

INFORMATIVO DIÁRIO  
**DERAL**  
Departamento de Economia Rural

Data : 04/12/2000 Hora :

Título: Horticultura Fonte:

Autor: Paulo Fernando de Souza Andrade

Matéria:

Quando se fala em qualidade em horticultura, observa-se uma enorme dificuldade em estabelecer o real significado destes atributos.

O esforço na constituição do Hortiqualidade-Paraná - parceria entre o Sistema Estadual de Agricultura (SEAB/EMATER/IAPAR/CLASPAR/CODAPAR/CEASA), do Sistema FAEP (Sindicatos Patronais e SENAR), SEBRAE e OCEPAR; visa a adoção de padrões de padronização, classificação e embalagem de hortícolas - espaço conquistado com a melhoria de alguns conceitos.

No caso do pêssego, nesta semana que passou, na "pedra" das Centrais de Abastecimento do Paraná - Ceasa/Pr, entreposto de Curitiba, constatou-se que uma "babel" está instalada.

Os preços gravitam de R\$2,50/kg - para o produto classificado, padronizado e embalado em caixas de papelão e com marca comercial forte - até R\$0,30/kg para o produto sem classificação em caixa de madeira. Porém, pêssegos da região metropolitana de Curitiba são cotados a R\$1,30 a R\$1,40/kg, quando classificados, padronizados e embalados, mesmo em caixas de madeira.

Em relação ao pêssego, se em 1998, 18% da comercialização nas Ceasas/Pr, provinham de pomares de nosso estado, em 1999 esta participação foi de 23%. O que se pretende com um trabalho de melhoria dos padrões de qualidade dos produtos hortícolas paranaenses é o de estar em sintonia com as tendências cosmopolitas destes produtos, aumentando a presença no mercado local, bem como conquistando novas praças.

No entanto as mudanças geram num primeiro momento ceticismo e medo, e, a aplicação destes conceitos não se darão de forma imediata, em contra-ponto a lógica de mercado, que afasta cada vez mais aqueles que não atuem de maneira competitiva.

Atente-se ao fato de que a qualificação do produto hortícola passa pelo reordenamento das modalidades de organização do setor produtivo, via novas modalidades de gestão, planejamento e tecnologia da produção e de estratégias de comercialização, frente um mercado cada vez mais excludente.