



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E AMBIENTAIS**  
**CURSO AGRONOMIA**



**JOSÉ WILLIAM MOTA DINIZ**

**PANORAMA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS NO BRASIL**

**Chapadina – MA**

**2018**

**JOSÉ WILLIAM MOTA DINIZ**

**PANORAMA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Agronomia, do Centro de Ciências Agrárias e Ambientais da Universidade Federal do Maranhão (CCAA/UFMA), para obtenção do grau de Bacharel em Agronomia.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria da Cruz Chaves Lima Moura

Coorientador: Prof.Dr. Jardel Oliveira Santos

**Chapadinha - MA**

**2018**

**JOSÉ WILLIAM MOTA DINIZ**

**PANORAMA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Agronomia, do Centro de Ciências Agrárias e Ambientais da Universidade Federal do Maranhão (CCAA/UFMA), para obtenção do grau de Bacharel em Agronomia.

Banca Examinadora:

---

Profª Drª Maria da Cruz Chaves Lima Moura

Dra. Em Agronomia

(Orientadora)

---

Prof. Dr. Jardel Oliveira Santos

Dr. Melhoramento Genético Vegetal

(Coorientador)

---

Prof. Dr. José Roberto Brito Freitas

Dr. Em Agronomia

---

Jarlyanne Nargylla Costa Souza

Engenheira Agrônoma

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Mota Diniz, José William.

PANORAMA DA FLORICULTURA E PLANTAS ORNAMENTAIS NO  
BRASIL / José William Mota Diniz. - 2018.

35 p.

Coorientador(a): Jardel Oliveira Santos.

Orientador(a): Maria da Cruz Chaves Lima Moura.

Monografia (Graduação) - Curso de Agronomia,  
Universidade Federal do Maranhão, Chapadinha, 2018.

1. Consumo. 2. Flores. 3. Mercado. 4. Produção. I.  
Chaves Lima Moura, Maria da Cruz. II. Oliveira Santos,  
Jardel. III. Título.

*“Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser essencial em minha vida, socorro presente na hora da angústia, ao meu pai Manoel Diniz e minha mãe Mirian Alice Mota Diniz.”*

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradeço a Deus por ter me fortalecido ao ponto de superar as dificuldades e por toda saúde que me deu e que permitiu alcançar esta etapa tão importante da minha vida.*

*Aos meus pais Manoel Diniz e Mirian Diniz por todo o cuidado, carinho e amor que sempre me deram. Obrigado por todos os valores morais e éticos que me passaram e ajudaram a formar meu caráter. Muitos foram os sacrifícios que fizeram por mim e serei eternamente grato por cada um deles.*

*Aos primos Yago Mesquita e Nyanne Mesquita a quem tenho como irmãos, que sempre me apoiaram e torceram muito para o meu sucesso, agradeço também aos tios Dedé Mesquita e Vanuza Mesquita por todo apoio, atenção e ensinamentos que me passaram durante toda a vida.*

*Agradeço de forma especial ao tio João Mota, que sempre foi mais que um tio, foi um amigo, um irmão e um pai também.*

*Agradeço também aos amigos que a vida me presenteou, Lyanne Costa, Glauciane Amaral, Karen Lynny, Lara Carvalho, Wemerson Cardoso, Thais Aranha, Tatiane Herculano, Madeleine Herculano, João Vinícius, Márcio Vinícius, Augusto Espósito, Mauro Nunes, César Farias, Jarlyson Brunno, Dennis Filipe e Felipe Oliveira.*

*Agradeço a minha orientadora Maria da Cruz Chaves Lima Moura, por todo o suporte que me concedeu, pela disponibilidade e por todas as correções e orientações. A todos os professores meus sinceros agradecimentos.*

## RESUMO

Objetivou-se com este trabalho estudar o panorama do setor da floricultura e plantas ornamentais no Brasil, ressaltando os principais aspectos relacionados a área, produção e distribuição no cenário nacional e consumo, o material utilizado para obter os dados referente a pesquisa realizada, foi extraído de diversas fontes de pesquisa. A floricultura era uma atividade que se restringia somente no Sudeste, mais especificamente no Estado de São Paulo. Atualmente, esse setor vem se expandido para outras regiões do país. A floricultura tem grande potencial socioeconômico, gerando emprego principalmente para pequenos produtores e apesar da floricultura ter grande potencial de expansão, ainda possui grandes dificuldades devido à falta de hábito dos brasileiros em comprar flores. Os resultados mostraram que o mercado interno gera uma considerável fonte de renda para a população em geral, a facilidade no acesso desses produtos, faz com que o consumo de flores no país tenha ganhado cada vez mais espaço, apesar de ser muito baixo em relação aos outros países. O Brasil, tem como resultado, um crescimento anual de 6,26% nos últimos anos, movimentando cerca de US\$750 milhões por ano, com um consumo per capita de US\$4,70 e possui 18.000 pontos de vendas em todos o país. O mercado externo, apresenta um crescimento notável, entretanto, precisa conquistar muito mais espaço com outros países da América do Sul, correspondendo a apenas 0,22% do mercado mundial. O Brasil exporta para 40 destinos, sendo a Holanda o maior comprador, seguido dos Estados Unidos. No ano de 2011, o Brasil exportou o valor de US\$ 20.699.521, sendo 40,33% relativos a mudas de plantas ornamentais, 48,37% para bulbos, rizomas e similares, 3,67% flores frescas e 7,63% de outros produtos. Conclui-se que a uma necessidade de formular estratégias para gerenciar de forma que os setores produtivos e de comercialização cresçam com intuito de fortalecer o mercado.

**Palavras-chave:** Consumo, Flores, Mercado, Produção.

## **ABSTRACT**

The objective of this work was to study the panorama of the floriculture and ornamental plants sector in Brazil, highlighting the main aspects related to area, production and distribution in the national scenario and consumption, the material used to obtain the data related to the research was extracted from different sources of research. Floriculture was an activity that was restricted only in the Southeast, more specifically in the State of São Paulo. Currently, this sector has expanded to other regions of the country. Floriculture has great socioeconomic potential, generating employment mainly for small producers and although floriculture has great potential for expansion, it still has great difficulties due to the lack of habit of Brazilians in buying flowers. The results showed that the domestic market generates a considerable source of income for the population in general, the ease of access of these products, makes the consumption of flowers in the country have gained more and more space, although it is very low in relation to other countries. Brazil has resulted in annual growth of 6.26% in recent years, moving around US \$ 750 million per year, with per capita consumption of US \$ 4.70 and having 18,000 sales points throughout the country. The external market, however, has a remarkable growth, however, it needs to conquer much more space with other South American countries, corresponding to only 0.22% of the world market. Brazil exports to 40 destinations, with Holland being the largest buyer, followed by the United States. In the year of 2011, Brazil exported the value of US \$ 20,699,521, 40.33% related to ornamental plants, 48.37% for bulbs, rhizomes and similar, 3.67% fresh flowers and 7.63% of other products. It is concluded that there is a need to formulate strategies to manage in a way that the productive and commercial sectors grow in order to strengthen the market

**Keywords:** Consumption, Flowers, Market, Production.

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	7
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	9
2.1. Geral .....	9
2.2. Específicos .....	9
<b>3. MATERIAL E MÉTODOS</b> .....	10
<b>4. CAPÍTULO 1 - FLORICULTURA NO BRASIL</b> .....	11
4.1. Histórico da Floricultura no Brasil .....	11
4.2. Mercado de Flores e Plantas Ornamentais .....	12
4.3. Distribuição da Produção no Brasil .....	14
<b>5. CAPÍTULO 2 - COMERCIALIZAÇÃO E CONSUMO DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS</b> .....	19
5.1. Setor Atacadista de Flores no Brasil .....	20
5.2. Setor Varejista de Flores no Brasil .....	26
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	29
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	30

## 1. INTRODUÇÃO

O agronegócio Brasileiro vem se destacando em diversas atividades econômicas que envolvem a produção agrícola. Quando se fala em agricultura se associa diretamente a produção de lavouras, pecuária, porém há uma atividade na agricultura que vem ganhando destaque no cenário nacional, a floricultura, que está relacionada a produção de flores e plantas ornamentais.

