

Análise Comparativa do Desempenho Exportador de Flores e Plantas Ornamentais nos Estados de São Paulo e Ceará

RESUMO

Constata que as transformações ocorridas a partir do início dos anos 1990 deixaram clara a necessidade e a importância de sistemas produtivos mais competitivos, e que, nesse cenário, os setores vinculados às cadeias produtivas agroindustriais, por se sujeitarem a exigências peculiares (riscos climáticos, ciclos biológicos, exigências sanitárias, entre outras questões), viram-se sob a necessidade de encontrar novos mercados, ou um novo posicionamento em mercados existentes. Analisa a evolução da competitividade dos principais estados exportadores de flores e plantas ornamentais, São Paulo e Ceará, no período de 1990 a 2008, comparando seu desempenho. Para isso, utiliza o Índice de Posição Relativa, o Índice de Vantagem Comparativa Revelada e o Índice de Competitividade Revelada. Os resultados indicam a consolidação da competitividade do Estado de São Paulo e rápida inserção do Ceará no mercado internacional, sobretudo a partir do início da década de 2000.

PALAVRAS-CHAVE

Competitividade. Mercado Internacional. Flores e Plantas Ornamentais.

Anderson Antonio Esperança

- Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), MG.

Viviani Silva Lírio

- Doutora em Economia Rural pela UFV (MG);
- Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), Vitória, ES;
- Professora Adjunta III do Departamento de Economia Rural da UFV.

Talles Girardi de Mendonça

- Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de São João Del Rei (UFSJ), MG;
- Doutorando em Economia Aplicada pela UFV (MG).

1 – INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mundo tem passado por transformações socioeconômicas importantes, que levaram os países a uma nova dinâmica produtiva, com reflexos quase imediatos em suas cadeias produtivas. Dentre as muitas modificações sofridas, destaca-se que a competição, antes vigente em nível setorial, expandiu-se para um padrão competitivo entre cadeias produtivas, muitas vezes distribuídas em diferentes espaços regionais.

Neste ambiente, houve, também, o surgimento de novos parceiros comerciais – os chamados ‘países emergentes’ passaram a desempenhar importante papel, devido, principalmente, à abertura comercial e financeira. A globalização, em seus vários níveis de atuação, disseminou ainda mais essas relações, possibilitando, de certa forma, a elevação da renda e do padrão de vida das sociedades, mesmo diante da crescente concentração de renda. Ademais, diante de um mercado cada vez mais exigente, de consumidores crescentemente preocupados com seu bem-estar e com o meio ambiente, as empresas foram chamadas a rever suas estruturas de produção, enquanto os governos se sentiram impelidos a rever suas regras de atuação, sobretudo aquelas ligadas aos fatores socioambientais.

Essas modificações, naturalmente, não ocorreram em setores específicos, mas difundiram-se entre praticamente todas as atividades econômicas, sejam elas urbanas ou rurais. Todavia, os setores vinculados às cadeias produtivas agroindustriais, por sujeitarem-se a exigências peculiares (riscos climáticos, ciclos biológicos, exigências sanitárias, entre outras questões), viram-se sob a necessidade de encontrar novos mercados, ou um novo posicionamento em mercados existentes.

Nesse âmbito, um dos setores que se têm mostrado mais dinâmicos é o da floricultura – flores e plantas ornamentais –, que vem adquirindo crescente consolidação nas diversas economias mundiais, principalmente devido ao aumento da renda média desses países. Apesar de constituir, se comparado à base agrária brasileira, um setor de porte menor,

possui características muito importantes relacionadas com geração de emprego, renda e alavancagem regional. Exatamente no contexto das mudanças no mercado, as empresas que atuam na floricultura vêm buscando maior eficiência na produção primária e pós-colheita e tentando adaptar suas estruturas às recentes modificações tecnológicas, fundamentais para a redução de custos e manutenção da competitividade. De acordo com Arnaldi e Perosa (2007, p. 3),

o mercado de flores é caracterizado por grande concorrência, razão pela qual é fundamental apresentar bons índices de produtividade, padronização, qualidade, boa apresentação, embalagens adequadas e variedades de boa aceitação, para tornar-se competitivo e obter melhor preço no mercado.

Essa consideração, embora seja uma realidade ampla, vale também para o Brasil. Na percepção de Junqueira e Peetz (2008a), a floricultura empresarial brasileira é um dos mais promissores segmentos da horticultura no campo do agronegócio. Ademais, está próxima, decisivamente, de adquirir implantação de um modelo de qualidade internacional de gestão de sua cadeia produtiva. Esse resultado, para Tanio e Simões (2005), deve-se ao Programa *Florabrazilis*, implantado em 2001 pelo Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor) e pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apexbrasil), cujo principal objetivo é promover o aumento das exportações do setor, por meio de ações voltadas para a elevação tecnológica do processo produtivo e para a abertura de novos mercados, melhorando a remuneração em todos os elos da cadeia produtiva nacional. (BRASIL, 2009b).

Pode-se perceber que, pelos dados sobre o setor, as propostas tiveram êxito. As exportações, em 2007, ultrapassaram a marca dos US\$ 35,2 milhões, um aumento de 9,12% em relação ao ano anterior, o que indica que o país possui um potencial de expansão. Por outro lado, as importações somaram, aproximadamente, US\$ 10,7 milhões no mesmo período, acumulando *superávit* de US\$ 24,5 milhões na balança comercial. (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008b). Os dados da Tabela 1 apresentam o comportamento do comércio brasileiro de flores e plantas ornamentais, de 2000 a 2008.

Tabela 1 – Balança Comercial Brasileira de Produtos da Floricultura, de 2000 a 2008 (US\$, FOB)

Ano	Exportação	%	Importação	%	Saldo	%
2000	12.010.545	-	6.414.375	-	5.596.170	-
2001	13.746.928	14,5	7.094.420	10,6	6.652.508	18,9
2002	16.133.770	17,4	8.210.727	15,7	7.923.043	19,1
2003	21.398.426	32,6	6.869.943	-16,3	14.528.483	83,4
2004	25.357.195	18,5	6.736.525	-1,9	18.620.670	28,2
2005	27.640.817	9,0	5.621.773	-16,5	22.019.044	18,3
2006	32.329.151	17,0	8.758.470	55,8	23.570.681	7,0
2007	35.278.392	9,1	10.787.861	23,2	24.490.531	3,9
2008	35.596.241	0,9	14.104.553	30,7	21.491.688	-12,2

Fonte: Brasil (2009a).

