UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

PIMES - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA
MESTRADO EM ECONOMIA: ÁREA DE COMÉRCIO EXTERIOR E RELAÇÕES INTERNACIONAIS.

A EVOLUÇÃO DA FLORICULTURA PERNAMBUCANA: UM NOVO PRODUTO NA PAUTA DE EXPORTAÇÕES DO ESTADO

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA À UFPE
PARA OBTENÇÃO DE GRAU DE MESTRE
POR

MARIANA HIGINO LOMACHINSKY

Orientador: Prof. Olímpio Arroxelas Galvão Ph.D

Recife, Agosto / 2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
PIMES/ PROGRAMA DE PÓS-GRADAÇÃO EM ECONOMIA

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DO MESTRADO PROFISSIONAL EM ECONOMIA DE

MARIANA HIGINO LOMACHINSKY

A Comissão Examinadora composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a candidata **APROVADA.**

Recife, 16/09/2005

Prof. Dr Olímpio José de Arroxelas Galvão
Orientador

Prof. Dr. Ecio de Farias Costa
Examinador Interno

Prof. Dr. Tales Wanderley Vital
Examinador Externo/UFRPE

Aos meus filhos, Rodrigo e Gabriela,

aos meus Pais, Ana e Saulo e ao meu Marido Sérgio .

"Quando digo que acabei de vir de algum lugar, não me compreendas ao pé-da-letra, pois posso estar chegando de algum lugar de mim mesma".

Marie Salaraise

Labirintos do Devir, séc. XVIII d.C.

AGRADECIMENTOS

Ao Orientador pela paciência e por incentivar a conclusão da dissertação.

RESUMO

Esta dissertação mostra a cadeia de suprimento do agronegócio da floricultura no mundo. Destaca os principais países exportadores e importadores e a posição do Brasil em relação ao comércio mundial de flores e plantas ornamentais.

Apresenta no quadro nacional o Estado de Pernambuco como o principal produtor de flores da espécie tropical e a sexta posição na produção das flores da espécie temperada, em virtude da sua localização em relação aos mercados consumidores e a fatores climáticos que possibilitam a produção de flores o ano inteiro.

Mostra a evolução da atividade produtiva local e as principais informações sobre o desenvolvimento da cadeia e seu potencial exportador, enfatiza as potencialidades e os problemas encontrados no Estado tanto pelos produtores como falta de financiamento e de logística quanto pelos consumidores locais que desconhecem as flores tropicais.

ABSTRACT

This dissertation presents the flowers agribusiness supply chain in the world. Shows the most important exporters and importers countries and the Brazilian position in the world business of ornamental flowers and plants.

Presents the State of Pernambuco as the most important tropical flowers producer in Brazil and the sixth in temperate flowers, thanks to its location close to the consumer market and climatic aspects that allows a whole year production.

Shows the local productive activity evolution and the main information about the chain development and its exportation potential. Emphasizes the potentialities and problems faced by the state producers, as lack of founds and logistic, and by the local consumers that are not much aware about tropical flowers.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 15

1.1 Justificativa 15

1.2 Objetivos 15

1.2.1 Objetivo Geral 15

1.2.2 Objetivos Específicos 16

1.3 Metodologia 16

1.4 Estrutura do Estudo 17

2 CADEIA DE SUPRIMENTO DO AGRONEGÓCIO FLORICULTURA 18

3 PRODUÇÃO E COMÉRCIO NO MUNDO E NO BRASIL 23

3.1 Panorama Internacional 23

3.2 Panorama Nacional 27

3.2.1 Marcos na História da Floricultura no Brasil 27

3.2.2 Cenário Atual da Floricultura no Brasil 29

3.2.2.1 Produção 29

3.2.3 Indicadores de Comércio 34

4 A EVOLUÇÃO DA FLORICULTURA PERNAMBUCANA 42

4.1 Caracterização da demanda 42

4.2 Análise da Competitividade da Floricultura no Estado de Pernambuco 45

4.2.1 Perfil e Desempenho da Cadeia da Logística 45

4.2.2 Situação Competitiva da Cadeia Local 52

5 FLORES TROPICAIS EM PERNAMBUCO 59

5.1 Um novo produto na pauta de exportações 59

5.2 Ações para o crescimento da atividade no Estado de Pernambuco 63

6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES 66

6.1 Considerações Finais 66

6.2 Limitações da Pesquisa 68

6.3 Recomendações a trabalhos futuros 69

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 70

ANEXOS 72

LISTA DE FIGURAS

Figura 3.1 - Principais Países Exportadores de Produtos de Floricultura no Mundo *25*

Figura 3.2 - Principais Países Importadores de Produtos de Floricultura no Mundo. *27*

Figura 3.3 - Mapa dos pólos de produção Brasileiros..... *31*

Figura 3.4 - Regionalização da floricultura Brasileira *32*

Figura 4.1 - Municípios de Pernambuco produtores de Flores Tropicais..... *48*

LISTA DE TABELAS

Tabela 2.1 - Distribuição dos Mercados por Região de Interesse *20*

Tabela 3.1 - Distribuição da Produção de Flores no Brasil por Região/Estado em 2001..... *30*

Tabela 3.2 – Exportações Brasileiras de Flores e seus Botões, Frescos, por País de Destino - 2003 e 2004..... *36*

Tabela 3.3 - Brasil: Exportação de Plantas vivas e produtos de floricultura – 1994/2004 ..... *39*

Tabela 3.4 - Gastos per capita ano com flores no Brasil e outros países, em 1994 e 1998 (em US$)..... *40*

Tabela 4.1 -Renda Média Domiciliar Per Capita Anual..... *43*

Tabela 4.2 - Divisão de Classes Sociais e a Estimativa de Consumo ao Ano de Flores das Famílias da Região Metropolitana do Recife. *43*

Tabela 4.3 - Linha de Pobreza no Brasil e em Pernambuco *44*

Tabela 4.4 - Produto por Número de Produtor em Pernambuco. *46*

Tabela 4.5 - Área Cultivada por Segmento Produto em Pernambuco. *46*

Tabela 4.6 - Municípios e Números de Produtores de Flores Tropicais em Pernambuco...... *47*

Tabela 4.7 - Tamanho das Propriedades produtoras de Flores Tropicais em Pernambuco..... *49*

Tabela 4.8 - Percentual do Grau de Instrução do Produtor de Flores em Pernambuco *51*

Tabela 4.9 - Condições de Posse da Terra dos Produtores de Flores em Pernambuco *51*

Tabela 4.10 -Local de Residência dos Produtores de Flores em Pernambuco..... *52*

Tabela 4.11 - Principais segmentos Consumidores de Flores Tropicais e Temperadas em Pernambuco..... *54*

Tabela 4.12 - Distribuição do Setor Varejista em Pernambuco...... *55*

Tabela 4.13 - Origem do Produto Comercializado em Pernambuco. *56*

Tabela 5.1 - Pernambuco: Exportação de Plantas vivas e produtos de floricultura – 2000/2004..... *61*

Tabela 5.2 - Pernambuco: Exportação de Flores e seus botões, frescos ou secos, para buquês – 2000/2004..... *61*

LISTA DE QUADROS

Quadro 4.1 - Pernambuco - municípios produtores de flores tropicais, por região. *48*

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1 - Exportações Brasileiras de flores e seus botões, frescos e secos – 1994/2004 39

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento

MDIC - Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio

APEX - Agência de Promoção de Exportações do Brasil

IPA - Empresa Pernambucana de Pesquisa Agropecuária

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

IBRAFLOR - Instituto Brasileiro de Floricultura

RECIFLORA - Associação dos Produtores de Flores Tropicais de Pernambuco

FLOREXPORT - Associação dos Produtores de Flores de Petrolina

AMA - Associação dos Produtores de Flores e Plantas Tropicais da Mata Atlântica de Pernambuco.

FLORAPE - Associação dos Floricultores do Agreste de Pernambuco.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Justificativa

O interesse em estudar o mercado de flores tropicais se justifica pela crescente participação do Estado de Pernambuco no volume da produção brasileira de flores tropicais. O cultivo de plantas tropicais tem tomado um novo rumo nos últimos anos despertam nos agricultores que vêem na atividade uma oportunidade a mais de renda, tendo em vista que o mercado é bastante promissor.

Outro aspecto ainda a considerar é a importância de melhor compreender os fatores que estão propiciando ou dificultando o crescimento da floricultura pernambucana, com ênfase principalmente das perspectivas oferecidas pelo comércio internacional, possibilitando assim que instrumentos sejam previamente pensados para transpor as deficiências e alcançar o máximo desenvolvimento desejado da atividade no Estado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo principal desta dissertação é analisar a evolução da floricultura no Estado de Pernambuco ao longo dos anos, dando ênfase aos aspectos relacionados à comercialização de flores, em especial os dados sobre o cultivo da espécie tropical.

Analisar a estrutura do mercado interno, assim como o externo, investigando seus possíveis reflexos na geração de emprego e renda contribuindo para a diversificação da balança comercial pernambucana, assim como no desenvolvimento da economia do Estado.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para alcançar tal proposição os objetivos específicos são:

- Analisar e classificar o mercado mundial de flores.
- Identificar o mercado de flores no Brasil.
- Caracterizar os agentes que atuam no mercado brasileiro e identificar os problemas do setor.
- Estudar a oferta e a demanda de flores tropicais de corte em Pernambuco.
- Apresentar a evolução das exportações de Pernambuco.
- Identificar os entraves ao desenvolvimento da floricultura no Estado de Pernambuco.

1.3 Metodologia

Esta dissertação foi pensada não só para fazer uma pequena reunião da teoria sobre o assunto como também para fundamentar, dentro dos limites de uma dissertação de mestrado, a evolução de uma atividade produtiva em expansão, e para qual o Estado de Pernambuco reúne todas as condições necessárias, sejam elas climáticas, geográficas ou de logística para o aproveitamento da mesma inclusive como complemento a atividade da monocultura da cana-de-açúcar e como propulsora do desenvolvimento sustentável.

O estudo foi realizado com base na investigação de fontes secundárias e também de artigos e textos disponíveis na rede mundial de computadores. Como ponto de partida, buscou-se constituir a base de dados em órgãos de apoio ao setor agrícola e de suporte na comercialização de flores, com destaque para o Sebrae - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, a APEX - Agência de Promoção de Exportações do Brasil, o IPA -

Empresa Pernambucana de Pesquisa Agropecuária, o Comitê Pernambucano de Floricultura e Plantas Ornamentais e o MDIC - Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio.

1.4 Estrutura do Estudo

Esta dissertação está estruturada em seis capítulos, incluindo este, introdutório.

No Capítulo 2 é feita uma breve revisão bibliográfica sobre a cadeia da floricultura, apresentando o seu histórico, classificando assim os mercados e promovendo um estudo sobre o agronegócio em geral. O Capítulo 3 apresenta uma revisão sobre a floricultura nacional e o cenário atual, com destaque para os aspectos relacionados à produção e ao comércio.

O Capítulo 4 trata da cadeia da floricultura tropical no Estado de Pernambuco, analisando sua competitividade, seu perfil e desempenho, assim como os entraves ao seu crescimento.

O capítulo 5 aborda a questão da atividade da floricultura tropical em Pernambuco, apresentando um breve histórico, analisando a evolução da comercialização e as ações para o desenvolvimento da atividade no Estado, principalmente como alternativa de diversificação para manutenção das famílias no campo.

E por fim o capítulo 6, que apresenta as principais conclusões relativas ao desempenho e à evolução da atividade da floricultura tropical com diversificação produtiva voltada quase que exclusivamente para atendimento às crescentes demandas externas. Apresenta também as limitações da pesquisa, destaca a carência de documentos científicos e a dificuldade de acesso a alguns dados relevantes à realização da pesquisa, fazendo ainda recomendações para trabalhos futuros que possam aperfeiçoar a análise feita neste estudo.

A dissertação contém ainda um anexo, onde são mostradas fotos das flores tropicais produzidas no Estado de Pernambuco.

2 CADEIA DE SUPRIMENTO DO AGRONEGÓCIO FLORICULTURA

A agricultura é uma atividade desenvolvida desde que o homem deixou o nomadismo e necessitou de alimentos para sua subsistência. Inicialmente, produzia-se apenas o que era consumido; depois as culturas passaram a ser trocadas por outras ou por outros bens. No decorrer dos séculos esses processos foram se desenvolvendo até darem origem ao que hoje chamamos de agronegócio.

