

**COMÉRCIO EXTERIOR DE PRODUTOS DA FLORICULTURA EM 2004:  
DESEMPENHO E OPORTUNIDADES**

**Ikuyo Kiyuna**

Engenheira Agrônoma, Mestre, Pesquisadora Científica do Instituto de Economia Agrícola.  
Av. Miguel Stéfano, 3.900, São Paulo/SP CEP: 04301-903  
e-mail: [ikuyo@iea.sp.gov.br](mailto:ikuyo@iea.sp.gov.br).

**Roberto de Assumpção**

Engenheiro Agrônomo, Mestre, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (IEA).  
Av. Miguel Stéfano, 3.900, São Paulo/SP CEP: 04301-903  
e-mail: [rassumpcao@iea.sp.gov.br](mailto:rassumpcao@iea.sp.gov.br).

**José Alberto Ângelo**

Analista de Sistema, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (IEA).  
Av. Miguel Stéfano, 3.900, São Paulo/SP CEP: 04301-903  
e-mail: [alberto@iea.sp.gov.br](mailto:alberto@iea.sp.gov.br).

**Paulo José Coelho**

Engenheiro Agrônomo, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (IEA).  
Av. Miguel Stéfano, 3.900, São Paulo/SP CEP: 04301-903  
e-mail: [coelho@iea.sp.gov.br](mailto:coelho@iea.sp.gov.br).

**Área Temática**

**3- Comércio Internacional**

**Forma de Apresentação**

**Apresentação com presidente da sessão e sem a presença de debatedor**

## **COMÉRCIO EXTERIOR DE PRODUTOS DA FLORICULTURA EM 2004: DESEMPENHO E OPORTUNIDADES**

### **Resumo**

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os principais produtos e parceiros comerciais da floricultura brasileira que se destacaram em 2004 e indicar possíveis caminhos para a expansão do setor. Foram utilizados, para a análise, os dados relativos a floricultura, disponíveis na Aliceweb da SECEX, enfocando principalmente o valor de exportação, por país de destino. Os dados foram agregados, para a análise, em quatro grandes grupos: bulbos, mudas, flores de corte e folhagens. Através da comparação dos dados entre os anos de 2004 com 2003 foram identificados os mercados e produtos em expansão e, portanto, com maior oportunidade imediata de negócios. Os parceiros comerciais da floricultura brasileira que mais compraram o nosso produto em 2004 foram: Holanda (US\$11,7 milhões), Estados Unidos (US\$5,1 milhões), Itália (US\$2,2 milhões), Japão (US\$1,2 milhões) e Reino Unido (US\$525 mil). Os parceiros comerciais que mais aumentaram a compra do setor em 2004 foram: Bélgica (+1.525%), Rússia (+267%), Canadá (+216%), Portugal (+141%) e Espanha (+91%). A divisa com os produtos da floricultura brasileira e o crescimento do setor em 2005 provavelmente virão em grande parte desses mercados, sobretudo a partir da venda de mudas de ornamentais. Oportunidade de crescimento do setor com as flores frescas para buquês, principalmente com Estados Unidos e Holanda, é muito grande em 2005.

**PALAVRAS-CHAVE: Floricultura Brasileira, Comércio Exterior, Desempenho.**

# COMÉRCIO EXTERIOR DE PRODUTOS DA FLORICULTURA EM 2004: DESEMPENHO E OPORTUNIDADES

## 1 – INTRODUÇÃO E OBJETIVO

O valor do comércio internacional de produtos da floricultura atingiu, em 2003, valor recorde de US\$9,4 bilhões segundo dados de COMTRADE<sup>4</sup> com taxa média anual de crescimento de 6% entre 1999 e 2003. O valor comercializado cresceu, de 2002 a 2003, 12% no grupo de flores cortadas para buquês, 8% no de folhas, folhagens e galhos, e 20% no de demais itens de plantas vivas (LAWS, 2005). Este cenário é, portanto, muito favorável para a floricultura brasileira na conquista da fatia do mercado em expansão.

Desde 2001, o governo brasileiro, através da APEX – Agência de Promoção de Exportações – incentivou o aumento da exportação de produtos da floricultura brasileira firmando parceria com o Instituto Brasileiro de Floricultura (IBRAFLOR, 2005). A marca *FloraBrasilis* foi criada como uma forma de cunhar o programa e identificar o produto brasileiro no mercado internacional e desde então, a realização de fóruns regionais com os agentes da cadeia produtiva da floricultura, de levantamento e atualização de dados do setor, de pesquisa qualitativa sobre o potencial exportador, de promoção e marketing, etc., na certa contribuiu para o crescimento contínuo do valor exportado ano a ano. Em 2004, o valor da exportação dos produtos da floricultura brasileira atingiu o patamar inédito de US\$ 23,6 milhões, com crescimento de 21% em relação ao de 2003 mesmo após um crescimento recorde de 30% em 2003 (KIYUNA et al., 2005).

Os agentes envolvidos na produção, promoção e exportação do setor devem estar atentos aos pequenos movimentos e sinais de ajuste no mercado internacional para capitalizar agilmente as novas oportunidades. Esta pesquisa oferece subsídios para isso e tem como objetivo identificar os principais produtos e parceiros comerciais da floricultura brasileira que se destacaram em 2004 e indicar possíveis caminhos para a expansão do setor.

## 2 – METODOLOGIA

Serão utilizados, para a análise, os dados relativos a floricultura, disponíveis na Aliceweb da SECEX<sup>5</sup>, enfocando principalmente o valor de exportação, por país de destino. Os

---

<sup>4</sup> COMTRADE: Commodity Trade Statistic Database, United Nations.