Adicionalmente, convém destacar que as vendas externas não se concentram, exclusivamente, em flores de corte. Segundo dados do Brasil (2009b), a categoria dos bulbos, tubérculos, rizomas e similares responderam pelo maior valor exportado, no ano de 2008. (Gráfico 1). Em sequência, aparecem as mudas de plantas ornamentais. Apenas em terceiro lugar, encontram-se as flores de corte, como é o caso da rosa. Por último, a composição é de folhagens, folhas, ramos frescos e outros de menor significância na pauta de exportação.

Apesar de as vendas externas somarem valores consideráveis e contribuírem para fontes de geração de divisas, é o mercado nacional que possui índices verdadeiramente expressivos. Devido, principalmente, à revitalização da economia nos últimos anos, o mercado interno da floricultura gera cerca de R\$ 600 milhões anuais, mas movimenta R\$ 2,5 bilhões, quando se considera toda a parte de acessórios e serviços. (OPITZ¹, 2008).

No que tange ao número de pessoas envolvidas na produção de flores e plantas ornamentais, estima-se que o Brasil possua 5.152 produtores, em uma área total de 8.423 hectares de plantio em 304 municípios. (SEBRAE, 2008).

¹ Entrevista concedida por Renato Opitz, presidente da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais, à Agência Brasil, em 2008.

Em relação à demanda, nota-se uma forte sazonalidade intrínseca à cultura dos consumidores brasileiros, uma vez que as vendas de produtos da floricultura se concentram em datas comemorativas e especiais, como Dia Internacional da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Namorados, Finados e Fim de Ano. Dessa forma, o valor médio gasto pelos consumidores brasileiros é de, aproximadamente, sete dólares por habitante/ano. Já em países europeus, como é o caso da Suíça, esse montante chega a US\$ 145. (SEBRAE, 2008).

Os principais mercados importadores dos produtos brasileiros são União Europeia (com grande destaque para Holanda e Itália), EUA, Japão, Canadá, Argentina, Chile, Coreia do Sul, além de muitos outros que ganham relevância como clientes. (JUNQUEIRA; PEETZ, 2007b).

Em relação à concorrência internacional, muitos países se destacam como potências produtoras e exportadoras. Os líderes mundiais na produção de flores e plantas ornamentais são caracterizados pelo alto grau de capacidade produtiva, devido, principalmente, à grande utilização de tecnologia. Além dos tradicionais países produtores, como Holanda (maior produtor, exportador e importador de produtos da floricultura), Itália, Dinamarca e Japão, o mercado mundial se expande como um todo. De acordo com Tanio e Simões (2005), neste ano, os principais países exportadores foram Holanda, Colômbia, Dinamarca,

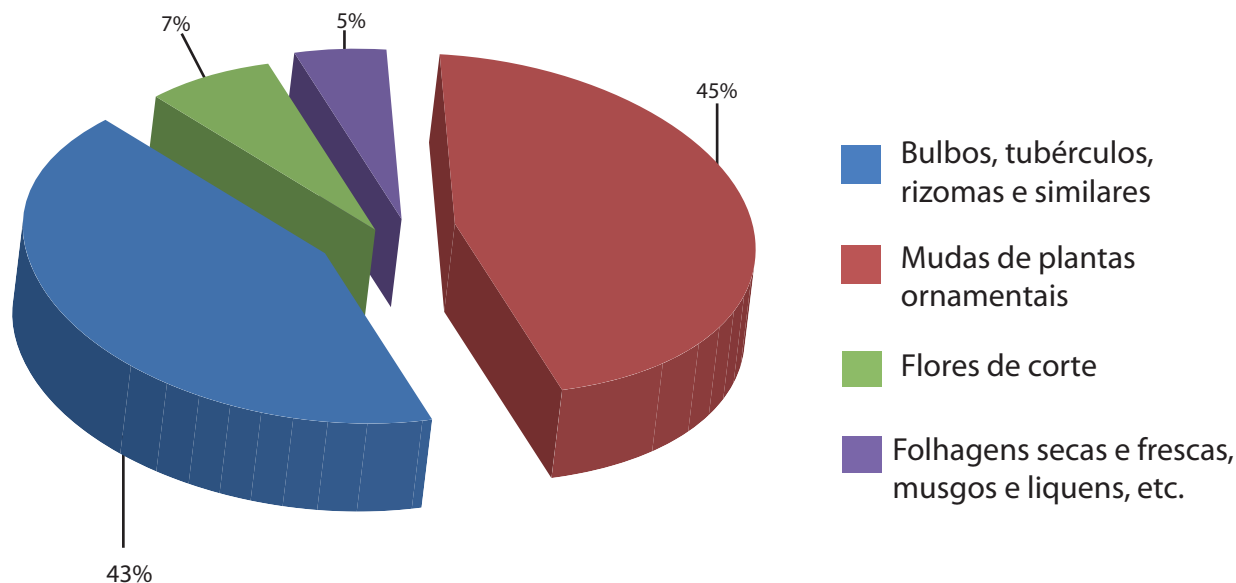


Gráfico 1 – Exportações de Produtos da Floricultura em 2008, por Categoria da Produção (Porcentagem do Valor Total)

Fonte: Brasil (2009a).

Itália, Israel, Bélgica, Costa Rica, Canadá, EUA, entre outros.

É importante destacar que a participação dos países em desenvolvimento nesse mercado promove um estímulo à competitividade do setor. O Brasil tem aumentado sua inserção externa, mas ainda existem vários fatores críticos a serem superados para obter sucesso na atividade, dentre eles, destaca-se a falta de infraestrutura adequada, que se torna um aspecto que limita o desempenho do setor. Por serem delicados e perecíveis, os itens da floricultura exigem certo cuidado em seu manejo, além de ambientes climatizados que possam garantir a durabilidade e a qualidade das mercadorias. Além disso, a prosperidade do setor requer a padronização dos produtos e a implantação de sistemas de certificação, como forma de garantia de sua qualidade. (SEBRAE, 2005).

