



## PIMENTAS ORNAMENTAIS: PERFIL CONSUMIDOR NA REGIÃO CRAJUBAR

---

Jéssica Soares Pereira<sup>1</sup>, João Esdras Calaça Farias<sup>2</sup>, Marília Gabriela de Santana Costa<sup>3</sup> e Silvério de Paiva Freitas Júnior<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Graduada em Agronomia pela Universidade Federal do Cariri.

<sup>2</sup>Graduando em Agronomia pela Universidade Federal do Cariri.

<sup>3</sup>Professora da Universidade Federal do Cariri (mariliagabrielasc@hotmail.com)  
Crato-Brasil.

<sup>4</sup>Professor Adjunto do Curso de Agronomia da Universidade Federal do Cariri.

Recebido em: 14/07/2018 – Aprovado em: 28/07/2018 – Publicado em: 31/07/2018

DOI: 10.18677/Agrarian\_Academy\_2018a50

---

### RESUMO

A floricultura refere-se à produção de plantas utilizadas com finalidades ornamentais. Dentre essas, as espécies de pimenta ornamental destacam-se devido à sua beleza, exotividade e pela expressiva comercialização no país em datas comemorativas. O objetivo desse trabalho foi caracterizar o perfil consumidor na região CRAJUBAR (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), localizada no Estado do Ceará (Brasil). Para tanto, questionários foram aplicados diretamente aos consumidores da região, com posterior tabulação dos dados e análise dos resultados obtidos. A partir dos resultados, foi observado que o município do Juazeiro do Norte, ainda está em expansão quanto ao consumo de plantas ornamentais em geral. No entanto, nos municípios do Crato e Barbalha, há um consumo de produtos ornamentais com potencial de expansão para o cultivo e consumo de pimentas ornamentais. De forma geral, o conhecimento dos consumidores sobre as pimentas ornamentais é escasso e esse fato, muitas vezes, é responsável pela não obtenção dessas plantas. Adicionalmente, a região CRAJUBAR apresenta potencial para produção e comercialização das pimenteiras devido às condições climáticas favoráveis e as demandas observadas durante a pesquisa.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Capsicum* spp., mercado consumidor, plantas ornamentais.

### ORNAMENTAL PEPPERS: CONSUMER PROFILE IN THE CRAJUBAR REGION

#### ABSTRACT

Floriculture refers to the production of plants used for ornamental purposes. Among these, stands out the ornamental peppers due to their beauty, exoticism and for the expressive commercialization in the country in commemorative dates. The objective of this work was to characterize the consumer profile in the CRAJUBAR region (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), located in Ceara State in Brazil. For that, questionnaires were applied directly to consumers in the region, with subsequent

tabulation of the data and analysis of the results obtained. From the results, it was observed that the municipality of Juazeiro do Norte, is still expanding as to the consumption of ornamental plants in general. However, in the municipalities of Crato and Barbalha there is a consumption of ornamental products with potential of expansion for the cultivation and absorption of ornamental peppers. In general, the knowledge of consumers about ornamental peppers is scarce and this fact is often responsible for not obtaining these plants. In addition, the CRAJUBAR region presents potential for the production and commercialization of pepper plants due to the favorable climatic conditions and the demands observed during the research.

**KEYWORDS:** *Capsicum spp.*, consumer market, ornamental plants.

## INTRODUÇÃO

As plantas ornamentais, de maneira geral, são cultivadas por sua beleza, e, o conjunto de atividades produtivas e comerciais relacionadas ao mercado de espécies vegetais cultivadas com finalidades ornamentais, compõe a floricultura (SEBRAE, 2015). Nos últimos anos o setor de flores e plantas ornamentais está em expansão no Brasil e nos Estados Unidos (FINGER et al., 2015). Este segmento é de extremo destaque socioeconômico para o país, por gerar direta e indiretamente emprego e renda (MELO et al., 2014).

O comércio nacional de flores e plantas ornamentais apresenta ótima perspectiva de investimento, no entanto, ainda há grande potencial a ser explorado (NEITZKE et al., 2016). Dentre as plantas ornamentais, pode-se evidenciar as pimentas ornamentais, as quais, geralmente, são mais fortemente utilizadas na culinária, entretanto, algumas pimentas do gênero *Capsicum* são utilizadas para ornamentação de ambientes (DA LUZ et al., 2018).

