

## **Logística de exportação de flores no Brasil**

Carlos Armando Soncin  
Wilton Lupo Neto  
Daniel Souza  
Samuel Filipe Pelicano e Telhado  
José Vicente Caixeta Filho

### **Resumo**

Este trabalho explora o setor floricultor do Brasil, evidenciando todos os aspectos relacionados ao ramo: desde a produção, distribuição até a exportação. Além disso demonstra, detalhadamente, os passos a serem seguidos para a exportação de flores, fazendo um breve apanhado dos principais problemas para a exportação de plantas ornamentais do Brasil e do setor em geral, propondo algumas possíveis soluções.

Para tal, realizou-se uma visita ao Aeroporto Internacional de Viracopos, uma entrevista junto ao produtor de rosas (Grupo Rheijsers) e pesquisas bibliográficas.

**Palavras chave:** Exportação de flores, logística, comércio de flores

### **1 Introdução**

O ramo da floricultura mundial, segundo Motos (2002), em relação à produção mundial de flores e plantas ornamentais vem ocupando uma área estimada de 190 mil hectares e movimentando valores próximos a US\$ 16 bilhões por ano no setor de produção. Do ponto de vista do faturamento do varejo equivale a US\$ 49 bilhões por ano (Marques, 2002).

No Brasil, existem cerca de 3600 produtores de flores e plantas ornamentais trabalhando em 4800 ha. A atividade é caracterizada pela presença de pequenos e médios produtores, além de um reduzido número de grandes empresas (Ibraflor 2003).

Acompanhando a tendência mundial de expansão do mercado de flores e plantas ornamentais, o Brasil, que nunca teve tradição no setor, deu uma guinada, aumentando de 10 a 15% ao ano a sua participação no mercado internacional. A projeção do Instituto Brasileiro de Floricultura (IBRAFLOR) é de que o país salte dos atuais 16 milhões de dólares, para 80 milhões de dólares ao ano até 2004.

Grande parte do mérito das relações produtivas brasileiras que levou a esse resultado deve-se à criação do programa Flora Brasilis, implantado em Janeiro de 2001 por meio de um convênio entre o IBRAFLOR e a Agência de Promoção de Exportação (APEX) justamente para ampliar as exportações brasileiras.

As exportações brasileiras atingiram 15 milhões de dólares no ano de 2003, o que representa um crescimento de 12% em relação a 2002, quando foram exportadas 13,5 milhões de dólares. De acordo com Sérgio Pupo, presidente do IBRAFLOR, os resultados das exportações tiveram um crescimento real de vendas, em dólares, de 22,75% sobre o mesmo período de 2002.

Considerando que as exportações de 2002 atingiram um patamar de US\$ 16 milhões, o IBRAFLOR estima que o volume total da produção brasileira para exportação não atinja 5%.

De acordo com Motos (2002), a produção nacional é voltada basicamente para o mercado interno. Entretanto, um dos entraves à exportação de flores e plantas ornamentais diz respeito à qualidade e padronização das espécies.

Além disso, existe o problema da perecibilidade e a conseqüente perda de produto pós-colheita, chegando a atingir até 40%. Os produtos brasileiros encontram vários obstáculos para se encaixar ao padrão internacional, entre eles destacam-se:

- Falta de padronização e uniformização;
- Burocracia envolvida na exportação;
- Restrições comerciais quanto a barreiras fitossanitárias;
- Dificuldades na captação de clientes externos;
- Sazonalidade na demanda pois a maior quantidade de flores e plantas ornamentais concentram-se em datas comemorativas, tais como: Dia das Mães, Dia da Secretária, Dia dos Namorados, Finados entre outros.

## **1.1 Objetivos**

Tendo em vista que o mercado brasileiro de floricultura e plantas ornamentais vem apresentando uma elevada e crescente participação na economia nacional, este trabalho tem como objetivo principal verificar os determinantes, entraves e dificuldades da logística de flores nacionais para exportação. Além disso serão apresentados caminhos alternativos para a resolução dos problemas decorrentes no processo de exportação. Para atender aos objetivos propostos serão apresentadas informações coletadas junto a produtores, cooperativas, aeroportos, terminais modais, centros de distribuição.

## **2. Revisão de Literatura**

### **2.1 A Floricultura no Brasil**

A floricultura no Brasil iniciou-se como atividade econômica em maior escala a partir dos meados dos anos 60.

Segundo Góes (1997), no início dos anos 50, a colônia portuguesa se instalou na região de Guarulhos – SP, iniciando-se assim a produção de flores. Em meados dos anos 60, imigrantes holandeses trouxeram novas técnicas para o interior do Estado de São Paulo (Smorigo, 1997). Aos poucos foi crescendo, visando principalmente os picos de maior demanda provocados pelo Dia das Mães, Dia dos Namorados, Finados e Natal.

O Brasil possui notórias vantagens comparativas para especializar-se na produção de flores, bastando citar os microclimas privilegiados, a disponibilidade de terra, água, mão-de-obra, tecnologias agrônômicas, infra-estrutura aeroportuária e canais de distribuição adequados. Estes fatores incidem diretamente na qualidade do produto ao mesmo tempo em que permitem um adequado e racional manejo dos custos oferecendo preços competitivos nos mercados externos.

