



VANESSA VANI OBRZUT

**INSERÇÃO DE NOVAS VARIEDADES DE HORTALIÇAS NO CAMPO NA REGIÃO
METROPOLITANA DE CURITIBA**

Trabalho apresentado para obtenção
Parcial do título de em Especialista
em Agronegócio no curso de Pós-
Graduação em Agronegócio do
Departamento de Economia Rural e
Extensão, Setor de Ciências Agrárias,
Universidade Federal do Paraná.
Orientador: Prof. Dr. João Batista
Padiha Junior

CURITIBA

2012

SUMÁRIO

Lista de Tabelas.....	i
Resumo	ii
Abstract.....	ii
1. Introdução	5
2. Revisão Bibliográfica	7
2.1. Pesquisa e Desenvolvimento	10
3. Material e Métodos	11
4. Resultados e Discussões	12
5. Conclusões	15
6. Referências Bibliográficas	16

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	7
Tabela 2	12
Tabela 3	13
Tabela 4	13
Tabela 5	14

INSERÇÃO DE NOVAS VARIEDADES DE HORTALIÇAS NO CAMPO NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

RESUMO: O objetivo principal do trabalho foi determinar quais os motivos que levam o produtor a aceitar ou não as novas variedades de sementes de hortaliças no campo. Esse estudo foi realizado através de uma análise sensorial com 30 produtores de hortaliças da região metropolitana de Curitiba que compõe o cinturão verde, através da aplicação de questionários. As respostas foram tabuladas e quantificadas em porcentagem dando foco nas que obtiveram maior e menor significância. O que se destaca como conclusivo é que o preço das sementes foi o fator que obteve menor importância, enquanto que a qualidade foi o aspecto de maior importância na hora de escolha da semente. Com estas informações, pode-se melhorar o desenvolvimento de novos produtos e mercados, e obter variedades que se adequam melhor as necessidades dos produtores, levando benefícios ao campo e também gerando produtos finais com maior qualidade ao consumidor.

Palavras-chave: sementes, variedades, híbridos, desenvolvimento e hortaliças.

Abstract: The objective of this research was determine which reasons make the producer accept or not the news vegetables seeds varieties. This study was conducted through a sensory analysis with 30 vegetable producers in the metropolitan region of Curitiba that composes the greenbelt through questionnaires. The answers were tabulated and quantified in percentage keeping focus in higher and lower significance. The featured is that vegetables seeds price is lesser important and the quality is the most important. With this informations can improve the development of new products and markets, and get varieties which go adapt the producers needs, taking benefits to field and making products with higher qualities too.

Key words: seeds, varieties, hybrids, development and vegetables.

1 INTRODUÇÃO

A agricultura tem evoluído ao longo do tempo e grande parte dessa evolução é feita pelas empresas fornecedoras de insumos agrícolas que procuram oferecer novidades e tecnologia ao mercado.

A modernização do cenário agrícola traz benefícios não só ao produtor que esta no campo e depende de uma boa produção, mas também a população que busca alimentos de qualidade nas gôndolas dos mercados. Nesse contexto novas variedades, cultivares e híbridos modernos podem resultar em produtos diferenciados e de ótima qualidade para se oferecer.

O produtor possui inúmeras opções de sementes de uma mesma cultura, cada qual com características particulares para cada variedade que podem favorecer uma boa produção no campo, e a cada ano que se passa novos híbridos são lançados no mercado.

É muito importante que existam essas novidades, pois a agricultura é uma atividade de risco. O clima, por exemplo, é um fator determinante e que o produtor não pode controlar e devido a este fato toda produção pode ser perdida. Variedades com maiores tolerâncias a estresses, resistências às doenças, melhor produtividade, produtos de melhor qualidade tanto o produtor como o mercado só tem a ganhar.

Como existem muitas variedades, o mercado de empresas sementeiras vem se tornando lucrativo e também competitivo, e todos estão em busca da liderança.

O desenvolvimento de produtos e mercados é um setor que está aumentando sua presença no campo para tentar saber e entender quais são os motivos que influenciam o produtor na sua escolha por um híbrido ou outro, e também procuram trazer novas variedades que possuam características que favoreçam a produção e consequentemente o produtor.

Existe certa resistência do produtor à entrada de novas variedades, pois os mesmos já se acostumaram a plantar tradicionalmente devida cultivar. Muitas vezes os produtores perdem benefícios em termos de plantas mais resistentes e melhor produção por não terem interesse nem ao menos de testar outra variedade.

