

Capítulo 9

Mercado de flores e plantas ornamentais tropicais

Estratégias para o desenvolvimento de arranjos produtivos da floricultura na Amazônia

Jorge Federico Orellana Segovia

Magda Celeste Álvares Gonçalves

Antonio Claudio Almeida de Carvalho

Francisco Nazaré Ribeiro de Almeida

Introdução

Na avaliação do desempenho da economia brasileira, o Tribunal de Contas da União (TCU, 2010), fundamentado em dados do Instituto de Pesquisa Aplicada (Ipea), mostra que, no último século, o Brasil apresentou uma tendência de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), indicando, assim, evolução no bem-estar da população, sendo que, a partir da implementação do Plano Real, foram criadas as bases para o País retomar o crescimento sustentável.

Conforme o Tribunal de Contas da União (2010), um dos principais fatores de explicação desse crescimento está relacionado à capacidade de investir na economia, em que a participação da formação bruta de capital fixo (investimento) no Produto Nacional Bruto (PNB) do Brasil, em 2009, foi de 17%.

Os dados do IBGE (2011) também mostram que o PIB brasileiro cresceu 7,5% em 2010, atingindo R\$ 3,675 trilhões, ou US\$ 2,089 trilhões pelo câmbio médio no ano. Também denotam que o PIB per capita subiu para R\$ 19.016, ou aproximadamente US\$ 10.814, apresentando alta de 6,5%, em volume, em relação a 2009, que foi de R\$ 16.634.

Apesar da atual crise política e econômica brasileira e mundial, a situação nacional reflete tendências na agricultura que prevalecem, positivamente, há vários anos, com o Brasil emergindo como um poder econômico agrário, figurando entre as dez maiores economias do mundo, com possibilidades de crescimento.

Nesse contexto, no período 2008–2011, a floricultura comercial brasileira cresceu, em média, de 8% a 10% ao ano, nas quantidades ofertadas no mercado, e entre 12% e 15% ao ano, em valor de vendas. Em 2012,

o mercado brasileiro cresceu entre 7% e 8% em quantidade, e entre 12% e 15% em valor comercializado (Flores..., 2015).

Além disso, de acordo com o Sebrae (Flores..., 2015), o mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais movimentou, em 2013, um valor bruto de R\$ 5,22 bilhões, com uma taxa de crescimento de 8,3% sobre o faturamento do ano anterior. Já em 2014, a estimativa do faturamento setorial foi de R\$ 5,64 bilhões, repetindo a performance de crescimento de 8%.

Consolidou-se assim, no mercado, relativa estabilização dos índices de crescimento econômico, acompanhada de aumento dos índices inflacionários e de endividamento dos consumidores, ao mesmo tempo que se desaceleram os fenômenos de abertura de novos mercados e canais de comercialização, como os super e hipermercados, que já respondem por cerca de 10% de toda a comercialização varejista de flores e plantas ornamentais no Brasil.

Com certa retração na economia brasileira em 2015, merece destaque o fato de que, mesmo com a crise econômica e financeira mundial, o mercado brasileiro de floricultura mantém-se estável até 2014, sendo que 97,5% do valor da comercialização setorial são exclusivamente voltados para o mercado interno. Nesses períodos conturbados da economia mundial, o mercado interno de flores e plantas ornamentais apresentou taxas de crescimento variando entre 9% e 10% ao ano, em que o valor bruto da produção (VBP) atingiu R\$ 1,49 bilhão em 2013, e cerca de R\$ 1,61 bilhão em 2014 (Flores..., 2015).

Em 2008, o consumo per capita brasileiro de flores e plantas ornamentais alcançou a cifra de cerca de R\$ 17,50 ao ano. Tendo-se a expectativa de que o potencial de vendas

em todo o Brasil seja, pelo menos, equivalente ao dobro do atual, desde que superadas as restrições geradas por aspectos econômicos e culturais de amplas parcelas da população, além da minimização de entraves logísticos importantes ao longo da cadeia produtiva (Região..., 2010).