A floricultura é um setor que ainda possui uma pequena área de produção, pois é dominado por pequenos agricultores, mas tem potencial para sua expansão. A grande dificuldade da expansão dessa área, está relacionada a competitividade dos produtores, para que haja um fortalecimento nesse setor, como ações que demandam uma atenção maior em relação a estrutura e até mesmo um apoio governamental. O Brasil atual, ainda segundo Bongers (2000), tem de um lado um enorme mercado que é competitivo e pode crescer até quatro vezes nos próximos anos, mas de outro lado, um mercado ainda muito imaturo, que necessita de coordenação e orientação para crescer.

A atividade apresenta inúmeras vantagens, como alta rentabilidade por área cultivada, rápido retorno dos investimentos e capacidade de maior geração de empregos por unidade de área que muitas culturas produzidas atualmente (GOMES, 2004).

A atividade agrega perto de 8 mil produtores em propriedades cujo tamanho médio é de 1,45 hectare. O nível médio de empregos diretos gerados está estimado em 3,5 por hectare cultivado: 18,7% de origem familiar e 81,3% de mão de obra contratada (JUNQUEIRA e PEETZ, 2008). O consumo médio per capita Brasileiro de flores e plantas ornamentais está atualmente estimado em R\$ 20,00, sendo as plantas ornamentais para paisagismo e jardinagem responsáveis por 48,6% desse valor, seguidas pelas flores de corte (29,9%), flores e plantas envasadas (20,0%) e folhagens de corte (1,5%). Esses índices são considerados ainda baixos frente aos observados em grande parte dos países com mercados mais desenvolvidos e, assim, sinalizam para um importante potencial de expansão futura do mercado consumidor (JUNQUEIRA e PEETZ, 2008).

O setor de floricultura vem se tornando uma atividade extremamente importante para economia. De acordo com o Ministério da Agricultura, há 50 mil pessoas prestando serviços para 2.500 produtores do setor de flores, sendo que a maioria se encontra na categoria de pequenos e médios empresários (FLORES, 2001).

Neste sentido, é necessária uma revisão de literatura para demonstrar a evolução e o panorama da floricultura e de plantas ornamentais no Brasil, ressaltando-se a importância da produção, consumo, canais de mercado e aspectos sociais.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Geral**

Caracterizar a comercialização e o consumo de flores e plantas ornamentais, com vistas a identificar perspectivas e desafios.

### **2.2. Específicos**

Destacar a comercialização de flores e distribuição no mercado.

Identificar os Desafios que o setor da floricultura enfrenta no Brasil

Caracterizar a produção das regiões Norte, Nordeste, Sul e Sudeste.

### **3. MATERIAL E METÓDOS**

O material utilizado para obter os dados referentes a pesquisa realizada, foi extraído de diversas fontes de pesquisa, que apresentam dados das últimas décadas até os dias atuais. Dados de exportação e importação de flores e plantas, em sua maior parte foram obtidos do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Essa revisão procurou explicar e discutir o tema com base em referências teóricas publicadas em artigos, livros, periódicos e outros.

Após a coleta de dados, foi feita a leitura de todo material e a partir daí, reuniu-se as informações mais relevantes sobre o tema, para que se fizesse uma análise descritiva e se ampliasse o conhecimento sobre o assunto.

## **4. CAPÍTULO 1 - FLORICULTURA NO BRASIL**

### **4.1. Histórico da Floricultura no Brasil**

A floricultura no Brasil não é uma atividade recente, os registros mais antigos remontam no século XIX com a produção de orquídeas em Petrópolis no Rio de Janeiro, por Binot, filho do francês Jean Baptiste Binot, encarregado de projetar e executar os jardins do Palácio Imperial. (REVISTA SEBRAE DE AGRONEGÓCIOS, 2005). O orquidário possui diversas variedades de orquídeas que são exportadas principalmente para os Estados Unidos, Alemanha e Japão.

Historicamente, contudo, as raízes no Brasil vinculam-se ao segmento da fruticultura, no qual surgiram os primeiros cultivos comerciais no Estado de São Paulo (AKI e PEROSA, 2002).

A produção de rosas teve início no século XX, em uma chácara no atual bairro de Jabaquara na cidade de São Paulo, depois essa produção foi transferida pelos irmãos Boettcher para uma fazenda em Cotia, a qual foi batizada de Roselândia. (REVISTA SEBRAE DE AGRONEGÓCIOS, 2005).

Em 1948 imigrantes holandeses se instalaram no leste paulista e fundaram a Cooperativa Agropecuária de Holambra, dedicada a várias atividades entre elas as flores. Com a Cooperativa a floricultura teve outro grande impulso (VENCATO et. al, 2006).

Desde a década de 50, até muito recentemente, a floricultura empresarial e comercial praticada no Brasil concentrou-se - com a exceção de bem poucos outros polos produtivos - no Estado de São Paulo, particularmente nas regiões do entorno dos municípios de Atibaia e Holambra (AKI e PEROSA, 2002).

A produção de flores até a metade da década de 1960 era conduzida ainda de forma muito amadora. Eram cultivadas em chácaras, estavam próximas às capitais estaduais, particularmente do Sul e do Sudeste do País (VENCATO et. al, 2006).

A floricultura Brasileira contemporânea possui muitas semelhanças tecnológicas e comerciais com a olericultura, especialmente quanto à utilização do cultivo protegido, substratos e condicionalidades de solo, fertirrigação, entre outros aspectos. Costuma, inclusive, ser apontada como o segmento mais dinâmico da horticultura e, nesse sentido, indutora de mudanças, com reflexos importantes sobre o cultivo comercial de hortaliças (JUNQUEIRA, 2008).

## 4.2. Mercado de Flores e Plantas Ornamentais

O mercado de flores vem apresentando crescimento anual, tornando-se um grande segmento econômico não só no Brasil, mas no mundo. Desde a década de 90, vem apresentando um crescimento de 10% ao ano. Em 2002 calculava-se que a área destinada ao cultivo de flores em todo o mundo seria de aproximadamente 190.000 hectares. As flores e plantas ornamentais, produtos ainda considerados como bens de luxo, movimentam mundialmente cerca de 49 bilhões de dólares, desde a fase de produção até a entrega final (SEBRAE, 2002).

Em 2002 o Brasil movimentava neste mercado entre US\$ 1,00 e US\$ 1,20 milhão, como resultado de um crescimento geométrico anual de 6,26% nos últimos anos (SEBRAE, 2002).

Segundo dados do SEBRAE 2006, a floricultura no Brasil movimenta US\$ 750 milhões por ano, tem um consumo per capita de US\$ 4,70, possui 18.000 pontos de vendas em todo país e possui 28 centros atacadistas. A participação no mercado está assim distribuída 50% flores em vasos, 40% flores de corte e 10% plantas ornamentais. Esse cenário, fez com que a floricultura no Brasil, tenha investido cada vez mais em tecnologias que garantam a maior qualidade na produção, podendo assim, atender as exigências de mercado.