A atividade agrícola no mundo, até meados do século XX, era muito diferente da atual. Nas propriedades fazia-se de tudo: plantio, criação de animais, produção de implementos, ferramentas, equipamentos de transportes e insumos básicos. As roupas, o processamento de alimentos, o armazenamento e a comercialização também estavam incorporados às fazendas.

De acordo com Neves e Spers (1996) com o processo de modernização, o desenvolvimento dos centros urbanos propiciado pela migração populacional do campo para as cidades, a maior velocidade no fluxo das informações e, principalmente, com a tecnologia, que cada vez se tornava mais específica, as atividades de produção de fertilizantes, defensivos, máquinas e implementos, rações e pesquisa saem da alçada das propriedades agrícolas e passam para terceiros, especializados nas empresas do chamado "antes da porteira". Da mesma forma, o processamento, a comercialização, a distribuição e o transporte saem da alçada dos produtores para serem mais eficientemente realizados por empresas do chamado "após a porteira".

Assim, o termo "agricultura", que abrangia todas as atividades antes, dentro e após a porteira, passa a designar especificamente o plantio, condução, colheita e produção de animais. A partir desse momento, o agronegócio surge no sentido de estruturar e integrar as

novas relações entre fornecedores, produtores, agroindústrias e consumidor final. A moderna agropecuária deixou de ser uma atividade isolada e se tornou parte do agronegócio.

Em uma visão mais ampla, um sistema agroindustrial pode ser comparado à *Supply Chain* ou "Cadeia de Suprimento", que é definida no Glossário da Logística (IMAM, 1998) como: "todo o processo que envolve as atividades logísticas internas e externas à empresa, desde os fornecedores até o cliente final, considerando todas as diferenças de estratégias e metas de cada uma destas empresas, permanecendo, contudo, uma missão crítica para o sucesso destas: focalização no cliente final". A cadeia do agronegócio floricultura tem como base a mesma *supply chain* de outros tipos de agronegócios, porém com algumas peculiaridades.

De acordo com Hendriks, conforme mencionado no trabalho de Aki (2005), os países podem ser "classificados" e, a partir daí, agrupados para efeito de planejamento estratégico. Nos classificados Emergentes, como o Brasil, com baixo consumo per capita de flores, o mix de produtos é tradicional e as datas festivas movimentam as vendas, em mercados cuja característica básica é o fato de que as flores são utilizadas principalmente como presentes. Há o foco na oferta e não na demanda, não há especializações e é grande a perda de produtos na cadeia.

Os chamados Mercados Crescentes, como a Inglaterra, têm como característica um maior número de motivos de venda destaca-se a compra para uso próprio e o consumidor demanda mais variedade no mix de produtos, havendo crescimento no número de pontos de vendas, onde há venda direta do produtor para o consumidor e especialização dos atacadistas.

Por último, têm-se os Mercados Maduros, como a Holanda, onde o crescimento do consumo é mínimo ou estagnado, e as flores são para uso geral, sendo usadas na decoração de interiores. O número de lojas chega quase ao limite e a venda cresce em lugares alternativos

como hospitais e aeroportos. Como características marcantes desses mercados, as flores têm papel secundário e de complemento de presentes, porém acompanham um número bem maior de presentes do que nos mercados Emergentes e o consumo para uso próprio atinge 50% das vendas.

O mercado doméstico brasileiro, como sugerido anteriormente, é considerado do tipo Emergente mas, segundo estudos de Aki (2000), pode ser dimensionado de acordo com alguns critérios de consumo: primário, composto por pequenos produtores, abastecem prioritariamente o mercado local; secundário, englobando todas as capitais (exceto São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre) e o interior de São Paulo; e Maduro, compreendendo as capitais acima excluídas e os pontos de vendas em postos de gasolina e supermercados.

Analisando a estrutura desses mercados observa-se, na Tabela 2.1, que 50% do consumo do mercado doméstico encontram-se no segmento Maduro, indicando que o maior consumo está concentrado em quatro capitais da federação situadas na região Sul e Sudeste do país, como será melhor analisado posteriormente no capítulo 3 desta dissertação.

Tabela 2.1 - Distribuição dos Mercados por Região de Interesse

Região de Interesse	Tamanho do Mercado
Primária	US$ 240 milhões
Secundária	US$ 360 milhões
Madura	US$ 600 milhões
Total	US$ 1,2 bilhão

Fonte: Aki(2000).

No entanto, há perspectivas promissoras ao crescimento do setor, que podem ser consideradas como função direta do aprimoramento do cultivo de espécies convencionais e da introdução no mercado de espécies tropicais. A grande dificuldade da produção existente nos países do Hemisfério Norte, em especial a Holanda, por ocasião do inverno, deve ser ressaltada. A respeito do uso de técnicas altamente desenvolvidas, a utilização de estufas aquecidas, neste período, demanda grande investimento e manutenção onerosa, contribuindo para um produto final de elevado custo, o que levaria a uma possível diminuição do consumo. Isso se torna um fator preponderante para a implantação e evolução da floricultura em países tropicais, caso o brasileiro, que apresenta vantagens concernentes ao baixo custo e disponibilidade de mão-de-obra.

Entre as características da floricultura destaca-se a exigência do emprego de tecnologias avançadas e de conhecimentos específicos, tanto por técnicos como por produtores, devido à grande variedade de produtos das mais diferentes espécies. Além do mais, a floricultura constitui uma forma muito avançada da evolução agrícola e seus produtos são comercializados em mercados altamente competitivos. A floricultura apresenta, por outro lado, grande rentabilidade por área cultivada e propicia rápido retorno do capital investido, em face do ciclo curto da maioria das espécies em cultivo, sendo rentável mesmo em propriedades, com menos de 10 hectares que podem ser consideradas pequenas se confrontadas com outras culturas que exigem enormes quantidades de terra, como a cana-de-açúcar.

Devido à crescente demanda e a perecibilidade de seus produtos, requer um eficiente sistema de produção, armazenamento e comercialização, o que constitui dificuldade no Brasil, onde os aeroportos e principalmente as estradas estão comprometidas devido a falta de manutenção por parte dos governos estaduais e federal..

De acordo com Risch (2003), por ser um produto de natureza frágil, altamente perecível, a flor requer cuidado todo especial desde a produção até alcançar o consumidor final. Por isso, recomenda-se que os centros produtores estejam próximos aos locais de consumo, - uma característica presente na cadeia produtiva pernambucana - para que sejam reduzidos os danos causados pelo transporte da planta no pós-colheita.

Além da sua importância econômica o aspecto social deve ser ressaltado. A horticultura ornamental é fonte geradora de empregos, uma vez que se utiliza de grande quantidade de mão-de-obra e especial a das mulheres, contribuindo para a fixação da família no meio rural.

O agronegócio floricultura é uma cadeia pouco explorada, pouco conhecida e quase não estudada no Brasil e menos ainda em Pernambuco. Entre suas especificidades podemos considerar a alta qualidade necessária de seus insumos, em especial as mudas e bulbos, produção que é realizada com elevado nível tecnológico e o fato de que, por conta do tempo de vida útil do produto, exige distribuição muito rápida, o que constitui um grave empecilho para seu desenvolvimento. No capítulo 4 desta dissertação as peculiaridades, acerca do perfil e do desenvolvimento da cadeia produtiva de flores tropicais, em especial em Pernambuco, serão abordadas detalhadamente.

3 PRODUÇÃO E COMÉRCIO NO MUNDO E NO BRASIL

3.1 Panorama Internacional

No cenário internacional, a floricultura pode ser considerada um segmento econômico bastante dinâmico devido à magnitude do valor de sua produção e comercialização. Considerando toda a cadeia produtiva, o faturamento do mercado mundial de plantas e flores ultrapassa US$100 bilhões ao ano. Quanto aos produtores, movimenta valores próximos a US$16 bilhões/ ano. No entanto, nesse mercado, as flores tropicais representam apenas 5% da participação, o que evidencia um grande espaço para ser ocupado, já que os países importadores mostram grande receptividade e interesse pelas flores tropicais, em função da sua durabilidade e aparência.

A Holanda é o principal exportador e importador mundial de flores e plantas ornamentais. enquanto a União Européia importa 75% do consumo mundial. Mas os países exportadores estão dispersos no mundo todo – os mais importantes estando localizados na Europa e no continente americano em especial a Holanda e a Colômbia – enquanto os importadores estão localizados basicamente no hemisfério norte, como mostram os mapas das Figuras 3.1 e 3.2.

A Holanda, além de ser o maior produtor mundial, também atua como uma *trading*, ou seja, compra e vende para todo o mundo. O país enfrenta limitações climáticas em função do seu inverno rigoroso, que torna essencial o uso de estufas aquecidas para manter a temperatura, elevando o custo de produção. Para suprir a necessidade do mercadotanto interno como externo, o país compra de produtores de outros países e revende para o consumidor final. Do Brasil, por exemplo, a Holanda compra muda e bulbos, que terminam de ser

cultivados neste país e depois são reexportados na forma de plantas adultas e flores frescas, agregando valor ao produto final.

A Colômbia é outro país que merece destaque por ser o segundo maior exportador de flores e o maior produtor no continente americano, como mostra a figura 3.1. A produção se estabeleceu em 1965 e já neste ano foram exportados US$ 35 mil, volume pequeno mas que cresceu rapidamente, de forte que a atividade atualmente gera 75 mil empregos diretos e indiretos e ocupa uma área de 4.600 hectares. O principal produto exportado são as rosas que registram US$208 milhões de vendas em 1997, enquanto no mesmo ano, a produção total de flores e plantas ornamentais no Brasil, chegava ao mesmo patamar. O apoio governamental na Colômbia se dá através de incentivos fiscais vindo do próprio governo central quanto do governo norte-americano que prioriza a entrada dos produtos colombianos adotando menores taxas, para que a produção ocupe áreas cada vez maiores evitando assim que as mesmas sejam utilizadas para o plantio de drogas.

A Colômbia vem tomando medidas quanto à questão ecológica, observando o uso racional de agroquímicos, através de parcerias entre os produtores e grandes empresas fornecedoras. Novos insumos estão sendo desenvolvidos, cada vez menos tóxicos, o que gera uma nova ferramenta de marketing, o selo "Flor Verde", garantindo a comercialização sem danificar o meio ambiente e dentro das normas internacionais, pratica pouco adotada dentro do Brasil o que dá uma vantagem comercial aos produtos colombianos.

Dentro de um mundo globalizado e extremamente ofertado, onde se pode comprar de qualquer lugar e qualquer espécie de produto, produzir qualidade não é mais um diferencial, mas sim o uso de ferramentas comerciais inovadoras e o controle de processo pós-colheita, fatores que definirão participação de cada país produtor num mercado cada vez mais exigente.

O comércio mundial de flores e plantas ornamentais vêm se preocupando com outros fatores que até pouco tempo eram pouco considerados, como a questão ambiental e social. Os principais países importadores vêem a questão ambiental, como preservação das matas ciliares, uso de defensivos agrícolas e manejo do solo, como pontos fundamentais para aquisição dos produtos sendo as certificações internacionais ambientais requisitos indispensáveis, requisito este ainda não presente na maioria das propiedades produtoras de plantas no Brasil.

Do ponto de vista social, o uso de mão-de-obra não qualificada em especial a infantil e a mal remunerada – muitas vezes submetida a regime de quase escravidão, nos países exportadores em desenvolvimento - é fortemente condenado, forçando tais países a qualificarem a sua mão-de-obra, padronizar a produção e utilizar-se de mecanismos de certificações internacionais para provarem o compromisso social.

