A economia das flores



Francisco Bongers

Os países mais avançados nos assuntos relacionados ao agribusiness conseguiram destacar-se em praticamente todas as áreas da produção agrícola. Na Europa, nos EUA e no Japão, há investimentos em pesquisa e tecnologia não só no que diz respeito aos alimentos. Além do aspecto nutricional, aliás, tem-se investido cada vez mais na forma como o produto agrícola é apresentado ao consumidor.

Dos subsetores da agricultura, aquele que, por motivos óbvios, mais se tem preocupado com este aspecto — aparência — é a floricultura. Afinal, oferece freqüentemente a planta inteira à visualização e à escolha dos consumidores, ou toda a parte aérea — e, obrigatoriamente, lida com emoções.

No Brasil, em que o potencial da floricultura é enorme e ainda pouco explorado, por deficiências da distribuição da renda ou por preconceito, uma marca se firmou, há alguns anos, como garantia de qualidade e padrão de eficiência: a Cooperativa Agropecuária Holambra. Sua Unidade de Flores e Plantas não deixa a desejar, quando comparada ao que de melhor existe fora do país, tendo trazido para cá o sistema Veiling, *ou pregão holandês. A Holambra também passou pela experiência inusitada da transformação de sua sede social em município, a partir do desmembramento de quatro municípios vizinhos.*

Em entrevista exclusiva para Agroanalysis, *o diretor da Veiling Holambra, Francisco José G. Bongers, comentou as principais características e tendências da floricultura e de suas formas de organização, sempre a partir de um ponto de vista otimista, de quem tem visto de perto os êxitos do setor.*

■ *A crise que parece afetar todas as atividades ligadas à agricultura brasileira também atingiu o setor da floricultura?*

— A cooperativa de Holambra não está livre dos problemas da política agrícola brasileira. Temos os mesmos problemas da agricultura tradicional. Estamos inclusive tentando renegociar os contratos com o sistema financeiro, da mesma forma que cooperativas de milho, de soja etc.

■ *As questões tributária e cambial talvez sejam das mais urgentes do ponto de vista da agricultura como um todo. No caso de vocês, isso afeta especificamente, ou a questão da infra-estrutura é mais importante?*

— Afeta. O Brasil quer praticar uma política de exportação, mas não oferece nenhuma facilidade a quem toma a iniciativa de exportar. É muito difícil sensibilizar as autoridades para que tenham uma visão um pouco mais realista. A atual política cambial, por exemplo, não é interessante para quem está exportando. Os vários setores da floricultura estão passando por um período de amadurecimento para se inserir neste cenário. Estamos importando produtos de alta qualidade, enquanto o setor no Brasil está-se estruturando para se tornar exportador.

■ *Quais são as limitações maiores à expansão da exportação brasileira de flores? Qual a situação do Brasil no mercado mundial?*

— O mercado internacional movimenta vários bilhões de dólares. O Brasil deve estar exportando em torno de US$25 milhões. O detalhe nessa história toda é que o Brasil tem um mercado interno muito interessante. Há que desenvolver esse mercado, criar uma estrutura de produção de nível internacional. Se não fizermos isso, fatalmente vamos ter a concorrência dos importados. Desenvolvemos a necessidade do consumo de flores, mas no fundo apenas abrimos espaço para entrarem os de fora. Entre os entraves à exportação, há o problema tributário, a falta de padronização e os problemas fitossanitários. Existe também o reconhecimento do direito de patentes sobre variedades novas. O Brasil não reconhece o direito de patentes sobre variedades. Isso faz com que geneticistas e empresas que trabalham com melhoramento não invistam no país, como um multiplicador desses materiais. Acontece então que vêm para cá variedades já ultrapassadas no mercado internacional. Se já caiu o direito de patentes, então podem vir. Nossa estrutura de exportação tem problemas, como a falta de câmaras frias nos aeroportos

para receber a mercadoria, transportar na ida e na volta.