Analistas de mercado entendem que o potencial de consumo Brasileiro é equivalente a, no mínimo, o dobro do atual. Mesmo com este crescimento estará muito distante de nações como Suíça e Noruega, que possuem um consumo de US\$ 170 e US\$ 143 per capita ano, ou os Estados Unidos e Argentina, com US\$ 36 e US\$ 25, respectivamente (VENCATO et. al, 2006).

A floricultura no Brasil com sua grande expansão, vem ganhando uma notória competitividade no mercado, fazendo com seja ramificada por toda a extensão do país, tornando-se atualmente uma importante atividade econômica no Brasil

Quando se fala em mercado interno, as perspectivas para floricultura tendem a ser muito positivas, pois há um potencial de crescimento nesse setor, portanto, podemos considerar que o mercado interno é o principal segmento da floricultura Brasileira. A Região Sudeste é o principal centro consumidor, tendo a maior concentração no Estado de São Paulo. O Nordeste vem registrando um expressivo crescimento e a Região Norte do Brasil é possivelmente a que tem maior potencial de expansão da floricultura (BUAINAIN; BATALHA, 2007), devido as tecnologias que vem sendo adotadas, otimizando a produção.

No cenário internacional, a floricultura pode ser considerada um segmento econômico bastante dinâmico devido à magnitude do valor de sua produção e comercialização, movimentado dentro e entre as nações. O comércio internacional de produtos da floricultura movimentou US\$ 7,7 bilhões em 2000, segundo PATHFAST (2003).

O Brasil ocupa uma modesta posição no cenário internacional, situando-se em 31º e 32º no *ranking* dos países exportadores em 1999 e 2000. Em 2003, o panorama do comércio exterior de produtos da floricultura Brasileira foi muito favorável, atingindo o patamar inédito de US\$ 20 milhões em valor total exportado, com crescimento de 30% em relação a 2002. O valor da importação teve queda de 16% em 2003 e, conseqüentemente, o saldo comercial aumentou consideravelmente (86% em relação ao ano anterior), com superávit recorde de US\$ 13 milhões (SECEX, 2004)

O principal mercado consumidor mundial de flores e plantas ornamentais é a União Europeia, cujos principais fornecedores são: Holanda, Quênia, Israel, Colômbia e Espanha. A Holanda domina o mercado mundial de flores e é o maior exportador e importador de produtos da floricultura (BUAINAIN; BATALHA, 2007). Os Estados Unidos são o segundo maior mercado do continente americano, importam grandes quantidades de flores de corte da Colômbia, Equador, Costa Rica, México, República Dominicana e Guatemala (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

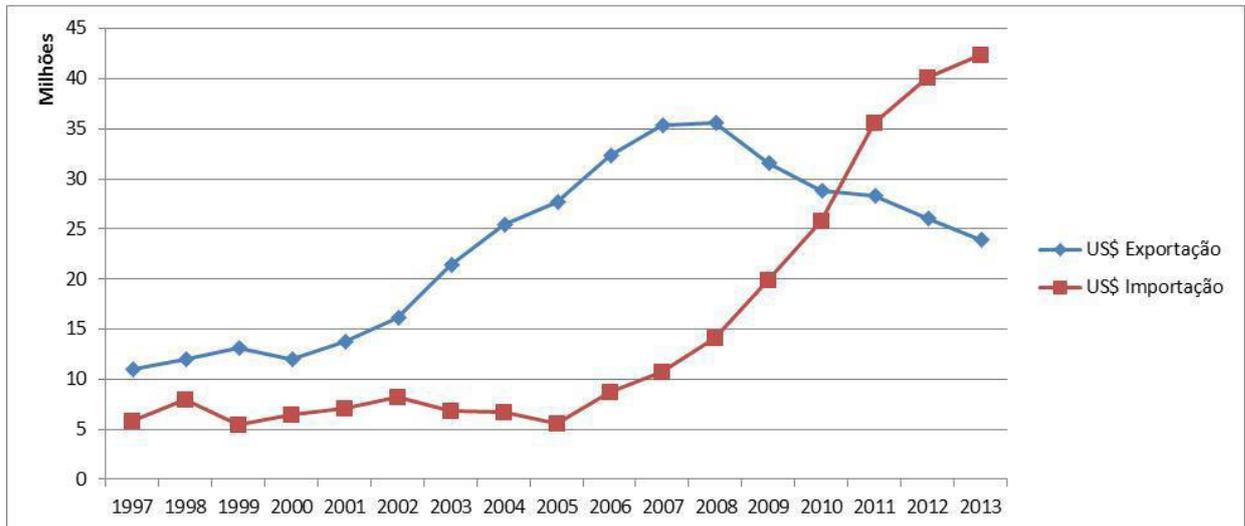
O Brasil ainda possui uma baixa participação na exportação de flores e plantas ornamentais. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Floricultura (2005), a exportação de flores Brasileiras corresponde a apenas 0,22% do mercado mundial. O Brasil exporta para 40 destinos, sendo a Holanda o maior comprador, seguido dos Estados Unidos. As flores tradicionais, como as rosas, são as espécies que são mais exportadas. As espécies tropicais mesmo que de forma pequena, vem ganhando espaço e conquistando novos consumidores. As principais características que vem proporcionando o crescimento do comércio de flores tropicais no mercado mundial de flores são: exóticidade, menos perecível e maior resistência no transporte em longas distância (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

No ano de 2011 o Brasil exportou o valor de US\$ 20.699.521, sendo 40,33% relativos a mudas de plantas ornamentais, 48,37% para bulbos, tubérculos, rizomas e similares, 3,67% flores frescas e 7,63% de outros produtos (IBRAFLOR, 2013).

Podemos observar na Figura 1 que nos anos de 2006 e 2007 as exportações tiveram o maior valor, correspondendo a US\$ 35 milhões, a partir daí as exportações obtiveram uma queda, começando a partir de 2008, devido crise econômica internacional. Com isso as exportações não puderam se sustentar da mesma forma que vinham nos anos anteriores à

crise, fazendo com que os valores de exportação começassem a cair se mantendo até os dias atuais.

Figura 1 - Balança comercial de plantas vivas e produtos de floricultura de 1977 a 2013, em milhões de dólares



Fonte: Aliceweb, 2014.

Observamos também que as importações aumentaram à medida que as exportações diminuíram, comprovando que os Brasileiros vêm consumindo mais o que diz respeito ao mercado de flores.

Além disso, cabe destacar dois fatores que vêm colaborando para esse desempenho importador. O primeiro deles é o fato de que países vizinhos de economia “florícola”, essencialmente focada no mercado internacional (especialmente Equador e Colômbia), sofrem mais intensamente os efeitos negativos da recessão global e seus produtos encontram-se mais fartamente disponíveis e acessíveis para o consumo Brasileiro.

### 4.3. Distribuição da Produção no Brasil

Em todo Brasil, dez estados produtores, liderados por São Paulo, respondem 98,5% do valor da produção de flores e plantas ornamentais, são eles: São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Pará, Pernambuco e Ceará (KIYUNA et al, 2004).

Como citado, a produção Brasileira de flores teve início no Estado de São Paulo e posteriormente foi se expandindo por todo o país. A tabela 1 apresenta a distribuição de produção de flores no Brasil, apresentando número de produtores e área cultivada dos principais Estados em 2013.

Na tabela 1, podemos observar que São Paulo é o Estado que possui maior produção em relação aos demais, com 2.248 no que diz respeito ao número de produtores, porém,

quando se trata de área cultivada, o Estado do Rio de Janeiro possui o número de 8,590 correspondendo a 49% de área cultivada. A região nordeste do país corresponde apenas 2% da produção do país. Isso ocorre devido a inúmeros fatores, como um clima favorável, assim como tecnologias para que a produção seja otimizada, pois o grande diferencial do mercado de flores é a qualidade do produto, ou seja, a beleza.