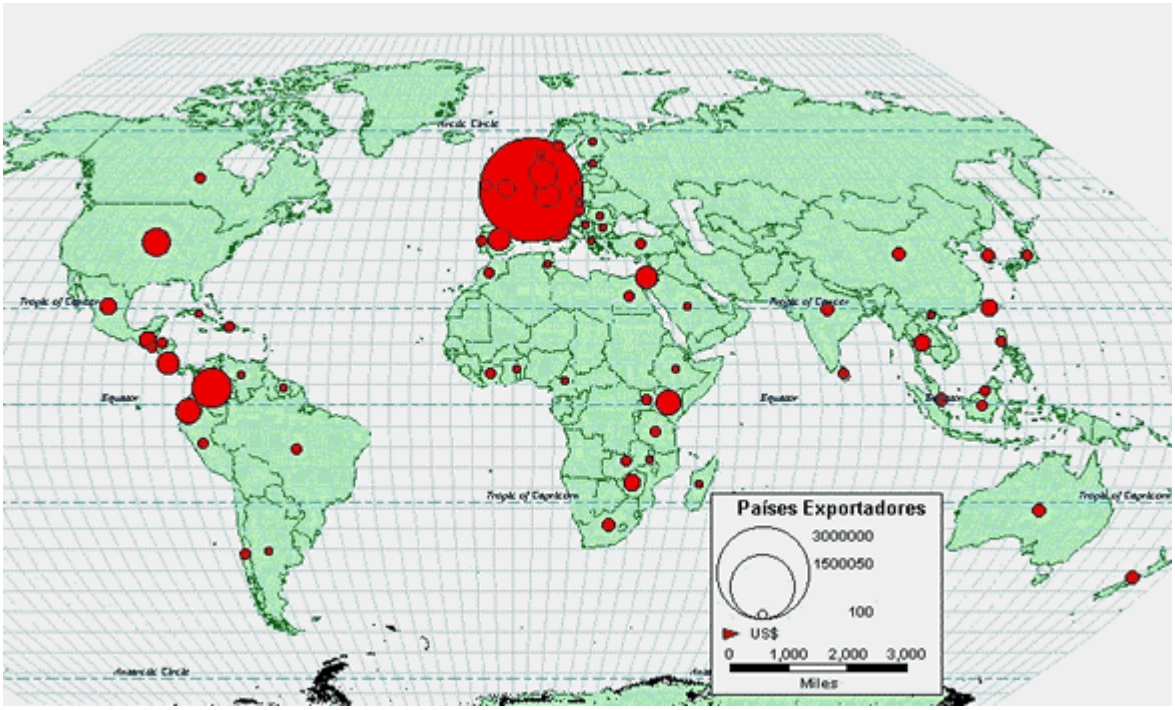


Figura 3.1 - Principais Países Exportadores de Produtos de Floricultura no Mundo

Fonte: Kiyuna et al. (2004)

O mercado de Flores nos EUA movimentou, em 2003, aproximadamente US$19 bilhões, com número estimado de 11 mil produtores. A produção interna deste país atende apenas 25% do consumo americano, possibilitando a inserção de produtos brasileiros. Como a produção interna não atende ao consumo o país tornou-se importante importador de flores como pode ser visto na figura 3.2.

O mercado interno norte americano vem crescendo rapidamente: os gastos per capita aumentaram 86% de 1998 a 2004, passando de US$ 36,00 para US$ 67,00. Este aumento do gasto com flores provocou alterações na cadeia produtiva, aumentando o número de atacadistas empregando novas tecnologias principalmente tecnologia de comunicação atuando via telemarketing ou através da rede mundial de computadores. Buscando também novos pontos de vendas em lugares como supermercados e em lugares chamados de "alternativos" como aeroportos e hospitais, mas como conseqüência provocou também a diminuição do número de floriculturas que não suportaram a concorrência.

As exportações brasileiras para os EUA foram de cerca de US$2,9 milhão em 2004, maior volume de toda a história do comércio de flores entre o Brasil e os Estados Unidos. Ainda assim, o mercado norte americano é pouco focado pelos produtores brasileiros, que preferem exportar para a Europa. Os produtores Pernambucanos podem aproveitar-se da curta distancia com o continente norte-americano e focar suas exportações para esta região que vem aumentando a sua demanda por flores.

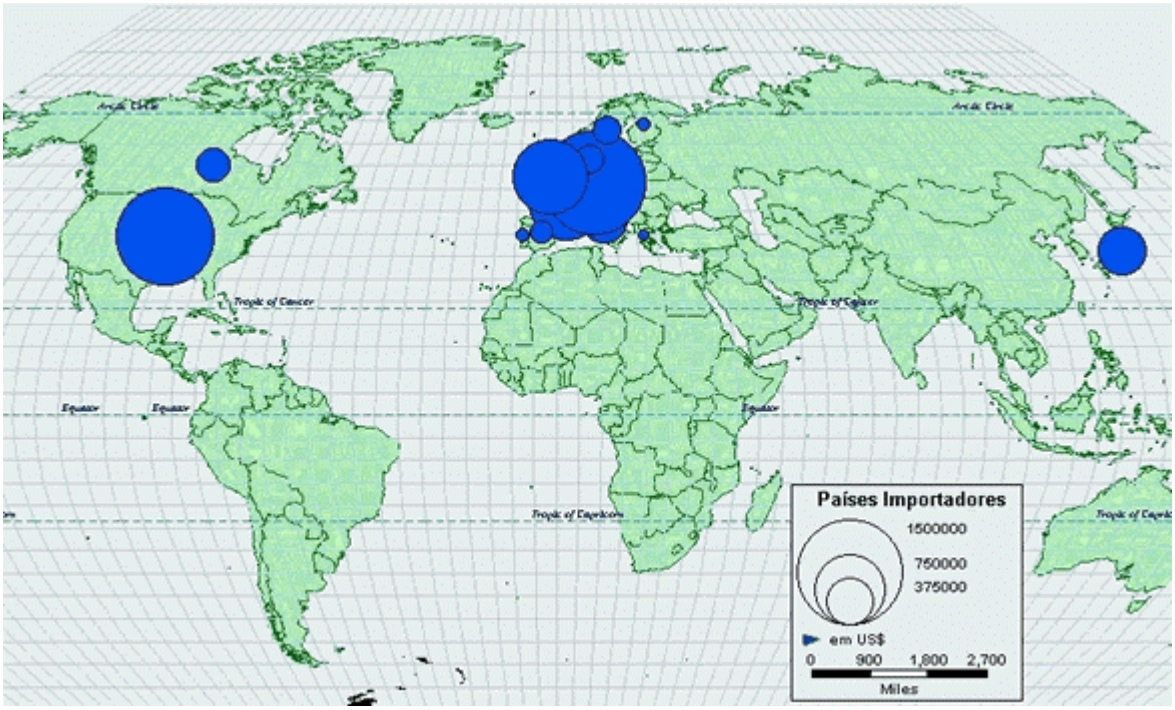


Figura 3.2 - Principais Países Importadores de Produtos de Floricultura no Mundo.

Fonte: Kiyuna et al. (2004)

3.2 Panorama Nacional

3.2.1 Marcos na História da Floricultura no Brasil

A floricultura, em seu sentido amplo, abrange o cultivo de plantas ornamentais, desde flores de corte e plantas envasadas, floríferas ou não, até a produção de sementes, bulbos e mudas de árvores de grande porte. É um setor altamente competitivo, que exige a utilização de tecnologias avançadas, profundo conhecimento técnico pelo produtor e um sistema eficiente de distribuição e comercialização.

Embora presente no cotidiano do brasileiro desde o final do século passado, a floricultura nacional, até meados da década de 1950, era pouco expressiva tanto econômica como tecnologicamente, caracterizando-se como uma atividade paralela a outros setores

agrícolas. Os principais cultivos localizavam-se nas regiões próximas às capitais do Sudeste e Sul do país, em parte como resultado da imigração européia e também pelo maior poder aquisitivo da população dessas regiões.

No início deste século a floricultura constituía-se principalmente do cultivo de flores nos jardins e quintais das residências, onde desempenhava função paisagística ou, quando colhidas, empregadas na decoração de interiores. Como dito anteriormente, o ano de 1950 foi um marco na floricultura no Brasil, com a criação da Cooperativa Agropecuária de Holambra, no Estado de São Paulo, dando início ao desenvolvimento da floricultura como atividade econômica, mas apenas 38 anos depois, em 1988, foi introduzindo um arrojado programa de reestruturação.

Tal iniciativa ocorreu exatamente quando a Holanda, considerada o maior produtor mundial de flores, vinha enfrentando questionamentos de ambientalistas da Alemanha, e uma lacuna se fez, permitindo uma maior abertura no exterior e criando possibilidades para que o Brasil desse maior visibilidade ao seu produto no mercado internacional e, assim, pudesse comercializá-lo em maior escala.

Silveira (1993) afirma que a floricultura brasileira foi, durante muito tempo, desenvolvida paralelamente a outras culturas e muitas vezes ser considerada como "produção de material supérfluo". Há dificuldade em se encontrar bom material bibliográfico para consultas e estudos, pois a literatura nacional é quase nula. De fato, no Brasil, existem poucos pesquisadores preocupados com a cadeia logística e a distribuição de flores. Entre eles, destaca-se o consultor e escritor Augusto Aki, de São Paulo. Suas obras, no entanto, são voltadas principalmente para o setor de comercialização. Destacam-se os livros "Venda mais flores em 2001" e "Repensando a comercialização de flores". O Sebrae – Serviço de Apoio às

Micro e Pequenas Empresas – também tem ajudado a produzir algumas obras sobre o assunto, mas a carência de estudos mais aprofundados é enfatizada pela maioria dos produtores.

3.2.2 Cenário Atual da Floricultura no Brasil

3.2.2.1 Produção

Segundo Gavioli (2004) e Risch (2003) o setor da floricultura brasileiro conta atualmente com quatro mil produtores, concentrados, principalmente, nos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Alagoas, Pernambuco, Bahia, Ceará, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e em São Paulo.

O Estado de São Paulo merece destaque, não só por ter iniciado a produção de flores em escala industrial, mas por ter sido a válvula propulsora do agronegócio. Em 1999, o estado apresentava 70% da área do cultivo de flores do país e conseqüentemente responsável pela maior parte da produção nacional, conforme pode ser visto na Tabela 3.1. Em função da posição de São Paulo, a região Sudeste detem o maior numero de hectares plantados do país, seguido pela região Sul.

O cenário nacional pouco se alterou, mas alguns estados vêm apresentando um crescimento significativo, em especial os estados do Nordeste, principalmente Ceará e Pernambuco, onde em 2001 a região Nordeste apresentava apenas 60 hectares plantas, o que em 2004 representa menos do que a área cultivada somente em Pernambuco, como apresentado com mais detalhe no capitulo 4 desta Dissertação.

Tabela 3.1 - Distribuição da Produção de Flores no Brasil por Região/Estado em 2001.

Região	Estado	Numero de Produtores	Área Cultivada em há	Vendas R$
	São Paulo	1500	3457	240,0
SE	Rio de Janeiro	100	80	8,0
	Minas Gerais	350	118	11,0
	Paraná	90	180	9,0
S	Santa Catarina	115	340	17,0
	Rio Grande do Sul	270	570	28,0
NE	Todos os Estados	80	60	5,0
CO	Todos os Estados	20	25	2,0
N	Todos os Estados	20	20	1,5
Total		2545	4850	322,3

Fonte: Sebrae 2001

Estima-se que hoje existam cerca de 10 mil pontos de venda, 400 atacadistas em uma dezena de centros atacadistas, gerando 120 mil empregos, com uma movimentação, no mercado interno, de US$ 750 milhões. Atualmente, a atividade vem crescendo cerca de 20% ao ano. Segundo levantamento do Instituto Brasileiro de floricultura IBRAFLOR (2004) estima-se um total de área cultivada de 5,2 mil hectares, abrangendo 304 municípios, divididos em 15 pólos de produção, mostra a Figura 3.3.

Figura 3.3 - Mapa dos pólos de produção Brasileiros

Fonte: Aprendendo a Exportar Flores

Observa-se que a atividade de floricultura é praticada em quase todos os Estados brasileiros, que apresentam diferenciações algumas especialmente no tipo de flores produzidas, a saber, temperadas ou tropicais.

A floricultura inclui múltiplas formas de exploração e cultivo, dentre elas: produção de flores de corte, produção de flores e plantas em vaso, produção de folhagens, viveiros de produção de mudas e plantas ornamentais, produção de bulbos, tubérculos e outras partes vegetativas (rizomas, estacas, sementes) e flores secas. A distribuição dos tipos de floricultura no Brasil é apresentada na Figura 3.4.

Figura 3.4 - Regionalização da floricultura Brasileira

Fonte: IBRAFLOR, 2004.

Pernambuco foi o estado brasileiro pioneiro no cultivo de flores tropicais em escala industrial e, ainda mantém sua liderança em área cultivada. Essa peculiaridade está historicamente vinculada à ação de Roberto Burle Marx, paisagista que residiu no Recife entre os anos 1934 e 1937 e implantou seu primeiro e grande projeto de paisagismo ao utilizar plantas tropicais durante o período em que ocupou o cargo de chefe de obras e jardins.