As plantas do gênero *Capsicum* possuem grande variabilidade genética sendo empregadas para diferentes fins, com excelente potencial para a comercialização como planta ornamental envasada (WIEN; MAZOUREK, 2013). No Brasil, as espécies do gênero *Capsicum* fazem parte do mercado de hortaliças frescas, com destaque para as seguintes espécies: (1) *C. annuum*, que é a mais cultivada e inclui as variedades mais comuns do gênero, como pimentões e pimentas doces e algumas ornamentais; (2) as pimentas dedo-de-moça e chapéu-de-frade são os tipos mais comuns da espécie *C. baccatum* cultivados no Brasil; (3) *C. chinense* Jacq., conhecida como pimenta-de-cheiro; e (4) a espécie *C. frutescens* L., que inclui pimentas malaguetas, que são extremamente picantes (MELO et al., 2014).

A evidência das pimentas ornamentais no ramo da floricultura se deve ao aspecto, variedade de cores e formas, e, ao fácil cultivo. Além disso, possuem boa durabilidade, folhas variegadas, frutos de tamanho pequeno e de cor intensa, formando um contraste com a folhagem (CARVALHO et al., 2006; MELO et al., 2014; SILVA et al., 2015). Outro fator que distingue o uso de uma ornamental é a capacidade de ser cultivada em vasos, nesse sentido, as pimentas encontradas no paisagismo têm porte maior do que aquelas cultivadas em jarros, que limitam o crescimento (DA LUZ et al., 2018).

Quanto ao mercado de pimentas ornamentais há boas perspectivas em relação ao crescimento do mercado nacional. Nesse contexto, tem ocorrido um aumento expressivo para o uso das pimentas como plantas ornamentais envasadas, através do aumento da procura e aceitação dos consumidores (DE LIMA et al., 2013). Além disso, o aumento de interesse pelo consumo desses produtos está

intimamente relacionado com as características atrativas dessas plantas de interesse para o consumidor, tais como, diversidade de formas, cores, tamanho e usos.

Diante do crescimento do setor na Região Nordeste do Brasil e da importância e destaque das pimentas ornamentais, o objetivo desse trabalho foi o de caracterizar o perfil consumidor na região CRAJUBAR (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha) e o potencial produtivo e de mercado existente na região. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com aplicação de questionários em feiras livres, a fim de determinar o nível de conhecimento, consumo, interesse, perfil social e econômico dos consumidores em potencial na região.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

A análise de perfil consumidor das pimentas ornamentais da Região CRAJUBAR (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), pertencente a Microrregião Cariri do Estado do Ceará, foi realizada a partir de análise descritiva de acordo com Gil (2002), a fim de determinar as características da população e do comércio local. Nesse sentido foram realizadas entrevistas por meio de questionário, aplicado diretamente aos consumidores da região de estudo, que consomem vários produtos e variedades produzidas no setor de flores e plantas ornamentais.

Para a análise preliminar do mercado consumidor de pimenteiras ornamentais, foi designado que o melhor lugar para a realização das entrevistas seria as feiras livres dos três municípios, devido ao grande trânsito de pessoas de diferentes procedências, idades, classes sociais e graus de escolaridade, fatores que possibilitam avaliações de percepção dos consumidores quanto a qualquer produto estudado no aspecto comercial.

Os questionários foram constituídos a partir de perguntas objetivas e subjetivas sobre a atividade de comercialização das pimentas, permitindo aos entrevistados expor seus argumentos quanto às perguntas elaboradas, visando uma melhor interpretação dos dados sobre as potencialidades desse novo mercado.

