

Fotos : Antonio Hélio Junqueira / Acervo Hórtica Consultoria e Treinamento.



CADEIA PRODUTIVA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS DO BRASIL

Dimensões, características, tendências e perspectivas

São Paulo, 23 de setembro de 2015

Antonio Hélio Junqueira

Marcia Peetz



BRASIL: Valor das vendas de flores e plantas ornamentais, por segmento

2014



Fonte: Hórtica Consultoria, 2014.

HÓRTICA

BRASIL: Valor das vendas de flores e plantas ornamentais, por segmento

2013



Mercado normatizado

Participações:

Cooperativas: **35,5%**

Ceasas: **18,5%**

Centrais privadas: **5,5%**

59,5%

Mercado não normatizado

40,5%

2014

△ 8,3 % a.a. nas quantidades
8% a 10% em valor

2012-2014

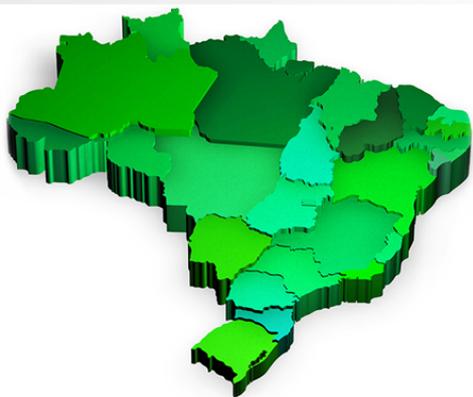
△ 7% a 8 % a.a. nas quantidades
10% a 12% em valor

2008-2011

△ 8% a 10% a.a. nas quantidades
12% a 15% em valor

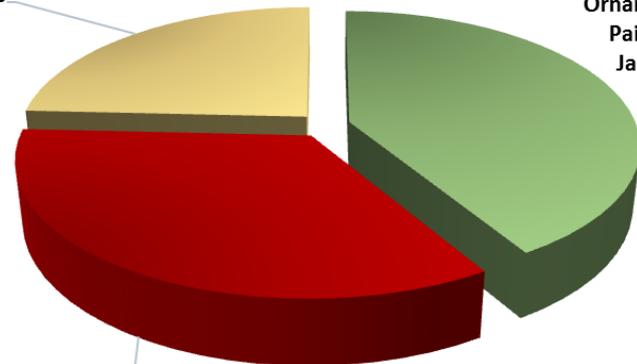
Fonte: Hórtica Consultoria, 2014.

BRASIL: Segmentação interna da floricultura brasileira (% no valor de venda), 2013