Pernambuco é o primeiro produtor nacional de flores tropicais e o quinto de flores tradicionais da espécie temperada. Atualmente, 197 produtores exploram aproximadamente 190 hectares de terra: 36 produtores de flores tropicais e 165 de flores de clima temperado, organizados em quatro associações e uma cooperativa, movimentando recursos da ordem de R$ 36 milhões/ano, gerando 800 empregos diretos e milhares de indiretos. As espécies de clima temperado (Rosa sp., Chrysanthemum sp., Dianthus sp., etc.) têm sua concentração no agreste, onde o clima de altitude favorece, consideravelmente, a qualidade das flores. No

município de Itambé, na Microrregião da Zona da Mata, iniciou-se a produção de flores em vaso sob condições controladas.

Segundo o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2001) a produção de flores tropicais (Heliconia sp., Zingiber sp., Alpinia sp., Anthurium sp., etc.), está concentrada na região litoral-mata, distribuída num raio de até 150 km da capital. Recentemente, uma nova região surgiu como pólo de produção e o centro de referência é a cidade de Petrolina, a 600 km de Recife, o que difere dos demais municípios quanto à proximidade da capital.

Os produtores pernambucanos destinam a maior parte da sua produção para o mercado local, mas o grande objetivo dos produtores pernambucanos é o mercado externo, e para que isso aconteça, eles estão se preparando para atender às condições do mercado internacional, relativas à padronização, aspectos tarifários e exigências fitossanitárias.

O Brasil possui notórias vantagens comparativas para ampliar a produção de flores, bastando observar-se os microclimas privilegiados, a disponibilidade de terra, água, mão-de-obra e tecnologias agronômicas disponíveis segundo o IPA- Empresa Pernambucana de Pesquisa Agropecuária (1995).

Esses fatores são determinantes diretos da qualidade do produto, ao mesmo tempo em que permite sensíveis ganhos competitivos via preço no mercado externo. Por outro lado, ainda existe um longo caminho a trilhar no que tange aos procedimentos de comercialização, desenvolvimento de novos nichos de mercado e criação de programas de estímulo à demanda doméstica.

Em suma, apesar das inúmeras vantagens comparativas, o setor de flores e folhagens ornamentais demonstra a crescente necessidade de ações articuladas, capazes de dotar o país

de condições para uma produção competitiva (quantitativa e qualitativamente). A área ocupada atualmente ainda é pequena, porém com amplas possibilidades de expansão.

3.2.3 Indicadores de Comércio

No comércio internacional, segundo a OMC- Organização Mundial do Comércio a floricultura movimenta US$ 8 bilhões por ano, sendo que o Brasil participa com 2,5% deste montante, ocupando o 20° lugar no mercado mundial de exportação. Os maiores compradores brasileiros são Holanda e Itália, que absorvem 50% das exportações. Destacam-se também os Estados Unidos, Japão e outros países da União Européia e do Mercosul. A produção mundial de flores e plantas ornamentais ocupa uma área de aproximadamente 190.000 hectares.

O Brasil pode expandir esta participação tirando vantagem de seus aspectos naturais, pois tem condições climáticas de produzir o ano inteiro. No entanto, é preciso melhorar a parte burocrática e a agilização dos processos de exportações. De acordo com informações do IBRAFLOR – Instituto Brasileiro de Floricultura (2004), as exportações brasileiras de flores e plantas ornamentais somaram US$ 11,749 milhões no primeiro semestre de 2004, representando 30,7% a mais do total exportado no mesmo período em 2003.

No mês de dezembro de 2004, as exportações brasileiras de flores e plantas ornamentais atingiram US$ 2,27 milhões, superando em 16,09 % o valor exportado no mesmo mês do ano anterior. No acumulado do ano, as exportações nacionais do segmento somaram US$ 23,5 milhões, valor esse, que superou em 20,96 % os resultados obtidos em 2003, confirmando todos os prognósticos sobre a performance contemporânea do setor exportador da floricultura brasileira.

Em termos do volume de exportações de flores e plantas ornamentais, no ano de 2004, o segmento com maior participação foi o de mudas, responsável por 48,46% do valor total exportado pela floricultura do País, seguido pelo de bulbos, tubérculos e rizomas, que

respondeu por 28,08% do comércio total brasileiro. O segmento de Flores Frescas de Corte ocupou a terceira posição no ranking das exportações brasileiras, com vendas externas da ordem de US$ 4,877 milhões e crescimento de 87,23% em relação a 2003.

Como já vinha sendo apontando, o segmento consolidou definitivamente a sua presença no mercado norte-americano, para onde foram exportados US$ 2,919 milhões, com crescimento de 54,74 % sobre o período de janeiro a dezembro de 2003. Constatou-se, também, forte crescimento da penetração das flores frescas brasileiras no mercado holandês, como já mencionado o maior do mundo, com vendas superiores em mais de 3 vezes o resultado obtido em 2003.

Foram notáveis, também, os crescimentos das vendas das flores e botões frescos para Portugal (+118,75%), além da abertura comercial e/ou consolidação da presença nos novos mercados da Itália, Reino Unido, Canadá, Espanha, Chile, Alemanha, Suíça e Emirados Árabes. A Tabela 3.2 a seguir, apresenta os principais destinos da produção nacional e a participação percentual de cada um desses países no total exportado pelo Brasil.

A maior parcela das flores frescas para o mercado de corte exportada pelo Brasil constituiu-se de produtos típicos da floricultura de clima temperado e incluiu, principalmente, rosas, crisântemos, lisianthus, lírios e gérberas, ou seja, flores da espécie temperada. Segundo a Floranet[1] o Brasil vem, ainda, iniciando as primeiras exportações dos buquês prontos para o consumo no ponto de venda de varejo – uma forte tendência no mercado da floricultura mundial. Essas flores foram originárias, principalmente, do Estado de São Paulo, que respondeu por 75,95% das vendas externas, em 2004. Destacaram-se, também as exportações do Ceará, especialmente de rosas, na segunda posição no ranking nacional (19,62%), com envios de flores exclusivamente para a Holanda.

Tabela 3.2 – Exportações Brasileiras de Flores e seus Botões, Frescos, por País de Destino - 2003 e 2004

Destino	Exportações – US$		Participação do Total	Taxa de
	2003	2004	Exportado em 2004 (%)	Crescimento (%)
EUA	1.886.303	2.918.898	59,85	54,74
Holanda	427.763	1.450.851	29,75	239,17
Portugal	84.514	184.874	3,79	118,75
Argentina	134.508	68.464	1,40	(50,89)
Itália	5.817	65.189	1,34	1020,66
Reino Unido	1.244	63.014	1,29	4965,54
Canadá	6.822	59.983	1,23	779,25
Chile	1.420	25.829	0,53	1718,94
Uruguai	40.707	15.863	0,33	38,96
Espanha	1.157	7.150	0,15	517,97
França	3.709	6.057	0,12	63,30
Emirados Árabes Unidos	-	4.625	0,09	4625,00
Alemanha	194	4.612	0,09	2277,31
Suíça	10.810	1.756	0,04	(16,24)
TOTAL	**2.604.968**	**4.877.165**	**100,00**	

Fonte: MDCI – Alice Web (2005).

Por outro lado, vem se consolidando, gradativamente, uma maior participação do Brasil nas exportações mundiais das flores tropicais. Neste mercado, as flores brasileiras vêm

[1] Disponível no site www.floranet.com.br

disputando a concorrência de muitos países da América Central, principalmente da Costa Rica, um dos mais importantes líderes mundiais no segmento.

As flores tropicais do Brasil, apontadas como de grande potencial estratégico de crescimento no mercado internacional, vem projetando as vendas dos Estados de Pernambuco (US$ 65,349 mil, para a Itália, Portugal, Alemanha, Inglaterra, França, EUA e Holanda); Alagoas (US$ 51,531 mil, para Holanda, Portugal, Chile, França, Itália, Suíça e Espanha), além, ainda, da projeção crescente do Estado do Ceará, também neste segmento.

Outra grande promessa para o crescimento estratégico das exportações da floricultura do Brasil refere-se ao segmento das Folhagens Secas. Este setor exportou, em 2004, o equivalente a US$ 1,503 milhão. Também, neste caso, as melhores vendas vêm sendo garantidas pela maior abertura comercial no mercado norte-americano (35,94 % do total exportado), além das vendas externas para a Holanda (24,91%), Itália (14,48%), Alemanha (13,18%), e de outros 14 diferentes países de destino. A origem principal das mercadorias exportadas continuou sendo o Estado de Minas Gerais, que respondeu por praticamente 80 % das saídas internacionais. Seguiram-lhe os Estados do Pará, Ceará e Santa Catarina.

A Balança Comercial da Floricultura Brasileira acumulou, no período, saldo de US$ 17,582 milhões. O valor global das importações sobre o total exportado continuou decrescendo e chegou a representar apenas 25,18 %, um dos mais baixos índices já verificados historicamente e consideravelmente inferior à média normal dos últimos anos, que se situou entre 29% e 30%. Este fato é devido a um maior crescimento relativo das flores de corte para o mercado fresco na pauta nacional de comércio exterior da floricultura, já que este segmento apresenta muito menor dependência externa da importação de insumos, do que os setores de mudas e bulbos, de participação mais tradicional na pauta exportadora do País.

Em dezembro de 2004, o Brasil importou, em produtos da floricultura, US$ 990,687 mil, os quais tiveram a seguinte composição: Bulbos, Tubérculos e Rizomas (70,17%), Mudas de Orquídeas (12,20%), Flores Frescas (6,84%), Mudas de Plantas Ornamentais (5,40%), Mudas de Outras Plantas (4,85%), Flores e Botões Secos (0,37%), Outras Plantas Vivas (0,16 %) e Folhagens e Ramos Secos (0,02%).

No acumulado do ano de 2004, a importação nacional de Bulbos, Tubérculos, Rizomas e Similares representou US$ 2,457 milhões, equivalendo a 41,52 % do total de produtos adquiridos pelo Brasil no mercado internacional. Seguiram-lhe os setores de Mudas de Plantas Ornamentais (18,42%), Flores Frescas (13,42%), Outras Plantas Vivas (8,76%), Mudas de Outras Plantas (7,92%), Bulbos, Tubérculos e Similares em Vegetação (4,70%), Mudas de Orquídeas (4,28%), entre outros de menor expressão econômica.

A análise do período de 1994/2004 indicou um crescimento das exportações brasileiras de flores e plantas ornamentais de 86,86%, o que mostra o enorme avanço nas exportações. O valor exportado apresentou grande oscilação, entre US$ 11 e 23 milhões, tendo alcançado seu maior valor em 2004, como mostra a Tabela 3.3, a seguir.

Em 2005, de acordo com o MDIC – Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, para dados contabilizados até junho, o volume exportado ultrapassou US$ 14 milhões. O Gráfico 3.1 apresenta o crescimento das exportações brasileiras de flores e seus botões, frescos e secos, cortados para buquê, para o mesmo período.