Os formulários foram elaborados com base em pesquisas na área de consumo e comercialização de espécies ornamentais (NEITZKE et al., 2016). A quantidade de questionários aplicados foi calculada a partir de amostras proporcionais à população de cada município. No total foram aplicados 105 questionários: 60 no município de Juazeiro do Norte, 30 no município de Crato e 15 no município de Barbalha, com o intuito de obter informações que pudessem servir como embasamento para traçar o perfil consumidor de pimentas ornamentais e servir como fonte de ideias para novos empreendimentos no setor de produção de flores e plantas ornamentais na região. Posteriormente as respostas foram tabuladas e avaliadas através da análise descritiva a partir das porcentagens referentes às perguntas formuladas e ao número de entrevistados, permitindo a elaboração de gráficos para uma melhor interpretação dos resultados.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Considerando que o consumo dos produtos provenientes da floricultura varia conforme a renda, cenário econômico, posição social e outros fatores similares-mudanças em qualquer um desses parâmetros ao longo dos anos influência diretamente na demanda de flores e plantas ornamentais (IBRAFLOR, 2015).

Diante disso, com o objetivo de obter um maior fortalecimento e embasamento no diagnóstico, foram considerados os seguintes parâmetros:

variação existente quanto a faixa etária dos entrevistados, o grau de escolaridade, a renda pessoal, sexo do consumidor, frequência de consumo de plantas ornamentais e o conhecimento dos consumidores.

A faixa etária dos entrevistados variou entre 18 e 65 anos. Observou-se que no município de Juazeiro do Norte, especificamente, 40% dos entrevistados estavam em uma faixa etária de 25 a 44 anos. Contrariamente, nos municípios de Crato e Barbalha a faixa etária da maior parte dos consumidores estava entre 45 a 54 anos, com 30% e 70% dos entrevistados respectivamente. Esses dados concordam com a afirmação de que a maior parcela dos consumidores desses produtos está situada em faixas de idade mais avançadas, refletindo baixos índices de compra dessas mercadorias por jovens (JUNQUEIRA; PEETZ, 2005).

O grau de escolaridade também foi um fator levando em consideração na caracterização do perfil consumidor, em que, 40% e 60% dos entrevistados possuíam o ensino fundamental incompleto no município de Juazeiro do Norte e do Crato, respectivamente. Porém, no município de Barbalha foi observado que 26,7% dos entrevistados possuíam o ensino médio completo.

A renda pessoal dos entrevistados é um fator que pode influenciar diretamente a aquisição de plantas ornamentais e demais produtos considerados como não essenciais. Dessa forma, 55% dos entrevistados do município de Juazeiro do Norte, 70% dos entrevistados de Crato e Barbalha afirmaram possuir uma renda entre um a três salários mínimos mensais, renda considerada significativa para atividades do setor de flores e plantas ornamentais, pois a disponibilidade e a grande variedade de produtos facilitam os consumidores a adquirirem espécies e cultivar a cultura associada a compra desses produtos. Resultado similar foi apresentado por Neitzke et al. (2016), que apontam a renda prevalente nos consumidores de pimenta ornamental entre um e três salários mínimos por pessoa, e, Junqueira e Peetz (2005), que destacam que o rendimento médio familiar dos consumidores de plantas ornamentais, predominantemente, entre dois e quatro salários mínimos mensais.