Flores e Plantas Envasadas
24%

Plantas Ornamentais para Paisagismo e Jardinagem
42%

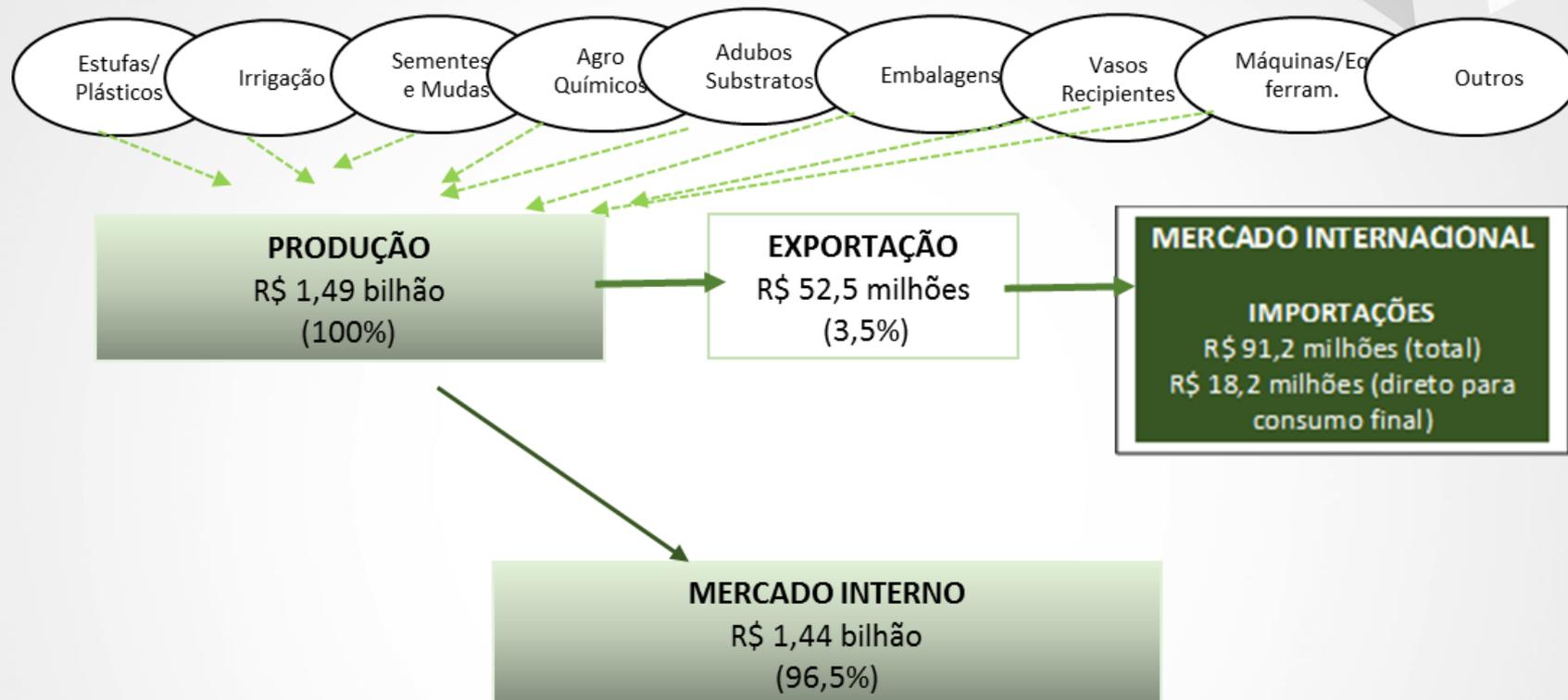


Flores e Folhagens de Corte
34%

Setores (%)

Regiões	Setores (%)		
	Flores e folhagens de corte	Flores e plantas envasadas	Plantas para Paisagismo e Jardinagem
SUDESTE	83,02	83,48	60,41
SUL	2,90	8,12	16,57
CENTRO-OESTE	1,54	1,14	9,95
NORDESTE	9,92	6,87	9,51
NORTE	2,62	0,39	3,56
Total	100,00	100,00	100,00

FLUXOGRAMA DA CADEIA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS DO BRASIL, 2013 – PARTE I



Setor fundamentalmente estruturado em função do **consumo no mercado interno**;

Brasil **não é um player relevante no comércio internacional** da floricultura nem como exportador, nem como importador;

Importações e exportações concentram-se em material de propagação vegetal e não em produtos prontos para o consumo.

FLUXOGRAMA DA CADEIA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS DO BRASIL, 2013 – PARTE III

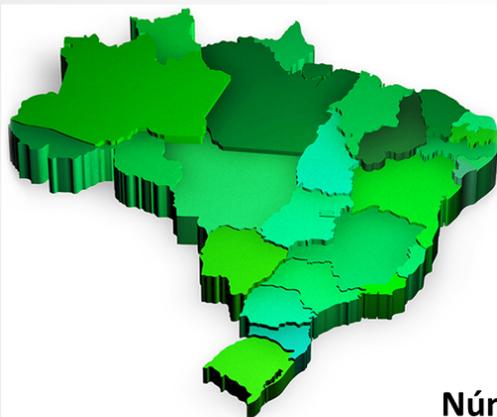


O Sudeste concentra 61,3% do consumo;

Consumo concentrado em **poucas datas sazonais**: Dia das Mães (9,1%); Natal e Final de Ano (7,3%); Finados (4,8%); Dia Internacional da Mulher (4,4%) e Dia dos Namorados (4,2%).