<sup>5</sup> Considera-se nesta análise o grupo de produtos especificados na Nomenclatura Comum do Mercosul, NCM 06 da SECEX/MDIC - Secretaria de Comércio Exterior, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Exportação, Importação e Saldo da Balança Comercial brasileira de plantas vivas e produtos da floricultura, janeiro a dezembro de 2003 e 2004. Disponível em [http://alicesweb.mdic.gov.br/consulta\\_nova/resultadoConsulta.asp](http://alicesweb.mdic.gov.br/consulta_nova/resultadoConsulta.asp). Acesso em 18 de janeiro de 2005.

dados serão agregados, para a análise, em quatro grandes grupos<sup>6</sup>: bulbos, mudas, flores de corte e folhagens. Através da comparação dos dados entre os anos de 2004 com 2003 serão identificados os mercados e produtos em expansão e, portanto, com maior oportunidade imediata de negócios.

O recurso da cartografia será utilizado, também, na exploração dos dados, com elaboração de mapas temáticos que proporcionam uma apreensão rápida e ágil de um conjunto de informações em um relance de vista. Para o público-alvo principal que demanda esta pesquisa, este tipo de recurso é fundamental na compreensão e fixação dos resultados analisados.

### 3 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

A balança comercial brasileira de produtos da floricultura indica que o setor avançou, em 2004, no difícil caminho da expansão dentro do mercado internacional, mas de maneira desigual entre os principais grupos de produtos e parceiros comerciais.

O grupo de mudas continuou como carro-chefe entre os produtos exportados pela floricultura brasileira, em termos de valor, alcançando US\$ 11,7 milhões, em 2004, com crescimento de 15,5% em relação ao valor de 2003. Do mesmo modo, o grupo de bulbos continua em segundo lugar no *ranking* em termos de valor exportado (US\$ 5,5 milhões) e crescimento anual de 16,9%. Embora em terceiro lugar no *ranking* em termos de valor exportado (US\$ 4,8 milhões), o grupo de flores cortadas para buquês apresentou crescimento recorde de 87,0%. Considerando que em 2003 apresentara também aumento extraordinário (+113%), esse resultado sinaliza o ganho de competitividade de flores frescas para buquês inclusive de rosas. Por outro lado, o valor exportado do grupo de folhagens (US\$ 1,6 milhão) apresentou variação negativa (-25,7%) com indicativo de que o setor brasileiro está com dificuldade de manter a fatia conquistada recentemente no mercado internacional ([tabela 1](#)).

O grupo de flores cortadas para buquês foi o único em que houve aumento na fatia exportada, passando de 13,4% em 2003 para 20,7% em 2004. Nesse ritmo é possível que em 2005 o seu valor ultrapasse o de grupo de bulbos que historicamente foi o segundo mais importante – depois do de mudas – uma vez que este fato vem ocorrendo desde 2001. No geral, como resultado do crescimento mais que proporcional no valor exportado face ao valor importado, o saldo da balança apresentou variação positiva em comparação ao de 2003 nos grupos analisados, exceto no de folhagens.

---

<sup>6</sup> O Capítulo 06 da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) é composto por quatro agrupamentos de produtos: de Bulbos (bulbos, tubérculos, rizomas, etc.), de Mudas (mudas de plantas ornamentais, de orquídeas, etc.), de Flores (flores cortadas para buquês, frescas ou secas) e Folhagens (folhas, folhagens e musgos para floricultura).

Tabela 1 - Balança Comercial Brasileira dos Produtos da Floricultura e Participação  
Porcentual do Valor, 2003 e 2004

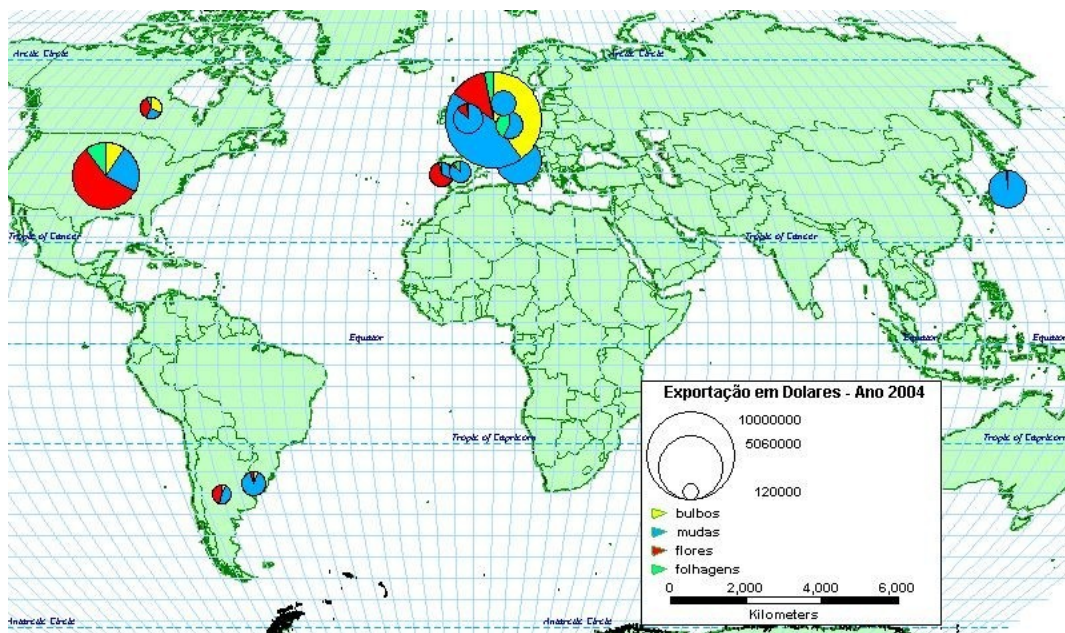
Produto	2003		2004		Var.(%)
	US\$ mil	Part. (%)	US\$ mil	Part. (%)	
<b>Grupo de Bulbos</b>					
Exportação	4.642	23,8	5.425	23,0	16,9
Importação	3.206	46,7	2.735	40,6	-14,7
Saldo	1.436	11,3	2.689	15,9	87,2
<b>Grupo de Mudás</b>					
Exportação	10.153	52,0	11.724	49,7	15,5
Importação	2.833	41,2	3.152	46,8	11,3
Saldo	7.320	57,8	8.572	50,8	17,1
<b>Grupo de Flores</b>					
Exportação	2.608	13,4	4.877	20,7	87,0
Importação	778	11,3	811	12,0	4,3
Saldo	1.830	14,5	4.066	24,1	122,2
<b>Grupo de Folhagens</b>					
Exportação	2.131	10,9	1.582	6,7	-25,7
Importação	54	0,8	38	0,6	-29,1
Saldo	2.077	16,4	1.544	9,2	-25,6
<b>Produtos da Floricultura</b>					
Exportação	19.534	100,0	23.608	100,0	20,9
Importação	6.870	100,0	6.737	100,0	-1,9
Saldo	12.664	100,0	16.872	100,0	33,2

Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

### 3.1. – Parceiros Comerciais e Produtos da Floricultura Brasileira em 2004

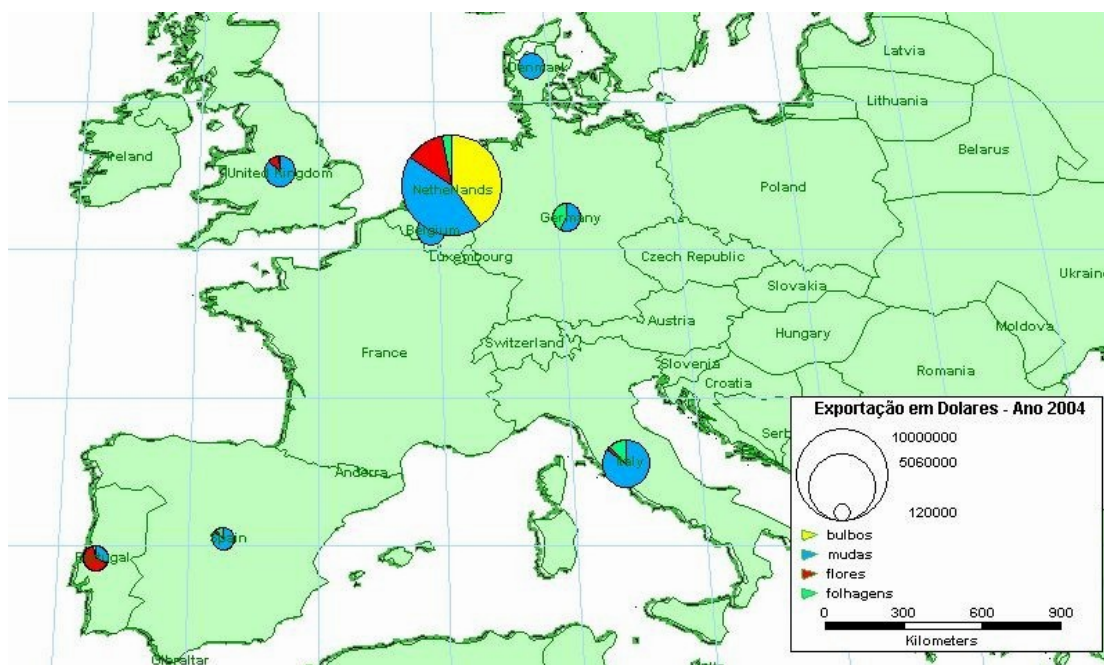
Os principais países de destino dos produtos da floricultura brasileira estão localizados no Hemisfério Norte onde se concentra a demanda por esse tipo de produto. Em primeiro lugar vem a Europa com a Holanda adquirindo grande parte do produto brasileiro, seguido pela América do Norte, com os Estados Unidos firmando-se como parceiro comercial e na Ásia, o Japão que é importante comprador de mudas de ornamentais, principalmente de orquídeas. Entre os países da América do Sul destacam-se, embora em escala menor, Uruguai e Argentina (figura 1 e figura 2).

**Figura 1 – Exportação de Produtos da Floricultura Brasileira, por Grupo e País de Destino, 2004**



Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

**Figura 2 – Exportação de Produtos da Floricultura Brasileira para Europa, por Grupo, 2004**



Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

Os cinco países que mais compraram os produtos da floricultura brasileira em 2004 foram: Holanda (US\$11,7 milhões), Estados Unidos (US\$5,1 milhões), Itália (US\$2,2 milhões), Japão (US\$1,2 milhões) e Reino Unido (US\$525 mil). Entretanto, entre os 14 parceiros comerciais que contribuíram para o crescimento no valor da exportação brasileira, teve maior destaque: Bélgica (+1.525%), Rússia (+267%), Canadá (+216%), Portugal (+141%) e Espanha (+91%) (tabela 2).

Tabela 2 - Destino e Valor da Exportação Brasileira de Produtos da Floricultura e Variação Anual, por Grupo, 2003 e 2004