Tabela 3.3 - Brasil: Exportação de Plantas vivas e produtos de floricultura – 1994/2004

Ano	US$ FOB	Peso Líquido(Kg)	Ano	US$ FOB	Peso Líquido(Kg)
1994	12.634.964	4.485.564	2000	11.884.342	4.588.048
1995	13.903.748	3.509.764	2001	13.286.707	5.012.972
1996	11.855.354	3.154.258	2002	15.022.167	5.482.678
1997	11.004.990	3.617.816	2003	19.533.856	6.574.648
1998	12.042.129	3.823.151	2004	23.608.357	8.299.926
1999	13.123.664	4.567.471			

Fonte: MDIC – Alice Web (2005)

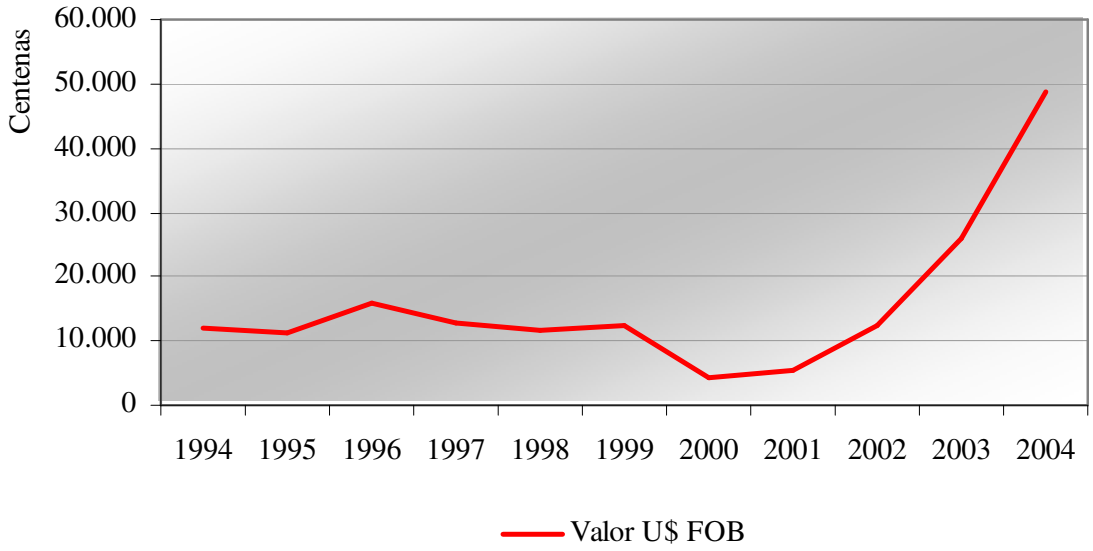


Gráfico 3.1 - Exportações Brasileiras de flores e seus botões, frescos e secos – 1994/2004

Fonte: MDIC – Alice WEB

Outro aspecto relevante que tem "desviado" a preocupação do setor com as exportações é a dimensão do mercado interno que mesmo desorganizado, pouco exigente e consumidor de

apenas US$ 6 per capita/ano, representou cerca de US$ 1,5 bilhão/ano, ou seja, aproximadamente 20% do mercado mundial. A Tabela 3.4 apresenta a diferença entre o consumo brasileiro e o de outros países desenvolvidos permitindo inferir que há um imenso potencial de mercado de flores ainda inexplorado no Brasil e que pode crescer se comparado com a Argentina país membro do Mercosul e que apresenta inúmeras semelhanças com o Brasil.

Tabela 3.4 - Gastos per capita ano com flores no Brasil e outros países, em 1994 e 1998 (em US$)

País	Consumo *per capita* ao ano	
	1994	1998
Noruega	137,00	143,00
Alemanha	90,00	137,00
Estados Unidos	43,00	36,00
Argentina	25,00	25,00
Brasil	3,00	6,00

Fonte: Elaborada a partir dos dados de Gazeta Mercantil, 1994 e 1998.

Apesar de tão relevante participação no mercado mundial, muitos são os entraves ao crescimento da atividade: as empresas que hoje exportam flores e plantas ornamentais para a Europa e o Japão adotam estratégias e canais individualizados para comercialização de seus produtos, com diferentes níveis de sofisticação e controle, que eliminam uma grande parcela de produtores.

Por outro lado, a inexistência por parte dos produtores, de uma marca comercial reconhecida, provoca oscilações de preço no mercado externo, afetando diretamente a rentabilidade de cada safra, dependendo ainda das estratégias de abastecimento e promoção de

países concorrentes. Para este problema, os caminhos seriam construir uma marca de origem, ancorados em promoções cooperadas com os pontos de vendas: floriculturas, supermercados, paisagistas, decoradores, entre outros.

Para o segmento de flores e plantas ornamentais, as estratégias a serem implementadas cumprem, fundamentalmente, duas finalidades básicas. Em primeiro lugar, viabilizam os negócios/parcerias com as diferentes redes cujo requisito comum é operar a comercialização de produtos com giro rápido (a distribuição de receituário sobre como plantar, cultivar, manejar e conservar é garantia para o aumento dos volumes comercializados).

Portanto, a transformação das potencialidades em oportunidades de negócio efetivo está condicionada ao rompimento de importantes pontos de estrangulamento, localizados ao longo da cadeia produtiva, que só serão alcançados por meio da execução de um elenco de medidas que objetivem dotar o setor florícola nacional de tecnologia e organização capazes de aumentar significativamente a participação brasileira no mercado internacional de forma organizada, profissional, competente e competitiva.

4 A EVOLUÇÃO DA FLORICULTURA PERNAMBUCANA

4.1 Caracterização da demanda

Pernambuco possui aproximadamente 7,9 milhões de habitantes dos quais a região metropolitana do Recife apresenta população estimada de três milhões de habitantes, com um total de 739 mil unidades familiares. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1996). O Estado apresenta o segundo maior Produto Interno Bruto do Nordeste da ordem de R$ 30bi , perdendo somente para a Bahia.

A renda média domiciliar per capita de Pernambuco em 2003, foi de R$201,00- o menor valor apresentado desde 1998, conforme é visto na tabela 4.1, revelando que houve um achatamento na renda das famílias, fato que também foi acompanhado pelo restante do país.

A renda é um fator importante para inferir o consumo das famílias. Porém, o método utilizado para a análise do consumo das famílias por flores está ligado a que classe social ela pertence, o que poderá indicar quanto ela está propensa a consumir no tocante a flores.

As classes de maior rendimento podem disponibilizar parte de sua renda para ser gasta com outros bens e produtos, em função do nível de comprometimento do orçamento familiar com itens que são considerados básicos.

Tabela 4.1 -Renda Média Domiciliar Per Capita Anual

ESTADOS	1998	1999	2001	2002	2003
Alagoas	188	168	162	160	158
Bahia	235	222	216	221	203
Ceara	218	207	221	212	190
Maranhão	145	145	151	152	148
Paraíba	227	247	178	197	180
Pernambuco	243	235	241	241	201
Piauí	149	148	166	177	161
Rio Gr do Norte	219	209	204	207	186
Sergipe	228	214	191	203	210
Brasil	346	326	325	326	303

Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar –IBGE. 2004.

Porém, as famílias com menor rendimento, as classes D e E, que correspondem a 58,5% da população pernambucana, como pode ser observado na tabela 4.2, estariam dispostas a gastar menos de R$3 para o consumo de flores, ficando bem a baixo da média nacional, que é de US$ 6 em 1998, como assinalado anteriormente no capitulo 3.

Tabela 4.2 - Divisão de Classes Sociais e a Estimativa de Consumo ao Ano de Flores das Famílias da Região Metropolitana do Recife.

CLASSE SOCIAL	(%)	ESTIMATIVA DE CONSUMO (R$)
A/B	10,0	11,86
C	37,0	5,92
D/E	53,0	2,96

Fonte: Pesquisa de Orçamento Familiar –IBGE. 2004.

Para a evolução da cadeia produtiva pernambucana é necessário estimular o consumo para que se crie uma demanda interna, mas como já foi dito anteriormente, o consumo está ligado à renda e analisando os dados da Tabela 4.3 verificou-se que o número de habitantes que vivem abaixo da linha da pobreza chega a mais de três milhões de pessoas, valor próximo ao número de habitantes da região metropolitana do Recife, correspondendo a 40,91% da população, abaixo da média nacional.

Tabela 4.3 - Linha de Pobreza no Brasil e em Pernambuco

	Pernambuco	Brasil
População Residente	7.918.314	169.799.170
Pessoa acima da linha de pobreza	4.678.213	57.875.918
Pessoa abaixo da linha de pobreza	3.240.131	111.923.252
Percentual de Pobres	40,91%	65,91%

Fonte:

Evidencia-se que o consumo interno do estado de Pernambuco apresenta restrições orçamentárias que não podem ser remediadas em curto prazo, porque depende do processo de desenvolvimento nacional. Não obstante, o cultivo da flor tropical vem crescendo e sendo não somente destinado ao consumo interno, mas também ao mercado externo como a Holanda, Portugal e Itália, que podem absorver o produto e função da renda mais elevada desses países.

4.2 Análise da Competitividade da Floricultura no Estado de Pernambuco

4.2.1 Perfil e Desempenho da Cadeia da Logística

A floricultura é uma atividade agrícola tradicional em algumas regiões do estado. Apesar da tradição, durante muitos anos a atividade se restringiu a poucos produtores, com baixo nível tecnológico. Por isso mesmo, as flores cultivadas em larga escala, eram as de menor rentabilidade, menor custo e menor risco de produção.

Segundo o estudo de Aki (2000), o Estado de Pernambuco começou a plantar flores em escala comercial a partir de 1960, no município de Garanhuns, que ficou conhecido como cidade das flores. A iniciativa tinha tudo para dar certo, uma vez que a temperatura da cidade favorecia a produção de diversas espécies, mas com o tempo, a atividade entrou em decadência. Três fatores contribuíram para isso: a distância do Recife, principal centro consumidor do estado, a pouca tradição de consumo da população na década de 60 e a pequena quantidade de produtores envolvidos na atividade.

Em 1970, a região de Gravatá destacou-se na produção, devido à sua proximidade com a capital e com o clima. Foi nessa época que o consumo de flores se consolidou, o que permitiu a entrada de novas espécies no mercado. O fornecimento de bulbos provenientes de Holambra, em São Paulo, dava os primeiros passos no caminho da terceirização e profissionalização do mercado. Outro fato importante foi a criação da colônia de japoneses em Bonito, onde pela primeira vez a produção foi alterada pela introdução de novos produtores, provenientes de São Paulo. Apesar da nova tecnologia e produtos que se introduzem só na década de 80, alguns produtores se firmaram.

O produto tropical começou a ser divulgado em 1994 com o IX Congresso Brasileiro de Floricultura no Recife, onde produtores tiveram conhecimento do produto. A partir deste

momento, foi criada a Associação dos Produtores de Flores Tropicais – Reciflora – que teve como objetivo inicial a introdução da Flor Tropical como um agronegócio no estado.

A flor temperada já tinha seu mercado formado, com áreas destinadas ao cultivo e público cativo. Esta diferença de tempo justifica a maior concentração de produtores atuando com flores temperadas, como pode ser visto na Tabela 4.4. A flor da espécie tropical, a partir daquele momento, começou a expandir o seu negócio, definir padrão, apresentar o produto ao público, ou seja, criar mercado. Mais de uma década depois, a ação de criar a Reciflora pode ser analisada como positiva, ao se considerar que a área cultivada de flor tropical chega a 60 hectares, representando 33% do total, como mostra a Tabela 4.5.

Tabela 4.4 - Produto por Número de Produtor em Pernambuco.

Tipo de Espécie	(%)
Temperadas	76,42
Tropicais	22,64
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001)

Tabela 4.5 - Área Cultivada por Segmento Produto em Pernambuco.

Tipo de Espécie	Área Cultivada em há	(%)
Temperadas	123,0	66%
Tropical	60,0	33%
Ambas	2,0	1%

Fonte: Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

Embora a literatura sobre o tema seja escassa todas as fontes apresentam a mesma concordância em relação ao rápido crescimento da floricultura em Pernambuco. Essas fontes

mostram que existem cerca de 197 produtores de flores e plantas ornamentais, dos quais 105 produzem flores e os demais plantas ornamentais, com 36 produzindo flores tropicais, correspondendo estes a 34% do total de produtores. De acordo com Chagas e Freitas (2000), os produtores de flores tropicais estão espalhados em diferentes municípios,num raio de 150 quilometros da Capital e próximos ao litoral.

Tabela 4.6 - Municípios e Números de Produtores de Flores Tropicais em Pernambuco.

Municípios	Número de Produtores
Água Preta	1
Cabo	1
Camaragibe	9
Escada	1
Gravatá	5
Igarassu	7
Ipojuca	2
Moreno	1
Paulista	3
Recife	3
Ribeirão	1
Sairé	1
Vitória de Santo Antão	1

Fonte: Chagas e Freitas (1999).

Constatou-se participação elevada de produtores na Região Metropolitana do Recife e na microrregião da Zona da Mata, por dois motivos: pela proximidade com o maior centro consumidor do estado e pela facilidade de escoamento do produto. No entanto, outros estudos

revelam que a região de Petrolina também aparece como produtora de flores e mudas, como pode ser visto na figura 4.1, o que leva a supor que a produção de flor tropical em Petrolina está voltada às exportações, assim como acontece com outros produtos dessa região.