Pequeno número relativo de compradores; baixo valor do tíquete médio de compras; concentração da demanda em produtos tradicionais.

BRASIL: indicadores da floricultura



Número de produtores:) 7.800
Área cultivada: 13.468 hectares
Valor da produção: R\$ 1,490 bilhão (2013)/ R\$ 1,61 bilhão (2014)
Exportações: US\$FOB 23,81 milhões (2013)/US\$FOB 23,72 milhões (2014)
Importações: US\$FOB 41,94 milhões (2013)/US\$FOB 46,47 milhões (2014)
Consumo total anual: R\$ 5,28 bilhões
Consumo per capita anual: R\$ 26,27

Evolução tendencial (2008-2013)

- Aumento no número de produtores (29,5%) maior do que o da área cultivada (13,0%), com incorporação crescente de micro e pequenos produtores e redução da área média cultivada por produtor (de 1,98 ha para 1,73 ha);
- Maior dinamismo de crescimento no número de produtores nas regiões Sul e Centro-Oeste e no Sudeste, apenas no Estado do Rio de Janeiro; tendências à estagnação no Norte e Nordeste;
- Aumento na concentração das áreas cultivadas (de 64,3% para 65,9%) e do valor econômico da produção pela região Sudeste. Em relação ao Valor Bruto da Produção, cabe destacar que o Estado de São Paulo perdeu participação percentual relativa no período (52,81% para 48,31%), enquanto que o Rio de Janeiro cresceu de 3,62% para 11,05%. Minas Gerais e Espírito Santo mantiveram posições praticamente inalteradas.

BRASIL	Número de produtores (%)	Área cultivada (%)	VBP (%)	Consumo total (%)
SUDESTE	53,3	65,9	73,7	61,3
SUL	28,6	21,6	9,8	16,9
CENTRO-OESTE	2,8	2,8	4,9	7,5
NORDESTE	11,8	7,6	9,1	11,5
NORTE	3,5	2,1	2,5	2,8

Fonte: Hórtica Consultoria, 2014.

REGIÃO SUDESTE: indicadores da floricultura



Características principais

- Alto grau de concentração das atividades e renda da produção, comercialização, comércio exterior e consumo (mais de 50% a mais de 70% dependendo do setor analisado);
- Destaca-se em todos os segmentos (corte, vasos, plantas verdes), porém com destaque tendencial para o crescimento da participação do setor de plantas envasadas (acompanhando tendência mundial);
- Minas Gerais possui notória especialização, em nível nacional, na produção de mudas e plantas ornamentais para paisagismo e jardinagem;
- Rio de Janeiro recuperou-se da tragédia das enchentes na região serrana do estado (2011) e destaca-se como um dos polos mais vigorosos de crescimento da floricultura no Brasil.

Número de produtores:	4.158 (53,3% do total nacional)
Área cultivada:	8.869 hectares (65,9%)
Valor da produção:	R\$ 1,098 bilhão (73,7%)
Exportações:	US\$FOB 16,9 milhões (70,8%)
Consumo total anual:	R\$ 3,235 bilhões (61,3%)
Consumo per capita anual:	R\$ 38,31

Fonte: Hórtica Consultoria, 2014.



HÓRTICA®

COOPERATIVA VEILING HOLAMBRA - Participação percentual relativa dos canais de distribuição nas vendas globais, período de 2003 a 2011.