PAÍS	US\$ FOB 2003	US\$ FOB 2004	Total Var. %	Bulbos Var. %	Mudas Var. %	Flores Var. %	Folhagens Var. %
Holanda	9.705.878	11.683.791	20,4	14,5	8,9	239,2	-13,7
Estados Unidos	3.745.151	5.137.431	37,2	45,8	38,3	54,7	-18,6
Itália	2.194.031	2.194.152	0,0	-	-1,2	1020,7	-12,0
Japão	867.854	1.179.884	36,0	-	39,3	-	-53,6
Reino Unido	451.255	524.590	16,3	-	11,8	4965,4	-81,0
Alemanha	418.093	484.896	16,0	-	19,1	2277,3	9,6
Bélgica	26.405	429.069	1525,0	-	( <sup>1</sup> )	-	60,9
Dinamarca	394.076	391.050	-0,8	-	-0,8	-	-
Uruguai	384.025	327.817	-14,6	4,1	-9,9	-61,0	-
Portugal	118.184	284.980	141,1	-	186,2	118,7	464,0
Espanha	105.250	200.935	90,9	-	256,6	518,0	-59,1
Canadá	54.325	171.865	216,4	-	-8,0	779,3	-
Argentina	208.480	149.790	-28,2	-	21,1	-50,2	-100,0
México	162.150	119.473	-26,3	-29,3	-	-	-88,3
Chile	46.277	72.495	56,7	19,8	-49,5	1718,9	-
Paraguai	0	37.250	-	-	-	-	-
Emirados Árabes Unidos	0	35.842	-	-	-	-	-
França	29.119	28.957	-0,6	-	-23,0	63,3	-
Hong Kong	54.778	23.925	-56,3	-	125,7	-	-81,9
Coréia do Sul	14.690	19.519	32,9	-	-100,0	-	-
Angola	196.317	17.919	-90,9	-	-90,9	-	-
Suíça	182.050	16.599	-90,9	-	-	-83,8	-91,3
China	65.929	14.393	-78,2	-	-100,0	-	-70,5
Venezuela	7.102	13.286	87,1	71,1	415,2	-	-
Índia	0	12.000	-	-	-	-	-
Israel	40.695	11.910	-70,7	-	-	-	-70,7
Paquistão	9.910	11.771	18,8	-	18,8	-	-
Taiwan	5.940	4.593	-22,7	-	-	-	-100,0
Colômbia	2.520	1.725	-31,5	-	-31,5	-	-
Rússia	443	1.625	266,8	-	266,8	-	-
Equador	0	1.468	-	-	-	-	-
Guiana	0	836	-	-	-	-	-
Tailândia	0	641	-	-	-	-	-
Estônia	0	483	-	-	-	-	-
Bolívia	507	475	-6,3	-	2,6	-	-100,0
República Tcheca	0	420	-	-	-	-	-
Peru	0	405	-	-	-	-	-
Jordânia	0	97	-	-	-	-	-
África do Sul	500	0	-100,0	-	-	-	-100,0
Grécia	13.224	0	-100,0	-	-	-	-100,0
Hungria	15.901	0	-100,0	-	-	-	-100,0
Nova Caledônia	1.062	0	-100,0	-	-100,0	-	-
Polônia	11.735	0	-100,0	-	-	-	-100,0
<b>Total</b>	<b>19.533.856</b>	<b>23.608.357</b>	<b>20,9</b>	<b>16,9</b>	<b>15,5</b>	<b>87,0</b>	<b>-25,7</b>

(<sup>1</sup>) A exportação de mudas para a Bélgica passou de valor zero em 2003 para US\$ 386,589,00 em 2004.

Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

No caso da Bélgica, esse crescimento ocorreu mais em função da entrada do novo produto – o de mudas – na pauta comercializada em 2004, no valor de US\$ 387 mil, embora tenha comprado também mais folhagens (+61%) no valor de US\$ 42 mil. Em 2003 e 2004 o único item comercializado com a Rússia foi o de mudas.

O crescimento no valor da exportação de produtos da floricultura brasileira com destino ao Canadá em 2004 se deve à entrada de dois grupos na pauta – bulbos (US\$57 mil) e folhagens (US\$11 mil) – além do crescimento no valor exportado do grupo de flores para buquês (+779%).

O desempenho do setor em 2004 nos casos de Portugal e Espanha apresenta semelhanças: o primeiro ocupa 10º lugar e o segundo 11º no *ranking* de países de destino dos produtos da floricultura brasileira e ambos importaram do Brasil três grupos de produtos (de mudas, flores e folhagens). Entretanto, enquanto o valor exportado para Portugal aumentava nas três categorias, sobretudo no grupo de folhagens (464%), a exportação para a Espanha aumentava só nos casos de mudas (+257%) e flores para buquês (+518%) e decrescia no grupo de folhagens (-59%).

Em 2004, dois países passaram a comprar bulbos do Brasil: Canadá, já citado, e a Argentina. E cinco parceiros comerciais aumentaram a aquisição desse produto em relação ao ano anterior: Venezuela (+71%), Estados Unidos (+46%), Chile (20%), Holanda (14%) e Uruguai (4%). Desses, merecem destaque Holanda e Estados Unidos pela magnitude do valor exportado para esses países de US\$4,7 milhões e US\$495 mil, respectivamente.

A exportação brasileira de mudas de plantas ornamentais – de crisântemos e de orquídeas, etc. – em 2004 mostrou-se bastante dinâmica: 11 países passaram a comprar o produto e 13 países aumentaram o valor das aquisições. No primeiro grupo estão a já citada Bélgica, seguida de: Paraguai, Emirados Árabes, México, Taiwan, Equador, Guiana, Tailândia, Estônia, República Tcheca e Peru. No segundo grupo, os mais importantes, em termos de variação no valor exportado estão Venezuela (+415%), Rússia (+267%), Espanha (+257%), Portugal (+186%) e Hong Kong (+126%).

Pertencem ainda ao grupo de clientes de mudas brasileiras mais oito países dos quais quatro se destacaram pela magnitude e *ranking* do valor adquirido: a Holanda, primeiro no *ranking* com US\$ 5,2 milhões, Estados Unidos (US\$1,18 milhão), Japão (US\$1,17 milhão) e Reino Unido (US\$453 mil). Finalmente, a Argentina, Alemanha, Paquistão e Bolívia também compraram mais as mudas brasileiras em 2004, embora em menor magnitude no valor e na variação anual. A Itália, embora segundo colocado no *ranking* de importadores desse grupo de produtos em valor (US\$1,86 milhão), teve ligeira queda (-1%) na importação em 2004.

O valor da exportação do grupo de flores para buquês, que corresponde a 21% do setor, teve um crescimento extraordinário em 2004 como um todo (+87%). Embora três países já importadores desse produto – Argentina, Uruguai e Suíça – tenham comprado menos em 2004, houve a entrada de um novo comprador – Emirados Árabes – além do aumento no valor exportado para 10 destinos: Reino Unido (+4.965%), Alemanha (+2.277%), Chile (+1.719%), Itália (+1.021%), Canadá (779%), Espanha (+518%), Holanda (+239%), Portugal (+119%), França (++)63%) e Estados Unidos (+55%).