Por outro lado, algumas atitudes do governo brasileiro dificultam o crescimento dos produtores, como a burocracia para as exportações e as questões tarifárias. Também a imagem negativa do Brasil, com relação ao tema ambiental, se reflete como desvantagem para a floricultura nacional frente aos demais países produtores.

Apesar de inúmeras vantagens comparativas, o setor produtor de flores e plantas ornamentais, demonstra a crescente necessidade de ações articuladas para dotar o país de condições para uma produção de qualidade. A área ocupada atualmente pela floricultura no Brasil é pequena, com possibilidades de crescer consideravelmente sendo necessária a adaptação das culturas às características de solo e clima das diversas regiões. Para se ter uma idéia, estima-se que a área plantada esteja em torno de 4800 hectares, apresentando um consumo de fertilizantes de 700 kg/ha, além de utilizar vários outros insumos, como húmus de minhoca, máquinas para a preparação do solo, embalagens, entre outros. Por estes dados podemos antever a importância da floricultura no país.

A exportação, na década passada, não passou de modestos 15 milhões de dólares por ano. No mercado interno, onde o consumo per capita ainda é muito pequeno, em torno de 7 dólares por ano, é infinitamente pequeno se comparado a países como Suíça com US\$174/ano e Noruega com US\$ 160/ano e portanto com grande potencial para se expandir (Tabela 1). Também registram-se perdas enormes entre a produção e o consumo, variando de 30 a 60%, devido a falta de organização do setor.

**Tabela 1: Consumo per capita mundial - 2002**

CONSUMO PER CAPITA DE FLORES E PLANTAS (EM US\$)	
Suíça	174
Noruega	160
Áustria	109
Alemanha	98
Suécia	89
Dinamarca	83
Holanda	80
Finlândia	69
França	69
Bélgica	69
Itália	63
Estados Unidos	58
Japão	45
Grécia	33

Fonte: Ibraflor (2001)

Entretanto, a floricultura apresenta uma performance bastante satisfatória quando comparada com outros setores da agricultura brasileira, que contam com incentivos governamentais e tem tradição no mercado. O setor de banana exportou em 1990, 9 milhões de dólares, a laranja 18 milhões e o sisal bruto 7 milhões. Essas comparações são necessárias para ressaltar que o setor não é tratado com a devida relevância, as estatísticas são pouco detalhadas e o apoio institucional é quase inexistente.

Não se pode deixar de citar o papel da Cooperativa Agropecuária Holambra, para o desenvolvimento da floricultura nacional. Fundada em 1948 por imigrantes holandeses, deu um importante impulso na produção e comercialização de flores que até então mal sobreviviam. A

união dos produtores de forma organizada permitiu a ampliação e troca de conhecimentos existentes por parte de técnicos e produtores, bem como adquirirem as tecnologias avançadas necessárias para o desenvolvimento com qualidade. A partir de 1991 a Cooperativa Holambra passou a utilizar um moderno sistema de comercialização que contribuiu para o desenvolvimento alcançado até nos dias de hoje.

Um grande pulso no setor ocorreu no final da década de 70, quando um novo grupo de holandeses chegou ao Brasil, trazendo conhecimento das técnicas de produção em estufa e diversas novas espécies de plantas. Neste ano foi inaugurado o Mercado de Flores na Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) e ainda hoje é o local onde mais se comercializa plantas no país.

O aspecto social do setor de produção de plantas ornamentais deve ser considerado principalmente por gerar grande quantidade de empregos. Segundo Castro (1999), a floricultura, entendida aqui como a produção de espécies ornamentais, quer seja de corte ou para plantio, gera mais de 200.000 empregos diretos e 150.000 indiretos. Contribui com cerca de 800 milhões de reais anuais em negócios realizados, cuja retribuição ao país está representada por um melhor nível nas áreas onde se desenvolve esta atividade. Absorve em média 15 trabalhadores por hectare, empregando inclusive mulheres e adolescentes, contribuindo para a permanência do homem no campo.

Estima-se que a produção nacional de flores se encontra ao redor de 2 bilhões de dólares anuais em nível de varejo, com um consumo interno que absorve mais de 90% do total. Comparando-se com a rentabilidade alcançada pela fruticultura que gira em torno de 30 mil dólares por ano, podemos ter uma idéia da importância da floricultura para a economia nacional.. Dois fatores devem ser levados em conta como vantagem em relação às demais culturas; o primeiro é que a produção de plantas ornamentais se adapta, com sua grande variedade de espécies a qualquer tipo de terreno, utilizando inclusive áreas marginais, como alagados, terrenos arenosos e pedregosos; e como segundo fator temos que a produção de flores se dá durante o ano todo.

Os benefícios sócio-econômicos do setor, para o país podem ser identificados como:

- a) Orientação da produção agrícola de pequenos e médios produtores fornecendo produtos com alto valor de mercado;
- b) Aumento de renda regional e da renda per capita de regiões produtoras, além da geração de renda indireta;
- c) Geração de empregos na região, predominando a mão-de-obra familiar, contribuindo para fixar o homem no campo e estancar o fluxo migratório da região;
- d) Geração de divisas através de exportações, atualmente em 5% do total produzido, mas podendo alcançar 20%;
- e) Geração de receitas fiscais, nos níveis Municipal, Estadual e Federal;
- f) Geração e transferências de novas tecnologias agrônomicas, gerenciais e mercadológicas;
- g) Especialização da mão de obra com respectiva elevação do salário real.