■ *Quais são as semelhanças entre a produção de flores no Brasil e na Holanda, que é o principal produtor mundial, e entre o Brasil e a Colômbia, que é um produtor emergente?*

— Entre o Brasil e a Holanda, há uma semelhança bastante grande em termos do processo de produção da Holambra. Sistema de comercialização é uma tecnologia em que os holandeses estão mais evoluídos. Na Holanda, há uma automação muito grande nas estufas. No Brasil, o trabalho ainda é braçal, mesmo. O Centro de Comercialização adota um sistema idêntico ao holandês, embora em proporções menores. Outros produtores estão começando a introduzir a produção em estufas com climatizantes, usando tecnologia e começando a se estruturar. Diria que, em média, estamos 20 anos defasados em relação à Holanda.

A Colômbia é um país privilegiado por sua localização, clima e altitude. Localiza-se acima do Equador, onde há pouca influência da variação das horas durante o dia. O ciclo de produção é maior do que o nosso. É um país exportador, sem mercado interno grande. Seu sistema foi desenvolvido, em parte, como uma cultura alternativa à plantação de coca. O governo dos EUA estimulou o desenvolvimento da floricultura colombiana para dar uma "amenizada" no problema da cocaína, e ela se desenvolveu visando basicamente o mercado norte-americano.

■ *O mercado de flores é muito rentável?*

— É um mercado rentável e bastante interessante, porque é muito pouco explorado. Quando você trabalha com flores, trabalha com emoções. A potencialidade disso é muito grande. Mas é preciso ter criatividade para descobrir esses fatores no comércio da floricultura.

■ *Nós estamos importando de quem?*

— Estamos importando da Colômbia, alguma coisa do Equador, um pouquinho da Argentina e da Holanda também. Depende do produto. A rosa está vindo da Colômbia. Estamos trazendo lírio, tulipa, íris da Holanda.

■ *O Mercosul pode alterar alguma coisa nessa situação?*

— Não. O Mercosul vai ampliar o mercado de negócios nesse bloco econômico. Hoje a Argentina já opera bastante com a Colômbia e com a Holanda. Está tentando colocar produtos no Brasil, mas existe um "namoro" (do que você precisa? o que eu posso exportar? o que você pode exportar para mim?). Ainda é uma fase de sondagem.

O Brasil não reconhece o direito de patentes sobre variedades. Isso faz com que geneticistas e empresas que trabalham com melhoramento não invistam no país, como um multiplicador desses materiais.

■ *No processo de modernização da Holambra, seus diferentes setores de produção foram divididos em 13 unidades de negócios, que se relacionam individualmente com a direção geral. Como se dá o relacionamento das unidades entre si e como tem sido o desempenho desse modelo administrativo?*

— Bom, o modelo tem evoluído. Em 1988/89, foram concebidas essas unidades de negócios. Hoje elas estão centradas, praticamente, em três grandes blocos: a parte de flores e plantas ornamentais, a de carnes e a do sistema de serviços. Na parte de flores e plantas, há o Centro de Comercialização, mais a exportação de mudas e sementes. Na parte de carnes, estão o abatedouro, a suinocultura, a industrialização, a parte de integração, a de ração. Todo aquele "complexo carnes" foi transformado numa única diretoria e a parte de serviços é a de apoio, compras de insumos, a financeira e bancária.

■ *De que maneira os associados lidam com as unidades de negócios?*

— Em princípio, para trabalhar com alguma unidade de negócios, é preciso se associar à cooperativa-mãe. Depois, fazer a opção por uma, duas ou três unidades, de acordo com a atividade. Quem é suinocultor, se associa a uma unidade de comercialização de flores, a não ser que resolva a plantar flores também, e faça opção pelas duas.

■ *A transformação da sede da Holambra em município foi uma idéia arrojada. Quais as razões dessa opção e como o município se organiza?*

— As razões da emancipação decorreram da necessidade da própria população. Antes quem fazia a gestão da administração pública era a parte "oficial", entrelaçando-se com o trabalho da cooperativa dentro de suas necessidades. A região estava dividida entre quatro municípios. O trabalho de emancipação evoluiu até chegar aos plebiscitos. Foi um amadurecimento político rápido. Viu-se que havia mais a fazer do que apenas ter uma empresa e funcionar de alguma forma. Não sei se foi obra do destino, mas o prefeito e o vice-prefeito foram eleitos, na época, quase como oposição à chapa da cooperativa. No final, isso foi positivo, pois criou uma divisão de responsabilidades.