A capacidade logística também é bastante precária e necessita de investimentos para suprir as exigências do mercado globalizado. Os portos e aeroportos, em sua grande maioria, não possuem infraestrutura adequada para armazenamento da produção destinada

ao exterior. Mesmo os aviões, muitas vezes, não possuem espaço suficiente nos compartimentos para as cargas. (BUAINAIN; BATALHA, 2007).

1.1 – Importância Comparada dos Diferentes Polos de Produção nas Exportações Brasileiras de Produtos da Floricultura

Apesar de ser possível uma visão geral do setor, a produção e a exportação de flores e plantas ornamentais estão dispersas em polos regionais por todo o país. Embora existam estados de destaque no cenário nacional, recentemente, constatou-se o surgimento de outras regiões produtoras, que, embora representem pequena participação, têm aumentado seu *quantum* produtivo. No Mapa 1, são apresentados os cinco principais estados produtores e exportadores do setor sob estudo.

O Estado de São Paulo, além de ser o maior produtor, é também o maior exportador de produtos da floricultura. Segundo dados de Brasil (2009a), em 2008, foi responsável por 71,61% do valor bruto exportado pelo país, como mostrado na Tabela 2. Ademais, ampliou suas exportações em mais de 371%,

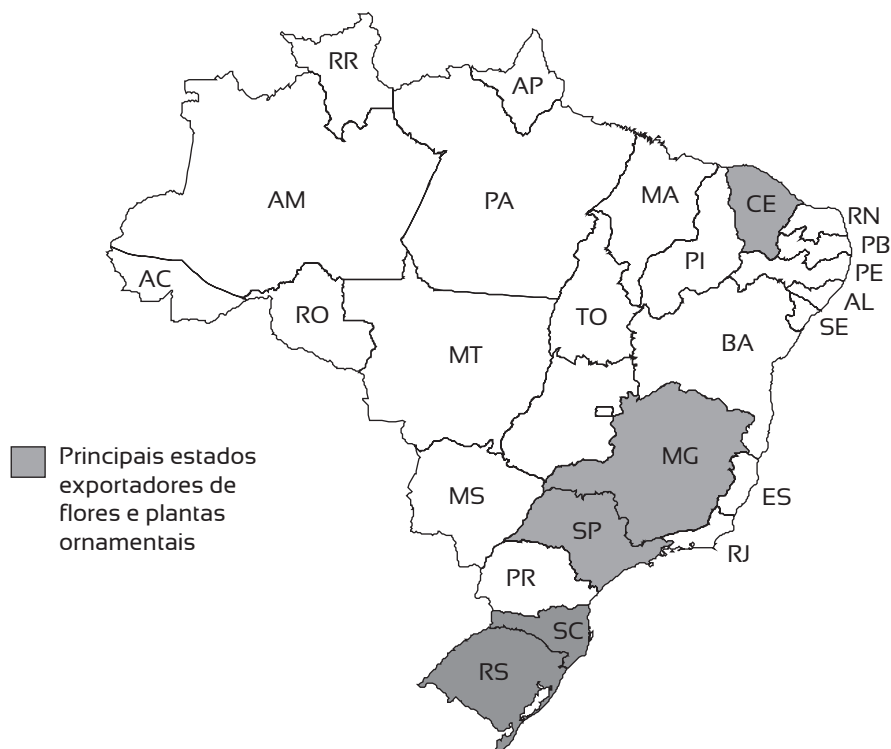


Figura 1 – Maiores Exportadores de Produtos da Floricultura, em 2008

Fonte: Brasil (2009a).

em 19 anos (de 1990 a 2008), apresentando um crescimento médio anual de 9,6%.

O Ceará, segundo maior exportador brasileiro de produtos da floricultura, de 1992 a 2008, obteve aumento de mais de 118 mil por cento nas exportações, respondendo por 13,72% do valor total exportado neste último ano. Em sequência no *ranking* dos maiores exportadores brasileiros de flores e

plantas ornamentais, em termos de valor exportado, aparecem o Rio Grande do Sul, com 6,63% de participação, seguido por Minas Gerais (4%) e Santa Catarina (1,48%).

No Estado de São Paulo, concentram-se várias regiões de produção, com destaque para a cidade de Holambra e o complexo de Atibaia. O município de Holambra, conhecido como a capital das flores, é o

Tabela 2 – Exportação de Flores e Plantas Ornamentais em São Paulo, Ceará e Brasil, de 2004 a 2008 (US\$, FOB)

Estados	2004	2005	2006	2007	2008	%
São Paulo	19.056.851	20.142.837	22.123.761	25.342.046	25.490.499	71,61
Ceará	2.087.199	2.955.235	4.783.143	4.992.986	4.883.052	13,72
Brasil	25.357.195	27.640.817	32.329.151	35.278.392	35.596.241	100,00

Fonte: Brasil (2009a).

principal centro de desenvolvimento da floricultura no país. Colonizada por imigrantes holandeses, nesta região, concentram-se os principais fabricantes e fornecedores de insumos, tecnologia e mudas de propagação, além de muitos produtores, atacadistas e distribuidores. Atibaia é responsável por 25% da produção nacional e cultiva, principalmente, flores de corte e de vasos, com destaque para rosas, crisântemos e orquídeas. (BUAINAIN; BATALHA, 2007). Em São Paulo, também se encontram os maiores centros atacadistas responsáveis pela distribuição e pelo abastecimento dos mercados interno e externo. A Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (Ceagesp), localizada na cidade de São Paulo, o Centro Estadual de Abastecimento de Campinas (Ceasa – Campinas) e a Cooperativa Veiling Holambra, além de abastecerem o mercado interno, respondem por grande parte do volume exportado. (ANEFALOS; GUILHOTO, 2003).

O Ceará possui algumas regiões de destaque no cultivo de flores e plantas ornamentais, as quais apresentam elevado potencial de desenvolvimento, destacando-se Agropolo Metropolitano, Serra de Baturité, Agropolo Cariri e Serra da Ibiapaba. Essas microrregiões produzem, especialmente, plantas ornamentais, flores tropicais e flores de vaso e de corte, como a rosa, devido às condições climáticas e de relevo ideais. Já o Rio Grande do Sul possui dezenas de municípios que se dedicam à produção florícola, porém em propriedades menores, com destaque para os polos regionais de São Sebastião do Caí, Santa Maria, Grande Porto Alegre, Litoral Norte, Planalto, Serra Gaúcha e Região Noroeste. Este estado produz, principalmente, mudas de plantas ornamentais e flores de corte. (BRASIL, 2009b).