A produção brasileira de flores e plantas ornamentais está distribuída principalmente nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Santa Catarina, Pernambuco e Rio Grande do Sul, ocupando uma área de 4.800 hectares. Mais de 3.600 produtores respondem por negócios em torno de R\$ 350 milhões e 10.000 pontos de vendas. As taxas de crescimento estão em torno de 20% ao ano, podendo ser considerada entre as maiores de nossa economia. Nas demais

unidades da federação, embora ocorram microclimas adequados à atividade, a horticultura ornamental é pouco desenvolvida sendo a maior parte das espécies disponíveis no mercado procedente de outras regiões. Entre os países da América Latina que produzem plantas ornamentais, temos a Colômbia, segunda maior produtora mundial, contribuindo com 13% de toda produção, perdendo apenas para a Holanda, a qual tem uma participação em torno de 45% de toda produção mundial de plantas ornamentais. Também encontramos como países exportadores o Equador, Chile e Bolívia. A parcela de exportação brasileira em relação ao cômputo geral é de apenas 0,1% da produção mundial.

Uma amostra da dinâmica e potencialidade do setor ocorreu em novembro de 1998, quando foi inaugurado o sistema de distribuição FLORANET, a primeira experiência de comercialização eletrônica virtual de flores e plantas através da *internet*, organizando os fluxos de informações entre as diversas regiões produtoras e o centro de consumo através dos atacadistas/distribuidores.

A FLORANET, diferentemente dos outros centros distribuidores, é uma empresa privada de comercialização de flores e plantas ornamentais, sendo composta, atualmente por oito grandes produtores.

## **2.2. Comercialização e Distribuição de flores e plantas ornamentais**

A localização da produção e dos centros de comercialização é fator importante nesta atividade agrícola. Conforme Kras (2001), 90% da produção e consumo de flores e plantas ornamentais se dá em um raio de 500 Km entre eles, dado que os custos de transporte e de distribuição de produtos altamente perecíveis limitam as distâncias para comercialização.

De um modo geral, a comercialização e distribuição de flores e plantas ornamentais ocorre através de centrais de comercialização. Segundo Castro (2000), existem centrais onde somente entram produtos de produtores, como é o caso do Veiling Holambra e do Mercaflor – SC (Mercado do Profissional da Floricultura e do Paisagismo); existem aquelas onde entram produtos de produtores e atacadistas como o CEAGESP – SP e a CEASA – Campinas (Central de Abastecimento S/A.); e ainda aquelas onde somente se comercializam produtos de atacadistas.

Em se tratando do Estado de São Paulo, os principais centros se resumem ao Veiling Holambra, à CEAGESP-SP e a CEASA-Campinas.

Claro & Oliveira (1999) relatam que o Veiling Holambra é uma unidade da Cooperativa Agropecuária Holambra, responsável por 40% da comercialização nacional em 1997, operando um sistema de venda por pregão diário. O Veiling conta com uma forte preocupação com a padronização e com as normas de qualidade e atende, principalmente, atacadistas e floriculturas.

Arruda et al. (1996), ao comentarem sobre o mercado de flores da CEAGESP-SP, localizado na cidade de São Paulo, destacam que tal entreposto concentra a produção de várias regiões, facilitando a atividade dos compradores. Porém, a falta de padrões de classificação e o longo período de comercialização prejudicam a aparência dos produtos, atributo primordial para comercialização de flores.

Já a CEASA têm um dos seus principais entrepostos localizado em Campinas, próximo as regiões produtoras. Castro (1998) acredita que, principalmente, devido a este fato, a CEASA-Campinas vem se destacando como alternativa à comercialização até então predominante na CEAGESP-SP.

Atualmente outra alternativa para comercialização de flores e plantas ornamentais é o uso da Internet. Segundo Bongers (2001), a comercialização eletrônica traz comodidade para o consumidor e apoio para os produtores e comerciantes. No Brasil existem algumas empresas já operando no sistema de comercialização via Internet, como a FLORANET.

### **2.3.1. Sistema de Distribuição atacadista privado e comercialização virtual**

A família Rheijers atua na área de produção de flores desde 1972, iniciando seu trabalho sob uma mesma marca a partir de 1994, com o estabelecimento do Grupo Rheijers (atual FLORANET). A empresa concede no Município de Holambra-SP, por motivos de desacordo com as políticas da Cooperativa Holambra, decidiu pelo desligamento, necessitando criar seu próprio sistema de distribuição. O novo sistema foi inaugurado em outubro de 1998 e está dividido em 3 empresas diferentes: uma responsável pela área comercial, uma segunda pela área administrativa e uma terceira responsável pela distribuição (operadora logística).

A FLORANET possui uma pequena sede, com uma câmara fria com 430m<sup>2</sup> e plataforma de embarque/desembarque. A área total construída da empresa é de 1400m<sup>2</sup>. Conta atualmente com o cadastro de oito produtores e 120 clientes associados. O produtor cadastrado não precisa entregar 100% da sua produção para a empresa. Os principais produtos comercializados são: rosas, cravos, alstroemérias, boca de leão, violetas, gérberas e azaléias.