Anos	Canais de Distribuição (%)						Total
	Linha	Autosserviço	Centrais de Abastecimento (CEASA's)	Floriculturas	Garden Centers <i>Cash and Carry</i>	Outros Segmentos	
2003	39	18	26	3	11	3	100
2004	36	25	20	4	11	4	100
2005	34	28	18	5	11	4	100
2006	31	31	16	8	10	4	100
2007	32	29	16	9	10	4	100
2008	32	29	15	11	10	3	100
2009	32	29	14	10	12	3	100
2010	33	28	13	10	13	3	100
2011	34	29	12	11	12	2	100



Fonte: Hórtica Consultoria, 2014.

BRASIL: características do consumo de flores e plantas ornamentais

Grupo de países por estágio de desenvolvimento dos seus mercados	Principais características do consumo
Países com mercados emergentes	<p>Baixo índice de consumo per capita; Pequeno número relativo de compradores; Oferta centrada em produtos tradicionais; Consumo centrado em ocasiões especiais (Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia Internacional da Mulher, Finados, outros).</p>
Países com mercados em franco crescimento	<p>Forte crescimento nos índices de consumo per capita; Crescimento do número relativo de compradores; Consumidores procuram mais do que os produtos tradicionais; Mais oportunidades e ocasiões de consumo para presentear (aniversários, visitas, fins-de-semana, Natal e outros); Aumento do consumo pessoal.</p>
Países com mercados saturados	<p>Crescimento mínimo, saturação e até decréscimo de consumo; Flores para todo mundo, todos os dias; Mais interesse em inovações e novidades; Todas as novas tendências no uso de flores e plantas são relevantes (decoração de interiores, estilo de vida e outras).</p>



CONSUMO DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS NO BRASIL

EM DATAS COMEMORATIVAS



Dia das Mães

Natal/Réveillon

Finados

Dia Internacional
da Mulher

Dia dos
Namorados

Ano:

52 semanas

Calendário de consumo: 5 semanas = 29,8%

HORTICA®

BRASIL: ranking do consumo de flores

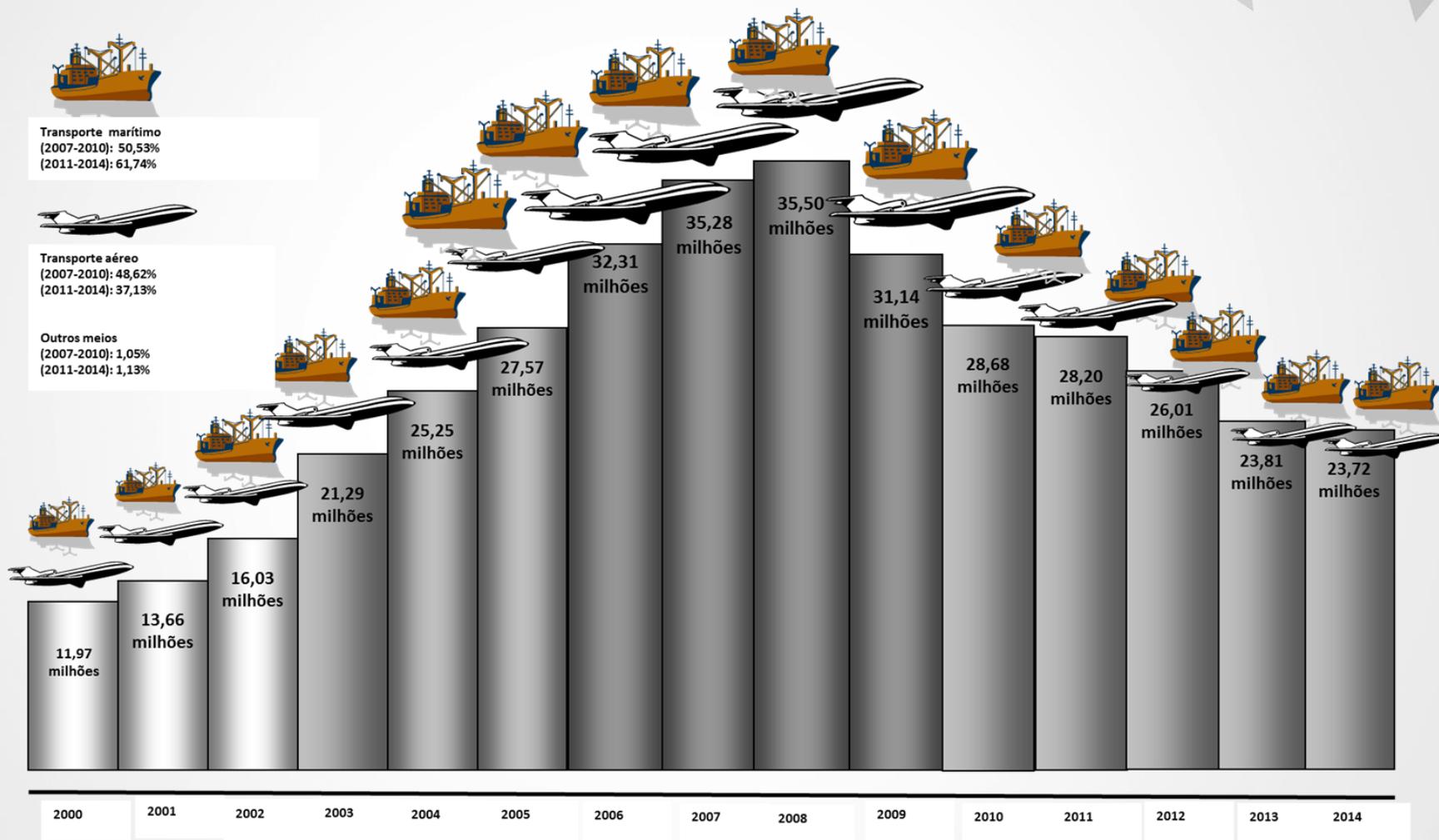


ranking	Estados	Consumo	Estados	Consumo	%
		per capita		Total	
		R\$		R\$ mil	
1º	Distrito Federal	44,23	São Paulo	1.550.818	29,4
2º	Minas Gerais	43,40	Minas Gerais	893.699	16,9
3º	Rio de Janeiro	41,53	Rio de Janeiro	679.827	12,9
4º	Santa Catarina	37,84	Rio Grande do Sul	394.490	7,5
5º	São Paulo	35,52	Santa Catarina	251.022	4,8
6º	Rio Grande do Sul	35,34	Paraná	241.238	4,6
7º	Goiás	32,62	Goiás	209.876	4,0
8º	Espírito Santo	28,98	Ceará	184.232	3,5
9º	Paraná	21,94	Bahia	163.939	3,1
10º	Ceará	20,99	Pernambuco	125.034	2,4
11º	Alagoas	15,90	Distrito Federal	123.382	2,3
12º	Pernambuco	13,58	Espírito Santo	111.258	2,1
13º	Pará	11,99	Pará	95.541	1,8
14º	Mato Grosso	11,45	Alagoas	52.500	1,0
15º	Tocantins	11,02	Mato Grosso	36.429	0,7
16º	Bahia	10,90	Mato Grosso do Sul	26.454	0,5
17º	Mato Grosso do Sul	10,22	Amazonas	25.203	0,5
18º	Rondônia	9,10	Paraíba	24.280	0,5
19º	Sergipe	7,08	Rio Grande do Norte	18.092	0,3
20º	Amazonas	6,62	Tocantins	16.296	0,3
21º	Paraíba	6,20	Rondônia	15.726	0,3
22º	Rio Grande do Norte	5,36	Sergipe	15.540	0,3
23º	Piauí	3,05	Maranhão	10.196	0,2
24º	Roraima	2,85	Piauí	9.709	0,2
25º	Acre	2,79	Acre	2.163	0,0
26º	Amapá	2,54	Amapá	1.866	0,0
27º	Maranhão	1,50	Roraima	1.390	0,0
BRASIL		26,27	BRASIL	5.280.199	100,0