1.2 – Problema e sua Importância

O desempenho brasileiro no mercado internacional da floricultura,² embora em ampliação, mostra-se ainda modesto. Apesar da grande capacidade produtiva e do dinamismo recente, em termos percentuais, a participação brasileira é pequena; em 2007, o Brasil exportou apenas 2,7% do valor total da

produção, o que não ultrapassa 0,3% de tudo o que é comercializado mundialmente. (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008a).

Sabe-se, naturalmente, que o país é apto para a produção de flores e plantas ornamentais. O clima tropical e a boa qualidade do solo são fatores indispensáveis ao desenvolvimento dessa cultura. Entretanto, não se deve desconsiderar fatores como a tecnologia e a logística, que, mais cedo ou mais tarde, podem comprometer a expansão do setor.

Destaca-se, também, a rentabilidade dos negócios da floricultura, o que reforça a sua capacidade de crescimento. (MARQUES, 2002). Além de ascendente em termos de rendimento, como o número médio de empregos gerados é alto – cerca de oito pessoas por hectare (varia de acordo com o tipo de cultura), podendo chegar a 20, em épocas de maior produção –, o potencial de alavancagem regional e o efeito multiplicador setorial são expressivos.

Outro aspecto relevante é a especialização da mão de obra. Para obter bons resultados no setor, as propriedades devem contar com trabalhadores que possuam bom nível de capacitação e conhecimento técnico, desde o preparo do solo até sua fase final, no momento da embalagem do produto. Acrescenta-se, ainda, uma característica importante, qual seja, a utilização, assim como ocorre na fruticultura, da mão de obra feminina no cultivo de flores e plantas ornamentais, uma vez que a sua produção requer cuidado e atenção, principalmente no momento da colheita.

Considerando o potencial produtivo do país, a existência de polos de produção, distribuídos em cinco estados brasileiros, e também o potencial de desenvolvimento regional propiciado pela floricultura, a compreensão do desempenho do setor e a identificação das diferentes dinâmicas regionais são imprescindíveis.

Apesar de o Estado de São Paulo ser o grande fornecedor de flores, em nível nacional e de inserção externa, alguns trabalhos já identificaram a forte vocação do Nordeste nesse segmento. Como exemplos, podem ser citados Sebrae (2002) e Sebrae (2003), diagnósticos estaduais sobre a

² Neste trabalho, utiliza-se o termo floricultura para englobar os setores de flores de corte e plantas ornamentais.

cadeia produtiva das flores e plantas ornamentais que sinalizam a vocação nordestina para a exportação desses produtos.

Curiosamente, pouco há em pesquisa para o setor. A maior parte dos trabalhos e publicações se limita a tecer panoramas conjunturais sobre vendas e tipos de produtos comercializados. As pesquisas acadêmicas ou institucionais concentram-se, quase exclusivamente, em avaliações de caráter técnico (agronômico), sendo escassos os que avaliem aspectos relacionados com competitividade nacional, viabilidade econômica de projetos de investimento para floricultura e padrões do mercado, dentre outros. Dentre as pesquisas realizadas que possuem caráter mais relacionado com aspectos mercadológico e econômico, podem-se citar Sebrae (2002); Sebrae (2003) e Rodrigues (2007).

Como decorrência da escassez de informações consistentes, a tomada de decisão dos empresários do setor fica comprometida. Como exemplo, basta citar que, atualmente, os produtores nem mesmo conhecem o perfil dos seus consumidores, sejam eles domésticos ou externos. Em consultas informais realizadas ao longo desta pesquisa, ficou claro que o produtor praticamente desconhece o destino de seus produtos e pouco se informa sobre organização e ou participação dos polos setoriais nos quais se insere.

Assim, pelo exposto, ficam claras três questões importantes que abrem campo à investigação proposta: a) o setor de flores e plantas ornamentais é relevante, social e economicamente, para o Brasil, de modo geral, e para cinco estados, em particular; b) o país possui diversos polos produtivos, caracterizados pela aptidão à prática da floricultura, que apresentam dinâmicas diferentes; e c) o crescimento do setor, internacionalmente, evidencia a abertura de espaço para expansão da participação brasileira, caso o ambiente institucional-empresarial invista significativamente no setor, com ganhos potenciais para todos os agentes envolvidos ao longo da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais. Nesse sentido, busca-se analisar a evolução da capacidade competitiva de alguns dos principais estados exportadores de flores e plantas ornamentais, no período de 1990 a 2008. A pesquisa proposta pretende, por meio de seus resultados, contribuir para melhor

conhecimento do setor, sob a perspectiva nacional, bem como ampliar o interesse pelo tema, aumentando, por conseguinte, as bases de dados disponíveis. Assim, o objetivo deste trabalho é comparar o desempenho exportador de São Paulo e Ceará, no setor de flores e plantas ornamentais, no período de 1990 a 2008.

2 – O BRASIL NO MERCADO INTERNACIONAL DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS

2.1 – Os Parceiros Comerciais do Brasil

Nos últimos dez anos, o Brasil tem conquistado novos clientes internacionais no mercado de flores e plantas ornamentais. Entretanto, em 2008, as exportações desses produtos se destinaram, principalmente, para os compradores tradicionais, basicamente, Estados Unidos, Holanda, Itália, Japão, Bélgica e Alemanha. Neste ano, as vendas de produtos da floricultura para esses seis países representaram 93% do valor total exportado. (Gráfico 2).