No entanto, observa-se que ocorrem diferenças nos valores de consumo em diferentes países, sendo que os maiores valores per capita anuais aparecem para as populações da Suíça, da Holanda, da Noruega, da Áustria e da Bélgica (Tabela 1).

Tabela 1. Consumo per capita anual de flores de corte, em euros, em 2008.

País	Consumo per capita/ano (€)
Suíça	94
Holanda	60
Noruega	58
Áustria	44
Bélgica	44
Inglaterra	40
Alemanha	38
Suécia	34
Itália	33
França	33
Irlanda	31
Estados Unidos	26
Espanha	19
México	10
Polônia	7
Rússia	3
Brasil	1,61
China	< 0,25

Fonte: Região... (2010).

Em 1989 surgiu o Veiling Holambra, que, além da intermediação de produtos, implementou o sistema de vendas por meio de leilão reverso, conhecido como *Klok*. O Veiling Holambra é o maior centro de comercialização de flores e de plantas ornamentais do Brasil, sendo responsável por 45% do mercado nacional. Também concentra a produção de cerca de 400 fornecedores da macrorregião de Holambra, SP, e outras regiões produtoras. A força do Veiling deve-se à bem-sucedida parceria com fornecedores e clientes, que resulta em produtos e serviços reconhecidos em todo território nacional, Estados Unidos e Europa.

Apesar da atual crise econômica, o comércio de flores vem apresentado um crescimento superior ao esperado. Segundo o Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor, 2015), o faturamento foi de R\$ 6 bilhões, contra R\$ 5,7 bilhões de 2014.

Conforme o G1 Campinas (2016), a Cooperativa Veiling Holambra é responsável por 45% da venda de flores e plantas no País, prevendo um crescimento de 4% em relação a 2015 no faturamento em feriado de Finados. Este crescimento está ligado diretamente ao valor agregado a produtos como orquídeas, antúrios e algumas plantas ornamentais. A cooperativa ainda espera crescimento de 2% no “volume” total de produtos no comparativo com o mesmo período do ano anterior. Nesse mercado, os crisântemos, lírios e kalanchoes lideram o ranking dos produtos mais procurados para homenagear os entes queridos. Mas antúrios, lírios da paz e plantas verdes começam a ganhar destaque, segundo a cooperativa de Holambra. Os estudos revelam que 17% das floriculturas e empresas de distribuição varejista de flores apostam em aumento de 10% no faturamento.

Para Schoenmaker, o mercado de flores é uma importante componente na economia brasileira, sendo responsável por 215.818 empregos diretos, dos quais 78.485 (36,37%) são relativos à produção, 8.410 (3,9%) relacionados à distribuição, 120.574 (55,87%) no varejo, 8.349 (3,8%) em funções de apoio (Agronovas, 2016).

Já para o Brasil, o consumo global de flores e plantas ornamentais é um dos menores, alcançando a cifra de €1,61 (R\$ 3,80 per capita ao ano). Tais indicadores evidenciam que o nível de consumo brasileiro é ainda bastante baixo quando comparados com padrões mundiais. No entanto, conforme a empresa Hórtica Consultoria e Treinamento, o potencial de vendas em todo o Brasil pode alcançar pelo menos o dobro do consumo atual (Junqueira; Peetz, 2010).

No Brasil, o mercado de flores e plantas ornamentais vem crescendo anualmente a taxas da ordem de 9,0% a 10,0% ao ano em valor, movimentando em 2008 cerca de R\$ 3,31 bilhões. Além do que, cresce entre 8,0% e 12,0% nas quantidades movimentadas, incorporando não apenas novos produtos e produtores, mas também novas regiões de cultivo, como a Amazônia (Junqueira; Peetz, 2010).