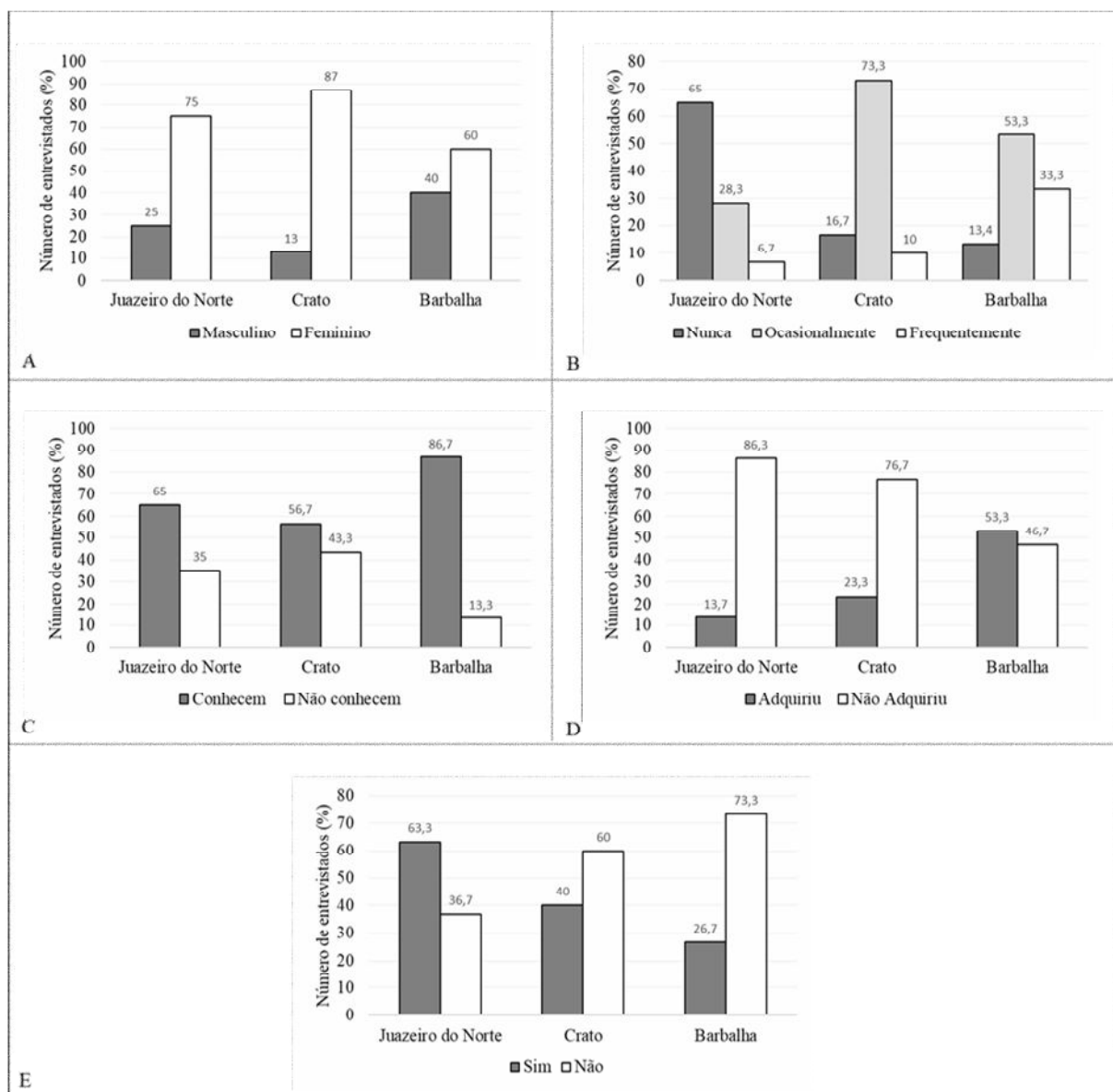
Em relação ao sexo dos consumidores, houve a predominância do sexo feminino para todas as cidades avaliadas. Porém, no município do Crato houve a maior porcentagem com relação aos outros dois municípios avaliados, em que 86,7% dos consumidores eram do sexo feminino. Apesar do público feminino ter predominado nas avaliações, verificou-se que o sexo masculino também apresentou dados relevantes, por exemplo, no município de Barbalha 40% dos entrevistados eram do sexo masculino (Figura 1A). Esses valores demonstram uma maior adesão no consumo desses produtos pelo público masculino da referida cidade.

Vale salientar que o consumo de produtos da cadeia de flores e plantas ornamentais, em geral, é voltado para presentes e comemorações de datas especiais de uma forma geral. De acordo com Brainer e Oliveira (2007), as aquisições ocorrem geralmente de forma espontânea pelo consumidor, especialmente em datas comemorativas.

Quando questionados sobre o consumo de plantas ornamentais de forma geral, sem restringir para o consumo das pimentas ornamentais, o município de Juazeiro do Norte apesar de possuir um número maior de habitantes quando comparado aos outros dois municípios, apresentou o maior índice de pessoas que não costumam comprar plantas ornamentais para qualquer tipo de atividade, totalizando 65% dos entrevistados (Figura 1B). Embora o alto índice diagnosticado de pessoas que nunca comprem plantas ornamentais, foi observado que 28,3%

compram ocasionalmente essas plantas para presentear e enfeitar o próprio jardim de suas residências e 6,7% dos entrevistados compram com frequência produtos desse setor para as mais variadas utilidades.