Dois parceiros comerciais das flores cortadas para buquês do Brasil se destacaram em 2004 pelo peso que o valor comercializado representa: em primeiro lugar, os Estados Unidos (US\$2,9 milhões) ocupando 60% do valor da exportação brasileira de flores frescas que corresponde a 57% do valor da importação americana com os produtos da floricultura brasileira; em segundo lugar, a Holanda (US\$1,5 milhão) ocupando 30% do valor da exportação brasileira de flores frescas correspondendo a 12% do valor da importação holandesa com os produtos da



floricultora brasileira. Portanto, esses dois países absorveram 90% da exportação brasileira de flores frescas para buquês em 2004 sobrando 10% para demais países.

O valor da exportação brasileira do grupo de folhagens caiu 26% em 2004 apresentando, em 18 países, variação negativa em relação a 2003 (dos quais sete deixou de comprar). Entretanto, embora em menor escala, cinco países entraram como importadores desse item – Coréia do Sul, Índia, Canadá, França e Jordânia – e três países compraram mais em 2005: Portugal (+484%), Bélgica (+61%) e Alemanha (+10%).

### 3.2. – Mercados e Produtos de Peso na Floricultura Brasileira em 2004

Em 2004, nove parceiros comerciais compraram 92,8% do valor acumulado da exportação brasileira de produtos da floricultura considerando o *ranking*<sup>7</sup> em termos de participação porcentual de cada item e destino: Holanda, Estados Unidos, Itália, Japão, Reino Unido, Dinamarca, Bélgica, Uruguai e Alemanha. Destes países, apenas Holanda e Estados Unidos comparecem importando os quatro grupos de produtos do Brasil. Nesse universo, a Itália comprou dois (mudas e folhagens) e os demais países, um item cada (tabela 3).

Tabela 3 - Principais Países de Destino de Produtos da Floricultura Brasileira, por Grupo e Participação Porcentual no Valor da Exportação, 2003 e 2004

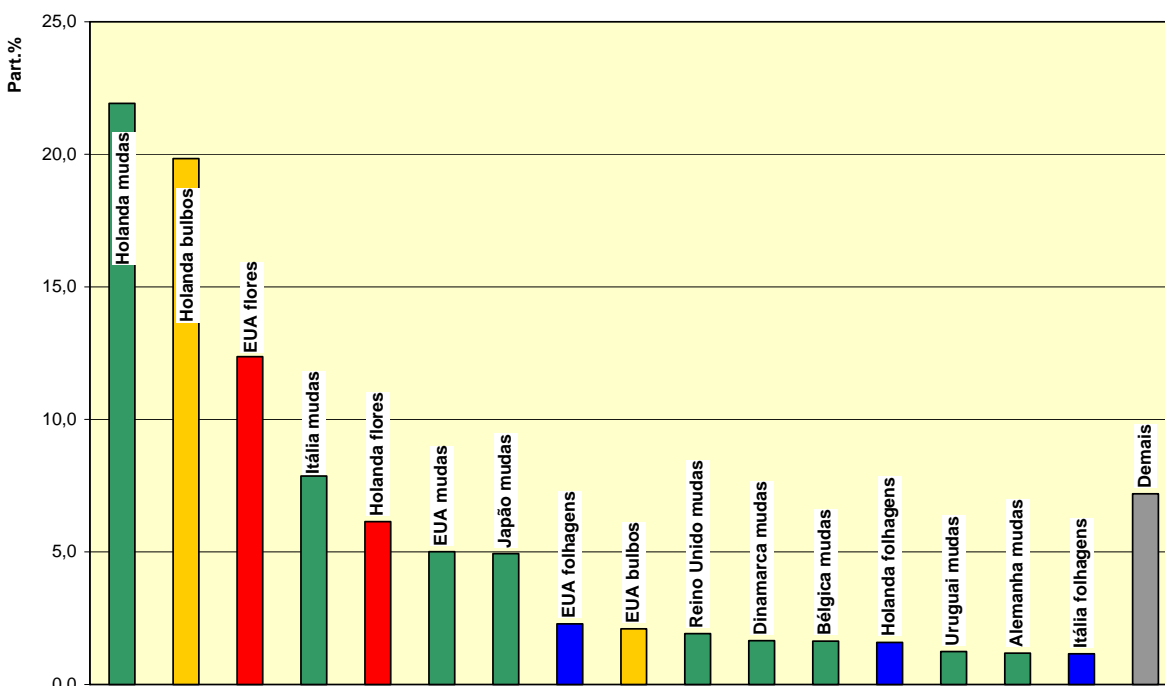
País	Grupo	2003	2004	Ranking 2004
Holanda	mudas	24,3%	21,9%	1
Holanda	bulbos	20,9%	19,8%	2
Holanda	flores	2,2%	6,1%	5
Holanda	folhagens	2,2%	1,6%	13
Estados Unidos	flores	9,7%	12,4%	3
Estados Unidos	mudas	4,4%	5,0%	6
Estados Unidos	folhagens	3,4%	2,3%	8
Estados Unidos	bulbos	1,7%	2,1%	9
Itália	mudas	9,6%	7,9%	4
Itália	folhagens	1,6%	1,2%	16
Japão	mudas	4,3%	4,9%	7
Reino Unido	mudas	2,1%	1,9%	10
Dinamarca	mudas	2,0%	1,7%	11
Bélgica	mudas	0,0%	1,6%	12
Uruguai	mudas	1,7%	1,2%	14
Alemanha	mudas	1,2%	1,2%	15
<b>Subtotal</b>		<b>91,3%</b>	<b>92,8%</b>	-
Demais países		8,7%	7,2%	-

Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

<sup>7</sup> O *ranking* foi construído considerando a participação porcentual do valor da exportação por grupo de produto e por país de destino.

O grupo de mudas obteve maior frequência observada em países de destino (nove) além de primeira colocação no *ranking* em termos de fatia ocupada no valor da exportação da floricultura brasileira (21,9% com destino a Holanda). O grupo de bulbos para a Holanda (19,8%) ocupou a segunda colocação seguida por flores para buquês para Estados Unidos (12,4%), mudas para Itália (7,9%), flores para buquês para Holanda (6,1%), mudas para Estados Unidos (5,0%) e Japão (4,9%), folhagens (2,3%) e bulbos (2,1%) para mercado americano, mudas para Reino Unido (1,9%), Dinamarca (1,7%) e Bélgica (1,6%), folhagens para Holanda (1,6%), mudas para Uruguai e Alemanha (1,2% cada) e folhagens para Itália (1,2%) (figura 3).