Essa região tropical apresenta potencialidades para cultivo de espécies tropicais, como palmeiras, abacaxis ornamentais, bromélias, helicônias, alpinias e orquídeas, todas com maior valor agregado. Também vêm sendo desenvolvidos produtos como plantas de vaso (Figura 1), flores de corte (Figura 2), plantas para embelezamento paisagístico de parques (Figuras 3 e 4) e jardins (Figura 5), plantas de interiores (Figura 6) e minifrutos ornamentais.

Foto: Jorge Segovia



Figura 1. Produção de plantas de vaso da espécie *Catharanthus roseus*

Foto: Jorge Segovia



Figura 2. Produção de flores ornamentais nos APLs de flores no Pará.

Fotos: Jorge Segovia



Figura 3. Ornamentação de praças: ipê ou pau-d'arco-roxo (*Tabebuia avellanedae* Lor. Ex Griseb.) (A); e ipê-amarelo (*Tabebuia serratifolia*) brindam floradas de belíssimas tonalidades (B).

Foto: Jorge Segovia



Figura 4. Crista-de-galo-plumosa (*Celosia argentea* L.) para ornamentação de praças e jardins.



Foto: Jorge Segovia

Figura 5. Cercas vivas em jardins com a *Ixora coccinea* L., em Macapá, AP.

Foto: Jorge Segovia



Figura 6. Plantas de interiores, como *Guzmania lingulata* (L.) Mez., à frente, *Asparagus densiflorus* na lateral esquerda e *Dracaena* sp. Lam., ao fundo.

A comercialização na floricultura brasileira

No Brasil, os principais centros atacadistas de concentração da oferta e de comercialização de flores e plantas ornamentais estão localizados no estado de São Paulo, sendo constituídos pelo Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP (Figuras 7 e 8), pelo mercado de flores e plantas da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp), no Entrepósito Terminal de São Paulo, SP, o maior grau de especialização no segmento de flores e folhagens envasadas (Região..., 2010).

No Brasil, os principais arranjos da comercialização no mercado atacadista podem ser caracterizados por algumas formas (Região..., 2010) a serem descritas a seguir.

Leilão

O grupo Veiling comercializa a produção de 400 fornecedores, que representa 45% do mercado de flores e plantas ornamentais de todo o País. Os números do evento impressionam: em um único dia, chegam a

Foto: Jorge Segovia



Figura 7. Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP.

Foto: Jorge Segovia



Figura 8. Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da Ceasa de Campinas, SP.

ser vendidos cerca de um milhão de unidades, entre flores e plantas ornamentais. Só de rosas vermelhas, o volume pode chegar a 40 mil unidades diárias. No Brasil, embora o consumo próprio de flores e plantas ornamentais não seja um hábito e nem todo mundo tem flor em casa, já existem ações de marketing para criar esse hábito, para que as pessoas tenham flores em casa sempre. E o mercado é promissor. Antigamente, a gente só via flor em grandes decorações. Agora você encontra em eventos como batizados, chá de bebê, aniversário. E acredita-se que grande parte disso aconteceu depois da inserção do produto nos supermercados. Isso mostrou para o consumidor que flor é um produto acessível. Há todos os preços e para todos os gostos (G1 São Paulo, 2014).

Na contramão da crise econômica que afeta o Brasil, o mercado de flores estima um crescimento de até 9% para 2017 e faturamento de R\$ 7,2 bilhões. Em Holambra, cidade que responde por quase a metade (45%) da comercialização nacional, o crescimento previsto pelas duas cooperativas – Veiling e Cooperflora – deve ser ainda maior, em torno de 11% (Mercado..., 2017).

Contratos de intermediação (formais e informais)

Aproximadamente 44% dos produtos comercializados pela Cooperativa Veiling Holambra, de Holambra, SP, passam pela intermediação, com vendas operacionalizadas por meio da Central de Vendas Intermediação. É um sistema em que produtores e distribuidores fecham contratos de curto, médio ou de longo prazos, formais ou informais, determinando-se os preços, as características dos produtos e os prazos de entrega. Esse sistema permite ao produtor programar melhor sua produção, enquanto o atacadista pode, antecipadamente, fixar seus preços no varejo, principalmente em períodos que antecedem as principais datas de venda do setor.