BRASIL: consumo de flores nas principais datas

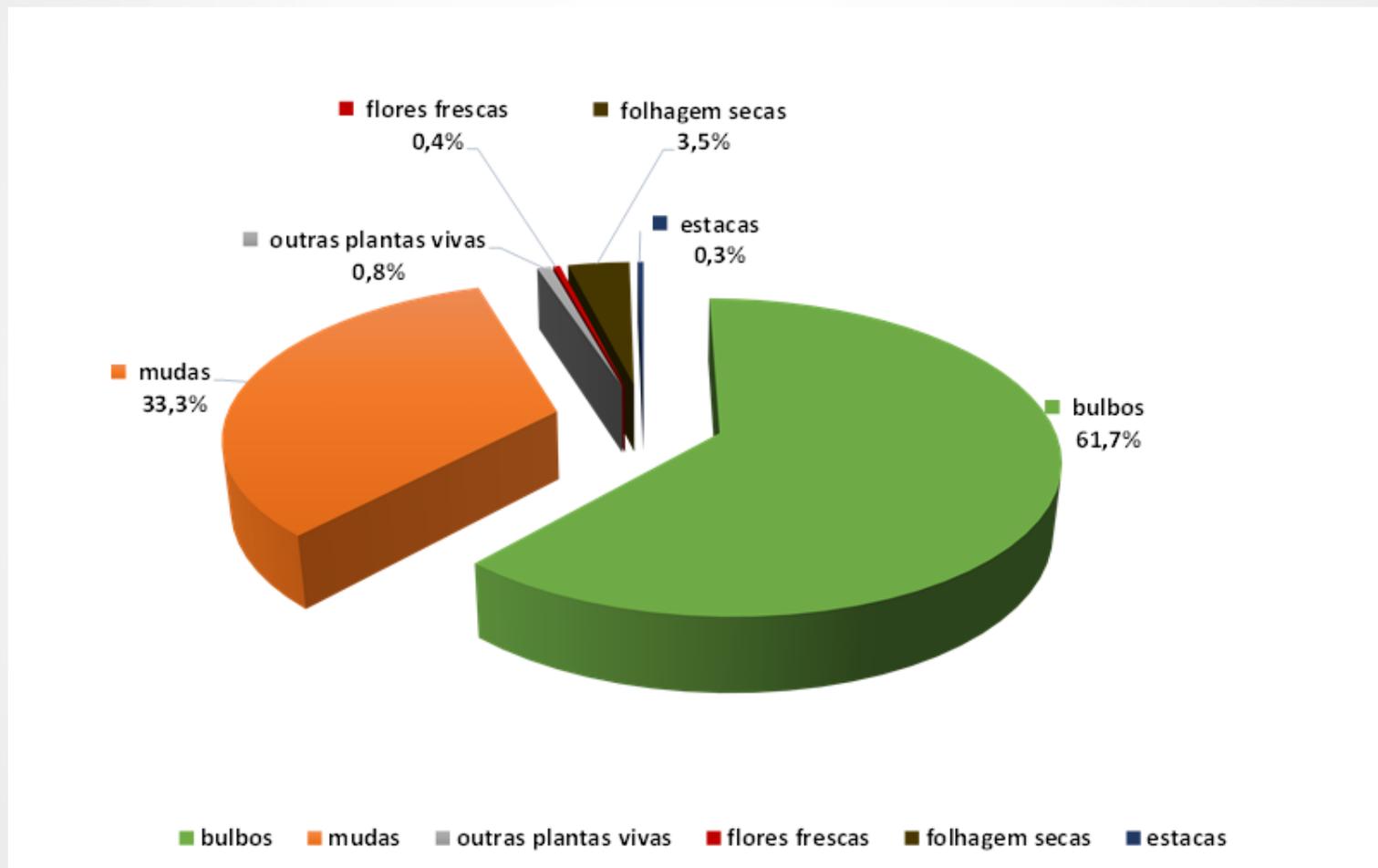
Produto Data	Rosas	Orquídeas	Buquês mistos	Flores envasadas	Cestas com flores	Flores do campo	Outras	Total
Valentine's Day (14 de fevereiro)	56	22	9	4	9	-	-	100
Dia Internacional da Mulher (08 de março)	66	7	11	6	7	-	3	100
Páscoa (final de abril)	11	13	-	-	24	8	44	100
Dia das Mães (2º domingo de maio)	41	17	-	17	10	-	15	100
Dia dos Namorados (12 de junho)	80	12	-	-	-	-	8	100
Dia dos Pais (2º domingo de agosto)		19	-	-	28	15	38	100
Chegada da Primavera (23 de setembro)	34	19	12	8	-	12	15	100
Dia da Secretária (30 de setembro)	45	19	10	13	-	10	3	100