**TABELA 1.** Brasil – Número De Produtores e Área Cultivada de flores e plantas ornamentais, em Hectares, dos Principais Estados Produtores Do Brasil, 2013

Regiões/Estados	Produtores		Área Cultivada	
	Nº	%	Nº	%
<b>São Paulo</b>	2.248	28,6	2.914	21,6
<b>Rio de Janeiro</b>	1.020	13,1	8.590	48,9
<b>Rio Grande do Sul</b>	1.519	19,5	894	6,6
<b>Santa Catarina</b>	550	7,1	1.600	11,9
<b>Distrito Federal</b>	110	1,4	160	1,2
<b>Pernambuco</b>	197	2,5	184	1,4
<b>Ceará</b>	174	2,2	353	2,6
<b>Pará</b>	148	1,9	176	1,3

Fonte: EMBRAPA 2015. Hórtica Consultoria e Treinamento, 2014, a partir da coleta, consolidação, adaptação e projeções sobre estatísticas coletadas e divulgadas por Centrais de Abastecimento, Associações e Cooperativas de Produtores, Sindicatos do Comércio Atacadista e Varejista de Flores e Plantas Ornamentais, Secretarias Estaduais e Municipais de Agricultura e Abastecimento, Institutos de Pesquisa, Universidades e empresas atuantes no setor, de todo o Brasil.

Na Tabela 2 podemos observar a área cultivada com diferentes tipos de tecnologias, o campo apresenta 70% de área cultivada, seguido da estufa com 26,3% e a tecnologia menos utilizada é a de Telado, com 3,3% de produção. O estado de São Paulo como já observado na tabela anterior, detém a maior área cultivada, seguido de Santa Catarina com 11, 6% e Minas Gerais fica em terceiro lugar com 2,8%. Observa-se que que São Paulo possui 68,8% de área cultivada no campo, enquanto Santa Catarina possui 95,8% e o estado de Minas tem a maior produção de flores em Estufa, com 69%, tendo apenas 26% de área cultivada em campo.

**TABELA 2 - Área Cultivada de flores e plantas ornamentais por Técnica de Produção (em Hectare e Porcentagem) por Estado.**

Estado	Total geral		Campo	Estufa	Telado
	ha	%	%	%	%
Alagoas	66,3	1,30	97,0	1,1	2,1
Amazonas	12,1	0,24	83,5	16,5	-
Bahia	41,8	0,82	89,0	1,4	9,3
Ceará	46,9	0,92	72,9	21,7	5,3
Espírito Santo	10,0	0,20	21,0	76,0	3,0
Goiás	31,6	0,62	93,0	2,5	4,4
Minas Gerais	141,7	2,77	26,2	68,8	5,0
Pará	44,5	0,87	100,0	-	-
Paraíba	3,0	0,06	100,0	-	-
Pernambuco	53,2	1,04	83,8	12,2	4,1
Paraná	138,0	2,70	76,4	22,9	0,7
Rio de Janeiro	136,0	2,66	11,4	21,6	67,0
Rio Grande do Sul	125,6	2,45	66,3	33,6	0,2
Santa Catarina	592,5	11,58	95,7	3,7	0,6
São Paulo	3.675,10	71,81	68,8	29,7	1,4
<b>Total Geral</b>	<b>5.118,10</b>	<b>100,0</b>	<b>70,5</b>	<b>26,3</b>	<b>3,3</b>

Fonte: AKI; PEROSA,2002 a partir de dados do IBRAFLOR, 2003

Na tabela 3 feita por (PEROSA,2002), apude IBRAFLOR,2003, podemos observar a relação das técnicas de cultivo e as principais flores e plantas ornamentais utilizadas. As flores em vaso têm a maior concentração de cultivo, em estufa, cerca de 53%, enquanto as mudas de plantas ornamentais e flores de corte, são cultivadas em campo, 86% e 55%, respectivamente. As plantas ornamentais, são as que possuem maior área de cultivo, cerca de 2.579 há, seguido das flores do corte, que possuem 1.476 ha de produção em geral.

**TABELA 3 - Técnicas de Cultivo por Categoria em Porcentagem e Hectare.**

Categoria	Campo	Estufa	Telado	Total	Total
	----- ha -----			%	ha
<b>Flores de corte</b>	55,3	43,4	1,3	100,0	1.476,0
<b>Folhagem de corte</b>	64,4	31,9	3,7	100,0	134,9
<b>Flores em vaso</b>	45,1	53,3	1,7	100,0	673,0
<b>Folhagem em vaso</b>	59,7	35,6	4,7	100,0	160,2
<b>Mudas de plantas ornamentais</b>	86,2	9,0	4,8	100,0	2.579,4
<b>Outras</b>	85,6	13,5	0,8	100,0	94,70
<b>Total Geral (%)</b>	70,5	26,3	3,3	100	5.118,1
<b>Total geral (ha)</b>	3.606,9	1.343,9	167,3	-	5.118,1

Fonte: AKI; PEROSA, 2002 a partir de dados do IBRAFLOR, 2003

A adoção de tecnologia de ponta ainda é pouco implementada no processo produtivo pelos floricultores. A mesma apesar de disponível, é utilizada por uma minoria, uma vez que a maioria dos produtores utiliza ainda tecnologias rudimentares (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

Podemos observar na tabela 4, a geração de empregos no setor. O estado de São Paulo tendo a maior área cultivada, também é o estado que mais emprega, entretanto, mesmo tendo o maior número de propriedades, a geração de emprego por propriedade é menor, tendo também o menor número de empregos gerados por hectare. O Ceará por sua vez, possui um número de propriedades equivalente a 24, tendo o número de empregos gerado por propriedade e por hectare maior que os demais estados. Isso ocorre, devido o estado de São Paulo utilizar mais tecnologias, que diminuem a necessidade de mão de obra.

O Estado de São Paulo é responsável pela geração de 13.847 empregos nessa atividade, sendo, desse total, 97% de empregos permanentes, 85% constituídos de mão-de-obra contratada e 15%, familiar (AKI; PEROSA, 2002).

Dados de 2012 do Ibraflor mostram que o setor de flores empregou, de forma direta, 206 mil pessoas. Desse total, 102.000 (49,5%) na produção, 6.400 (3,1%) na distribuição, 82.000 (39,7%) no varejo e 15.600 (7,7%) em outras funções, principalmente de apoio. Segundo dados do Ibraflor (2013), desde 2006 o segmento de flores tem registrado 15 a 17% em valor; sendo que em 2013 de R\$ 5,2 bilhões.

**TABELA 4 - Emprego Gerado no Setor, por Estado.**

<b>Estado</b>	<b>Propriedades</b>	<b>Área cultivada</b>	<b>Empregos gerados</b>	<b>Empregos por propriedade</b>	<b>Empregos por ha</b>
	N°	ha		N°	
<b>Alagoas</b>	33	66,3	230	7,0	3,5
<b>Ceará</b>	24	46,9	545	22,7	11,6
<b>Goiás</b>	5	31,6	91	18,2	2,9
<b>Minas Gerais</b>	86	141,7	1.181	13,7	8,3
<b>Pará</b>	11	44,5	159	14,5	3,6
<b>Pernambuco</b>	25	53,2	219	8,8	4,1
<b>Paraná</b>	121	138,0	719	5,9	5,2
<b>Rio de Janeiro</b>	25	136,0	282	11,3	2,1
<b>Rio Grande do Sul</b>	52	125,6	820	15,8	6,5
<b>Santa Catarina</b>	114	592,5	815	7,1	1,4
<b>São Paulo</b>	819	3.675,1	13.847	16,9	3,8
<b>Total</b>	1.356	5.118,1	19.192	14,2	3,7

Fonte: IBRAFLOR, 2003.