Comercialização virtual

Atividade comercial praticada via internet a um banco de dados informatizado sobre os produtos disponíveis. O sistema é alimentado por produtores que disponibilizam informações sobre quantidade, qualidade, preço e prazo de entrega. Atualmente, esse sistema é operado na Cooperativa Veiling Holambra e na Floranet/Cooperflora.

Centrais de Abastecimento S.A. (Ceasas)

As Ceasas funcionam como entrepostos comerciais, fornecendo parâmetros diários sobre preços, quantidades e procedência de uma gama de produtos vegetais oriundos da floricultura nacional. Em termos de volumes e valores de mercadoria nacional, a mais expressiva Ceasa é a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais do Estado de São Paulo (Ceagesp), operando desde 1969.

No entanto, a região Norte ainda detém modesta participação no mercado brasileiro de flores e folhagens de corte, comportando-se como forte importadora dessas mercadorias, especialmente do estado de São Paulo. Segundo o diagnóstico (Região..., 2010) feito sobre a cadeia produtiva da floricultura da Amazônia, elaborado no âmbito do Projeto Estruturante da Floricultura do Sebrae, para 2007, a produção de flores tropicais de corte no mercado da Amazônia atingiu o total de 1.460.847 hastes, com a maior participação relativa na obtenção desse resultado o Pará (38,11%), seguido pelo estado do Amazonas (24,12%), Tocantins (22,68%), Rondônia (12,48%) e Amapá (1,01%).

Comércio da floricultura amapaense

No Amapá, o comércio de flores e plantas ornamentais é dinamizado pela atuação especializada de pequeno número de empresas de médio e de pequeno porte, formalmente estabelecidas e organizadas, em sua maioria, pela Associação dos Produtores e Distribuidores de Flores, Viveiristas e Paisagistas do Amapá (Equaflora).

De acordo com essa entidade, no Amapá, existem diversas atividades na cadeia produtiva desse segmento agrícola, encadeados na comercialização de flores e plantas ornamentais, como:

- Floriculturas (6).
- Empresas distribuidoras de plantas (9).
- Empresas distribuidoras de insumos (6).
- Empresas produtoras de mudas (4).
- Empresas produtoras de gramas (2).
- Empresas de paisagismo (5).
- Empresas de decoração (8).
- Decoradores informais (22).
- Produtores de mudas informais (4).

Nos últimos 5 anos, no comércio de flores e plantas ornamentais, vem se destacando o varejo supermercadista, formado por algumas redes de supermercados do estado, os quais oferecem flores e plantas ornamentais em suas lojas. Nos últimos anos, o crescimento anual brasileiro de vendas por meio desse canal tem se situado na faixa entre 10% e 20%, em que os preços praticados nos supermercados são considerados altamente competitivos.

Mesmo na ausência de registros sobre a produção e o valor bruto da produção estadual e as margens de comercialização desses produtos, conforme informações da Equaflo, no Amapá, seus associados movimentam, aproximadamente, R\$ 9,6 milhões por ano. Além disso, esse segmento produtivo gera 150 empregos diretos, explorando uma área de 5 ha com áreas cultivadas, estufas e viveiros (Figura 9).



Foto: Jorge Segovia

Figura 9. Áreas com viveiro de plantas ornamentais fazendo parte dos arranjos produtivos locais em Macapá, AP.

Entretanto, a comercialização eficiente do mercado de flores e plantas ornamentais demanda uma logística adequada, incluindo técnicas e operações de transporte, estocagem, comunicação com os clientes e compradores, além da transferência de posse das mercadorias, a qual, apesar de ainda incipiente no estado, começa a dar sinais de crescimento para atender à demanda local.