O funcionamento do sistema de distribuição ocorre da seguinte forma: as unidades de produção passam sua disponibilidade de produto, alimentando um banco de dados para a área comercial. Clientes fazem seus pedidos, na maioria das vezes, via telefone, internet ou fax. Alguns fazem o pedido diretamente no escritório de vendas. Os pedidos são enviados às respectivas unidades de produção, que recebem o pedido por cliente, identificando-os através de etiquetas com código de barras. São enviadas para a central logística, de cada produtor diretamente para o cliente, apenas os produtos já vendidos, podendo já serem retirados pelos clientes. O transporte é responsabilidade do produtor. Os pedidos devem ser realizados com um dia de antecedência.

Os critérios de classificação são discutidos com os produtores e são estabelecidos padrões. A padronização e controle de qualidade são realizados na produção. O produto possui a característica de maior durabilidade, já que o tempo entre a colheita e distribuição é curto. Além disso, a empresa investe na marca FLORANET, colocando sua logomarca nas embalagens de comercialização e em algumas propagandas em revistas especializadas.

Desde final de 1999, a FLORANET tem trabalhado com sistema eletrônico de comercialização. O objetivo é viabilizar a comercialização eletrônica virtual de flores e plantas através da *Internet*, organizando os fluxos de informações e produtos, a fim de aproximar e dar mais agilidade nas operações comerciais entre as diversas regiões produtoras e centro de consumo através dos atacadistas/distribuidores. Os fornecedores são os produtores, associações de produtores, cooperativas e mercados regionais. Os clientes são atacadistas, *cash and carry* e *garden centers* (Bongers et al., 1999).

## **2.4 Exportações e Importações**

Quanto ao potencial das exportações brasileiras de flores, Castro e Minami (2000) acreditam que cada vez torna-se mais patente o fato de que o mercado de flores e plantas

ornamentais é de natureza internacional. É clara a perspectiva de transformação de consumo que se observa, em paralelo ao intenso comércio de flores tradicionais, envolvendo um incremento significativo da demanda por produtos de origem tropical, quer flores de corte, quer mudas envasadas. Mesmo em vista destes fatos, Laws (1998) observa que apenas 3% do total de flores de corte frescas comercializadas no mundo, no ano de 1997, diziam respeito a flores tropicais.

Em 1996, as exportações brasileiras, segundo Kämpf (1997), variaram de 2 a 5% da produção nacional, com destino à Alemanha, França, Holanda, EUA, Itália e Suíça. De acordo com Laws (2000), o país que mais exportou flores em 1998 foi a Holanda, seguida pela Colômbia, Alemanha e Itália.

Motos & Nogueira Jr. (2001) atentam para a importância do Convênio APEX (Agência de Promoção de Exportações) / Ibraflor assinado em outubro de 2000, que tem como principal objetivo ampliar as exportações brasileiras de flores. Outros países com tradição exportadora, como Holanda, Colômbia e Dinamarca, exportam, respectivamente, valores de aproximadamente US\$ 3,3 bilhões, US\$ 560 milhões e US\$ 465 milhões.

De acordo com a Tabela 2, o Brasil vem aumentando suas exportações, com uma pequena queda no ano de 2000, enquanto que as importações tiveram um incremento no ano de 1998, com poucas variações no decorrer dos outros anos. Matsunaga (2000) acredita que esse quadro é preocupante, não por causa da competição em si, que é desejável para os produtores nacionais, mas sim pela facilidade com que o produto chega ao Brasil.

De outro lado, quando o país tem intenção de exportar, há exigências diversas que dificultam suas exportações, como: padronização do produto, equipamentos de transporte e armazenamento, perecibilidade dos produtos e tecnologia de embalagens, problemas tributários, entre outros. Mesmo assim, a balança comercial da floricultura do Brasil continuou evidenciando, no período, um saldo positivo de US\$ 6,1 milhões, confirmando sua composição histórica, onde as importações - concentradas sobre as compras de material genético básico de propagação - representam 45% dos valores anuais efetivamente exportados.

**Tabela 2.** Exportações e importações brasileiras de plantas vivas e produtos da floricultura, 1996 a 2002 (em US\$ FOB).

Período	Exportações	Importações
	US\$ FOB	US\$ FOB
1996	11.855.354	6.117.385
1997	11.004.990	5.948.151
1998	12.042.129	8.117.810
1999	12.996.732	5.476.909
2000	11.841.425	6.398.775
2001	13.204.912	7.556.221
2002	14.924.315	7.994.231

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio - Secretaria de Comércio Exterior - ALICE