No entanto, nos municípios de Crato e Barbalha, observou-se que a maior parte dos entrevistados costumam comprar produtos ornamentais ocasionalmente ou frequentemente (Figura 1B), indicando que a população local possui o hábito e até mesmo a cultura de comprar plantas e espécies ornamentais para diversas utilidades, o que demonstra um potencial positivo da localidade para empreendimentos no setor, devido a sensibilidade dos consumidores à compra e aquisição de plantas ornamentais.



**FIGURA 1** Caracterização do perfil consumidor de pimentas ornamentais na Região do CRAJUBAR. A) percentual de entrevistados quanto ao sexo; B) frequência de aquisição de plantas ornamentais; C) conhecimento dos consumidores sobre as pimentas ornamentais; D) compra de pimentas ornamentais pelos consumidores; E) conhecimento dos consumidores sobre as pimentas ornamentais comestíveis.

A introdução de novos produtos no setor pode atrair e intensificar o consumo desses produtos na região, atraindo também àqueles que nunca ou ocasionalmente consomem produtos ornamentais. Conforme Freitas Neto (2006) a floricultura no Estado do Ceará tem apresentado crescimento expressivo em todos os indicadores (área cultivada, valor da produção, volume e quantidade de exportados, entre outros) que contribuem de forma significativa para o desenvolvimento da economia e para geração de emprego e renda.

Alguns fatores favorecem a ampliação do consumo de plantas ornamentais, um destes é a mudança de comportamento do consumidor, que está cada vez mais prático em função do seu pouco tempo disponível, devido às inúmeras atividades do dia a dia, provocando uma transferência gradual do consumo de espécies menos duráveis para as mais duráveis (CORREA et al., 2007). Tal posicionamento é importante para comercialização de plantas ornamentais na região, bem como para as pimentas ornamentais que pode ser favorecida devido a sua durabilidade e versatilidade superior às outras espécies de plantas comercializadas no setor.

Uma análise pretendida pelo questionário foi diagnosticar o conhecimento básico dos consumidores sobre as pimentas ornamentais. No município de Barbalha foi encontrado o maior índice de consumidores que afirmaram já conhecer as pimentas ornamentais, totalizando 86,7% dos entrevistados (Figura 1C). Esse fato está diretamente relacionado com a cultura e costumes dos habitantes do local em comprar espécies ornamentais de forma frequente para as mais diversas atividades. Nos municípios do Juazeiro do Norte e Crato a maioria dos entrevistados afirmaram conhecer as pimentas ornamentais, com 65% e 56,7% respectivamente.

Dessa forma, foi possível observar que o município do Crato apresentou o menor índice de consumidores que conhecem as pimenteiras ornamentais, no entanto, esse município apresentou uma alta taxa de consumidores ocasionais de plantas ornamentais em geral, o que demonstra um mercado potencial para o consumo de novos produtos do setor, como as pimentas ornamentais.

Ao analisar o conhecimento da população sobre as pimentas ornamentais, é válido questionar aos consumidores quanto à compra dessas espécies. Com relação à compra de pimentas ornamentais no município de Barbalha 53,3% dos consumidores entrevistados afirmam já ter adquirido algum tipo de pimenta ornamental que é comercializada na região (Figura 1D). Entretanto, no município do Crato e Juazeiro do Norte apenas 23,3% e 13,3% já adquiriram esse tipo de planta, respectivamente (Figura 1D).

No que se refere a compra das pimentas ornamentais, foi colocado quais as características naturais da planta que são capazes de despertar o interesse no consumidor e influenciá-lo no momento da compra. Nos municípios a maioria dos consumidores de pimentas ornamentais (87,5%) afirmaram que a cor das pimentas é o fator principal no ato da compra. Neitzke et al. (2016) também verificaram a cor como fator mais importante na compra de pimentas ornamentais. Ainda, 12,5% dos consumidores afirmam que o tamanho das pimentas é responsável pelo interesse em adquirir essas espécies.