Geralmente, a exposição de flores e plantas ornamentais em locais estratégicos das lojas favorece as compras por impulso, característica importante no consumo dessas mercadorias (Figuras 10 a 12).



Fotos: Jorge Segovia

Figura 10. Arranjos florais montados na Associação Florat Carpam em Manaus, AM.



Fotos: Jorge Segovia

Figura 11. Arranjos florais montados pela associação de produtores em Palmas, TO.

Nessas redes de supermercados e lojas especializadas, os produtos podem ser expostos com diferentes valores agregados como embalagens decorativas, *cachepots* e outros acessórios, servindo como impulsionadores de vendas em datas comemorativas, apresentando um leque de produtos decorativos inseridos nos mais diversos ambientes, inclusive em banheiros públicos e privados (Figura 13).

Estratégias no desenvolvimento dos arranjos produtivos de flores e plantas ornamentais na Amazônia

Na região amazônica, a produção e a comercialização de flores e plantas ornamen-

Foto: Jorge Segovia



Figura 12. Arranjos florais montados pela associação de produtores em Belém, PA.

Foto: Jorge Segovia



Figura 13. Arranjos florais utilizados em toaletes de shopping center.

tais tende a se consolidar como segmento econômico de exploração sustentável de produtos agrícolas e florestais não madeireiros, inclusive com uma demanda internacional ainda não atendida, com alternativas mais consistentes ecologicamente, no que tange à comercialização de espécies ainda pouco exploradas da Floresta Amazônica.

No comércio regional e global de flores e plantas ornamentais, principalmente de espécies vegetais nativas da Amazônia, têm-se espécies como helicônias, alpinias,

orquídeas, bromélias, palmeiras, entre outras, as quais apresentam um mercado em expansão e com inúmeras oportunidades para os sistemas produtivos amazônicos.

Essa comercialização vem crescendo de forma gradativa, o que poderia ser melhorado por meio da transferência de tecnologias. Com a publicação de *Técnicas e Inovações na Floricultura Tropical: uma alternativa de negócios sustentáveis na Amazônia*, pretende-se corrigir parte dessa deficiência, difundindo os mais recentes conhecimentos sobre essa gama de espécies da flora regional que já vem mostrando seu potencial econômico. Destaque-se que, nesse contexto, só na última década, na Amazônia foram produzidos trabalhos que apontam mecanismos para elevar o padrão de vida de seus habitantes por meio do cultivo de flores e plantas ornamentais.

No período de 2007 a 2015, as empresas de pesquisa e inovação tecnológica – como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Centro de Biotecnologia da Amazônia (CBA), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e os órgãos de extensão rural e as secretarias de Ciência e Tecnologia nos diversos estados da Amazônia – vêm atuando em parcerias que produzem avanços tecnológicos responsáveis pela diversificação e melhora na qualidade da produção de flores ornamentais no Brasil, assim como no fortalecimento dos Arranjos Produtivos de flores e plantas ornamentais tropicais, e na estimulação do consumo das belezas e encantos naturais da flora tropical.

Assim, essas instituições em parceria com os representantes dos agentes produtivos vêm implantando projetos envolvendo a prospecção, a multiplicação, o cultivo e a comercialização em sistemas produtivos de flores e

plantas ornamentais tropicais, contribuindo assim para implantação de projetos de melhoramento genético, correção e adubação de solos, cultivo in vitro e outras ferramentas modernas de produção, relevando a exploração sustentável voltada ao mercado de flores e plantas ornamentais e à conservação de espécies autóctones da flora.

Para alavancagem desse segmento, há necessidade de se desenvolver estratégias sistematizadas a partir do potencial existente nos arranjos produtivos locais, buscando a geração de trabalho/ocupação, aumentos de renda e melhor qualidade e continuidade dos empreendimentos rurais ligados à agricultura familiar.