■ *No setor de flores, que é a marca registrada da Holambra, houve também uma terceirização de atividades, como a do transporte. Isso aconteceu antes de essa racionalização administrativa tornar-se corriqueira no Brasil. Como se deu essa escolha?*

— O processo de terceirização não era uma escolha. Era alternativa de sobrevivência. Tínhamos um sistema de distribuição em todo o Brasil, filiais e um custo bastante elevado. Administração à distância sempre traz problemas. Não estar presente na hora em que acontece algo é chegar depois e contabilizar o prejuízo. Decidimos terceirizar a frota de caminhões e elaboramos um programa em que o próprio vendedor e o motorista eram financiados. Passamos para eles a carteira de clientes, com a condição de que viessem a comprar na Holambra. Conseguimos implantar em pouco tempo o sistema e viabilizar a vida do atacadista e do distribuidor. Também criamos um vínculo com ele, com a obrigatoriedade de comprar aqui, não necessariamente a totalidade de seus produtos, mas comparecendo para ajudar a formar o mercado. A carteira de clientes passou, em cinco anos, de

25 para 250, um crescimento significativo.

■ *Outra inovação adotada pela Holambra foi o sistema de* Veiling, *ou leilão. Como ele funciona?*

— Está basicamente concentrado na oferta e demanda de área de produtos. Aliás, concentra-se na oferta. A demanda vem encontrar seu público. O mercado sabe onde se oferecem produtos de qualidade e determinado padrão e se apresenta para comprar. É preciso estabelecer um mecanismo para formar o preço. O que encontramos foi o sistema de leilão, no qual são usados preços decrescentes, com a abertura no nível de mercado. O preço vem decrescendo e, quando uma das pessoas se interessa, manifesta-se e é o único comprador daquele lote. Pode-se identificar, pelo lance, quem é o único comprador, o que quer pagar mais alto, porque todos os outros querem pagar menos. Cada lote tem um preço independente e cada produtor identifica o seu produto.

■ *Quem estabelece o primeiro preço?*

— A referência do preço é a cotação do dia anterior. Por exemplo, eu fechei um negócio: a média do preço da rosa no dia anterior foi R$3,00; eu abro hoje a R$5,00, e o preço vem decrescendo. Se o mercado for comprador, vai comprar a R$4,00 ou R$4,50. No lote seguinte, abre-se a R$6,00 ou R$7,00, pois há essa liberdade, e o sistema é todo informatizado. O leiloeiro só tem a função de operar o micro. Quando o mercado está muito ofertado, existe um preço mínimo abaixo do qual a Holambra não vende o produto, que é destruído. Isto acontece, no máximo, com 10% da produção por ano.

■ *Esse preço mínimo é calculado a partir de algum custo de produção?*

— É constituído basicamente por preço de colheita, embalagem, transporte para o Centro de Comercialização e pela taxa que nós cobramos. O produtor precisa estar motivado para se levantar da cadeira e ir ao campo fazer a colheita. Então, não é custo de produção: está abaixo do custo de produção, pois não queremos estimulá-lo a produzir pelo custo. O produtor é muito criativo e, se for estabelecido o teto do preço mínimo, irá produzir por esse preço. Não se pode criar um excesso de oferta à toa. Vamos trabalhar sempre de maneira consciente.

■ *Todos os cooperados têm igual acesso ao leilão?*

— O cooperado faz a opção pelo sistema. Quando vem para ficar sócio, temos uma conversa longa. Explico o compromisso. Temos um regulamento interno, e mostro como funciona o sistema. Ele leva para ler em casa e resolve associar-se. Começa a fase do "namoro". Ele entrega seu produto, como fornecedor, por três meses. Vou analisar o produto, para ver se tem a qualidade de que preciso, e ele vai analisar se estou trabalhando de acordo com suas expectativas. Depois dos três meses, avaliamos novamente e, ou ele se torna sócio, ou damos mais três meses para que entre no sistema, assimile o processo e seja admitido como sócio. Ao trazer a mercadoria, ela será classificada, padronizada. É preenchida uma boleta com o nome e o código do vendedor e a quantidade. No dia seguinte, ele recebe um extrato que informa o que vendeu, quanto, por que preço e para quem, além do preço médio do produto, em geral, para poder situar-se.