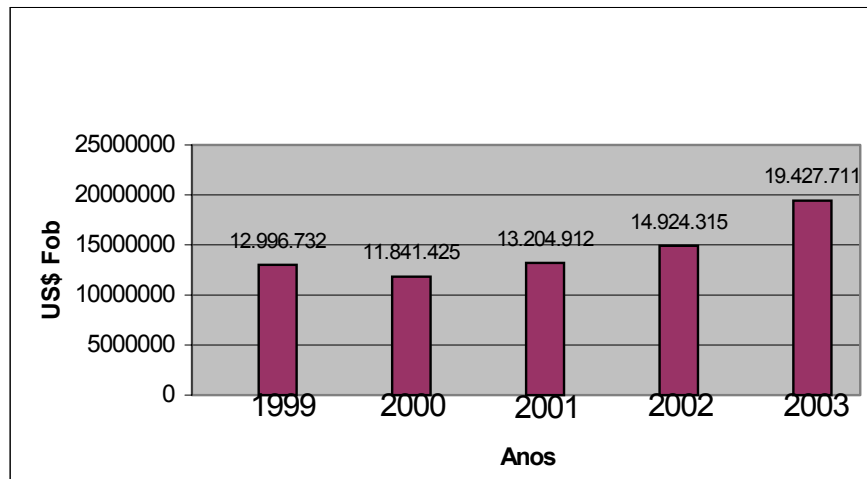
Elaboração: Hórtica Consultoria e Treinamento.

Obs: dólar americano, valor de venda do Banco Central, último dia útil do mês.

(1) não inclui árvores, arbustos e silvados de frutos comestíveis; mudas de cana-de-açúcar e de videira

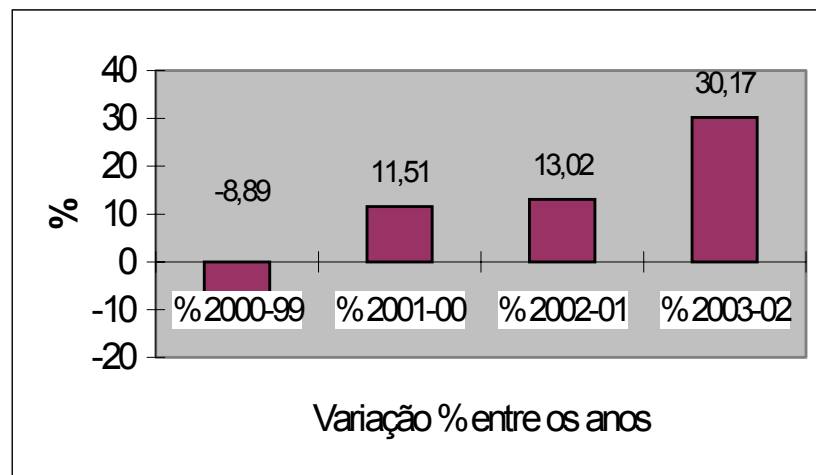
Um dos grandes motivos desta ascensão produtiva e econômica no setor de flores e plantas ornamentais é o aumento das exportações brasileiras, cujo índice de crescimento está

entre 10 a 15% ao ano (SECEX/DEPEX, 2003), como pode ser verificado nas Figuras 1 e 2, chegando a um aumento de 30 % das exportações em 2003, em relação a 2002.



Fonte: Secex (2004)

Figura 1: Evolução US\$ Fob das Exportações de Flores e Plantas Ornamentais de 1999 a 2003



Fonte: Secex (2004)

Figura 2: Comparativo das exportações entre anos consecutivos (1999 a 2003)



Pode se dizer que um dos grandes méritos na transformação das relações produtivas brasileiras que levou a esse resultado deve-se ao Programa FloraBrasilis, implantado em janeiro de 2001 por meio de um convênio entre o Ibraflor e a Agência de Promoção de Exportação (APEX), justamente para ampliar as exportações brasileiras.

### **3. Materiais e Métodos**

Foi realizada uma visita ao Aeroporto Internacional de Viracopos, ao setor de logística, buscando maiores detalhes do sistema de funcionamento em geral. Destacando aspectos econômicos e dados estatísticos, envolvendo os seguintes fatores:

- Principais países importadores dos produtos brasileiros;
- Padronização dos produtos;
- Tipos de embalagens utilizadas;
- Durabilidade e Qualidade das flores e plantas ornamentais após a colheita;
- Entraves burocráticos;
- Problemas tributários;

Dentre as atividades, pretendeu-se dar maior destaque às etapas necessárias para a tramitação de exportação de produtos, (evidenciando todos os passos necessários para que o produto nacional seja comercializado para outro país), as rotas de escoação da produção desde o produtor até ao aeroporto.

Além da visita ao Aeroporto, elaborou-se um questionário-entrevista com a intenção de coletar informações atualizadas dos produtores de flores e plantas ornamentais.

O Estado de São Paulo, é o estado brasileiro com maior participação no setor, representando cerca de 70% da produção e aproximadamente 90% de toda comercialização da produção nacional de flores e plantas ornamentais.

### **4. Resultados e Discussão**

#### **4.1. Visita ao aeroporto de Viracopos**

A visita ao aeroporto Internacional de Viracopos ocorreu principalmente focando as dependências do Ministério da Agricultura e o setor de exportação.

Em geral, a Infraero cobra para armazenar a carga no aeroporto US\$ 0,023 por Kg durante 5 dias e o custo para armazenar a carga em câmara fria é de 1,5% do valor CIF.

O período máximo que uma carga para exportação espera para embarque chega a 12 dias.