Ao analisar detalhadamente esses dados, observa-se que, em valor, dos US\$ 35,6 milhões exportados em 2008, US\$ 22,1 milhões foram destinados à Holanda, que, historicamente, é o maior parceiro comercial da floricultura brasileira. De fato, apenas em 1991, a Holanda não foi a principal importadora desses produtos, cedendo lugar para a Alemanha (à época, a Alemanha comprou US\$ 3,8 milhões, contra US\$ 3,4 milhões adquiridos pela Holanda). Destaca-se, ainda, que o valor exportado para a Holanda, em 1990, somou US\$ 3,3 milhões, evidenciando, assim, um aumento de 556% em 2008, em comparação àquele ano. Os Estados Unidos têm-se firmado como importante cliente externo, principalmente no segmento de flores frescas, a exemplo da rosa. Este país foi responsável, em 2008, por pouco menos de um quinto do valor total exportado de flores e plantas ornamentais, o que corresponde a uma elevação de 553%, nos anos de 1990 e 2008.

A Itália, outro importante parceiro, importou, em 1990, pouco mais de US\$ 1 milhão em flores, valor que ultrapassou os US\$ 2,6 milhões, no último ano analisado. Grande parte desse montante deve-se ao

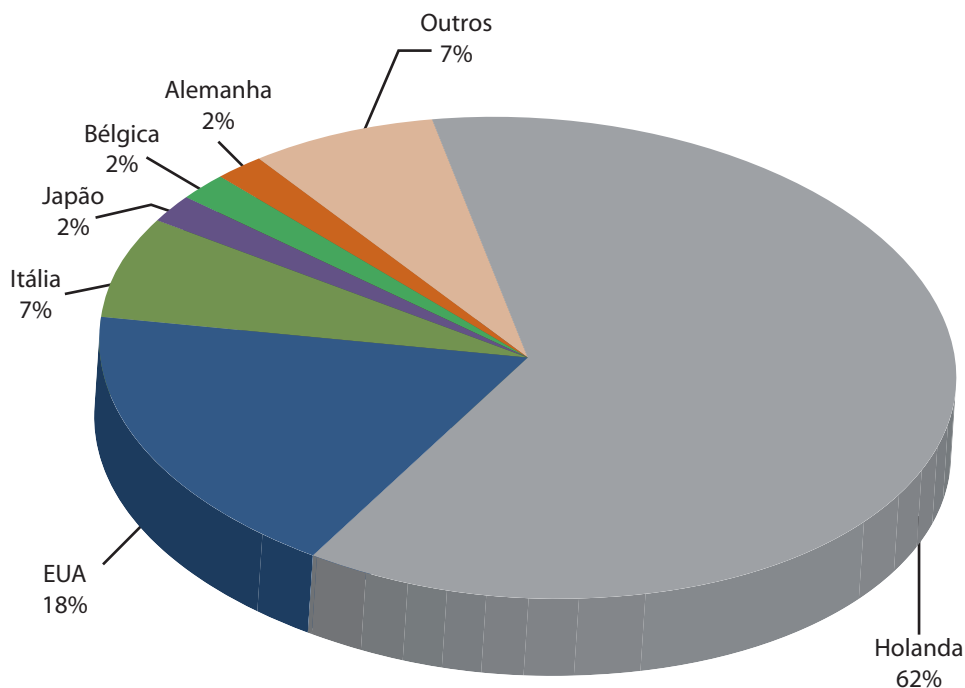


Gráfico 2 – Principais Destinos das Exportações Brasileiras de Flores e Plantas Ornamentais, em 2008 (US\$-FOB)

Fonte: Brasil (2009a).

segmento de mudas de plantas ornamentais, um dos segmentos do mercado de flores no qual o Brasil tem ganhado destaque.

É importante enfatizar que a Bélgica,³ quarto maior cliente, importou somente US\$ 5,8 mil em flores e plantas ornamentais do Brasil, no ano de 1990, valor que passou para US\$ 825 mil em 2008, aumento extremamente significativo. Em quinto e sexto lugares nesse *ranking*, encontram-se o Japão e a Alemanha, cujos valores não ultrapassaram a marca dos US\$ 678 mil e US\$ 622 mil, respectivamente. Ao contrário das outras nações, a Alemanha reduziu as importações florícolas do Brasil, as quais foram de, aproximadamente, US\$ 3 milhões em 1990.

Uma questão importante a ser considerada é a evolução anual desses valores, exibida na Figura 4, para os cinco principais parceiros comerciais do

Brasil no mercado de flores. Os dados disponíveis indicam que, nos anos anteriores a 1998, os países analisados não apresentaram variação considerável nos valores importados, razão por que se considerou, para esta análise, o período de 1998 a 2008. O período destacado também se justifica pela implantação do Programa *Florabrazilis*, instituído em 2001, com o intuito de fortalecer as exportações do setor, bem como beneficiar toda a cadeia produtiva. Apesar de datarem de 2001, os esforços pela sua efetiva implantação iniciaram-se em meados da década anterior e, em 1998, já se encontravam em debate os contornos efetivos do Programa.

Os Estados Unidos têm-se firmado como importante parceiro internacional, principalmente no segmento de flores frescas, a exemplo da rosa. Embora as exportações tenham somado US\$ 6,3 milhões em 2008 (segundo principal parceiro), os EUA reduziram o comércio com o Brasil neste ano, comparando-se ao valor registrado no ano anterior, que chegou a US\$ 7,4 milhões. Essa queda, provavelmente, está relacionada

³No ano de 2008, a Bélgica comprou mais produtos da floricultura brasileira (em US\$) do que o Japão. Entretanto, de 1990 a 2007, este apresentou maior valor importado do Brasil, em relação àquele país.