As normas de padronização de qualidade são diretrizes do Veiling da Holambra. Tem-se que produzir dentro desse padrão, pois de outro modo não comercializamos.

■ *Deve haver maior especialização no mercado, porque há a preocupação de padronização da qualidade?*

— As normas de padronização de qualidade são diretrizes do *Veiling* da Holambra. Tem-se que produzir dentro desse padrão, pois de outro modo não comercializamos.

■ *Outras empresas já adotaram esse sistema? Pretendem estendê-lo a outras atividades da cooperativa?*

— Sim. Na Ceasa, em Uberlândia, estão tentando implantar o sistema para frutas, com alguma dificuldade. Há a Holambra II, em Paranapanema, que o está usando para frutas e parece que está indo bem. É básico conseguir que os produtores queiram comprometer-se 100% com o sistema. Não existe alternativa. Temos vontade de estendê-lo, mas não é a empresa que decide isso, e sim o produtor, pois é uma questão de mentalidade, com um compromisso sério entre as partes.

■ *Como está hoje o mercado de flores no país? Foi afetado pela estabilização da economia?*

— O mercado de flores esteve muito mal até junho de 1994. Foi um período de crise, com preços deprimidos. A partir do Plano Real e com a geada do ano passado, houve uma explosão de preços. Hoje, diria que retornamos a um patamar razoável de comercialização, mas a inadimplência dos pontos-de-venda tem crescido e os cheques sem fundos são um problema.

O mercado sofre a concorrência de produtos alternativos, como bolsas, perfumes, chocolates, mas a floricultura está-se estruturando de maneira muito profissional. Tem uma estrutura descentralizada, em forma de associações regionais e câmaras setoriais por estado, e se congrega no Instituto Brasileiro de Floricultura, o Ibraflor. Ele estabelece as diretrizes e o plano para os próximos anos, e determina os padrões de produção. Faz-se uma pesquisa de base, mas quando o instituto dá o sinal verde para a adoção de determinado padrão, as associações regionais passam a orientar seus produtores para que sigam essa linha. Do ponto de vista da produção, portanto, estamos em fase de organização. O esqueleto está pronto. Os pontos-de-venda estão-se ampliando de uma forma interessante, mas o nível de profissionalização ainda é muito baixo. É grande a velocidade com que se abrem e fecham floriculturas, sempre com um saldo positivo.

■ *No Rio, os quiosques de venda de flores estão por toda a cidade, mas se o consumidor pedir uma orientação sobre a planta a quem a está vendendo, freqüentemente ele não sabe responder.*

— Esse é o grande problema. Para isso, estamos desenvolvendo, por intermédio do Ibraflor, um trabalho junto com o Sebrae, em nível nacional. Temos um programa de capacitação profissional dos pontos-de-

venda e está sendo encaminhado ao Ministério da Agricultura um projeto para obter recursos para o desenvolvimento do programa. Fomenta-se a atividade por meio do fomento do mercado.

■ *Você pode comentar um pouco o Ibraflor?*

— Ele tem sede no Ceasa, em Campinas, e congrega todos os interesses da floricultura: produção, comercialização, pontos-de-venda, centros de comercialização, distribuidoras, floriculturas, sistema bancário e todo o pessoal de suprimento de insumos. Procura-se fazer um trabalho de base para a conscientização de que um trabalho organizado dá melhores resultados. Conseguimos que diferentes produtores deixassem de se olhar como concorrentes e que os distribuidores e atacadistas não fossem mais vistos como vilões, e sim como representantes comerciais dentro do sistema. A diretoria é eleita por dois anos pelos sócios, que são as associações de classe.

■ *Existem projetos de adaptação de flores típicas do país a uma floricultura comercial?*

— Existem alguns projetos andando, principalmente na parte de flores tropicais, para que se desenvolvam em determinadas regiões. Quando, por exemplo, o governo do estado do Rio quer desenvolver uma floricultura e procura a Holambra para isso, tem a intenção de conseguir para o estado um produto de qualidade e com a beleza do nosso. Dentro do estado existem aquelas flores que são naturais da região, com grande potencial de mercado, desde que cultivadas com um padrão de qualidade, com embalagem, criando um mercado. Existe espaço, e é uma questão de profissionalizar esses produtores. No Rio, há bromélias; no Norte e Nordeste, as cactáceas. No Norte, há plantas tropicais de valor significativo no mercado, e é preciso que alguém tenha essa visão, pois o mercado mundial procura alternativas exóticas para os arranjos florais. A Holanda faz uma industrialização do produto flores milimetricamente controlada por computador. A Holambra, por exemplo, produz, importa, arranja e exporta.