**Figura 3 - Principais Países de Destino e Participação Porcentual no Valor Total da Exportação de Produtos da Floricultura Brasileira, por Grupo, 2004**



Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

### 3.3 – Exportação Mensal dos Produtos da Floricultura Brasileira em 2004

O valor da exportação mensal dos produtos da floricultura brasileira apresentou em 2003 e 2004 dois picos ao longo do ano – julho e dezembro – sendo que no primeiro caso o pico foi “puxado” pela magnitude do valor do grupo de bulbos e no segundo caso, principalmente do de mudas e de flores para buquês. O grupo de bulbos apresentou nos dois anos uma sazonalidade mensal acentuada tendo valores mensais bem acima da média anual em junho, julho e agosto. Embora em menor grau, o grupo de mudas apresentou valores bem acima da média mensal em janeiro, fevereiro e dezembro. Os grupos de flores para buquês e de folhagens apresentaram valores de exportação mensal muito próximos de suas respectivas médias mensais (tabela 4 e figura 4).

O valor da exportação mensal dos produtos da floricultura brasileira em 2004 foi sempre maior que o de 2003 em todos os meses embora tenham ocorrido quedas freqüentes em grupo de folhagens (oito vezes) e bulbos (seis vezes), e uma ocorrência de variação negativa no caso de mudas. O grupo de flores para buquês foi uma exceção neste cenário apresentando variação positiva no valor de exportação em todos os meses de 2004. De uma maneira geral o aumento no valor mensal em 2004 ocorreu de janeiro a julho e em dezembro ficando os demais meses apenas ligeiramente acima do ano anterior em todos os grupos de produtos da floricultura brasileira.

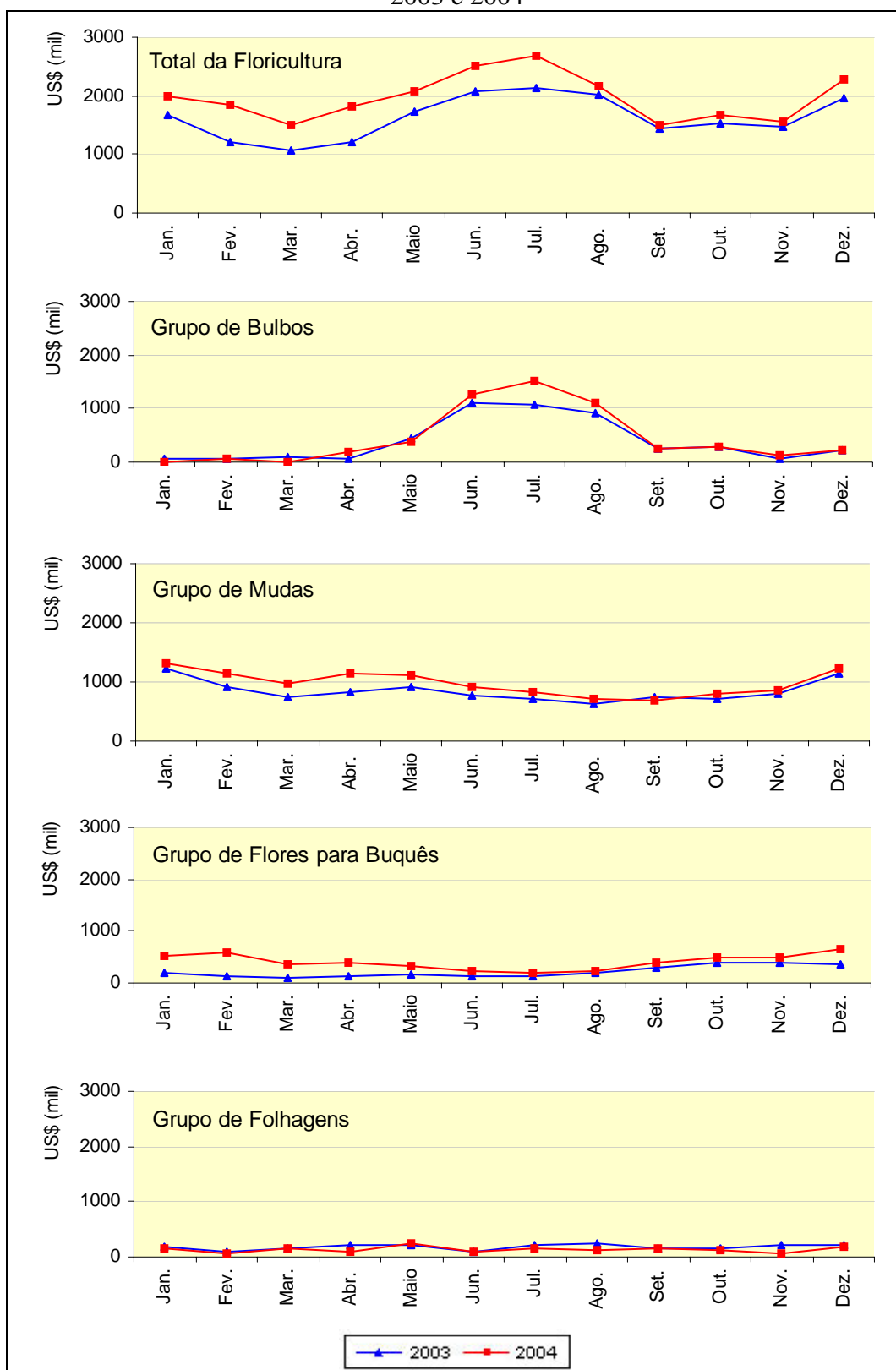
Tabela 4 - Valor da Exportação Mensal dos Produtos da Floricultura Brasileira, por Grupo, 2003 e 2004