Acontece às vezes de o produtor estocar sementes pelo fato da variedade não estar disponível no mercado, porém a quantidade que ele pode guardar é limitada. Assim quando o híbrido sair de linha o produtor vai ter que procurar novas opções de variedades. Conhecer outras variedades e testa-las é a única forma de

mostrar ao produtor se vale a pena ele continuar a plantar a que ele já utilizava ou mudar, e se for mudar, quais os benefícios dessa decisão.

Toda mudança provoca desconfortos que geralmente são compensados pelo resultado positivo que haverá futuramente. O intuito deste trabalho, desta forma, consiste em mostrar isso aos produtores, levando novas variedades para que eles plantem e avaliem se vale a pena ou não fazer a troca de uma semente por outra.

2 REVISÃO BIBLIOGRAFICA

Após a descoberta do Brasil no ano de 1500 os portugueses se estabeleceram no Brasil, e ao longo desse tempo um amplo processo de troca de plantas inclusive hortaliças entre os povos aconteceu, que além de diversificar a alimentação, serviu também de material genético para o melhoramento de plantas (MADEIRA *et al.*, 2008, p. 428).

A agricultura da região metropolitana de Curitiba está voltada para a olericultura, e responde por 50 % da produção de hortaliças do Estado do Paraná (STERTZ & FREITAS, 2005, p.93).

O Paraná produziu aproximadamente 3,0 milhões de toneladas de olerícolas no ano de 2010, esse valor é 74% maior do que 10 anos atrás quando em 2001 o estado produzia 1,2 milhões de toneladas. Esse aumento se deve a tecnologia implementada no campo que faz com que haja mais produtividade por área. As olerícolas representam 6% do valor bruto de produção do estado (SEAB, 2011).

Abaixo segue tabela 1, com as principais olerícolas cultivadas no estado e suas respectivas áreas, dados da safra 2009/2010:

TABELA 1 – PRINCIPAIS OLERÍCOLAS CULTIVADAS NO ESTADO DO PARANÁ E SUA RESPECTIVA ÁREA DE PRODUÇÃO OU ÁREA PLANTADA, 2011.

Cultura	Área (ha)
Batata	29.600
Tomate	5.355
Repolho	6.579
Aipim	10.754
Cenoura	6.255
Melancia	5.346
Cebola	7.633
Couve-flor	3.159
Beterraba	3.164
Pimentão	2.362
Batata doce	4.235
Abóbora	4.330

Alface	3.974
Pepino	2.359
Chuchu	1.482
Abobrinha	1.843
Batata Salsa	2.851
Feijão Vagem	1.181
Morango	535
Berinjela	538
Salsa	357
Rabanete	246
Alho	685
Gengibre	85
Outras olerícolas	10.361
TOTAL	115.448

Fonte: SEAB, 2011.

A escolha dos insumos é importantíssima para se obter uma boa produção de hortaliças. Deve-se utilizar sementes certificadas e também assegurar de que a variedade escolhida tenha tolerância e resistência às principais pragas e doenças, e se o material se adapta às exigências do mercado e possui boa conservação pós-colheita (MORETTI, 2003, p. 5).

As hortaliças têm uma rentabilidade bem mais reduzida se forem comparadas com as outras culturas, como por exemplo, os grãos. Como são culturas temporárias necessitam de um alto investimento inicial, mas dependendo do valor agregado e do tipo de mercado atingido pode-se ter um lucro razoavelmente bom (VILELA, *et al.*, 2000, p. 73).

A cada dia que passa o consumidor está mais consciente de que a sua saúde está interligada com uma dieta balanceada e segura. A preocupação em consumir alimentos funcionais vem crescendo pelo fato dos mesmos ajudarem a propiciar uma melhor qualidade de vida (MATTOS *et al.*, 2009, p.407).

As novas variedades e tipos de frutas, verduras e legumes resultam da pesquisa agrônômica e de importações. Tais novidades estão fortemente presentes nas gôndolas dos supermercados brasileiros (SOUZA, 2005, p.29). Com o

desenvolvimento econômico do País, estabilidade monetária e aumento da renda real “per capita”, novos consumidores com gostos e preferências dinâmicas vão surgindo no mercado. Tais consumidores estão dispostos a consumir novos produtos, e esta informação de consumo é fundamental para que os produtores possam gerar tais produtos que vão retornar ao mercado.

2.1 PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

A área de pesquisa e desenvolvimento faz parte da agricultura, e cada vez mais aproxima seus trabalhos da realidade dos produtores para que ambos troquem experiências e visões e com isso gerem mais resultados positivos.

Segundo Veasey *et al.*, (2011) a evolução das plantas cultivadas, que teve início há cerca de 13.000 anos, está sujeita aos mesmos processos evolutivos naturais, aliada à ação do homem de forma consciente ou inconsciente, levando à domesticação.