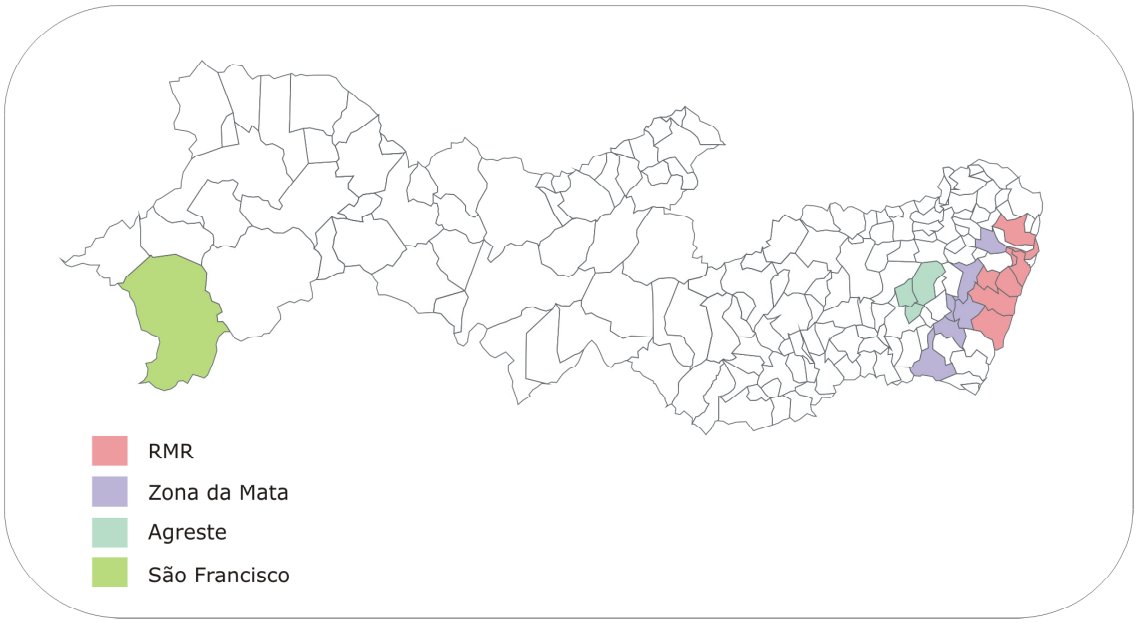


Figura 4.1 - Municípios de Pernambuco produtores de Flores Tropicais

Fonte: Elaborado a partir de dados próprios

Quadro 4.1 - Pernambuco - municípios produtores de flores tropicais, por região.

RMR	Zona da Mata	Agreste	São Francisco
Recife	Vitória de Sto. Antão	Gravatá	Petrolina
Paulista	Escada	Sairé	
Ipojuca	Primavera	Barra de Guabiraba	
Igarassu	Paudalho		
Camaragibe	Água Preta		
Jaboatão dos Guararapes	Ribeirão		
Cabo de Sto. Agostinho			

Fonte: Elaborado a partir de dados próprios

Dos municípios que cultivam flores tropicais no estado de Pernambuco, a maioria apresenta condições semelhantes de solo e clima, em função de encontrar-se na mesma microrregião, Zona da Mata. Esta região esta inserida nos trópicos úmidos, apresenta clima quente úmido, vegetação natural do tipo Floresta Tropical Chuvosa (IPA,1995). Quanto ao solo, apresenta planícies litorâneas, com solo areno-argiloso e fertilidade média baixa requerendo maior dosagem de matéria orgânica, o que acaba elevando o custo da plantação. No entanto, como não se faz necessário a cada corte replantar as mudas, este custo é suavizado, por não se gastar com mudas.

Pernambuco possui hoje, cerca de 60 hectares plantados com flor tropical, quando em 1994 apresentava apenas cinco hectares, o que mostra um crescimento em área plantada de mais de 1.000%. O crescimento do número de hectares plantados pode ter ocorrido por dois motivos: pelo aumento do número de produtores ou pela expansão da área cultivada dentro da mesma propriedade. Admitindo-se que 67% das propriedades, como é mostrado na tabela 4.7, possuem até 10 hectares e que o tamanho médio das propriedades é de três hectares, ratifica-se a suposição de que o aumento do número de hectares plantados pode ter ocorrido internamente, ou seja, dentro das propriedades já produtoras.

Tabela 4.7 - Tamanho das Propriedades produtoras de Flores Tropicais em Pernambuco.

Tamanho das Propriedades	(%)
Até 10 hectares	67,0
11 a 50 hectares	27,0
Superior a 50 hectares	6,0
Total	100,0

Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

Como há registro de plantio em antigos engenhos de cana de açúcar, este fato pode explicar a presença de propriedade com mais de 50 hectares, como mostrando a tabela 4.7. Os engenhos estão localizados na região propícia para o cultivo das flores tropicais, o que possibilita colheita em qualquer época do ano. No entanto, ao se optar por cultivar flores tropicais, voltada para o mercado externo, a propriedade passa obrigatoriamente por uma série de transformações estruturais e sociais para garantir as certificações necessárias à exportação. O cuidado com o meio ambiente e com o trabalho qualificado gera custos de produção mais elevados, que podem inviabilizar o cultivo da plantas.

Na Zona da Mata, a mão-de-obra ociosa da entressafra da colheita da cana-de-açúcar pode ser utilizada, porém as flores tropicais, assim como as flores temperadas, necessitam de cuidado especial no seu manuseio já que qualquer dano ocorrido provoca descarte do produto, levando o produtor ao prejuízo. Embora todo plantio tenha a sua peculiaridade, a floricultura requer cuidados específicos, pois somente um bom gerenciamento da atividade pode garantir altos índices de produtividade. Assim, no caso da floricultura, o gerenciamento do agronegócio depende fortemente do perfil do produtor, porque é ele quem vai comandar o negócio.

Por outro lado, a compreensão da cadeia produtiva torna imperativo a analise do perfil do produtor da flor tropical e da flor temperada. O produtor da flor tropical apresenta alto grau de instrução, como pode ser visto na tabela 4.8, ao mostrar que 72% dos produtores possuem nível superior com formação em diferentes áreas, entre as quais: administradores, agrônomos, engenheiros e biólogos.

Tabela 4.8 - Percentual do Grau de Instrução do Produtor de Flores em Pernambuco

Formação Escolar	Flores Tropicais	Flores Temperadas
Freqüentaram o 1º grau	-	66,6
Freqüentaram o 2º grau	28,0	11,1
Possuem nível superior	72,0	7,4

Fonte: pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

Ademais foi constatado que o perfil dos produtores no que se refere à questão da posse da terra, tanto no caso da flor do tipo tropical quanto no da flor temperada, é semelhante, ou seja, são proprietários de suas terras, que possibilita mais facilmente a expansão da área cultivada, caso o cultivo mostre-se promissor. (ver tabela 4.9) Porém, apesar de 84% dos produtores da flor tropical serem proprietários, apenas 28% dos mesmos residem na propriedade, como pode ser visto na tabela 4.10, contrastando com o perfil do produtor da flor temperada, que na sua imensa maioria reside na propriedade.

Tabela 4.9 - Condições de Posse da Terra dos Produtores de Flores em Pernambuco

Posse da Terra	Flor Tropical	Flor Temperada
Proprietário	84,0	87,65
Arrendatário	4,0	1,23
Outros	12,0	11,12
Total	100,0	100,0

Fonte: pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

Tabela 4.10 -Local de Residência dos Produtores de Flores em Pernambuco

Local de Residência	Flor Tropical	Flor Temperada
Na propriedade	28,0	87,65
Fora da propriedade	68,0	13,58
Não informou	4,0	-
Total	100,0	100,0

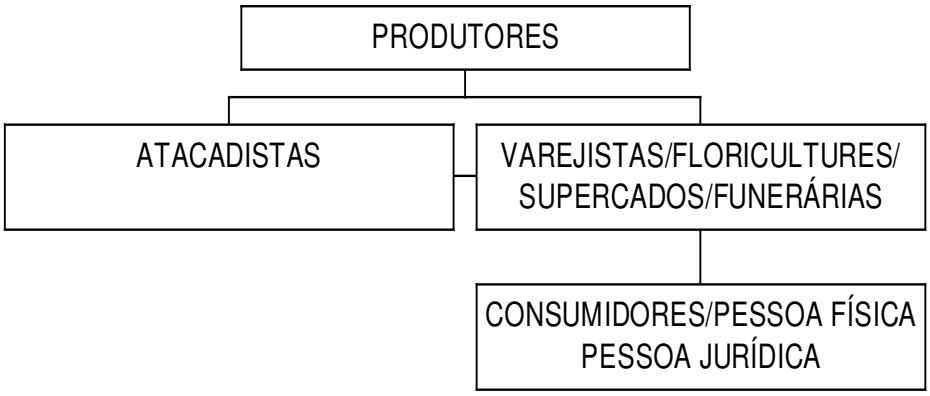
Fonte: pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP(2001).

Vale ainda observar que, como muitos produtores da flor tropical exercem outras profissões e não residem em suas propriedades, como já ressaltado no trabalho, infere-se que tais produtores têm outras fontes de renda, diferentemente do que parece ocorrer com o produtor da flor temperada - fato que também é indicado no estudo de Chagas e Freitas (1999).

4.2.2 Situação Competitiva da Cadeia Local

Historicamente, a atividade agrícola é bastante instável e vulnerável às constantes mudanças político-econômicas nacionais e internacionais, e o caso da floricultura não é diferente.

O produtor de flores, para se manter e crescer no mercado, precisa ser muito competitivo e sua competitividade depende de uma boa administração empresarial, de tecnologia adequada de produção e de comercialização, disponibilidade de informações rápidas e seguras de uma boa carteira de clientes, credibilidade e fidelidade dos clientes. O mesmo acontece com os atacadistas e varejistas, responsáveis pela integração da cadeia produtiva com o mercado.



È importante assinalar que o mercado atacadista é elo fundamental na cadeia produtiva, na área de vendas. Existe em Pernambuco aproximadamente 14 atacadistas oferecendo um mix muito grande de produtos. Estes distribuidores estão em atividade aproximadamente há dez anos, o que demonstra consolidação deste ramo na cadeia produtiva.

No município de Gravatá, há uma grande concentração de distribuidores de flores e plantas ornamentais, em função do número muito grande de produtores de flores tanto as do tipo Tropical quanto das Temperadas. Muitos atacadistas possuem loja para comercialização de seus produtos junto ao varejo, onde além de flores também são vendidos outros produtos como vasos, fitas, papéis e caixas, agregando valor às vendas. Entretanto, mesmo possuindo produtos que possam agregar valor ao produto final, poucos atacadistas investem em arranjos prontos. E isso basicamente por dois motivos: Perda: quando a flor é destinada a um arranjo dura menos do que se estivesse intacta em uma câmara fria; Empatia: o cliente pode não gostar do produto exposto e simplesmente não adquirí-lo ou solicitar a troca de uma determinada flor pela outra.

Mesmo com a existência de muitos atacadistas há pouco investimento em promoção ou divulgação do produto, sendo a divulgação mais freqüente em datas festivas. Apesar das dificuldades encontradas, segundo o Sebrae, 57% dos atacadistas acreditam na expansão e na consolidação do negócio.

O atacadista consegue vender seu produto para uma gama muito grande de compradores e de diversas áreas diferentes, como pode ser visto na tabela 4.11. A etapa de distribuição, que engloba o atacado, o varejo e o produtor-atacadista-varejista, se confunde, o que a torna integrada, facilitando por outro lado o processo decisório de planejamento e gestão de negócios.

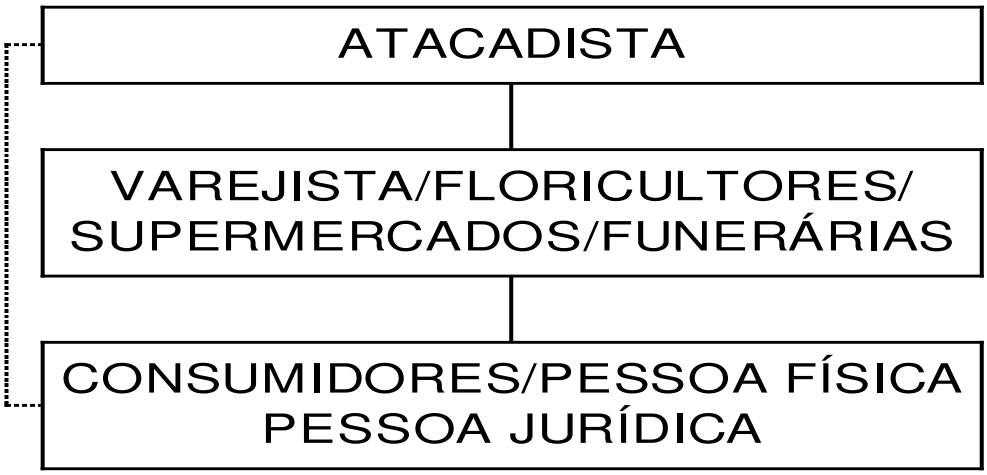
Tabela 4.11 - Principais segmentos Consumidores de Flores Tropicais e Temperadas em Pernambuco

SEGMENTO	PARTICIPAÇÃO (%)
Floriculturas	57,00
Buffets	36,00
Decoradores	50,00
Funerárias	57,00
Público Geral	72,00
Feirantes	14,00

Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001)

Admite-se mais de uma resposta por atacadista.