	Bulbos (US\$ mil)			Mudas (US\$ mil)			Flores (US\$ mil)			Folhagens (US\$ mil)			Total (US\$ mil)		
	2003	2004	Var.%	2003	2004	Var.%	2003	2004	Var.%	2003	2004	Var.%	2003	2004	Var.%
Jan.	59	12	-79,1	1.238	1.322	6,7	191	523	174,1	184	138	-25,1	1.673	1.995	19,3
Fev.	68	61	-11,4	911	1.140	25,1	118	587	396,4	107	68	-36,3	1.205	1.856	54,0
Mar.	103	8	-91,9	752	968	28,8	84	367	335,7	141	163	15,2	1.081	1.506	39,4
Abr.	51	203	300,2	818	1.139	39,2	127	396	210,8	213	87	-59,0	1.209	1.826	51,0
Mai	451	385	-14,5	914	1.121	22,7	160	339	112,4	220	231	4,8	1.745	2.077	19,0
Jun.	1.106	1.250	13,1	760	912	19,9	123	233	89,4	88	107	21,9	2.077	2.502	20,5
Jul.	1.060	1.522	43,6	720	820	13,9	146	184	25,8	212	164	-22,5	2.138	2.690	25,8
Ago.	926	1.102	19,0	642	725	12,9	206	215	4,4	241	117	-51,6	2.015	2.158	7,1
Set.	262	245	-6,5	734	698	-4,9	300	405	34,7	144	156	8,9	1.440	1.504	4,4
Out.	272	269	-0,9	709	799	12,7	402	490	22,1	149	108	-27,4	1.531	1.667	8,9
Nov.	69	142	106,1	801	851	6,3	384	488	26,9	209	73	-64,9	1.463	1.554	6,3
Dez.	215	224	4,5	1.153	1.228	6,5	367	652	77,5	223	169	-24,0	1.958	2.273	16,1
Média	387	452		846	977		217	406		178	132		1.628	1.967	
Ano	4.642	5.425	16,9	10.153	11.724	15,5	2.608	4.877	87,0	2.131	1.582	-25,7	19.534	23.608	20,9

Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

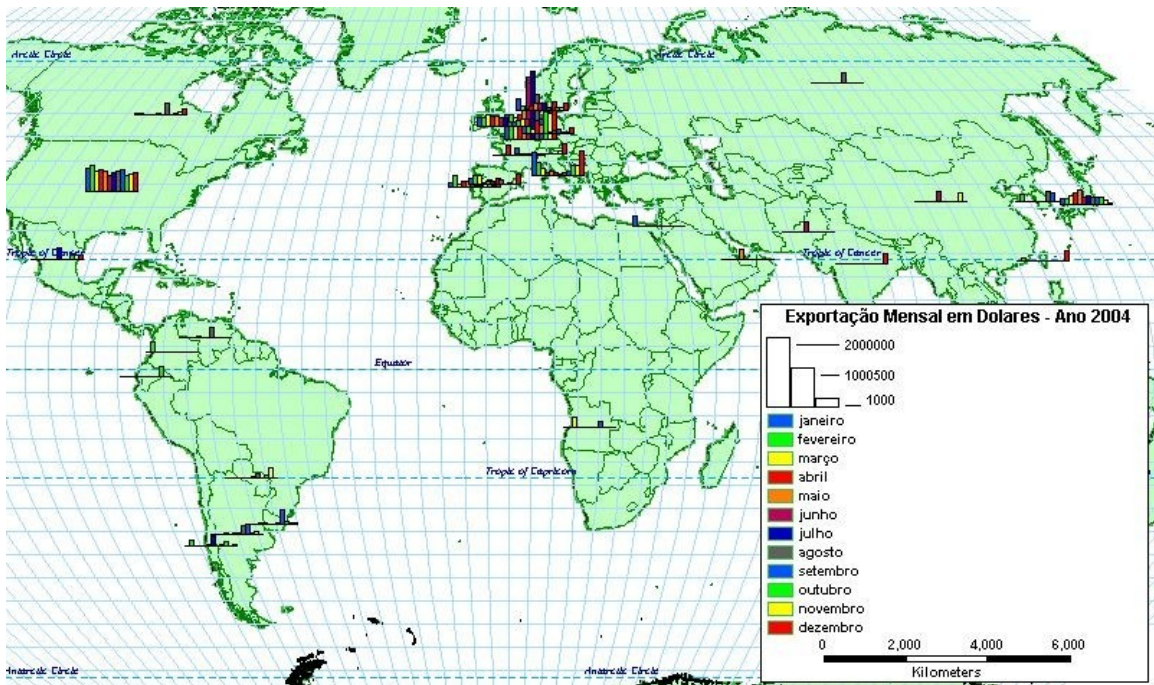
O valor da exportação mensal por país de destino apresenta, de uma maneira geral, grande variação ao longo do ano tendo em muitos casos valores iguais ou próximos de zero. Reino Unido e Estados Unidos foram exceções à regra, com valor da exportação mensal quase constante ao longo de 2004 (figura 5 e figura 6).

Figura 4 – Exportação de Produtos da Floricultura Brasileira, por Grupo, Janeiro a Dezembro, 2003 e 2004