As novas demandas da pesquisa agrícola requerem a formação de profissionais com níveis avançados de qualificação capazes de elaborar e executar propostas científicas, tecnológicas e políticas relacionadas ao uso, melhoramento e conservação dos recursos genéticos vegetais (GUERRA *et al.*, 1998, p.1).

Muita importância é dada às grandes culturas, já com as hortaliças que são culturas pequenas não são tão vistas pelas pesquisas. A venda de sementes de hortaliças gera um valor de 11 bilhões de dólares o que é um impulso para a economia do país, além de gerar 12 vezes mais empregos por hectare do que atividades com milho e soja. Dessa forma mostra-se que o setor de hortaliças é forte, mas precisa ser visto como tal para desenvolver-se (BOTELHO, 2009, p.1).

3 MATERIAL E MÉTODOS

Para a realização deste trabalho, procedeu-se uma análise sensorial através de questionário composto por cinco perguntas, no mês de setembro de 2012. O público alvo foi composto por um grupo de 30 produtores de hortaliças da região metropolitana de Curitiba (Colombo, São José dos Pinhais, Araucária e Mandirituba), que compõem parte do “cinturão verde”, referência regional em cultivo de hortaliças.

Os dados gerados com as respostas dos questionários foram tabulados e quantificados em porcentagens, colocando em ordem crescente os fatores que os produtores consideram de maior importância para a escolha de uma variedade de hortaliça.

Sabendo o que leva ou não a preferência por determinada variedade de hortaliças pode-se criar sugestões e métodos de trabalho para fortalecer o desenvolvimento de novas variedades a campo e também criar híbridos que respondam as necessidades dos produtores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As tabelas abaixo representam o questionário que foi aplicado aos produtores, bem como as porcentagens que cada item obteve por ordem de importância sendo que:

1 = Muito importante

2 = Medianamente importante

3 = Importante

4 = Pouco importante

De acordo com o questionário, no momento da compra de semente de hortaliça o fator que tem mais importância para os produtores é a qualidade do material. O fator que obteve menor relevância foi o preço das sementes, mostrando que os produtores estão preocupados em garantir qualidade aos seus consumidores que cada vez mais prezam por isso (Tabela 2).

TABELA 2: NA HORA DE COMPRAR A SEMENTE DE HORTALIÇA O QUE TEM MAIS IMPORTÂNCIA:

Fatores que foram considerados	Valores em porcentagem (%)			
	1	2	3	4
Preço	0	30	30	40
Marca/Empresa	0	50	30	20
Qualidade	80	10	0	10
Explicação técnica/assistência	30	10	30	30

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Questionando qual seria o motivo que leva o produtor a escolher uma variedade ao invés de outra se repete o resultado acima de que a qualidade do material esta em primeiro lugar e o que tem menos importância seria a explicação técnica/assistência do vendedor da variedade. E esse é um resultado positivo, pois mostra que o produtor tem sua opinião própria, e antes de confiar na opinião de alguém ele prefere confiar no híbrido (Tabela 3).

TABELA 3: QUANDO DEIXA DE PLANTAR A VARIEDADE PREFERIDA E ESCOLHE OUTRA VARIEDADE, O QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO É:

Fatores que foram considerados	Valores em porcentagem (%)			
	1	2	3	4
Preço	20	30	40	10
Marca/Empresa	20	30	30	20
Qualidade	50	20	10	20
Explicação técnica/assistência	10	20	20	50

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

E quando se foi levado à discussão de o que é mais importante no híbrido sem levar em conta a compra ou outros critérios e somente pensar no que significa mais na semente novamente a qualidade foi o que mais obteve importância e o que se mostrou menos significativo foi à explicação técnica/assistência do vendedor (Tabela 4).

O fator que obteve maior porcentagem nas três questões acima foi a qualidade do material, mas para que o produtor possa saber ao certo como é o híbrido e suas características ele tem que conhecer o mesmo e por isso questionamos qual seria a melhor forma de apresentar um novo material.

TABELA 4: O QUE É MAIS IMPORTANTE NA VARIEDADE DE SEMENTE:

Fatores que foram considerados	Valores em porcentagem (%)			
	1	2	3	4
Preço	20	20	30	30
Marca/Empresa	20	20	30	30
Qualidade	60	20	10	10
Explicação técnica/assistência	0	40	30	30

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

A opção teste na propriedade (Tabela 5) foi a que os produtores marcaram como ser a mais importante para poder conhecer um novo material, em segundo

lugar vem o dia de campo e logo seguido as palestras e com o menor valor de importância ficaram as visitas técnicas a propriedades ou regiões que já plantam o novo material.