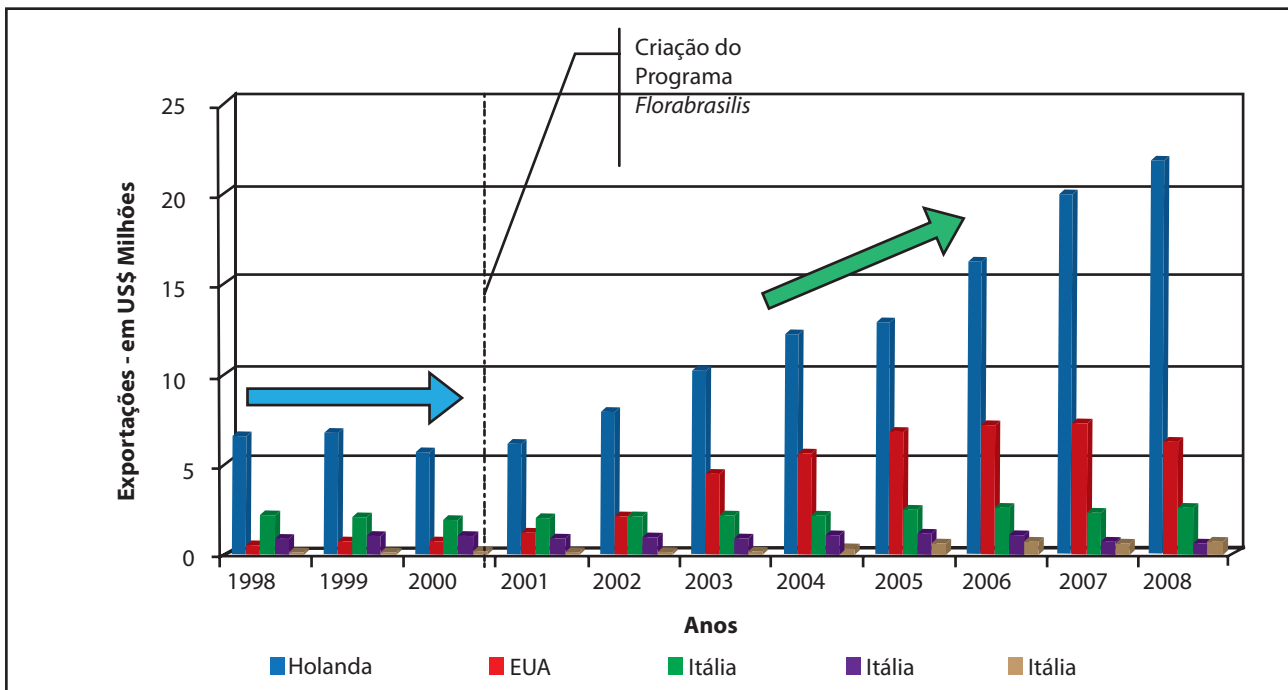


Gráfico 3 – Exportações Brasileiras de Flores e Plantas Ornamentais, por País de Destino, de 1998 a 2008 (US\$ FOB).

Fonte: Brasil (2009a).

com o atual desaquecimento da economia norte-americana, provocada pela crise financeira global.

Observa-se também, a partir da análise das informações contidas no Gráfico 3, que, enquanto o valor das exportações para a Itália e Japão mantiveram-se praticamente constantes, ao longo do período, o montante para Holanda, EUA e Bélgica saltou significativamente. Especialistas e floricultores acreditam que esse salto quantitativo esteja atrelado ao sucesso do Programa *Florabrazilis*, cujos efeitos se fizeram sentir mais notadamente a partir do ano de 2003.

O valor exportado para a Holanda passou de US\$ 6,2 milhões em 2001 para mais de US\$ 22 milhões em 2008, uma ampliação de 256%. No caso dos EUA, a elevação das exportações, entre 2001 e 2008, foi ainda mais expressiva: 416%. Entretanto, houve queda de 14% em 2008, em comparação ao ano anterior, consequência possível da recente crise. Embora apresentem participação relativamente menor, em valor, as exportações para a Bélgica aumentaram mais de 4.000% no mesmo período analisado.

Naturalmente, sabe-se que as grandes variações percentuais apresentadas decorrem, entre outras questões, da base absoluta relativamente baixa, em termos de valor, se comparadas às exportações de outros setores. Apesar de verdadeira, essa informação não elimina a importância do crescimento identificado; afinal, trata-se de setor em desenvolvimento no país, de grande importância regional e empregador de grande quantidade de mão de obra. Por essas questões, dentre outras, o crescimento das vendas externas – que estimulam o desenvolvimento dos polos e o surgimento de outros centros de produção no país – é de fundamental importância para o setor.

2.2 – Exportações Brasileiras de Flores, Plantas Ornamentais e Outros Produtos da Floricultura

O Brasil ainda não é considerado um dos principais *players* no mercado mundial de produtos da floricultura, uma vez que cerca de 95% da produção nacional são destinados ao mercado interno. Historicamente, apenas 2 a 5% do volume total são exportados. Entretanto, o país tem apresentado consideráveis taxas