Toda carga perecível que chega ao aeroporto, tanto de importação como de exportação, é retirada uma amostra para análise fitossanitária no Ministério da Agricultura que se localiza nas dependências da Infraero.

Entretanto, essa análise é praticamente simbólica, pois o Ministério da Agricultura não possui máquinas e técnicas atualizadas. Portanto realiza-se uma análise visual e macroscópica. Geralmente, a carga para exportação já chega com um certificado fitossanitário que é realizado na propriedade de origem, executado por um profissional (Engenheiro Agrônomo) autônomo.

Uma das reivindicações do profissional responsável pela liberação fitossanitária foi justamente o descaso do Ministério referente à falta de infra-estrutura na análise de perecíveis.

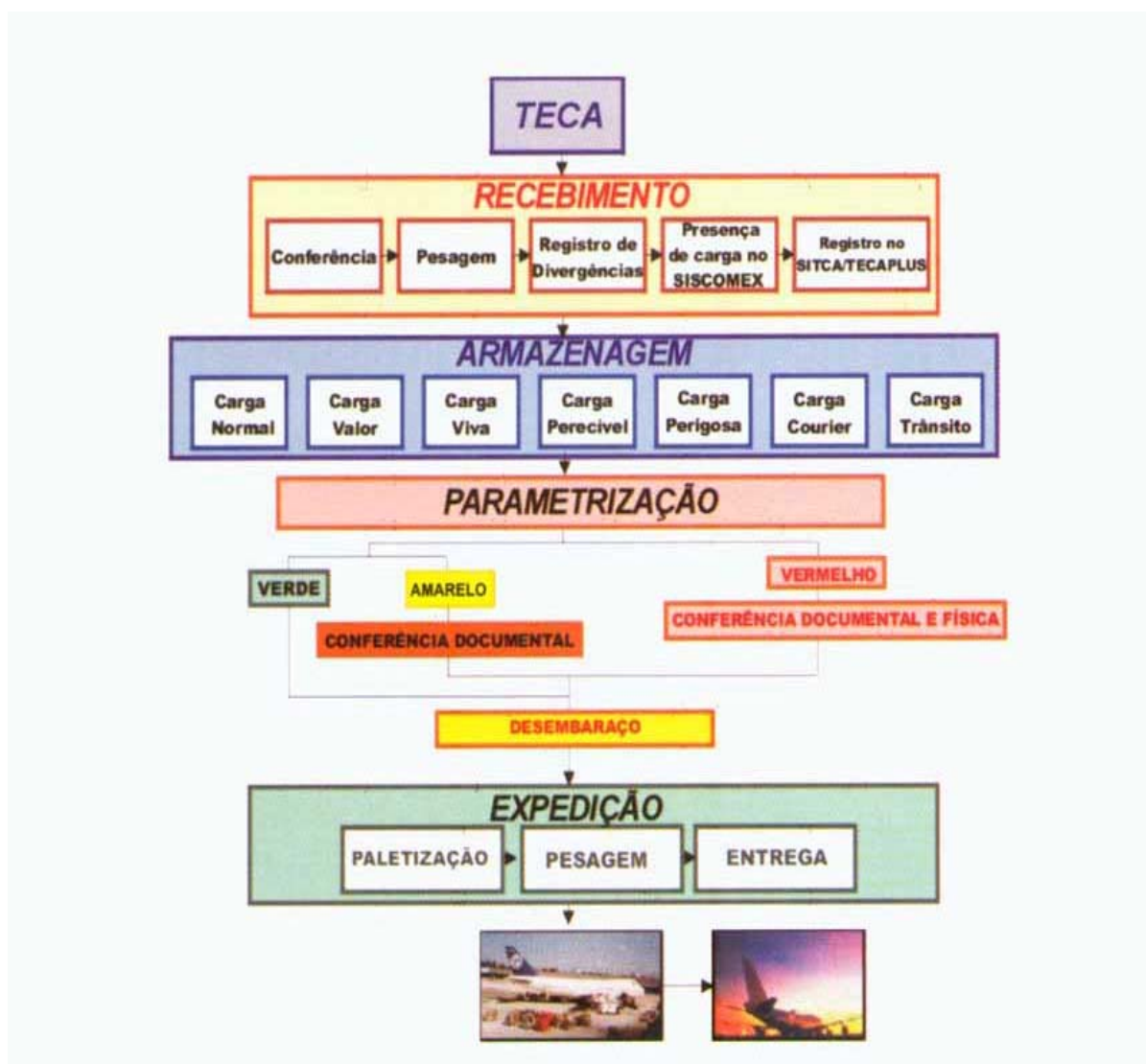
A liberação da carga para exportação no Ministério da Agricultura é feita rapidamente, cerca de algumas horas. Eles trabalham 24 horas ininterruptas mas geralmente, devido a sua perecibilidade, as flores para exportação chegam e embarcam durante a noite.

Mesmo sendo rápido o procedimento e embarque, o setor de exportação nos informou que o processo poderia ser agilizado se o Ministério da Agricultura fosse próximo ao galpão de embarque.

Praticamente a totalidade das flores para exportação são oriundas da região de Holambra.