TABELA 5: “AS EMPRESAS A CADA DIA LANÇAM NOVOS HÍBRIDOS DE SEMENTES, COLOCANDO A DISPOSIÇÃO DO PRODUTOR INÚMERAS OPÇÕES DE VARIEDADES DE UMA MESMA CULTURA”. EM SUA OPINIÃO, QUAL A MELHOR FORMA DE PROVAR QUE AQUELA VARIEDADE REALMENTE IRA SE ADEQUAR A SUA NECESSIDADE?

Fatores que foram considerados	Valores em porcentagem (%)			
	1	2	3	4
Palestra	10	30	50	10
Dia de campo	10	50	20	20
Teste	50	20	20	10
Visita técnica a outra propriedade/região produtora	30	0	10	60

Fonte: Dados da pesquisa, 2012.

Essas informações nos mostram que a maior barreira para que um novo híbrido se concretize no mercado é o fator qualidade, o produtor precisa ter certeza de que a variedade que ele está escolhendo vai responder no mesmo nível da sua necessidade.

A partir disso fortalece-se a ideia de que o desenvolvimento a campo, levando novidades e promovendo testes com pequenas áreas da nova variedade, dias de campo e palestras ajudam no processo de aceitação e conhecimento do híbrido que está sendo lançado e isso ajuda a quebrar as barreiras de aceitação no campo.

Facilitando o processo de inserção de novas variedades a campo com certeza ajuda a trazer mais benefícios tanto ao produtor quanto ao consumidor, que terá produtos diferenciados e com qualidade mais rapidamente disponível.

Além de tudo comentado acima foi perguntado ao produtor se a empresa poderia fazer algo além de fornecer a semente, os produtores comentaram empresas deveriam fornecer informações que incluíssem particularidades do material para que o potencial genético do híbrido possa ser melhor aproveitado.

5 CONCLUSÕES

Os produtores estão procurando qualidade nos materiais que plantam, híbridos que se adaptem a sua região e que tenham uma boa produção gerando mercadorias com o padrão que o mercado atual exige. E essa informação nos é confirmada mostrando que o fator que tem menos peso na escolha de certa variedade de semente é o preço se comparado com os benefícios que a mesma pode oferecer.

Para que o produtor possa confiar no material a ponto de escolhê-lo plantar, o teste na sua propriedade é fundamental e isso reforça a ideia de que o desenvolvimento de novos produtos a campo geram bons resultados e quebram barreiras quanto a entrada de novos materiais.

As empresas poderiam fornecer além do híbrido, informações que passassem ao produtor características específicas da variedade fazendo com que o potencial genético da mesma fosse melhor aproveitado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOTELHO, Marcos. A Miopia com as Sementes de Hortaliças: Um problema que dificulta o desenvolvimento e a competitividade da indústria de sementes de hortaliças. **Seed News**. N. 1, p.1, ano XIII, jan/fev, 2009.

FRANÇA, F.M.C.; GONDIM, R.S. **Rede da irrigação**. Fortaleza. 1998.

GUERRA, M.P. et al. A diversidade dos recursos genéticos vegetais e a nova pesquisa agrícola. **Ciência Rural, Santa Maria**, v. 28, n.3, p.521-528. 1998.

MADEIRA N.R.; REIFSCHNEIDER F.J.B.; GIORDANO L.B.. **Contribuição portuguesa à produção e ao consumo de hortaliças no Brasil: uma revisão histórica**. Horticultura Brasileira n.26, p. 428-432, 2008.

MATTOS L.M.; MORETTI C.L.; MOURA M.A.; MALDONADE I.R.; SILVA E.Y.Y. **Produção segura e rastreabilidade de hortaliças**. Horticultura Brasileira n.27, p. 408-413.2009.

MORETTI, Celso L. **Boas práticas agrícolas para a produção de hortaliças**. Horticultura Brasileira, v. 21, n. 2, julho, 2003.

SEAB, Secretaria da Agricultura e Abastecimento. Disponível em: <http://www.agricultura.pr.gov.br/> acesso em outubro de 2012.

SOUZA, R.A..M. **Mudanças no consumo e na distribuição de alimentos – O caso da distribuição de hortaliças de folhas na cidade de São Paulo**. IAC, Campinas, 2005.

STERTZ, S.C.; FREITAS, R.J.S. **Qualidade de hortícolas convencionais, orgânicas e hidropônicas na região metropolitana de Curitiba, Parana**. Visão Acadêmica, Curitiba, v.6, n.1, 2005.

VEASEY, et al. **Processos evolutivos e a origem das plantas cultivadas**.Ciência Rural, Santa Maria, v.41, n.7, p.1218-1228, 2011.

VILELA, N.J; HENZ, G. P, **Cadernos de Ciência & Tecnologia**. Brasília, v.17, n.1, p.71-89. 2000.