BRASIL: evolução das exportações dos produtos da floricultura, 2000-2014 (US\$ FOB)



Fonte: Hórtica Consultoria, a partir de estatísticas do MDIC – ALICE, 2014.

BRASIL. Composição das exportações dos produtos da floricultura, 2014.



Fonte: Hórtica Consultoria, a partir de estatísticas do MDIC – ALICE, 2014.

Fatores-chave de Sucesso (FCS) Produção



- Associativismo e cooperativismo
 - compras coletivas; agregação da oferta (composição de *mix*); desenvolvimento de padrões, qualidade e marcas coletivas, bem como certificação de origem; aumento da retenção do valor agregado na cadeia produtiva
- Aumento da qualidade e da regularidade do abastecimento
- Adequação de custos ao potencial de compra dos mercados consumidores
- Melhorias logísticas, padronização, classificação, embalagem, etiquetagem
- Complementação e oferta solidária entre produtos, regiões e safras
- Inovação varietal permanente
- Diferenciação de produtos, marcas e formas de apresentação
- Treinamento e capacitação pessoal e da mão de obra
- Foco no consumidor

Fatores-chave de Sucesso (FCS) Atacado



- Melhorias logísticas e operacionais (frio, classificação, padronização, embalagem, transporte etc.), principalmente com foco no atendimento das demandas de autosserviços
- Aumento da qualidade
- Redução de custos e desperdícios
- Automação de processos logísticos e comerciais
- Treinamento e capacitação pessoal e da mão de obra
- Incremento do comércio on-line
- Segmentação do atendimento
- Oferta de serviços e comodidades aos clientes compradores e fornecedores
- Ampliação dos períodos de atendimento ao cliente

Fatores-chave de Sucesso (FCS)