## **5. CAPÍTULO 2 - COMERCIALIZAÇÃO E CONSUMO DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS**

O cultivo de plantas ornamentais refere-se à produção de plantas que tem como objetivo embelezar, decorar o ambiente. São inclusas todas as plantas de floricultura ou culturas de viveiro, arbustos, árvores de pequeno porte e gramas (Oliveira & Brainer, 2007).

O destino da produção de flores e plantas ornamentais do produtor até o consumidor final passa por diferentes veículos de comercialização, sendo o atacado especializado, varejo (floriculturas e autosserviços) e terceiro setor (paisagismo e decoração), os principais meios de acesso e comercialização dos produtos florícolas (SEBRAE, 2015).

A comercialização eficiente exige estruturação logística, nos quais os cuidados com transporte, armazenamento, conservação, comunicação entre clientes e transferência de posse de mercadorias são muitas vezes gargalos que impedem o avanço e modernização da atividade de produção de flores e plantas ornamentais (SEBRAE, 2015).

Em termos nacionais, os principais locais de comercialização são as Ceasas localizadas nas 16 capitais estaduais e ou nas regiões metropolitanas (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008).

Os atacadistas possuem fundamental importância na cadeia produtiva, haja vista a pulverização produtiva e o tamanho dos produtores em geral, exercendo a função de disseminação de flores e plantas ornamentais (OCESP, 2015).

O varejo é o setor da cadeia produtiva que emprega o maior número de trabalhadores, respondendo pelo total de 120 mil trabalhadores, onde cada ponto de venda possui, em média, 5,71 funcionários (IBRAFLOR, 2015). O consumo médio anual do Brasileiro com flores e plantas ornamentais, segundo SEBRAE (2015) está em R\$ 26,27, consumo considerado baixo em comparação com países em condições semelhantes ao Brasil.

O mercado nacional de flores e folhagens de corte é concentrado majoritariamente na região Sudeste, que obteve participação percentual relativa de 83,02% em 2013. A ela se seguiram, pela ordem decrescente de importância: Nordeste (9,92%), Sul (2,90%), Norte (2,62%) e Centro-Oeste (1,54%). (SEBRAE, 2015)

Na tabela 5, podemos observar, que a região Sudeste, tem maior participação na produção de flores e folhagens de corte e também no setor de flores e plantas envasadas, sendo que a produção de plantas para paisagismo tem o menor percentual para essa região, em contra partida, ela se encontra com maior participação nas regiões Centro-Oeste e Norte do País.

**TABELA 5 - Brasil – Participação Percentual Relativa das Macrorregiões Geográficas no Mercado dos Diferentes Segmentos do Mercado de Flores e Plantas Ornamentais, em 2013.**

Regiões	Setores (%)		
	Flores e Folhagens de corte	Flores e plantas envasadas	Plantas para paisagismo e jardinagem
Sudeste	83,02	83,48	60,41
Sul	2,90	8,12	16,57
Centro-Oeste	1,54	1,14	9,95
Nordeste	9,92	6,87	9,51
Norte	2,62	0,39	3,56
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: SEBRAE, 2015.

As plantas envasadas apontam uma crescente importância no que se diz respeito ao consumo das flores, devido a relação de custo x benefício das espécies cultivadas, frente aquelas já cortadas que são oferecidas no mercado. Esse favorecimento, ocorre devido aos menos custos, como também a maior durabilidade e a praticidades que essas plantas envasadas possuem. No Brasil, o segmento das flores e plantas envasadas vem sendo puxado fundamentalmente pelas orquídeas, cujos desempenhos produtivo e comercial têm se revelado decisivamente surpreendentes. Cabe registrar também que os produtores têm respondido atentamente ao crescimento vigoroso deste mercado, introduzindo um grande número de novidades em espécies e cultivares a cada ano (SEBRAE,2015).

As plantas ornamentais que são destinadas ao paisagismo e jardinagem, continuam sendo destaque e tendo um maior percentual de movimentação financeira global da cadeia produtiva de plantas ornamentais no Brasil.

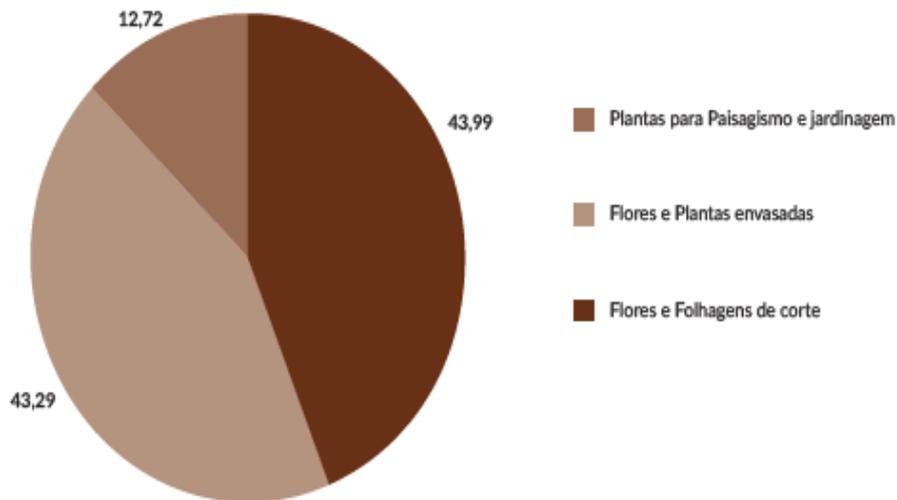
### **5.1. Setor Atacadista de Flores no Brasil**

A comercialização atacadista formalizada de flores no Brasil, tem sua concentração no estado de São Paulo. Em todo o Brasil a cerca de 30 centros de distribuição atacadista de flores e plantas ornamentais, sendo que a metade se localiza no Estado de São Paulo.

O mercado atacadista normatizado de flores e plantas ornamentais, é composto por produtos classificados nas categorias de flores e folhagens de corte e flores e plantas envasadas. Na figura 2, podemos observar que essas categorias tiveram uma composição

percentual muito próxima, 43,99% e 43,29%, respectivamente. As plantas para paisagismo e jardinagem, ficaram apenas com 12,72 % do percentual de mercado.

Figura 2 — Brasil – Composição percentual relativa do mercado de flores e plantas ornamentais normatizado, segundo categorias de produtos, em 2013 (em %).