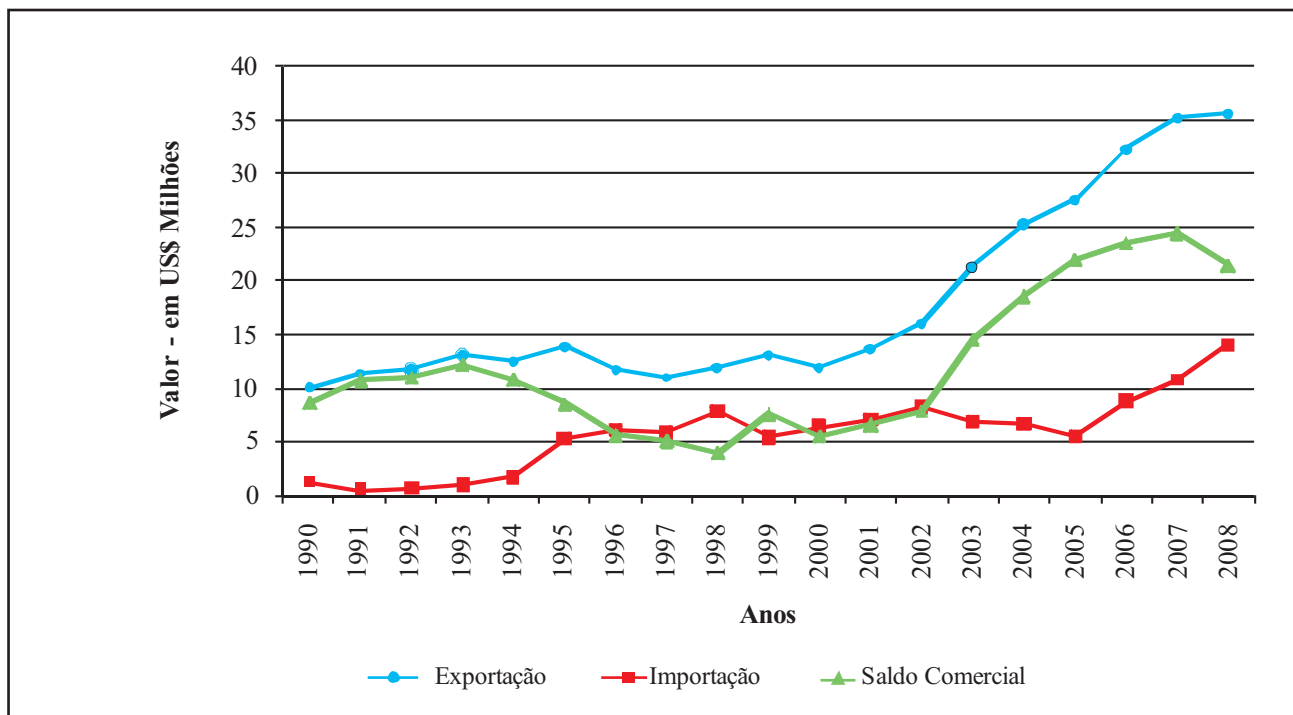


Gráfico 4 – Evolução da Balança Comercial Brasileira de Produtos da Floricultura, de 1990 a 2008 (US\$ FOB)

Fonte: Brasil (2009a).

de crescimento das vendas externas e, principalmente a partir de 2001, houve importantes ganhos nesse sentido. (Gráfico 4).

É importante observar que, ao longo de todo período considerado, embora aparentemente as exportações tenham crescido mais do que as importações, isso não se verifica no crescimento percentual. Tendo como referência o ano de 1990, com valores indexados neste ano, as importações, em dólares, apresentaram taxa de crescimento muito maiores do que as exportações: 981%, de 1990 a 2008. As vendas externas, por sua vez, obtiveram expansão de 256%, nesses mesmos anos. Isso é ainda mais evidente quando se procede a uma análise segmentada do período.

Nos anos de 1994 a 1998, fase marcada pela implementação do Plano Real, na qual a taxa de câmbio (R\$/US\$) se manteve sobrevalorizada, ocorreu forte elevação das importações frente às exportações. Em 1995, as importações cresceram 200%, em relação ao ano anterior, ocasionando uma pressão sobre o saldo comercial desses produtos. No entanto, a partir

de 1999, com a desvalorização cambial, esse saldo começou a apresentar sinais de minoração, devido ao aumento das exportações setoriais. A desvalorização cambial permitiu que o Brasil conquistasse novos mercados para seus produtos, pois tornou as flores e plantas ornamentais relativamente mais baratas no mercado internacional. Simultaneamente, ampliaram-se os espaços de aceite de plantas tipicamente tropicais, como é o caso das helicônias.

Esses fatores, somados ao incentivo dado aos produtores e exportadores pelo Programa *Florabrazilis*, em 2001, alavancaram significativamente as exportações. Até 2006, como as importações não apresentaram ampliação, o saldo da balança comercial da floricultura aumentou. As importações do setor passaram a crescer a taxas maiores somente a partir de 2006, representando crescimento médio anual de 36%. Todavia, ao mesmo tempo e mesmo diante da apreciação cambial neste período, as exportações se expandiram para patamares recordes.

Com relação às exportações, percebe-se que há discrepância entre o valor e a quantidade da produção

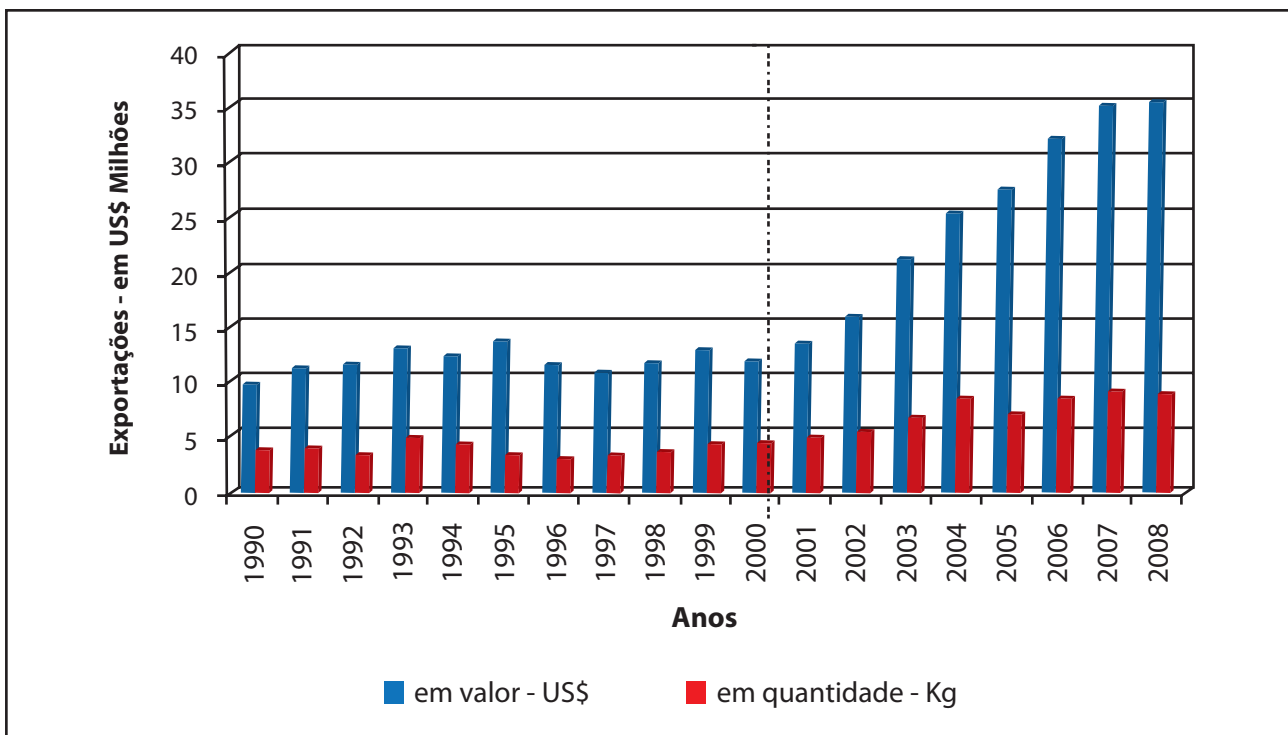


Gráfico 5 – Exportação de Flores e Plantas Ornamentais, em Valor e Quantidade, de 1990 a 2008

Fonte: Brasil (2009a).

destinada ao exterior. Os dados apresentados no Gráfico 5 demonstram que, no período em análise, o valor elevou-se relativamente mais do que a quantidade exportada. Isso representa que os preços internacionais desses produtos, em dólares, obtiveram um salto considerável, em especial, a partir de 2001.