Na Amazônia, os principais desafios relacionados à competitividade e à melhoria dos sistemas produtivos são:

- A qualidade de produtos e o valor agregado.
- A carência de qualificação técnica, gerencial e organizacional.
- A inadequação e insuficiência na assistência técnica.
- A indisponibilidade de máquinas e implementos.
- As dificuldades na certificação de produtos.
- As carências de uma logística para o desenvolvimento e armazenamento de produtos de extrema fragilidade.
- A falta de design de produtos.
- A carência de informações que contribuam com o desenvolvimento da floricultura, tanto daquela voltada ao merca-

do interno quanto a destinada ao mercado externo.

Cabe considerar que, na cadeia de suprimento de flores e folhagens de corte, predominam certos pontos de estrangulamento, especialmente no que se refere ao transporte e acondicionamento das mercadorias, além de depósitos inadequados.

Finalmente, ressalta-se a falta de mão de obra regional especializada e de conhecimentos sobre as necessidades e exigências no preparo, acondicionamento e no manuseio adequado desses produtos.

Contudo, a comercialização eficiente exige logística adequada, incluindo técnicas e operações de transporte, estocagem, comunicação com os clientes e compradores, além da transferência de posse das mercadorias.

Também existe deficiência de mão de obra especializada e de conhecimentos sobre as necessidades e exigências no preparo, no acondicionamento e no manuseio adequado desses produtos, de natureza tão delicada.

Deve-se ter, também, em consideração que a modernização agrícola pode conduzir à geração de produtos de amplo consumo, permitindo abrangente distribuição do aumento da renda, podendo provocar, ainda, aumento na demanda de bens e serviços de outros setores da economia, além de promover queda do preço real numa gama de produtos como são as flores e as plantas ornamentais, a partir da modernização agrícola, gerando aumento de salário real e resultando em maior competitividade desse e de outros segmentos produtivos no mercado.

Em toda a região, determinadas ações precisam ser analisadas e implementadas com o propósito de ampliar o mercado e pro-

mover a melhoria da qualidade e do valor agregado de produtos, como:

- Melhoramento genético de flores e plantas ornamentais da Amazônia.
- Estruturação do sistema de produção de sementes e mudas.
- Estruturação da governança do Arranjo Produtivo Local (APL) em assuntos estratégicos.
- Estruturação da plataforma de elaboração e acompanhamento técnico de projetos para financiamento da produção.
- Dimensionamento das lacunas de informações econômicas do sistema, como: oferta potencial por localidade, valor da produção e suas possibilidades de agregação de valor em nível local e regional, etc.
- Ampliação da capacitação gerencial, organizacional e técnica de extensionistas e produtores de flores e plantas ornamentais.
- Promoção da certificação pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) da produção de flores e plantas ornamentais tropicais.
- Promoção da certificação de produção orgânica e de comércio justo.
- Estruturação das rodadas de negócios internos e externos.
- Ampliação da capacidade de produção, armazenamento e distribuição de flores de corte e de plantas de vaso.
- Estruturação das redes associativas dos grupos informais que trabalham no APL.

- Promoção da gestão de empreendimentos coletivos.
- Montagem de design de produtos finalísticos e embalagens nos processos de produção e manufatura.
- Informatização dos empreendimentos coletivos que trabalham a produção e a manufatura de flores e plantas ornamentais, com estruturação do portal digital da cadeia produtiva.
- Promoção da participação do APL em eventos nacionais e internacionais.

Contudo, como estratégias a serem implementadas no desenvolvimento sustentável dos arranjos produtivos de flores e plantas ornamentais na Amazônia, deve-se firmar a sinergia da governança por meio da parceria interinstitucional com foco nas demandas apresentadas, consolidando os polos estaduais de produção e comercialização, e ampliando o comércio de produtos da floricultura.