Viracopos não chega a ser significativo na exportação de produtos em geral, devido à sua pouca malha aérea. O substancial das exportações se concentra em Guarulhos, devido ao maior fluxo de aeronaves e à facilidade de escoamento.

O fluxo completo da exportação é apresentado na Figura 3.



Fonte: Revista Informativa do Aeroporto de Viracopos (2002)

Figura 3 – Fluxograma da carga para exportação

O transportador rodoviário de posse do AWB (conhecimento aéreo – é o contrato de embarque firmado entre a companhia aérea e o importador ou seu representante legal), tem acesso à área da plataforma de exportação e entrega a carga para a INFRAERO. Este recebe a carga no terminal de cargas (TECA), realiza uma verificação física e documental, adiciona a mercadoria a estrados de madeira ou paletes aeronáuticos. As cargas perecíveis e vivas somente são recebidas após a confirmação de embarque.

No TECA/GRU, o resultado da verificação física e documental são inseridos no sistema TECAPLUS, que emitirá a etiqueta de código de barras. O exportador ou o seu representante legal apresenta a documentação (AWB, nota fiscal) ao agente da receita federal, que analisa o processo e o destino, por meio da parametrização para um canal de verificação. No canal vermelho a carga é desembarçada pela receita federal, após conferência física e documental. No canal amarelo a carga será desembarçada pela receita federal após a conferência documental. Já no canal verde a carga é desembarçada pela RF sem nenhuma conferência.

Tal conferência é acompanhada na presença do exportador ou de seu representante legal juntamente com a carga e a INFRAERO. Após a vistoria da carga efetua-se a sua liberação pelo SISCOMEX (Sistema Integrado de Comércio Exterior).

A carga permanece armazenada à disposição da companhia aérea até sua solicitação mediante apresentação do Manifesto de Carga Internacional (MCI) com seus respectivos AWB/HAWB (HAWB - contrato firmado entre o agente de cargas e o importador) e o documento de arrecadação de exportação (DAE), devidamente carimbado e assinado pelo agente da companhia aérea. A INFRAERO analisa a documentação apresentada, confirma a liberação no SISCOMEX e disponibiliza a carga para acondicionamento em equipamentos aeronáuticos.

A paletização da carga é realizada de acordo com a orientação do agente da Cia Aérea, sendo todos os equipamentos pesados na saída, com a finalidade de balanceamento e segurança do voo. A companhia aérea envia eletronicamente os dados do embarque para o destino após a confirmação no SISCOMEX, que subsidia a emissão do comprovante de exportação (CE).

Podemos observar fotos de todo o processo nas Figuras 4, 5, 6 e 7.



Fonte: Autores

Figura 4 – Pesagem noturna



Fonte: Autores

Figura 5 – Expedição



Fonte: Autores  
Figura 6 – Pesagem



Fonte: Autores  
Figura 7 – Armazenamento

#### 4.2. Entrevista com produtor de rosas

Realizou-se uma entrevista junto a um produtor de rosas, grupo Rheijers. Para tal contou-se com a colaboração da ex-aluna da ESALQ, Camila Dias, a qual presta serviços nesta propriedade.

Seguem abaixo as perguntas e respostas obtidas:

**A) Qual (is) as etapas seguidas na comercialização das flores (desde a sua saída do produtor até a recepção final)?**

As rosas após serem embaladas e colocadas em carrinhos seguem para a comercialização eletrônica na Floranet. Por exemplo: as flores que são enviadas hoje serão ofertadas (para clientes já cadastrados da Floranet, atacadistas na sua maioria) amanhã logo cedo via oferta eletrônica. Os clientes que são responsáveis por retirar as flores na Floranet;

**B) Qual tipo de transporte é utilizado?**

Caminhão refrigerado;

**C) Quanto tempo leva para a mercadoria chegar até o cliente?**

Depende da localização do cliente. (Não sabemos essas informações);

**D) Se há ou não um contrato já estabelecido, com o cliente, antes do início da produção?**

Não há;

**E) Qual (is) as rotas adotadas? Qual é o horário, em que, as mercadorias são despachadas?**

Os caminhões levam as flores dos produtores até a Floranet (localizada em Holambra) a partir da 16 horas durante a semana e 12 horas aos sábados;

**F) Existe interação entre modais ?**

Não existe (somente na exportação: do caminhão para o avião);

**G) Como o produto é transportado? Existe uma embalagem própria? Qual a capacidade de carga de cada modal, considerando os fatores de perecibilidade do produto?**

Primeiro as rosas são embaladas em maços com 20 hastes cada, embrulhadas com um papel e em seguida com um papel cartão q contém a marca do produtor e a identificação da qualidade (single, extra, especial, master, plus e tipo 1 (exportação)). Depois são colocadas em caixas de papelão com água e conservante, também com a marca do produtor. As caixas variam de tamanho de acordo com o tamanho da haste das rosas (40, 50, 60 ou 70 cm). Os caminhões têm capacidade para transportar 26 carrinhos, cada carrinho pode acomodar entre 120 e 360 dúzias de rosas, dependendo da variedade e tamanho das mesmas.