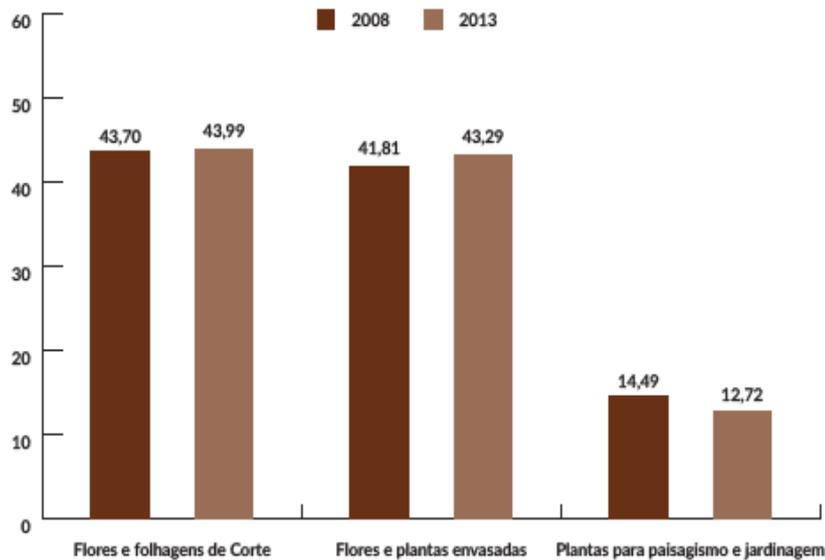
Fonte: EMBRAPA 2015. Hórtica Consultoria e Treinamento, 2014, a partir da coleta, consolidação, adaptação e projeções sobre estatísticas coletadas e divulgadas por Centrais de Abastecimento, Associações e Cooperativas de Produtores, Sindicatos do Comércio Atacadista e Varejista de Flores e Plantas Ornamentais, Secretarias Estaduais e Municipais de Agricultura e Abastecimento, Institutos de Pesquisa, Universidades e empresas atuantes no setor, de todo o Brasil.

Na figura 3, mostra que há pequenas alterações em relação a evolução do mercado atacadista normatizado nos últimos cinco anos, no período de 2008 a 2013. As flores de plantas envasadas cresceram uma proporção considerável, passando de 41,81% para 43,29%, as flores e folhagens não tiveram uma alteração significativa, tendo seu aumento praticamente inalterado, passando de 43,70% para 43,99%. As plantas ornamentais para paisagismo e jardinagem tiveram um decréscimo nos anos que foram analisados, decaindo de 14,49% para 12,72%.

Para as flores envasadas, essa movimentação está relacionada a produção e ao consumo nacional. Em relação ao setor de plantas ornamentais para paisagismo, a perda gradual se refere ao fortalecimento e crescimento dos Garden centers nas capitais e grandes cidades Brasileiras o que vem redirecionando parcelas do fluxo de compradores dos principais centros de comercialização. (EMBRAPA, 2015), há também um crescimento nas compras e entregas diretas de plantas ornamentais nos projetos paisagísticos de grande porte, o que ocasiona na diminuição na intermediação do comércio atacadista. As flores e plantas

envasadas vem crescendo no mercado, devido a procura para projetos de paisagismo e jardinagem profissional.

Figura 3 — Brasil – Evolução da composição relativa do mercado atacadista normatizado



Fonte: EMBRAPA 2015. Hórtica Consultoria e Treinamento, 2014.

O setor atacadista tem como função centralizar e concentrar a produção, favorecendo os processos de regularização da oferta de formação de preços. Além de distribuírem as mercadorias transacionadas para os mercados locais e do entorno, podem representar ainda, importante papel na organização e fluxos de abastecimento de longa e média distância. (SEBRAE, 2015).

Para que se tenha uma comercialização atacadista eficiente, é necessário investir na logística, como por exemplo, em técnicas de operações. Transporte e estocagem. Esses quesitos são extremamente importantes para que se tenha sucesso no mercado de atacado. A falta de mão de obra especializada, também é um fator agravante, pois é necessário que haja um conhecimento sobre as exigências e tratos pós-colheita desses produtos, que são delicados e perecíveis.

Cada país, estado ou região, tem uma forma de comercialização, isso vai depender da cultura e demanda do mercado. A Holanda, como maior centro produtor e exportador do mundo, comercializa mais de 80,0% de sua produção por meio de leilões diários (*Veiling*), tornando-se o principal centro formador de preços do mercado europeu. (EMBRAPA, 2015).

No Brasil, as principais formas de comercialização em atacado, são através de vendas a partir de leilões, comercialização virtual, por meio de contratos e distribuição em centrais de abastecimento (EMBRAPA, 2015). Na comercialização virtual, há um banco de dados

informando os produtos disponíveis em estoque. É um sistema onde os produtores disponibilizam as informações sobre o produto, como quantidade, preço de entrega, qualidade do produto. A venda online, ou seja, via internet está num processo de desenvolvimento constante e está fazendo com que as empresas que atuam como comissionadas (comprando para outros) tiveram que mudar sua forma de operar, com enfoque principal para qualidade e excelência em atendimento. (IBRAFLOR, 2017)

Existe também a comercialização por meio de contratos, que podem ser de curto, médio e longo prazo, esse meio de comercialização tem uma vantagem, pois há uma garantia tanto para o produtor quanto para o cliente, pois o produtor pode programar a sua produção embasada nos contratos fechados, e os clientes podem fixar o valor do produto. A comercialização através de Ceasas, consiste na forma de comercialização mais antiga, os produtores ficam em uma local com seus produtos expostos aos clientes, nas ceasas, os produtores atendem tanto clientes atacadistas, quanto varejistas.

Os mercados atacadistas estão concentrados na região de São Paulo, os principais centros de distribuição são: A cooperativa Veiling Holambra, que é o principal centro de comercialização de flores da América do Sul; a CEAGESP que reúne cerca de 1.100 produtores, onde o mercado de flores e plantas ornamentais tem uma distribuição percentual relativa dos diferentes grupos do setor mostrou a seguinte composição: flores e folhagens de corte, 54,07%; flores e plantas envasadas, 32,01%; e plantas para paisagismo e jardinagem, 13,92%. (CEAGESP, 2014). A CEASA/campinas possui o maior mercado permanente de flores e plantas ornamentais. O mercado disponibiliza mais de 20 mil itens de flores/plantas ornamentais e outros 5 mil produtos acessórios para decoração, paisagismo (CEASA CAMPINAS, 2012). Esses são os principais mercados atacadistas do Brasil, os dados de comercialização nesses mercados são baseados nas informações fornecidas por eles mesmos.

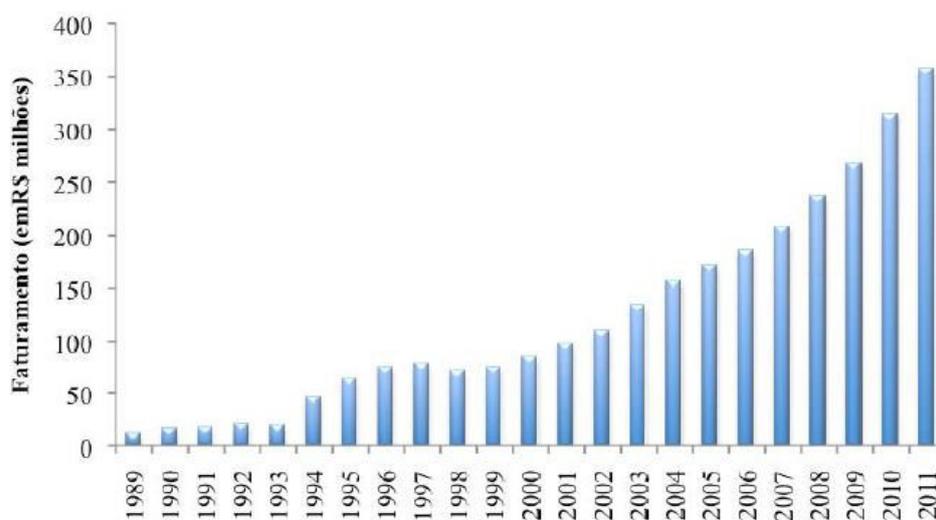
Figura 4 – CEASA CAMPINAS. Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais, 2014



Fonte: Ceasa Campinas (divulgação)

Podemos observar que a Veiling Holambra apresenta uma trajetória de crescimento ascendente, em 1989 obteve um faturamento anual de mais ou menos 12 milhões e 22 anos depois tendo um faturamento 357 milhões, quase 3% de crescimento (Figura 4).

