

F. Ciências Sociais Aplicadas - 3. Economia - 8. Economias Agrária e dos Recursos Naturais

MERCADO DE ABACAXI ORNAMENTAL: UMA COMPARAÇÃO ENTRE DOIS GRUPOS DE CONSUMIDORES

Kátilla Silva Conceição ¹

Mariana Sampaio Silva Guerreiro ²

Fernanda Vidigal Duarte Souza ³

Carlos Estevão Leite Cardoso ⁴

1. Estudante de graduação em Bacharelado em Administração da FAMAM, bolsista Fapesb

2. Bacharel em Administração pela FAMAM

3. Pesquisadora da Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical.

4. Pesquisador da Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical

INTRODUÇÃO:

A produção e o comércio de abacaxi ornamental emerge como uma alternativa promissora e com grandes potencialidades. Devido à sua diversidade essa fruta ganha destaque no mercado e na preferência do consumidor. O comportamento do consumidor pode ser influenciado por fatores culturais, ambientais, sociais, pessoais e psicológicos. Segundo Klotler (2006) as pessoas provenientes da mesma subcultura, classe social e ocupacional podem levar estilos diferentes de vida. Portanto, a manifestação de grupos consumidores frente aos atributos relevantes no mercado de abacaxi ornamental pode ser diferente. Diante disso este trabalho tem como objetivo comparar os dados obtidos no VI Simpósio Internacional de Abacaxi, realizado em João Pessoa (PB) e na III EXPOFLORES, realizada no município de Cruz das Almas (BA), demonstrando como se comportam diferentes grupos de consumidores, em relação aos atributos de mercado do abacaxi ornamental, como uma estratégia para orientar programas de melhoramento, sistemas de produção e comercialização.

METODOLOGIA:

Os dados utilizados no presente trabalho são oriundos de estudos anteriores realizados por Guerreiro et al. (2008). Realizaram-se nesses estudos, durante a III EXPOFLORES, no município de Cruz das Almas (BA), e no VI Simpósio Internacional de Abacaxi, em João Pessoa (PB), entrevistas com a finalidade de averiguar o nível de aceitação do consumidor no que se refere ao uso de fruteiras tropicais com potencial ornamental. Para o tratamento dos dados foi utilizado um programa específico de coleta e análise de dados (SPHINX®), que permitiu gerar estatísticas descritivas. No estudo utilizou-se o método de survey (Malhotra, 2006). Segundo esse autor, neste tipo de pesquisa utiliza-se um questionário estruturado, aplicado a uma amostra de uma população, que é destinado a coletar informações específicas dos entrevistados. Na elaboração do questionário consideraram-se os seguintes atributos: coloração, tamanho do fruto, relação coroa/fruto, fase de desenvolvimento e presença de espinho.

RESULTADOS:

Com base nas entrevistas realizadas, de maneira aleatória e voluntária, sobre abacaxi ornamental durante a III EXPOFLORES (BA) e no VI Simpósio Internacional de Abacaxi (PB) observou-se que há preferência pelos frutos ornamentais de abacaxi de tamanho médio que apresentam coloração vermelha intensa. No que se refere aos atributos tamanho da coroa e à fase de desenvolvimento, os dois grupos de consumidores diferenciam gostos e preferências. Quanto à presença de espinhos nas folhas do abacaxi ornamental nota-se uma irrelevância por parte dos entrevistados, visto que, esse atributo, pouco influência na aquisição do fruto. Na realidade, a presença ou

ausência de espinhos é mais importante para o produtor do que para o consumidor, visto que, o custo da mão-de-obra por hectare de abacaxi se distingue em relação a essa característica, em razão da maior dificuldade nos tratamentos culturais.

CONCLUSÃO:

O objetivo deste trabalho foi fazer uma comparação entre o comportamento de dois grupos de consumidores do mercado de abacaxi ornamental. Com base nos resultados pode-se concluir que os gostos e preferências dos dois grupos, em relação à fase de desenvolvimentos dos frutos e tamanho da coroa, não são iguais. No entanto, não há diferença do comportamento dos entrevistados quanto aos seguintes atributos: presença de espinho e coloração e tamanho do fruto.

Instituição de Fomento: Fapesb

Palavras-chave: Comportamento do consumidor, Fruta ornamental, Atributos de mercado.