As estratégias a serem analisadas e implementadas no desenvolvimento socioeconômico e ambiental dos Arranjos Produtivos de Flores e Plantas Ornamentais na Amazônia, para promover a geração de significativo número de empregos rurais e urbanos, além de contribuir com a sobrevivência de inúmeros empreendimentos agrícolas, no novo cenário dos empresários da floricultura amazônica, podem ser resumidas da seguinte forma:

- Consolidação dos polos estaduais de produção e comercialização de flores e plantas ornamentais.
- Maior diversificação do consumo, com introdução de novas espécies e cultiva-

res mais adaptadas aos gostos e às culturas regionais.

- Maior potencialização dos custos logísticos de transporte e movimentação de mercadorias, condicionando maior diversificação e incorporação das produções regionais.
- Ampliação do comércio dos produtos da floricultura amazônica, tanto no âmbito do mercado interno quanto para o exterior.
- Implantação de inovações técnicas, gerenciais e organizacionais do agronegócio de flores e plantas ornamentais.
- Criação da plataforma de projetos para elaboração e acompanhamento de projetos de financiamento da atividade.
- Acesso ao capital pela pressão sobre os agentes financeiros.

Portanto, o fortalecimento do comércio dos produtos da floricultura amazônica, tanto no âmbito do mercado interno quanto para o comércio exterior, constitui-se numa ação absolutamente vital para garantir a geração de emprego e renda, seja no meio rural, seja nas cidades, inclusive para a sobrevivência de inúmeros empreendimentos agrícolas de caráter familiar.

Referências

AGRONOVAS. **Faturamento do mercado de flores**. 2016. Disponível em: <www.agronovas.com.br/faturamento-do-mercado-de-flores>. Acesso em: 18 maio 2017.

ECOFLORA BRASIL. **Veiling Holambra comemora 25 anos do sistema de leilões**. Holambra, 2016. Disponível em: <<http://www.ecoflora.com.br/veiling-holambra-comemora-25-anos-do-sistema-de-leiloes/>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

FLORES e plantas ornamentais do Brasil. Brasília, DF: Sebrae, 2015. v. 1, 44 p. (Sebrae. Série estudos mercadológicos).

G1 CAMPINAS. **Veiling Holambra prevê alta de 4% no faturamento de flores neste fim de ano**. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2016/11/veiling-holambra-preve-alta-de-4-no-faturamento-de-flores-neste-finados.html>>. Acesso em: 1 ago. 2017.

G1 SÃO PAULO. **Leilão de flores em Holambra vende até 40 mil rosas vermelhas por dia**: produção da cooperativa Veiling corresponde a 45% do mercado nacional e os Leilões diários comercializam até um milhão de unidades de flores de plantas. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/08/leilao-de-flores-em-holambra-vende-ate-40-mil-rosas-vermelhas-por-dia.html>>. Acesso em: 1 ago. 2014.

IBGE. **Em 2010, PIB varia 7,5% e fica em R\$ 3,675 trilhões**. 2011. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias.html?view=noticia&id=1&idnoticia=1830&busca=1&t=2010-pib-varia-7-5-fica-r-3-675-trilhoes>>. Acesso em: 18 jun. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA. **Mercado interno**. 2015. Disponível em: <<http://www.ibraflor.com/publicacoes/vw.php?cod=234>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. da S. **A floricultura brasileira no contexto da crise econômica e financeira mundial**. 2010. Disponível em: <http://www.hortica.com.br/artigos/A_floricultura_brasileira_no_contexto_da_crise_financeira_mundial-1.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2011.

MERCADO de flores em Holambra prevê crescimento de 11% em 2017. 2017. Disponível em: <<http://jape.com.br/portal/tvjape/materia.php?recordID=2628>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

REGIÃO Norte do Brasil. Macapá: Sebrae Amapá, 2010. v. 1, 1 CD-ROM. (Sebrae. Manuais técnicos instrucionais para o setor de floricultura e plantas ornamentais).

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. **Desempenho da economia brasileira**: desafios para o crescimento econômico. Disponível em: <http://portal.tcu.gov.br/tcu/paginas/contas_governo/contas_2010/fichas/Ficha%201.3_cor.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2011.