei extremamente a 9: gostei extremamente), avaliando-se também a intenção de compra, sendo solicitado que assinalassem as opções: "compraria" ou "não compraria". Os dados foram analisados pela ferramenta Mapa Interno da Preferência (2), utilizando-se o software xlstat. A intenção de compra foi apresentada de forma descritiva, em percentagem.

**RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Na avaliação de preferência quanto à aparência verificou-se a existência de quatro grupos de genótipos em função da forma de embalagem (Figura 1a). As duas primeiras dimensões do mapa interno da preferência nos dados da avaliação dos consumidores em relação ao quanto gostaram da aparência dos diversos genótipos de banana (embaladas a vácuo, PVC ou sem embalagem) explicaram 48,73% da variância total (dimensão 1: 36,99% e dimensão 2: 11,74%). Os consumidores concentraram-se nos quadrantes superior e inferior direito (Figura 1b), indicando que bananas 'BRS Platina', 'BRS Princesa', 'Prata Anã' e 'Grand Naine' embaladas a vácuo, e bananas 'BRS Platina', 'Princesa', 'Prata Anã', 'Grand Naine' e PA94-01 revestidas por pvc tiveram aparência preferida. Os frutos menos preferidos foram aqueles sem embalagem e a PA94-01 embaladas a vácuo. A intenção de compra por frutos embalados foi maior que por frutos sem embalagem (Figura 2 a, b e c), sendo que nestes últimos a percentagem de consumidores que comprariam ou não comprariam apresentou tendência semelhante, indicando a preferência por frutos embalados. A percentagem de consumidores que não comprariam frutos embalados foi inferior àquela que compraria, seja a vácuo ou revestidos por PVC.

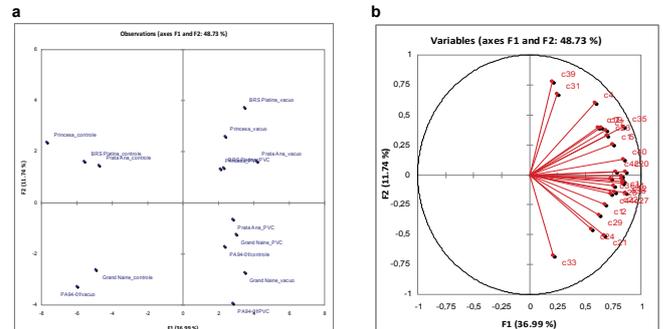


Figura 1. Mapa Interno da Preferência, mostrando a posição dos genótipos embalados (a) e dos consumidores (b) considerando dimensões 1 e 2.

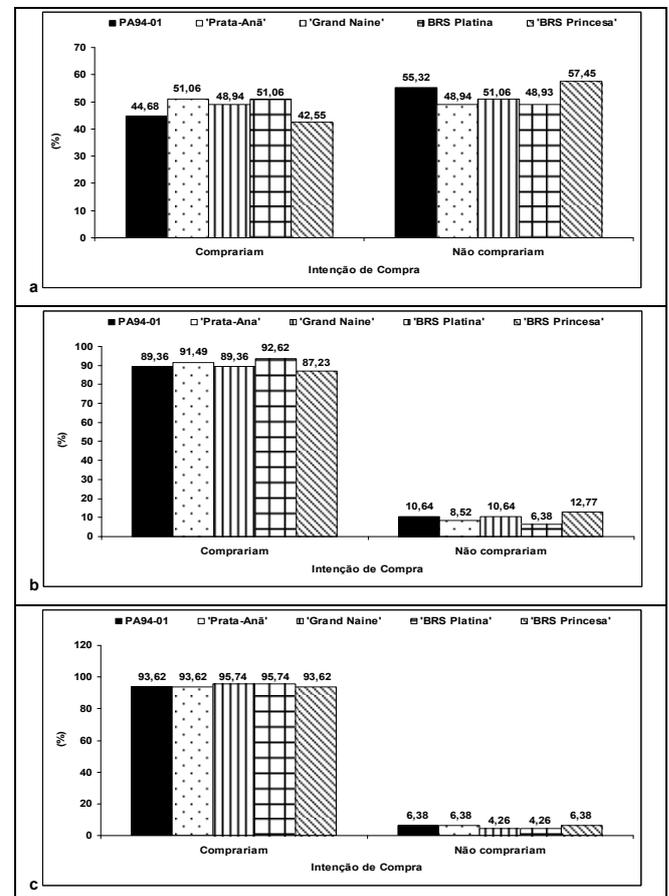


Figura 2. Intenção de compra de genótipos de bananas, sem embalagem (A), embaladas a vácuo (B) e revestidas com PVC (C).

**CONCLUSÕES**

Bananas embaladas a vácuo ou revestidas por PVC foram mais preferidas que aquelas sem embalagem.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- IBGE. **Produção Agrícola Municipal**. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/agric/default.asp?z=t&o=11&i=P>. Acesso em 12 mar. de 2013.
- GREENHOFF K.; MacFIE, H.J.H. **Preference Mapping in Practice**. In: MacFIE, H.J.H.; Thomson, D.M.H. (Ed.). **Measurement of Food Preferences**, Blackie Academic and Professional, p. 137-165, 1994.

<sup>1</sup>Engº Agrônoma, DSc, Pesquisadora Epamig/ERENM, Cx. Postal 12. Nova Porteirinha-MG. 39525-000. ariane@epamig.br, magevr@epamig.br

<sup>2</sup>Engº Agrônoma, DSc, Bolsista Pós-Doutorado Fapemig – Epamig/URENM Cx. Postal 12. Nova Porteirinha-MG. 39525-000.leandraoli@yahoo.com.br

<sup>3</sup>Engº de Alimentos, DSc, Pesquisadora Embrapa, Embrapa Agroindústria de Alimentos, 29501, Rio de Janeiro –RJ. 23020-470. rosires@yahoo.com.br

<sup>4</sup>Engº Agrícola, DSc, Pesquisador Embrapa/CNPMP, Caixa Postal 07, Cruz das Almas – BA, 44380-000. eugenio.coelho@embrapa.br