Varejo

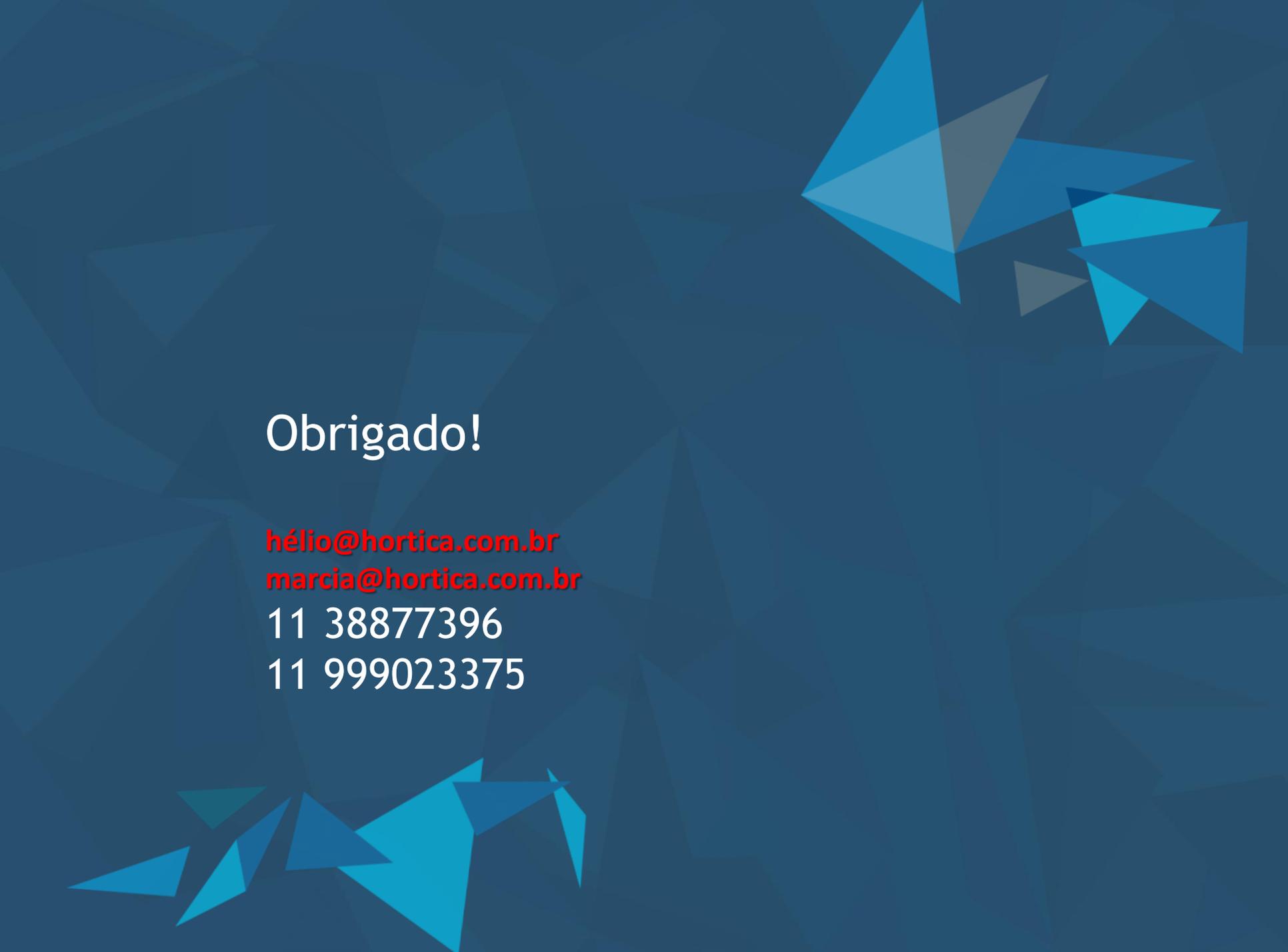


- Especialização/segmentação do atendimento da clientela nos diferentes canais
- Aumento da qualidade e da regularidade do abastecimento
- Adequação de custos ao potencial de compra dos mercados consumidores
- Redução das perdas
- Dessazonalização das vendas/ regularização do consumo ao longo do ano
- Formatação de parcerias estratégicas com fornecedores
- Treinamento e capacitação pessoal e da mão de obra
- Fortalecimento das negociações coletivas e da representação dos interesses da categoria
- Intensificação do comércio on-line
- Foco no consumidor

Fatores-chave de Sucesso (FCS) Setor de Serviços

- Construção social da reputação
- Treinamento e capacitação pessoal e da mão de obra
- Networking
- Inovação permanente
- Regionalização (construção e revitalização das culturas ornamentais e paisagísticas regionais)
- Especialização/segmentação do atendimento da clientela nos diferentes canais
- Aumento permanente da qualidade dos serviços e da sua garantia
- Adequação de custos ao potencial de compra dos mercados consumidores
- Redução das perdas
- Dessazonalização das vendas/ regularização do consumo ao longo do ano/busca de nichos
- Formatação de parcerias estratégicas com fornecedores
- Fortalecimento das negociações coletivas e da representação dos interesses da categoria
- Intensificação do comércio on-line
- Foco no consumidor





Obrigado!

hélio@hortica.com.br
marcia@hortica.com.br

11 38877396

11 999023375