Alguns fatores também foram apontados como possíveis motivos pelos quais os entrevistados não adquirirem as pimenteiras. Dentre os entrevistados, 40% em Juazeiro do Norte, 60,9% no Crato e 57,1% em Barbalha afirmam que não compram as pimentas ornamentais por ter poucos postos de vendas nas cidades, o que dificulta o conhecimento e a disponibilização das espécies para os consumidores; Ainda, no Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, 21,7%, 13% e 28,6%,

respectivamente, destacam que a região possui poucos produtores; Além disso, parte dos entrevistados colocaram outros motivos, como frutificação irregular, ou por não gostar de pimentas como motivação para não adquiri-las, totalizando 5% no Juazeiro do Norte, 17,4% no Crato e 14,3% em Barbalha.

Associado a questão do conhecimento sobre as pimentas ornamentais, os consumidores foram questionados também com relação à utilização das pimentas ornamentais para fins comestíveis, pois muitas pessoas desconhecem que essas espécies utilizadas para fins ornamentais, também são comestíveis. A partir desses dados, observou-se que no município de Juazeiro do Norte 63,3% dos entrevistados afirmaram saber dessa utilidade para este tipo de planta ornamental (Figura 1E). No município de Crato 40,0% também afirmaram ter conhecimento desta informação, e em Barbalha apesar de ter apresentado o maior índice de pessoas que já compraram pimenta ornamental, apenas 26,7% dos consumidores afirmaram saber da dupla utilização da pimenta ornamental.

Diante dos resultados obtidos nos questionamentos anteriores, foi possível realizar uma análise sobre o que poderia ser feito para intensificar o consumo das pimentas ornamentais. Sendo assim, foram colocados como requisitos a promoção de atividades para maior divulgação dos produtos; preços mais acessíveis; exposições dos produtos em feiras e outros locais na cidade; melhoria na aparência dos produtos que são comercializados; durabilidade maior do produto em vaso; maior variedade de produtos; disponibilidade de vendedores capacitados, que auxiliem na compra; entre outros fatores.

Quando se pretende estabelecer novos empreendimentos em determinado local, primeiramente deve-se diagnosticar a evolução, os entraves, e a posição do mercado principal do produto, para a partir de então serem tomadas as estratégias que podem ser adotadas para o fortalecimento da implantação da nova atividade no local. Primeiramente durante a realização dessa análise é fundamental avaliar o potencial da região.

Seguindo esse raciocínio pode-se observar que nos três municípios avaliados as percentagens foram positivas, quanto ao percentual de consumidores que concordam que a região CRAJUBAR possui um potencial para produção e comércio das pimenteiras ornamentais. Esse fato é bastante animador, pois a partir deste é possível estudar as estratégias necessárias para que a produção e consequentemente o consumo das plantas seja fortalecido na região.

No município de Juazeiro do Norte 86,7% dos consumidores afirmaram acreditar que a região CRAJUBAR possui condições de crescimento para a produção e consumo desses produtos. No município de Crato 83,3% concorda que a região possui sem dúvidas potencial para o comércio das pimenteiras na região. Em Barbalha 100% dos entrevistados apresentaram-se positivos ao questionamento, afirmando que a região é rica com todas as suas características naturais e o consumidor também possui preferência particular pelas pimentas, e se tratando de espécies que são consideradas versáteis o valor de informações se torna primordial e sem dúvidas caracteriza a região com forte potencial para pesquisas e estudos voltados para essas plantas.

## **CONCLUSÕES**

A região CRAJUBAR demonstra potencial para mercado de pimentas ornamentais, principalmente, nas cidades de Barbalha e Crato, onde já existe o hábito de compra de produtos provenientes da floricultura. Em Juazeiro do Norte, há

um potencial de expansão quanto ao consumo de produtos da cadeia produtiva de plantas ornamentais;

A falta de conhecimento sobre as espécies ornamentais é um dos principais fatores afirmado pelos consumidores como o responsável pela não obtenção das plantas;

A região CRAJUBAR apresenta potencial para produção e comercialização das pimentas ornamentais devido às condições climáticas e a forte demanda observada durante a realização da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

BRAINER, M. S. C. P.; OLIVEIRA, A. A. P. **Floricultura: perfil da atividade no nordeste brasileiro**. 17. ed. Fortaleza-CE: Banco do Nordeste, p. 356, 2007. (Documentos do ETENE).

