

*El mercado de flores  
es uno de los que más crece en Brasil*

## La floricultura brasileña



*Roberto Gregori*

*Dipl. Ing. Director de T&Data Consultoria*

Septiembre es tradicionalmente el mes marcado para la realización de eventos que estimulen la venta de flores en Brasil. Los productores del estado de Sao Paulo invertirán más de US\$ 3.5 millones para atraer tanto a compradores como público a sus ciudades.

La primera cita tiene lugar anualmente en Holambra, a 120 km de la capital, a cargo de la Cooperativa Agropecuaria de la ciudad. La región fue ocupada, tras la Segunda Guerra Mundial, por inmigrantes holandeses que crearon una mini-Holanda con inmensos campos de flores.

La Cooperativa reúne cerca de 350 productores, que preparan una área de cien mil metros cuadrados para exponer sus productos y presentar diversos shows musicales y folclóricos.

Holambra produce y comercializa principalmente variedades de flores para Europa, Israel y Estados Unidos. En rosas se producen más de 60 variedades, por las que los productores pagan unos royalties. Esta región es responsable del 40% de la producción brasileña; en 1996 cosechó 19 millones de violetas, 11 millones de docenas de rosas y 2 millones de fardos de crisantemos.

El tema de este año fue la ecología. Además, Exploflora presentó una variedad de violeta llamada «baby space», de 17 colores diferentes y varias tonalidades. Esta flor nació de un ensayo genético realizado por la NASA con 25.000 semillas de una variedad africana. Otras de las novedades fueron las violetas *Taita* y *Qui-mera*, la Pata de Elefante y la Palmera Triangular.

La segunda cita fue la 17ª Fiesta de Flores y Fresas realizada en Atibaia, a 65 km de Sao Paulo. El evento reúne a cerca de 450 productores de flores y 130 de fresas, que invertirán más de US\$ 1.2 millones, recibiendo a más de 150.000 visitantes.

En Arujá (a 35 km de la capital) se celebró la sexta exposición de Aflord - Asociación de Floricultores de la Región de Dutra - que reúne más de 500 especies de flores y variedades ornamentales. La novedad fue el lanzamiento del *Copo-de-leite* originario de Africa. Aflord espera factu-

rar en 1997 US\$ 17 millones, superando los US\$ 14.3 de 1996.

La ciudad de Poá organizó la 26ª Exposición de Orquídeas y Plantas Ornamentales, que reunió a 50 expositores y más de mil orquídeas de diversas especies, además de contar con la asistencia de más de 60.000 personas.

El objetivo principal de estos acontecimientos forma parte de una estrategia de marketing para aumentar el consumo per cápita de flores en el país, que actualmente es de US\$ 6/año (mientras que en Suiza es de US\$ 174).

El sector de las flores en Brasil crece a un ritmo del 20% al año; este año se ha conseguido una facturación récord, según el Instituto Brasileiro de Fruticultura, de US\$ 1.1 mil millones. El responsable de este crecimiento es el período positivo que vive Brasil y la inversión en tecnología e intercambios científicos entre productores nacionales y extranjeros.

Entre las introducciones más importantes destaca la inversión en unidades de investigación, como el laboratorio de Aflord, que incluso cuenta con financiación del gobierno japonés. Asimismo, unidades de producción importadas de Holanda contribuyen a controlar el calor a través de sistemas de sombreo.

A pesar de que el estado de Sao Paulo concentra del 75 al 80% de la producción nacional, la floricultura se está expandiendo a otras regiones. La región de Barbacena ya congrega un gran número de productores, que comercializa con

los mercados de Río de Janeiro y Espírito Santo, aunque pretende aumentar su volumen para exportar a Europa y Estados Unidos.

La floricultura brasileña ofrece actualmente una buena oportunidad para invertir tanto a nivel de producción como de comercialización, aunque el mercado todavía se encuentre en estado embrionario en las regiones noreste y centro-oeste. Existe una buena perspectiva de mercado para aquellos empresarios que crean en el futuro de la floricultura brasileña.

● ***El objetivo principal de la organización de ferias y otros eventos similares forma parte de una estrategia de marketing para aumentar el consumo de flores en el país. Este año el sector ha conseguido una facturación récord*** ●

● ● ●