Figura 5 – Faturamento da cooperativa Veiling Holambra.



Fonte: Holambra, 2012

A Veiling Holambra foi inaugurada em 2001, antes, a comercialização de flores e plantas ornamentais era realizada pela Cooperativa Agropecuária de Holambra sob a responsabilidade de seu Departamento de Flores. Desde então, o crescimento médio de seu faturamento anual é próximo a 14%. O Veiling é voltado exclusivamente para a comercialização de flores e plantas ornamentais, onde acontece a venda dos produtos para distribuidores, atacadistas e profissionais do setor que abastecem o mercado nacional e internacional com flores e plantas de variadas espécies. (EMBRAPA, 2015).

Figura 6 – Leilão de flores na cooperativa Veiling Holambra (Santo Antônio de Posse, SP)



Fonte: Holambra, divulgação.

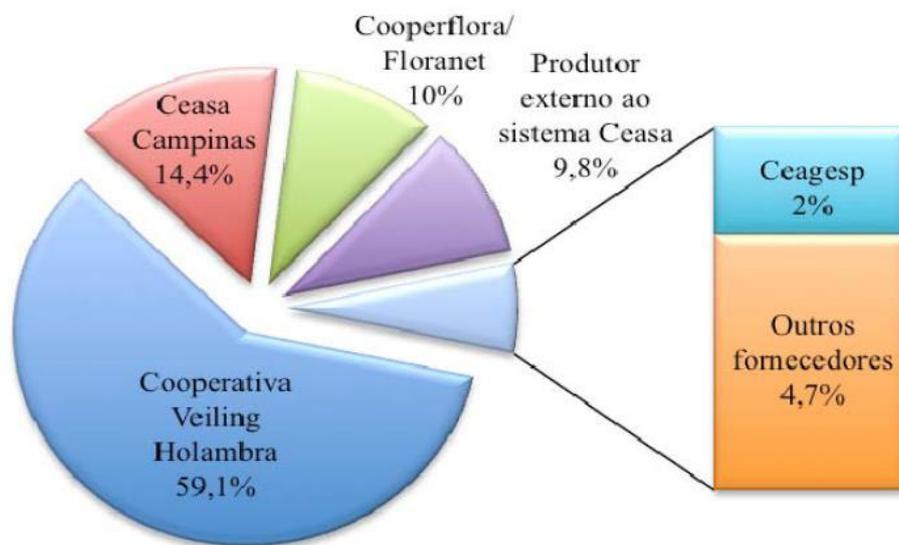
A Figura 8 representa a participação dos canais de distribuição de flores e plantas ornamentais, onde percebe-se que a Veiling Holambra é fonte de 59,1% das mercadorias adquiridas pelos atacadistas, enquanto a CEASE/Campinas, possui apenas 14,4% dessa participação. A CEAGESP-ETSP, embora movimente um grande volume de mercadoria (CEAGESP, 2012 a), ela tem uma pequena participação nesse canal de distribuição, apenas 2% dos atacadistas adquirem suas mercadorias.

Figura 7 - CEAGESP/entrepósito terminal de São Paulo



Fonte: SEBRAE, 2015.

Figura 8 – Participação (%) dos canais de abastecimento no fornecimento de flores e plantas ornamentais aos atacadistas no Brasil.



Fonte: SILVA, 2012.

## 5.2. Setor Varejista de Flores no Brasil

A venda tradicional de flores está baseada na aquisição de clientes. Isso significa fazer vendas em datas específicas, para desconhecidos, que compram por necessidade social, por motivação pontual. (IBRAFLOR 2017). As lojas de flores precisam buscar melhorias

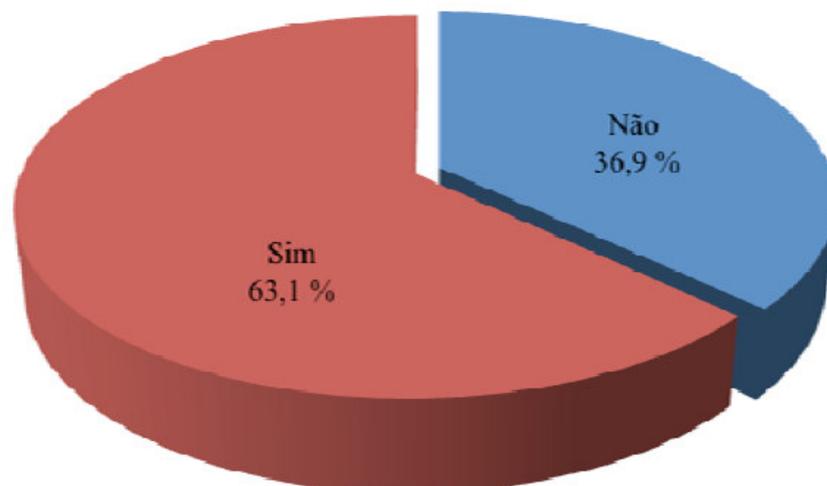
constantemente, investindo em um ambiente que chame a atenção do consumidor, fazendo com que o seu interesse em adquirir flores não acabe.

A distribuição varejista de flores e plantas ornamentais, via floriculturas formalizadas<sup>1</sup>, em todo o Brasil conta com cerca de 18 mil pontos de venda. (EMBRAPA 2015). Para que o mercado varejista sobreviva, é necessário promover mudanças constantes, como por exemplo, investir em tecnologias de comercialização, especialização dos tipos de produtos e os serviços que são oferecidos para clientela.

O segmento de autosserviço, constituído pelo varejo supermercadista é atendido por 25,2% dos atacadistas. Observa-se, nos últimos anos a expansão do setor de flores e plantas ornamentais dentro de grandes redes supermercadistas. (SILVA, 2012).

Observamos na figura 8, a opinião dos atacadistas em relação a influência do autosserviço na formação dos preços de flores e plantas ornamentais no mercado como um todo. 63,1% dos entrevistados, concordaram que as redes supermercadistas influenciam nos preços praticados pelo mercado.

Figura 8 – Influência das grandes redes varejistas na formação dos preços de mercado de flores e plantas ornamentais no Brasil.



Fonte: SILVA, 2012

A comercialização de flores e plantas ornamentais pelo canal supermercadista no Brasil tem apresentado um crescimento médio de 15% a 20% ao ano, ao longo dos últimos anos e, atualmente, já chega a representar 10% do mercado total do varejo florícola em todo o País. (EMBRAPA, 2015). O autosserviço é um veículo indutor de novos hábitos de consumo, se tornando um aliado para a expansão do mercado de floricultura no Brasil. O crescimento

desse canal da distribuição final de flores se deve a diversos fatores, como a capacidade de se ofertar preços mais baixos o que acaba sendo atrativo para os consumidores, o forte incentivo ao consumo dessas mercadorias, já que elas são expostas frequentemente nas lojas.

Os supermercados de flores, vem investindo em treinamento dos profissionais do setor, para que haja crescimento no interesse dos clientes, se tornando cada vez mais ativos no que se diz respeito a compra de flores, fazendo com que os produtos se tornem mais atrativos, através de criação de promoções, exposição de flores e plantas ornamentais, como a realização de feiras etc.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor da floricultura e plantas ornamentais teve início no século XIX com vinda do botânico francês Binot para projetar e executar o jardim do palácio Imperial em Petrópolis/RJ com destaque para o cultivo das orquídeas. Havendo a introdução de rosas pelos imigrantes japoneses e holandeses.

