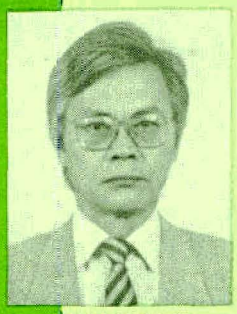
Potencial da floricultura brasileira



MINORO MATSUNAGA

A demanda atual de plantas ornamentais e flores cortadas dos países de Primeiro Mundo alcança US$21 bilhões por ano. Apesar de não se poder contar com nenhum dado quantitativo, o Brasil deve movimentar algo em torno de US$600 milhões anuais, montante estimado a partir do valor para São Paulo (próximo aos US$500 milhões por ano).

A floricultura, envolvendo flores cortadas, flores em vaso, folhagens ornamentais e outros itens, sempre esteve à margem da discussão como atividade econômica da agricultura por puro preconceito. A flor é considerada um produto supérfluo, restrito à camada de alta renda, numa época em que a economia está em busca do controle da inflação e do aumento da oferta de alimentos para a população.

Sujeito a altos e baixos, o setor vem crescendo rapidamente no estado de São Paulo, tornando-se hoje uma das melhores alternativas para quem busca um investimento na agricultura. Isto porque demanda pouca área e o ciclo de produção, dependendo da cultura, é curto (três meses), o que permite um giro rápido do capital. A maioria das culturas está sendo produzida em condições de estufa. Existe uma gama enorme de espécies a serem exploradas, além do apelo que representa a flora do cerrado, ainda pouco conhecida. O setor é promissor, uma vez que, numa crise, é a última atividade da agricultura a ser afetada e a primeira a sair dela.

A estrutura de mercado — representada pelos atacados da Ceagesp, Ceasa-Campinas, leilão Veiling da Holambra e a proposta recente do atacado da Associação Central dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo — dá o suporte adequado para a comercialização. A isto se junta a Câmara Setorial de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo, cuja proposta é atuar como fórum de debates que envolve todos os segmentos, representados pela produção, comercialização, cooperativas, associações, pesquisa, extensão e ensino, além do setor financeiro. Apóiam ainda o setor organizações como Ibraflor, Abraflor, Sociedade Brasileira de Floricultura, entidades que têm representação nacional.

A produção e o mercado de flores são pouco organizados e estruturados no país, exceto em São Paulo. Nesse sentido, o potencial de crescimento e exploração do mercado interno é muito grande. O consumo de flor cortada no Brasil, por exemplo, ainda é de US$4,00 *per capita*/ano, em comparação com US$70 na Itália, US$48 na Alemanha, US$42 na Holanda e US$40 no Japão (1990). No setor de flores e plantas ornamentais, em estados como São Paulo, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Minas Gerais, coexistem pequenos produtores com uma grande variedade de espécies e grandes com poucas linhas de produção. A tecnologia não é homogênea, sendo melhor apropriada pelos grandes produtores. O capital inicial não é grande, o que facilita a entrada de novos produtores.

As tendências apontam para a especialização dentro do setor, a fim de que se atinja uma dada escala de produção. Aliás, para alguns produtores de rosa, crisântemo, violeta, lírio da paz e poinsétia, tal escala aproxima-se dos sistemas de cultivo de produtores norte-americanos. A produção de violeta em São Paulo, por exemplo, está estimada em 18 milhões de vasos em 1995. Uma proposta de maior organização, maior investimento em tecnologia e em qualidade do produto para atingir o consumidor, dentro da tendência de estabilidade da economia, fará o setor se expandir mais rapidamente.

O Mercosul é uma realidade, abrindo sobretudo o mercado da Argentina. Como bloco econômico, é a porta de entrada para as negociações com países externos. Atualmente, somos importadores de rosa cortada e cravo do Chile, Equador e Colômbia, em condições de qualidade e preços competitivos. Assim, os produtores deverão buscar a qualidade como principal fator de competição, o que não ocorreria em tempos passados. Por outro lado, as nossas exportações são modestas, de cerca de US$16 milhões em 1994, o que não representa nada. O Equador, país com pouco mais de 12 anos na atividade, exportou US$40 milhões em 1993, enquanto a Colômbia exportou US$900 milhões no mesmo ano.

O Brasil tem potencial de mercado, por exemplo, para plantas como helicônias, bromélias e antúrios, que têm o chamariz de produto tropical. As condições são lastreadas na tecnologia à disposição do produtor: estufas com controle total das condições ambientais internas, propagação vegetativa por meio da biotecnologia, nível de conhecimentos técnicos em fisiologia e nutrição vegetal. O que falta é nos estruturarmos em moldes empresariais — haja vista o exemplo das empresas que exportam rosa cortada para a Europa.

Para isso, contudo, é necessário equacionar diversos problemas, o que requer maior apoio por parte do governo na solução das questões relacionadas com pesquisa, infra-estrutura adequada dos portos e aeroportos e redução da burocracia. Do lado comercial, o problema é o frete. A título de exemplo, a exportação para os EUA tem frete de US$2,50/kg, o que é elevado, quando comparado ao custo dos nossos competidores diretos, como a Colômbia, a meio caminho dos EUA.

Minoro Matsunaga, engenheiro-agrônomo, é pesquisador científico do Instituto de Economia Agrícola, da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.