No atual momento, os processos produtivos passam por grandes renovações. No entanto, a renovação do comércio de flores tornou-se predatória porque o atacadista vende seus produtos ao público em geral, passando "por cima" dos outros participantes da cadeia produtiva, incluindo a eliminação de pontos de vendas das floriculturas e diminuindo, assim, a liberdade dos mercados.



O setor varejista tem papel crucial no processo de distribuição final dos produtos. Este setor estabelece o contato entre o produto e o consumidor, estimula as vendas, influencia o comprador e oferta as condições para que a transação econômica se efetue. Em Pernambuco existe uma elevada participação da atividade informal no varejo das flores, como é mostrado na tabela 4.12, o que dificulta uma organização da oferta final, bem como uma melhor agregação de valor ao produto adquirido pelo varejista junto aos seus fornecedores.

Tabela 4.12 - Distribuição do Setor Varejista em Pernambuco.

SITUAÇÃO DA EMPRESA	(%)
Formal	56,86
Informal	43,14
Total	100,00

Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

Por outro lado, os produtores tanto quanto os varejistas demonstram pouca experiência na atividade. Segundo o estudo do Sebrae (2001) 45% das empresas varejistas estão em

funcionamento à menos de 5 anos, portanto, constituindo-se, de muitas empresas "jovens". Além do mais, os últimos anos estão coincidindo coincidem com o aumento do número de hectares plantados de flores tropicais e, conseqüentemente, com o aumento da oferta. No entanto, a grande maioria das plantas comercializadas pelos varejistas são as flores temperadas, que são consideradas tradicionais e que ainda possuem a preferência do consumidor. O varejista também se depara o problema da sazonalidade na comercialização de flores, em virtude de comprar produtos no mercado local e de vendê-los neste mesmo mercado, explorando as datas festivas, que são aquelas de maior movimentação das vendas.

Em relação à origem do produto comercializado pelos varejistas, observou-se que, em todos os casos a maior parte das flores têm origem no próprio estado, o que mostra que o principal mercados dos produtores é o próprio mercado local. Os varejistas praticamente conseguem suprir suas necessidades de flores tropicais no mercado interno, porém quando se trata das temperadas necessitam importá-las de outros estados, principalmente de São Paulo, que é o principal produtor nacional desta espécie. (Ver tabela 4.13)

Tabela 4.13 - Origem do Produto Comercializado em Pernambuco.

ORIGEM	GERAL (%)	TEMPERADA (%)	TROPICAL (%)
Pernambuco	58,0	56,0	70,0
Outros Estados	41,06	43,6	30,0
Exterior	0,4	0,4	-
Total	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa direta Sebrae/PE e Fundac/USP (2001).

O estado de Pernambuco, como assinalado anteriormente, é o maior produtor de flor tropical e o sexto maior de flor temperada e não obstante apresenta os mesmos problemas no

desempenho da cadeia produtiva encontrados em outras capitais do Brasil quanto à produção e a comercialização de flores. Entre esses problemas, os seguintes se destacam:

- Falta de pesquisa tecnológica e inexistência de um sistema de informação sobre aspectos de produção e comercialização;
- Carência de mão-de-obra qualificada, tanto para o cultivo quanto assistência técnica;
- Inexistência de normas e padrões de qualidade para os produtos;
- Linhas de créditos insuficientes;
- Inequação dos meios de apoio logístico;
- Informalidade, principalmente no varejo;
- Falta de associativismo, concorrência entre atacadistas e varejistas na disputa pelo consumidor;
- Desconhecimento do mercado local, regional e nacional;
- Políticas de marketing escassas e equivocadas;
- Baixo poder aquisitivo;

A soma de todos os problemas não impediu a evolução da cadeia produtiva de flores tropicais no estado, como mostrado anteriormente, mas torna o processo produtivo mais difícil e inibe o crescimento tanto da oferta quanto da demanda. As medidas de combate a esses problemas devem ser tomadas de forma conjunta entre os envolvidos no processo produtivo, tendo como ponto crucial crescer sem destruir o que já foi conseguido.

A região de Holambra adotou várias políticas ao longo dos anos para expandir o mercado e trabalha constantemente com parcerias entre governo e iniciativa privada. Merece maior destaque o sistema privado Veiling Holambra, que é de origem holandesa, e que se adaptou tão bem ao mercado brasileiro que passou a orientá-lo, em todo país estimando-se ser

o responsável por 35% das flores e plantas consumidas no país. O sistema é baseado na concentração de oferta e procura, o que possibilita a formação de preços de referência para todo o mercado.

A cadeia produtiva pernambucana deve adaptar-se as necessidades internas, mas deve acima de tudo corrigir os erros antes que aconteça com o produto flor tropical o mesmo processo enfrentado pela cana-de-açúcar.

5 FLORES TROPICAIS EM PERNAMBUCO

5.1 Um novo produto na pauta de exportações

O gosto pelas plantas e flores tropicais em Pernambuco surge quando Burle Marx, na década de 30, conforme assinalado no capítulo 3, idealizou e executou praças e jardins com cunho tropical, e logo seu estilo se viu refletido nos grandes jardins das mansões e dos engenhos pernambucanos. Essa herança cultural assimilada explica o fato de que 70 anos depois, o consumo de flor tropical no estado ser o maior do Brasil.

Provando que sabe fazer de seus recursos naturais uma importante fonte de geração de emprego e renda, Pernambuco consolida-se como o maior produtor de flores tropicais do país. De acordo com o SEBRAE (2001), Pernambuco apresenta clima úmido e quente e sol durante quase todo o ano, onde o mercado floricultor estadual reúne cerca de 120 produtores e gera 1.500 empregos diretos e indiretos, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social.

Apesar das limitações referentes ao aspecto cultural e da baixa renda da população do Estado e do país, cerca de 90% da produção das flores tropicais do Estado abastecem o mercado nacional e apenas 10% destinam-se aos compradores internacionais, principalmente o mercado europeu, com destaque para Portugal, Holanda e Inglaterra conforme dados do IBRAFLOR (2004). Seguindo o critério de Hendricks, exposto no Capitulo 2, os produtores pernambucanos estariam exportando para países classificados como Mercado Maduro (Holanda) e Mercado Crescente como a Inglaterra onde o consumo de flores vem crescendo e portanto poderia-se encontrar neste mercado maiores chances de venda para o produto pernambucano.

De acordo com Rish (2003), a pouca exigência de espaço físico (a partir de 3 hectares para o cultivo de flores tropicais), o clima apropriado, o grande potencial de geração de

emprego e renda e o fato de ser uma alternativa viável para a agricultura familiar, credencia cada vez mais a floricultura em Pernambuco, e atraindo produtores de todas as regiões do Estado, interessados em ver seus lucros florescerem.

A produção de flores tropicais no país tem uma grande lacuna a ser preenchida quanto ao fornecimento constante, em virtude das regiões Sul e o Sudeste não terem as mesmas condições climáticas, fato que traz a possibilidade de Pernambuco assumir a dianteira neste processo de comercialização, tornando-se também o principal fornecedor nacional de flores tropicais.

Espera-se, contudo, que tanto a produção quanto à qualidade das flores produzidas no Estado, alcancem patamares que o credenciam a competir com outros estados como Alagoas e Ceará. O Estado do Ceará sem conseguindo despachar semanalmente um avião repleto de flores produzidas no estado para a UE. No entanto Pernambuco não só concorre com produtos nacionais, mas também sofre concorrência de outros paises como Costa Rica, Venezuela e Colômbia que exportam para grandes centros consumidores mundiais.

Segundo dados do MDIC (2005), disponíveis no Alice Web, Pernambuco efetivamente só passou a exportar plantas vivas e produtos de floricultura a partir de 2000, como pode ser visto na Tabela 5.1. Desde então, o volume exportado só faz crescer, de sorte que nos quatro anos seguintes, esse volume aumentou mais de 4.200%, tendo no último ano, em 2004, alcançado as cifras mais elevadas de comercialização.

A Tabela 5.2, que apresenta as exportações de flores e seus botões, frescos ou secos, cortados para buquês, dá a entender que grande parte das exportações do Estado ainda são de flores temperadas. Em virtude da falta de informações e da precariedade do banco de dados estadual, as estatísticas de produção e comércio não são encontradas desagregadas para os dois tipos de flores (temperadas e tropicais).

Tabela 5.1 - Pernambuco: Exportação de Plantas vivas e produtos de floricultura – 2000/2004

Ano	US$ FOB	Peso Líquido(Kg)
2000	14.725	720
2001	23.360	3.149
2002	11.876	5.312
2003	27.358	11.338
2004	76.052	31.492

Fonte: MDIC – Alice Web (2005).

Tabela 5.2 - Pernambuco: Exportação de Flores e seus botões, frescos ou secos, para buquês – 2000/2004

Período	US$ FOB	Peso Líquido(Kg)
2001	2.744	1.349
2002	11.876	5.312
2003	19.049	4.994
2004	65.349	25.494

Fonte: MDIC – Alice Web (2005).

Para facilitar a disseminação e a troca de informações entre os agentes da cadeia produtiva e o adensamento da atividade para a formação de um arranjo produtivo local de olho no mercado externo, algumas associações de flores tropicais já atuam em Pernambuco. São elas:

- RECIFLORA – Associação dos Produtores de Flores Tropicais de Pernambuco; Iniciou sua atividade 1994 com o XI Congresso Brasileiro de Floricultura em Recife que tinha como objetivo inicial promover a inserção da espécie tropical entre os produtores locais. È a maior associação do Estado com mais de 50 produtores espalhados em diversos municípios.

- FLOREXPORT – Associação dos Produtores de Flores de Petrolina. È composta por produtores de frutas no Vale do São Francisco aproveitaram os canis e a experiência na exportação das frutas para produzirem flores. A associação conta com 22 integrantes que já começaram a exportar para Holanda onde já regularmente exportavam uvas e mangas.
- AMA – Associação dos Produtores de Flores e Plantas Tropicais da Mata Atlântica de Pernambuco. É a mais nova associação do Estado de Pernambuco conta com 30 produtores da Zona da Mata Sul e Norte e produtores da região Metropolitana do Recife que estão organizados para destinar sua produção para o mercado externo, formando um consorcio exportador fornecendo as flores que o mercado internacional procura de forma mais rápida e segura.
- FLORAPE - Associação dos Floricultores do Agreste de Pernambuco. Criada em 1998 por um grupo de 5 produtores, conta com aproximadamente 28 associados com níveis financeiros, tecnológicos e educacionais diferentes e com percepção dos problemas divergentes. Há um selo de qualidade e embalagem exclusiva o que torna o associativismo importante para facilitar as vendas no mercao interno e externo.
- AFLORI - Associação dos Produtores de Flores, Plantas Ornamentais e Medicinais de Igarassu. A associação esta ligada ao município e conta com apoio da secretaria estadual de produção rural reunidas com 13 instituições da sociedade local como o banco do Brasil, banco do Nordeste e a Igreja o que gera força política para os produtores que possibilita repassar informações importantes quanto a linha de crédito e parcerias.

Por fim, não se pode deixar de mencionar que a boa performance do setor de floricultura tropical de Pernambuco depende sobremaneira do empenho conjunto do Governo do Estado,

das instituições financeiras (com a disponibilização de linhas de crédito), do Sebrae e das associações de produtores, citadas acima.

5.2 Ações para o crescimento da atividade no Estado de Pernambuco

Algumas ações de política se tornam necessárias para estimular a cadeia produtiva da floricultura pernambucana. As ações buscam basicamente promover o aumento da demanda por produtos locais, em especial, a flor tropical.

O mercado de flores no Brasil e em Pernambuco atravessa um período de transição, onde a descentralização da produção provocou a desintegração do mercado e como conseqüência a falta de informação, provocando o inicio de uma espiral negativa com graves conseqüências para o setor. As direções estratégicas para promover novamente um crescimento sustentável podem ser dividida em 3 grupos: Fortalecer; Capacitar e Qualificar; e Promover e Divulgar.