O mercado interno de flores e plantas ornamentais teve um avanço a partir da década de 90, adotando-se novas tecnologias de plantio. No ano de 2002, o consumo aumentou, sendo que em 2006, constatou-se que o consumo per capita ficou em torno de US\$ 4,7 resultando em 18 mil lojas no varejo e 28 lojas no atacado.

O mercado externo evoluiu a partir de 1999 ocupando o 32º de países exportadores e no ano de 2006 ganhou destaque na exportação de flores, atingindo um patamar inédito de US\$ 35 milhões.

O estado de São Paulo, possui a maior produção de flores e plantas ornamentais, correspondendo a 2.248 número de produtores, sendo responsável pela maior geração de emprego nessa atividade, tendo 97% de empregos permanentes.

A comercialização atacadista formalizada, tem sua concentração no estado de São Paulo, onde os principais centros de distribuição são: A cooperativa Veiling Holambra, CEAGESP e a CEASA/campinas.

A comercialização varejista formalizada no Brasil conta com cerca de 18 mil pontos de venda, sendo que o segmento de autosserviço pelo canal supermercadista cresce em média 20% ao ano, representando 10% do mercado total do varejo florícola em todo o País.

## REFERÊNCIAS

- ACCARINI, J. Honório. **Economia rural e desenvolvimento**, 1987.
- AKI, A; PEROSA, J.M.Y. **Aspectos da produção e consumo de flores e plantas ornamentais no Brasil**. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, Campinas, v.8, n.1/2, p.13-23, 2002.
- ALICEWEB - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR (MDIC). **ALICEWEB-06- Plantas vivas e produtos de floricultura**. Disponível em: <<http://aliceweb2.desenvolvimento.gov.br//consulta-ncm/consultar>>. Acesso em: 04/10/2018.
- BATALHA, Mário Otávio; BUAINAIN, Antônio Márcio. **Cadeias produtivas de flores e mel**. Brasília: IICA: MAPA/SPA, 2007.
- BONGERS, F.J.G. **Informativo IBRAFLOR**. Holambra, 2000.1-10 p
- CASTÂN, J.; FOGAÇA, L.A.; STEIN, M.N.; OTTMANN, M.M.A. **Flora Catarina: uma história da nossa floricultura**. Joinville: Soluções e Informática, 2006. 100 p.il.
- CEASA CAMPINAS. **Maior mercado permanente da América Latina**. Disponível em: [http://www.CEASAcampinas.com.br/novo/Inst\\_Flores.asp](http://www.CEASAcampinas.com.br/novo/Inst_Flores.asp)>. Acesso em: 18/09/2018.
- COMPANHIA DE ENTREPÓSITOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO – CEAGESP: *Séries estatísticas de comercialização no Mercado de Flores e Plantas Ornamentais*, 2000-2014.
- COMPANHIA DE ENTREPÓSITOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO – CEAGESP: **Entrepósitos atacadistas**. 2012 a. Disponível em: <http://www.ceagesp.gov.br/atacado/> Acesso em: 28/09/2018.
- Flores e plantas ornamentais (2001)**. **Agronegócios**. Disponível em: [http://www1.bb.com.br/por\\_noticias\\_publicacoes/rce\\_pubRCEfichaartigo](http://www1.bb.com.br/por_noticias_publicacoes/rce_pubRCEfichaartigo). Acesso em: 18/09/2018.
- GOMES, A. R. M. **Estimativa da evapotranspiração e coeficientes de cultivo da helicônia sob diferentes níveis de adubação e espaçamento na região de Paraipaba**CE. Fortaleza: UFC, 2004. 75p.:il. (DISSERTAÇÃO DE MESTRADO).
- IBRAFLOR (INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA) **Números do setor 2012**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/>>. Acesso em: 18/09/2018.
- IBRAFLOR (INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA) **Números do setor 2013**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/>>. Acesso em: 18/09/2018.
- IBRAFLOR. **Números do setor**, 2014. Disponível em: <[http://www.ibraflor.com/ns\\_mer\\_interno.php](http://www.ibraflor.com/ns_mer_interno.php)>. Acesso em: 18/09/2018
- IBRAFLOR. **Mercado Interno 12.2014**. Holambra, SP: IBRAFLOR, 2015.

IBRAFLOR (INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA) **Números do setor 2017**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/>>. Acesso em: 20/10/2018.

JARDIM DE OPORTUNIDADES. **Revista SEBRAE de Agronegócios**. n.1. outubro,2005.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. **Visão global: a cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais no Brasil caminha a passos largos na implantação de um padrão internacional de gestão**. Revista Cultivar HF, Pelotas, Ano VI, n.34, p.38, outubro/novembro 2005b.

JUNQUEIRA, A. H. PEETZ, M. S. **As flores Brasileiras em 2007**. Tecnologias de Produção HFF & Citrus, Santo Antonio de Posse, SP, Ano III, 17/18. ed., p. 26-30, especial dez. 2006a

JUNQUEIRA, A.; PEETZ, M. **Exportações de flores e plantas ornamentais superam US\$ 35 milhões em 2007: recorde e novos desafios para o Brasil** -análise conjuntural da evolução das exportações de flores e plantas ornamentais do Brasil no período de janeiro a dezembro de 2007. São Paulo, 2008. Disponível em: <[http://www.hortica.com.br/artigos/Balanc\\_Floricultura\\_2007.pdf](http://www.hortica.com.br/artigos/Balanc_Floricultura_2007.pdf) >. Acesso em: 05/09/2018

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. **Mercado interno para os produtos da floricultura Brasileira: características, tendências e importância socioeconômica recente**. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, Campinas, v. 14, n. 1, p. 37-52, 2008.

OLIVEIRA, A. A. P.; BRAINER, M. S. Série documentos do ETENE, n.16, **Floricultura: Caracterização e mercado, Banco do Nordeste do Brasil**. Fortaleza, 2007.180 p.

PATHFAST. **World Exporters of Floricultural Products**. Disponível em: <http://www.pathfastpublishing.com/ITS20/ITS21/1%20CONTENTS%202001.htm>.

REBOUÇAS, **Alcebiádes. Produção Brasileira de Flores** (segundo IBRAFLOR). Disponível em: [www.uesb.br](http://www.uesb.br). Acesso em: 20/09/2018

SEBRAE-PE. **Floricultura em Pernambuco**. Recife, 2002. (Série Agronegócio).

SEBRAE. **Flores e Plantas ornamentais do Brasil: Série estudos mercadológicos; Vol. 2**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> Acesso em: 20/09/2018

SEBRAE. **Flores e Plantas ornamentais do Brasil: Série estudos mercadológicos; Vol. 3**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> Acesso em: 20/09/2018

SEBRAE. **Flores e Plantas ornamentais do Brasil: Série estudos mercadológicos; Vol. 1**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> Acesso em: 20/09/2018

SECEX: Secretaria de Comércio Exterior. **Exportação e importação Brasileira de plantas vivas e produtos de floricultura**, 1989-2003. Disponível em: [http://aliceweb.mdic.gov.br/consulta\\_nova/resultadoConsulta.asp](http://aliceweb.mdic.gov.br/consulta_nova/resultadoConsulta.asp). Acesso em: 15/09/2018

SILVA, Lucas Carvalho e. **Caracterização do setor atacadista de flores e plantas ornamentais no Brasil** – Lavras: UFLA, 2012. 135p.:il.

VENCATO, Ângela. et. al. **Anuário Brasileiro das flores 2006**. Santa Cruz do Sul: **Gazeta Santa Cruz**, 2006.

VEILING HOLAMBRA. **RES: dados da Cooperativa Veiling Holambra**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por [lucaslcs2004@yahoo.com.br](mailto:lucaslcs2004@yahoo.com.br) em 23 jan. 2012.