CARVALHO, S. I. C.; BIANCHETTI, L. B.; RIBEIRO, C. S. C.; LOPES, C. A. **Pimentas do gênero *Capsicum* no Brasil**. Brasília: Embrapa Hortaliças, p. 27, 2006. (Documentos, 94).

CORREA, S.; RIGON, L.; BELING, R. R.; REETZ, E. R.; SANTOS, C.; LINDEMANN, C. **Anuário brasileiro das flores 2007**. Santa Cruz do Sul: Gazeta Santa Cruz, 2007.

DA LUZ, P.; DOS SANTOS, A.; AMBROSIO, V.; NEVES, L.; TAVARES, A. Selection of indexes to evaluate the genetic variability aiming ornamental use of peppers accessions. **Ornamental Horticulture**, [S.l.], v. 24, n. 1, p. 7-11, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.14295/oh.v24i1.1109>>. doi: 10.14295/oh.v24i1.1109

DE LIMA, I. B.; BRAGA DOS SANTOS, A. B.; SOUSA DA FONSECA, J. J. S.; JUN TAKANE, R.; FEITOSA DE LACERDA, C. F. Pimenteira ornamental submetida a tratamentos com daminozide em vasos com fibra de côco ou areia. **Semina: Ciências Agrárias**, 1(34), p. 3597-3610, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.14295/oh.v24i1.1109>>. doi: 10.14295/oh.v24i1.1109.

FINGER, F. L.; SILVA, T. P. da; SEGATTO, F. B.; BARBOSA, J. G. Inhibition of ethylene response by 1-methylcyclopropene in potted ornamental pepper. **Ciência Rural**, v.45, p. 964-969, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20131386>>. doi: 10.1590/0103-8478cr20131386.

FREITAS NETO, F. R. de F. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas empresas do estado do Ceará – SEBRAE. **A Floricultura no Ceará**. Estudo Setorial da Floricultura, novembro, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IBRAFLOR- **Instituto Brasileiro de Floricultura** (2015). Mapeamento e Quantificação da Cadeia de Flores e Plantas Ornamentais do Brasil/ [coordenação e organização Marcos Fava Neves; Mairun Junqueira Alves Pinto]. – São Paulo: OCESP. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/publicacoes/vw.php?cod=248>>

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. D. **Perfil da cadeia produtiva das flores e plantas ornamentais do distrito federal**. Brasília/DF: Edição Sebrae, 2005.

MELO, L. F.; GOMES, R. L. F.; SILVA, V. B.; MONTEIRO, E. R. M.; LOPES, A. C. A.; PERON, A. Pet al. Potencial ornamental de acessos de pimenta. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 44, n. 11, p. 2010-2015, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20131306>>. doi: 10.1590/0103-8478cr20131306.

NEITZKE, R. S.; FISCHER, S. Z.; VASCONCELOS, C. S.; BARBIERI, R. L.; TREPTOW, R. O. Pimentas ornamentais: aceitação e preferências do público consumidor. **Horticultura Brasileira** [online], vol.34, n.1, p. 102-109, 2016. ISSN 0102-0536. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-053620160000100015>>. doi: 10.1590/S0102-053620160000100015.

SEBRAE - **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas** (2015). Flores e plantas ornamentais do brasil, volume 1, série estudos mercadológicos.

SILVA, C. Q.; JASMIM, J. M.; SANTOS, J. O.; BENTO, C. S.; SUDRÉ, C. P.; RODRIGUES, R. Phenotyping and selecting parents for ornamental purposes in pepper accessions. **Horticultura Brasileira**. v. 33: 066-073, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-053620150000100011>>. doi: 10.1590/S0102-053620150000100011.

WIEN, C.; MAZOUREK, M. A new look at ornamental peppers In: **The cut flower quarterly**. Association of specialty cut flowers growers. v.25, n.1, p.38-39, 2013.