No grupo Fortalecer: agregar grupos produtivos, sensibilizar autoridades para apoiar o negócio, eleger representantes do setor nas esferas do poder, atuar junto as instituições financeiras para adequação das linhas de crédito, mecanismo utilizado em Pernambuco pela AFLORI- Associação dos Produtores de Flores, Plantas Ornamentais e Medicinais de Igarassu : desta forma, o produtor precisa estar atento a algumas iniciativas coletivas que podem ajudar como por exemplo, abrir um escritório comercial no sul do país para acompanhar de perto as vendas e os desembarques de produtos em parceria com outros produtores do Estado, fato que pode propiciar uma grande redução de custos para a atividade.

No grupo Capacitar e Qualificar: as associações precisam promover programas de capacitação técnico-gerencial, implantar programa de qualidade, trocar experiências com

produtores, formar programas de incentivo a pesquisa através das instituições de ensino como a UFPE e UFRPE. Além do mais, o processo de distribuição pernambucana precisa ser devidamente planejado, aumentando-se conhecimento dos canais de distribuição para escoar a produção, evitando desvios entre produtor-atacadista-varejista-consumidor final.

No grupo Promover e Divulgar: Os agentes precisam agregar valor ao produto, avaliar custos de produção e promover pesquisas de mercado além de modernizar o sistema de comercialização. A participação dos produtores locais em eventos tanto como consumidores como produtores, deve ser fortemente estimulado. As características locais precisam ser reforçadas, pois à medida que cada um tenha sua vantagem competitiva definida será mais fácil o trabalho regional em conjunto para a abertura de novos mercados de interesse comum. Neste contexto cabe aos produtores de Pernambuco identificar os produtos que apresentam vantagens competitivas e explorá-los antes que outros estados o façam.

Segundo (Aki -2004:48)

" Para o mercado de flores é preciso: Que haja investimento em criação de demanda. O varejo precisa ousar mais e melhorar o seu relacionamento com o consumidor. Numa era onde as tendências estão ocultas e onde o individualismo impera, somente descobrindo as simbologias de consumo associadas às flores é que poderemos escoar a produção por valores que rentabilizam toda a cadeia."

Um dos mecanismos utilizados no setor floral para estimular a demanda é o uso da tábua de simbologia que indica quais as impressões dos consumidores, sobre determinado produto. Ao identificar quais os produtos que são mais aceitos pelos consumidores o produtor ou o tacadista pode conseguir mais atenção do varejo e assim aumentar o valor agregado das suas vendas. Formatar a tábua de simbologia do consumo pernambucano é de extrema

necessidade para compreender o mercado interno, como também é necessário conhecer as tábuas dos países para os quais se pretende exportar. Conhecendo as preferências torna-se mais fácil estimular o consumo.

6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

6.1 Considerações Finais

As perspectivas promissoras ao crescimento do setor podem ser consideradas como função direta do aprimoramento do cultivo de espécies convencionais e da introdução no mercado de espécies tropicais.

O mercado de flores tropicais no estado de Pernambuco está em crescimento, tanto no que se refere à oferta quanto à demanda. Sua inserção no mercado é recente, a maioria dos produtores tem menos de cinco anos de cultivo e estes possuem áreas disponíveis para o aumento rápido do plantio, com infra-estrutura adequada.

Entre as características da floricultura tropical, destacam-se a exigência do emprego de tecnologia e conhecimentos específicos, tanto na parte de técnicos quanto dos produtores, em função da variada gama de produtos produzidos.

O aspecto social envolvido pela atividade equivale a sua importância econômica e deve ser evidenciado. É fonte geradora de emprego, uma vez que utiliza mão-de-obra para a colheita, emprega técnicos e administradores no plantio, além de gerar mais empregos ao longo da cadeia.

A maior parte dos municípios que plantam a espécie tropical está localizada na Zona da Mata de Pernambuco, região esta propícia para o cultivo em função do clima e do tipo de solo apresentado. Além do mais, a floricultura mostra-se extremamente eficaz na complementação da monocultura da cana-de-açúcar dos antigos engenhos e vem revelando que é um excelente agronegócio para o desenvolvimento do estado, chegando a entrar na pauta de exportação com pouco tempo após o início desta atividade.

A produção apresenta uma grande rentabilidade por área cultivada, promove o rápido retorno do capital investido, em face do ciclo curto da maioria das espécies tropicais, mostrou-se produtiva mesmo em pequenas propriedades, emborarequer um eficiente sistema de produção, armazenamento e distribuição.

O mercado Atacadista é antigo e apresenta um número muito grande de empresas, que fornecem plantas de todas as espécies e atendem a um numero expressivo de clientes. O mercado Varejista também é antigo, mas sofre a concorrência de distribuidores de outros estados e dos próprios atacadistas. Nenhum deles é especializado em flores Tropicais, porém muitos atuam como produtores desta espécie.

O Estado também vem se destacando na produção de mudas, que se torna mais uma atividade da cadeia que pode ser realizada dentro da propriedade para agregar renda. As mudas são de boa qualidade e já são vendidas para outros estados. O controle de doenças e pragas é permanente para que não venha a prejudicar todas as plantações e impossibilitar a entrega de mercadoria ao consumidor final.

O maior problema encontra-se na falta de organização da cadeia. Os produtores não seguem um padrão por falta total de experiência, de pesquisa, de profissionalização e de tecnologia. Os atacadistas e varejistas não conseguem manter um volume constante de oferta do produto de alta qualidade em função da ainda inexperiência do produtor, o que acaba provocando uma não promoção do produto final por falta de garantia de entrega e de qualidade.

Para se estimular o comércio, faz-se necessário à criação de associações: de produtores, de atacadistas, de varejistas; promoção de eventos: como feiras, simpósios e congressos. Deve-se também promover treinamento e cursos para se especializar os trabalhadores tanto de nível médio quanto superior. Deve-se também ampliar o número de pesquisas e de se investir em tecnologia.

O apoio governamental é importante para a expansão do negócio. A redução do ICMS para que o Estado torne-se mais competitivo é fundamental, pois o valor arrecadado ainda é pequeno, o que poderá ser ainda menor, se não houver a redução do imposto, uma vez que os principais concorrentes, que são os estados de Alagoas e Ceará, já o fizeram. Com tais impostos os preços dos produtores de Pernambuco acabam ficando mais caros do que os dos demais estados.

Mesmo com tantos problemas, o crescimento da floricultura tropical em Pernambuco, com um incremento de 1000% entre 1994 e 1999, e o fato de operar sem incentivo, sem financiamento, sem grandes capacitações técnicas e sem um mercado acostumado a comprar esta espécie, não deixa dúvida sobre a capacidade deste agronegócio de contribuir para o desenvolvimento do estado.

6.2 Limitações da Pesquisa

Em parte, o propósito da pesquisa foi alcançado, à medida que permitiu verificar os condicionantes da expansão da atividade de floricultura em Pernambuco. Porém, a disponibilização apenas de estatísticas agregadas de comércio exterior inviabilizou a análise individual do comportamento das exportações das flores tropicais que era um dos objetivos importantes desta dissertação.

Outro limitante foi a carência de bibliografia que tratasse do assunto. De fato, seja em virtude de ser uma atividade incipiente e ainda pouco estudada, encontrou-se apenas um reduzido número de publicações científicas, a grande maioria delas sendo de natureza técnica, referindo-se a manejo, técnicas de produção e outros aspectos que estavm fora do escopo deste estudo.

6.3 Recomendações a trabalhos futuros

Os conhecimentos produzidos a partir deste trabalho representam o ponto de partida para a concepção, avaliação e implementação de políticas públicas, que estrategicamente construídas, poderão elevar o protagonismo local, os níveis de densidade empresarial, a especialização produtiva e o dinamismo socioeconômico de Pernambuco.

Torna-se necessário aprofundar o tema nos aspectos de produção, comercialização nacional e internacional e sustentabilidade da atividade. Outras recomendações decorrentes deste trabalho referem-se a: Desenvolvimento de um modelo de avaliação da evolução do comércio exterior, construído através de pesquisa exploratória, abordando todos os elementos possíveis, referentes à comercialização do produto, comportamento dos agentes, nível de cooperação e, crescimento e amadurecimento do território. Realização de novas pesquisas na área de territórios produtivos com o devido aprofundamento nas questões relativas à competitividade e capacidade de inovação, tendo em vista a evolução rápida que envolve as tecnologias de informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKI, A. Sete Caminhos Para Transformar Suas Flores em Dinheiro. Heliza, São Paulo, 2005.

AKI, A. Repensando a comercialização de Flores. Heliza, São Paulo, 2000.

AKI, A. Bússola da Comercialização para produtores de Ornamentais, 2ª ed. Heliza, São Paulo, 2005

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC, Alice Web. Disponível em:http://www.mdic.gov.br. Acesso em: 23 jul. 2005.

CHAGAS, A. J. da C. Floricultura Tropical na Zona da Mata de Pernambuco. SEBRAE, Recife, 2000.

CHAGAS, A. J. da C., FREITAS, N.B de Características da Exploração do Cultivo de Flores Tropicais na Mata Atlântica de Pernambuco. Recife, 1999.

CONAB – *Conjuntura Regional Pernambuco*, 2004. Disponível em http://www.conab.gov.br/download/sureg/PE/conjuntura01.pdf. Acesso em: 11 abr. 2005.

GAVIOLI, F. Brasil Prospecta Aumentar Exportação de Flores e Plantas Ornamentais, 2004. Disponível em:<http://www.netmarinha.com.br>. Acesso em: 28 jun. 2005.

GAZETA MERCANTIL. Oportunidades de Negócios. São Paulo, 31 ago. 2001.

IBRAFLOR, Programa Brasileiro de Exportações de Flores e Plantas Ornamentais – Resultados e Ações para 2003/2004. Instituto Brasileiro de Floricultura. Irriga Ceará 2004 – Encontro Estadual do Agronegócio Cearense - CD 1 (Palestras), Secretaria de Agricultura e Pecuária do Estado do Ceará, Fortaleza, 2004.

IMAM - *Glossário da Logística: Aprenda a Moderna Logística*. 2ª ed., São Paulo, 1998.

IPA- Empresa Pernambucana de Pesquisa Agropecuária. Proposta para um Programa de Desenvolvimento Sustentável na Zona da Mata de Pernambuco. 1995.

KIYUNA, I. et al. *Desempenho do Comércio Exterior Brasileiro de Produtos da Floricultura em 2003*. Disponível em:<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=1228>. Acesso em: 22 jul. 2005.

LAMAS, A. de M. Plantas Ornamentais Tropicais e Floricultura Tropical. Curso Técnica de Cultivo. – Sebrae, Recife, 2001.

NEVES, M. F. e SPERS, E. E. Agribusiness: A Origem, os Conceitos e Tendências na Europa. In: MACHADO FILHO, C. A. P.; SPERS, E. E.; CHADDAD, F. R. e NEVES,

M. F. (eds.) Agribusiness Europeu. Programa de Estudos dos Negócios do Sistema Agroindustrial – PENSA, Pioneira, São Paulo, 1996.

RISCH, O. A. O Setor de Floricultura e Plantas Ornamentais no Brasil e no Mundo. Engenharia Florestal UFPR. Curitiba, 2003. Disponível em: http://www.floresta.ufpr.br/~paisagem/plantas/mercado.htm. Acesso em: 14 jul. 2005.

SILVEIRA, R. B. A. *Floricultura no Brasil - Horticultura Ornamental*, 1993. Disponível em:http://www.uesb.br/flower/florbrasil.htm. Acesso em: 22 jul. 2005.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Estudo Exploratório, Setor Floricultura. Série Empreendor, SEBRAE, Recife, 2001.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Floricultura em Pernambuco, Serie Agronegócio, SEBRAE, Recife, 2001.

ANEXOS

ANEXO 1

HELICONIAS

SORVETÃO

ALPÍNIAS

ANTÚRIOS

Lomachinsky, Mariana Higino

A evolução da floricultura pernambucana : um novo produto na pauta de exportações do Estado / Mariana Higino Lomachinsky. – Recife : O Autor, 2005.

74 folhas : il., fig., tab., quadro, gráf., fotos.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CCSA. Economia, 2005.

Inclui bibliografia e anexo.

1. Economia – Agronegócios. 2. Floricultura tropical, Pernambuco (BR) – Produção de espécies temperada e tropical. 3. Mercados consumidores – Vantagens dos fatores climáticos. 4. Potencial exportador – Evolução da atividade produtiva local. I. Título.

330.15	**CDU (2.ed.)**	**UFPE**
333.9533	**CDD (22.ed.)**	**BC2006-197**