### **4.3. Discussão**

Através da visita ao Aeroporto de Viracopos e das informações coletadas junto ao produtor-exportador de flores, consegui-se traçar o perfil deste segmento de mercado, de modo a explorar todos os aspectos direta e indiretamente relacionados às exportações de flores brasileiras. Deste modo, evidenciamos todos os passos necessários para que o produto brasileiro possa sair do país e o mais importante, ser aceito no país-cliente.

Foi possível observar uma grande preocupação do setor floricultor em se adequar ao padrão internacional de produção. Para tal, os produtores estão tentando melhorar a qualidade das mudas, obter uma padronização na produção e, no que tange aos estímulos governamentais, notamos que o governo começou a atribuir a devida importância ao setor, criando parcerias com grandes países, convênios e principalmente divulgando os produtos brasileiros através da “FLORABRASILIS”.

Este despertar do governo, no nosso ponto de vista, foi totalmente motivado pelo grande crescimento do setor, uma vez que se obteve um bom faturamento e indiretamente, pelo fato, de empregar uma boa quantidade de pessoas, auxiliando assim, na própria economia do país. Contudo, o governo ainda está engatinhando, no que se refere aos incentivos necessários para aumentar as exportações brasileiras.

## **5. Conclusão**

Com a realização deste trabalho, foi possível ter uma visão geral da cadeia produtiva e do setor de exportação de flores e plantas ornamentais evidenciando, de fato, o que a literatura relata, ou seja, um incremento gradual nas exportações, embora o Brasil ainda não ocupe uma boa posição no mercado exportador internacional.

Através da visita ao Aeroporto, entrevista e pesquisa bibliográfica, pode-se concluir que o Custo Brasil é bastante evidente no mercado de flores brasileiro o que, de certa forma, gera entraves na comercialização já que se configura no principal gargalo e ponto de estrangulamento no enfoque tanto da comercialização, interna quanto na exportação, comprometendo a lucratividade do setor .

## **Referências Bibliográficas**

- AIMONE, T. **How do United States statistics stack up?** Flora Culture International, p.30-32, nov.1997.
- AKI, A. Y. **Repensando a comercialização de flores.** Holambra, 1998. 110p.
- ARRUDA, S. T.; OLIVETTE, M.P.A.; CASTRO, C. E. F. **Diagnóstico da floricultura do Estado de São Paulo.** Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, v.2, n.2, p.1-18, 1996.
- BONGERS, F. **A serviço das flores.** Agroanalysis, v. 21, n.8, p.32-34, ago. 2001.
- BONGERS, F.; MOTOS, J.R.; OLIVEIRA, M. J. G.; AKI, A. **Avaliação sobre o mercado de flores.** / Apresentado na reunião de avaliação sobre o mercado de flores, Holambra, 1999/
- CASTRO, C. E. F. **Cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais.** Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, v.4, n.1/2, p.1-46, 1998.
- CASTRO, C. E. F.; MINAMI, K. **Floricultura no Brasil: situação atual das perspectivas.** Revista ADEALQ, n.9, p.30-33, 1998.
- CLARO, D. P.; OLIVEIRA, P. B. **A comercialização de flores na Ceasa-Campinas e no Veiling Holambra.** Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, v.5, n.1, p.70-77, 1999.
- GÓES, V. L. de. **A comercialização internacional de flores e a formação de preço.** São Paulo, 1997. 143p. Dissertação (M.S.) – Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo.
- IBRAFLOR. **Brasil: mostra tua flora.** Informativo, v.7, n.23, p.4, mar. 2001.
- KÄMPF, A. N. **A floricultura brasileira em números.** Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, v.3, n.1, p.1-7, 1997.

- KRAS, J. **Marketing of cut flowers in the future**. Acta Horticulture, n.482, p.401-405, Mar. 1999. / Apresentado ao International Symposium of Cut Flowers in the Tropics, Bogotá, 1998/
- KIYUNA, I. **Flores**. Prognóstico Agrícola, v.2, p.189-194, 1998.
- LAWS, N. **Tropical flowers from grower to market**. Flora Culture International, p.16-22, May. 1998.
- LAWS, N. **World floriculture trade overview**. Flora Culture International, p.34-35, June, 2000.
- MARQUES, R. W. C. **Avaliação da Sazonalidade do Mercado de Flores e Plantas Ornamentais no Estado de São Paulo**. Piracicaba, 2002, 112 p. Dissertação (M.S.), Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”.
- MATSUNAGA, M. **A indústria da flor no mundo e o comércio internacional do Brasil**. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental, v.3, n.2, p.1-4, 1997.
- MOTOS, J.R.; NOGUEIRA JUNIOR., S. P. **Flora Brasilis**. Agroanalysis, v.21, n.8, p.39-40, agosto. 2001.
- REVISTA INFORMATIVA DO AEROPORTO DE VIRACOPOS. Campinas, 2002.
- SECEX: **Secretaria de Comércio Exterior**. Balança Comercial Brasileira, 1996-2000.
- SILVEIRA, A. C. **Flores já movimentam R\$ 1,1 bilhão por ano**. Gazeta Mercantil. Empresas & Negócios, São Paulo, 4 set. 1997. p. C-7.
- SMORIGO, M. R. P.; **Análise da eficiência dos sistemas de distribuição de flores e plantas ornamentais no Estado de São Paulo**. Piracicaba, 2000, 132p. Dissertação (M.S.), Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” . .