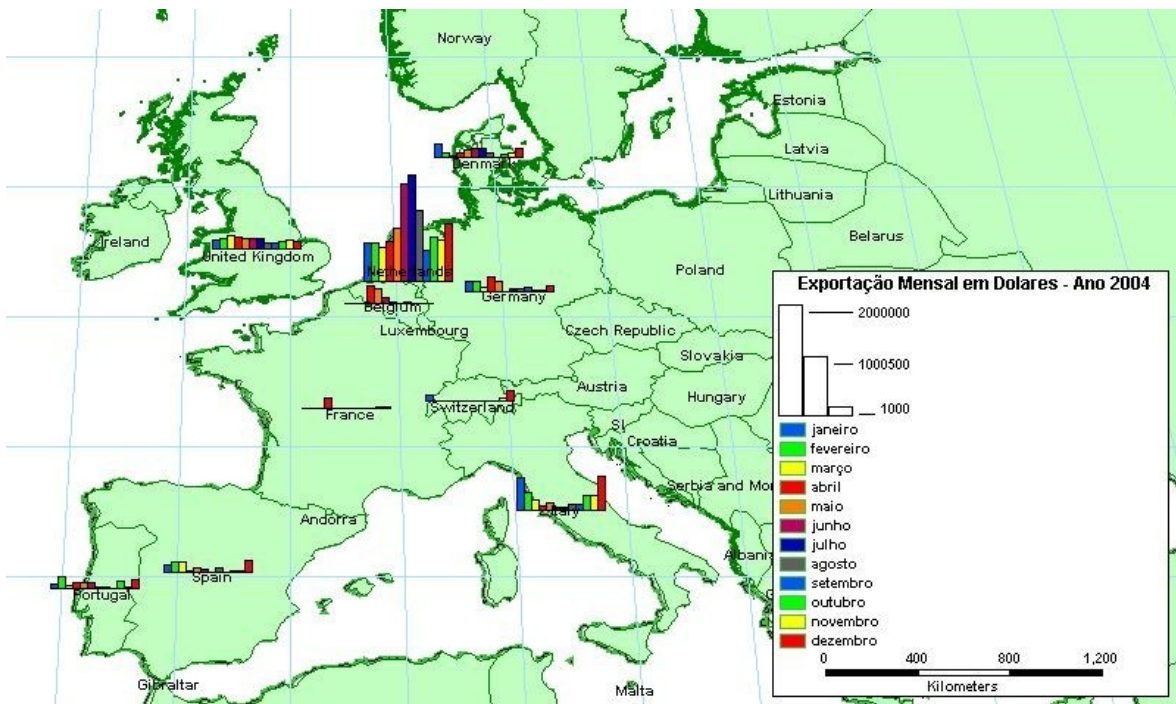
Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

Figura 5 – Exportação Mensal de Produtos da Floricultura Brasileira, por País de Destino, 2004



Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

Figura 6 – Exportação Mensal de Produtos da Floricultura Brasileira para Europa, 2004



Fonte: Elaborada pelos autores com base em SECEX (2005).

#### 4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O valor da exportação dos produtos da floricultura brasileira atingiu o patamar inédito de US\$ 23,6 milhões, em 2004, com crescimento de 21% em relação ao de 2003. Embora o ritmo de crescimento seja menor que o de 2003 (30%) o desempenho do setor em 2004 é um indicativo de que o país está avançando na conquista da fatia do mercado internacional.

Os parceiros comerciais da floricultura brasileira que mais compraram o nosso produto em 2004 foram: Holanda (US\$11,7 milhões), Estados Unidos (US\$5,1 milhões), Itália (US\$2,2 milhões), Japão (US\$1,2 milhões) e Reino Unido (US\$525 mil) e que merecem continuidade no atendimento com qualidade de produtos e serviços. Por outro lado, os parceiros comerciais que mais aumentaram a compra do setor em 2004 foram: Bélgica (+1.525%), Rússia (+267%), Canadá (+216%), Portugal (+141%) e Espanha (+91%). Estes merecem acompanhamento estreito e análise maior do seu comportamento dada a perspectiva de uma maior abertura nos negócios.

O grupo de flores cortadas para buquês apresentou crescimento recorde em relação aos demais grupos (+87,0%) sinal de que o país está conseguindo finalmente firmar-se no mercado internacional com esse produto em que pese concorrentes como a Holanda e Colômbia que praticamente dominam o mercado europeu e o americano. Acrescente-se que a Holanda e Estados Unidos dois principais países de destino das flores frescas brasileiras, são também importadores majoritários de outros três grupos do setor, o que confere status de clientes especiais.

Em 2004, nove parceiros comerciais compraram 92,8% do valor acumulado da exportação brasileira de produtos da floricultura considerando a participação porcentual de cada item e destino: Holanda, Estados Unidos, Itália, Japão, Reino Unido, Dinamarca, Bélgica, Uruguai e Alemanha. Nesse universo, o grupo de mudas obteve maior frequência observada em países de destino (nove) além de primeira colocação no *ranking* em termos de fatia ocupada no valor da exportação da floricultura brasileira (21,9% com destino a Holanda). A divisa com os produtos da floricultura brasileira e o crescimento do setor em 2005 provavelmente virão em grande parte desses mercados, sobretudo a partir da venda de mudas de ornamentais. Oportunidade de crescimento do setor com as flores frescas para buquês, principalmente com Estados Unidos e Holanda, é muito grande em 2005.

Os produtores do grupo de folhagens devem intensificar os contatos com Portugal, Alemanha e Itália, três únicos parceiros comerciais que aumentaram a compra do produto brasileiro em 464%, 61% e 10%, respectivamente. Em 2004, Portugal e Espanha, além da proximidade geográfica, tiveram desempenho muito semelhante, merecendo, portanto, estudo de mercado e de logística conjuntamente. Finalmente, todos os parceiros comerciais da floricultura brasileira que passaram a (re)adquirir o produto em 2004 ou que aumentaram o valor comercializado, merecem atenção e acompanhamento no futuro próximo, pois as chances de crescimento do setor num mercado internacional acirrado – felizmente em expansão conforme LAWS (2005) – são maiores nesses alvos.

## LITERATURA CITADA

IBRAFLOR. Release Florabrazilis 2003/2004. Disponível em: <http://www.ibraflor.com.br/ibraflor/index.php?id=187>. Acesso em: 15/02/2005.

INFORMATIVO SECEX. Flores e Plantas Ornamentais. <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/informativos/info31.pdf>. Acesso em: 10/03/2005.

KIYUNA et al. **Floricultura: Desempenho do Comércio Exterior em 2004**. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=1742>. Desde: 17/02/2005.

LAWS, Nancy. 2003: a strong year for floriculture. **FloraCulture International**, Batavia, v.15, n.2, p.26-29, 2005.