

PERFIL SOCIOECONÔMICO DE CONSUMIDORES DE PIMENTA ORNAMENTAL NO MUNICÍPIO DE CRATO

ALINE BATISTA BELEM, ALLAN DIEGO BATISTA BELEM, TAINARA GOMES MARTINS, JANINNY NOBRE DUARTE, SILVERIO DE PAIVA FREITAS JUNIOR

O cultivo de plantas ornamentais refere-se à produção de plantas que não são utilizadas para alimentação. As espécies de pimenta ornamental destacam-se devido a sua beleza, exotividade e pela expressiva comercialização no país em datas comemorativas. O objetivo do trabalho foi caracterizar o perfil socioeconômico dos consumidores de pimenta ornamental na cidade de Crato. Foram aplicados 30 questionários, constituídos de perguntas claras e objetivas abordando aspectos como: gênero, idade, renda e grau de escolaridade. A tabulação dos dados foi realizada com o Excel 2007. Foi possível verificar que o sexo feminino predominou com 86,7% em relação ao número total, vale salientar que a presença masculina na maioria dos casos está direcionada as mulheres, pelo fato do consumo da cadeia de flores e plantas ornamentais estarem voltados especialmente para presentes e comemorações de datas especiais. Com relação à escolaridade 60% afirmaram possuir somente o fundamental incompleto. A escolaridade reforça o fato do público consumidor ter a noção e o conhecimento da disponibilidade de novos produtos e tecnologias que são colocadas no mercado constantemente, de forma que o conhecimento associado à renda pessoal pode influenciar de forma significativa na aquisição de produtos que não são considerados de primeira necessidade. Quando interrogados sobre a renda, 70% afirmaram possuir uma renda entre 1 a 3 salários mínimos mensais, renda considerada significativa para atividades do setor de flores e plantas ornamentais. Quanto a faixa etária, obteve-se contribuições de consumidores de várias idades, onde constatou-se variações de 18 a 65 anos, tendo destaque a faixa etária entre 25 anos a 44 anos com 30% do total. Percebe-se então, que dentre os consumidores o público feminino apresenta-se em maioria. A maior parcela dos consumidores se situa em faixas de idade mais avançadas, sendo que os jovens mostram baixos índices de compra dessas mercadorias.

PALAVRAS-CHAVE: ESCOLARIDADE, IDADE, RENDA

ÁREA TEMÁTICA: ECONOMIA

FORMA DE APRESENTAÇÃO: PÔSTER