■ *É feita alguma coisa para atenuar a sazonalidade do mercado das flores, ou nada precisa ser feito?*

— O que está sendo executado é justamente a concepção de estufas climatizadas para viabilizar uma produção contínua. Consegue-se superar a sazonalidade, também, criando uma demanda permanente no mercado. Antigamente, o mercado de flores era caracterizado por um comércio bastante forte, principalmente no dia das mães, em finados e no Natal. Hoje, temos oito ou mais datas fortes durante o ano: dia internacional da mulher, dia das mães, dia dos namorados, dia dos avós, dia dos pais, dia da secretária, finados, Natal. Queremos uma expansão ainda maior, entrando na linha de supermercados, onde se cria uma demanda quase constante durante o ano. Quebra-se a sazonalidade e o produtor passa a investir mais na continuidade. O Carrefour e o Paes Mendonça já têm áreas de oferta de flores.

■ *Como está a inserção da floricultura dentro de programas de governo, como o Frupex?*

— Eu diria que existe, por parte do governo, vontade de fazer muita coisa, mas sou presidente do Comitê Estadual de São Paulo do Frupex, e sinto que precisamos organizar o setor, para conseguir fazer reivindicações claras. Especialmente no sentido de que se apóie um programa de trabalho. Temos, por intermédio do Ibraflor, duas diretorias específicas, a de *marketing*, que estou encabeçando, e a de fitossanidade, que trata também de questões tributárias e de patentes. São duas linhas de trabalho. O que queremos do governo? Que dê ouvidos às necessidades do setor, sem subsídios. Que pelo menos ajude a abrir as portas, para que as coisas fluam de maneira um pouco mais rápida no âmbito oficial.

■ *A floricultura não poderia ser apresentada como uma fonte de receita para pequenos agricultores?*

— Sem dúvida. Acho que é uma das atividades mais interessantes para os pequenos.

■ *Alguns acreditam que um país de subalimentados, como o Brasil, estaria desperdiçando recursos estimulando a produção de flores e plantas ornamentais. O que acha disso?*

— Acho que é uma visão bastante estreita, do ponto de vista econômico. A floricultura gera grande quantidade de empregos, logo salários, com os quais se compram outros produtos. Acontece que a floricultura, assim como qualquer atividade hortícola, é uma atividade mais refinada, mais técnica, que exige maior capacitação do produtor. Na parte de flores, existe a questão da beleza, porque o produto final é a planta em si. Não se está colhendo apenas um grão, comercializa-se a parte aérea inteira. É preciso evitar pragas, doenças, para que sua aparência fique perfeita. Por isso, é uma atividade um pouco mais sofisticada do que a agricultura em geral. Mas dizer que não serve para o pequeno produtor é uma incoerência, pois pode gerar em torno de 15 a 20 empregos por hectare, e seu faturamento por hectare é muito mais elevado do que o do arroz ou o do feijão, sem querer discutir a necessidade de tais produtos.

■ *Os insumos de que o floricultor brasileiro pode dispor são adequados? Parece haver alguma improvisação.*

— Não digo que não sejam adequados. Acho que boa parte dos agrotóxicos necessários está disponível. O problema é que a floricultura não é prioritária para o Ministério da Agricultura. Existe certa morosidade para registrar os produtos para flores, porque é exigido um período experimental para a liberação desses produtos. O agricultor compra o produto para pulverizar justamente porque é mais eficiente, em geral já testado no Primeiro Mundo, e muitos deles são muito menos tóxicos do que os que temos no mercado. Só que não podem ser usados, porque não estão registrados no Ministério da Agricultura.

■ *No Rio, há floricultores se registrando como olericultores, para comprar esses produtos.*

— O próprio sistema dá um jeito criativo para conseguir o que precisa. É a resposta à morosidade do registro.

Por Fernando Roberto de Freitas Almeida e Regis Alimandro