Considerando os valores absolutos, observa-se que as exportações, em valor, expandiram-se muito mais do que as referências em quantidade. Curiosamente, porém, em crescimento percentual, os valores exportados apresentaram aumento relativamente menor, comparados à quantidade enviada ao mercado externo. Enquanto o primeiro foi de 256%, o aumento percentual da quantidade foi de 130%, ao longo de todo o período analisado.

3 – REFERENCIAL TEÓRICO

O arcabouço teórico sobre comércio internacional é baseado em duas grandes vertentes: a teoria pura do comércio internacional, abordada por autores clássicos e neoclássicos, e a outra, considerada a “nova” teoria do comércio internacional, que flexibiliza premissas

e incorpora, por exemplo, os preceitos da economia crescente de escala.

Dentro do primeiro conjunto, a Teoria Clássica das Vantagens Absolutas, formulada originalmente por Adam Smith no século XVIII, considerava, essencialmente, os custos de produção como fatores determinantes do comércio entre países. Posteriormente, essa proposta foi ampliada por David Ricardo, e o modelo resultante ficou conhecido como Teoria da Vantagem Comparativa. Nessa nova visão, não apenas os custos absolutos são considerados, mas também os comparativos, em que o custo de oportunidade tem papel preponderante. Em ambas as propostas, alguns pressupostos são considerados: supõe-se que o mercado se encontre em concorrência perfeita; que os rendimentos de escala sejam constantes; que todos os preços sejam flexíveis; que os fatores de produção sejam móveis entre setores, mas não entre países; que não haja barreiras comerciais ou de custo de transporte; e que não haja assimetria de informações, desde que a tecnologia existente seja igualitária em determinado país.

Especificamente no caso da Teoria da Vantagem Comparativa, a mão de obra é o único fator de produção, considerando-se que haja sua perfeita mobilidade de uma indústria para outra. Além disso, cada país possui uma tecnologia diferente, o que torna vantajoso o comércio bilateral. Essa teoria evidencia os benefícios gerados pela especialização internacional, uma vez que cada país desloca esse fator de produção de uma indústria ineficiente para indústrias em que a mão-de-obra é mais eficiente. (SOUZA, 2003).

Por mais que aborde a essência das relações comerciais, que é a diferença relativa na dotação dos fatores de produção entre países, a Teoria Clássica do Comércio Internacional possui limitações que abrem espaço para o desenvolvimento de outras reflexões. Assim, outros autores, hoje considerados neoclássicos, a exemplo de Eli Heckscher e Bertil Ohlin, adaptaram suas novas ideias ao modelo original da Vantagem Comparativa de Ricardo. Também conhecida como Teorema de Heckscher-Ohlin, essa teoria enfatiza a diferença na dotação dos fatores de produção em diferentes países, além de mostrar em que proporções esses fatores são utilizados para produzir bens diferentes. (KRUGMAN; OBSTFELD, 1999). Segundo esse modelo, um país produzirá “bens intensivos no fator de que ele é relativamente melhor dotado.” (SOUZA, 2003, p. 18).

Todas essas vertentes teóricas são de extrema importância para a compreensão das bases determinantes da economia internacional, pois demonstram o aprimoramento das relações comerciais e financeiras entre as nações. Além disso, foram (e ainda são) consideradas pelos gestores de diversos países, como é o caso dos Estados Unidos, que desenvolvem uma estratégia de comércio internacional pautado em vantagens absolutas, genericamente adaptadas. Do mesmo modo, o Japão, até a década de 1980, utilizou a noção de vantagem comparativa para aplicar maior dinamismo à produção interna. (GUIMARÃES, 1997).

É importante considerar que, apesar de sua relevância, a teoria tradicional sobre comércio internacional dedicou pouca atenção à defasagem tecnológica entre países. Ademais, não atribuía papel às estratégias das empresas, às melhorias dos

processos produtivos, à diferenciação dos produtos e até mesmo à globalização da economia, que possibilita a participação das empresas, de forma competitiva, em cadeias produtivas, dentro de uma perspectiva internacional. (LOPES et al., 2005).

Em paralelo ao desenvolvimento dos países, as relações comerciais aprofundaram-se e tornaram-se mais complexas, o que fez com que outros fatores, além dos tradicionais, se tornassem essenciais na determinação da competitividade. Como exemplo, podem-se citar a tecnologia, a cultura e a ação das instituições políticas e financeiras. Todavia, mesmo diante de uma “atualização” de opiniões e propostas, o próprio conceito de competitividade é de difícil consenso entre os autores da literatura.

3.1 – Competitividade Internacional: Teoria, Parâmetros e Condicionantes

Na literatura econômica que trata da competitividade setorial e ou internacional, existem algumas propostas fundamentais, como a que avalia a competitividade conforme critérios *ex-post* ou *ex-ante*. No entanto, mesmo dentro deste conjunto de perspectivas, a hierarquia sobre quais valores são mais relevantes à determinação da competitividade é bastante diferente. Nesse contexto, há algumas propostas elementares, como a taxa de câmbio e a taxa de juros vigentes no período. Entretanto, sabe-se que, mesmo em situações cambiais adversas, existem indústrias e empresas que se destacam internacionalmente, evidenciando a presença de outros fatores importantes. Esse fenômeno, aparentemente paradoxal, ocorreu mesmo com a floricultura brasileira, que manteve taxas de exportação crescentes mesmo em períodos cambiais adversos.

Assim como este exemplo, existem muitas outras evidências empíricas que demonstram que a competitividade, sobretudo compreendida como alcance e manutenção de parcelas de mercado, depende de outros fatores, nem sempre objetivos. Dentre os autores que buscaram compreender os parâmetros e condicionantes da competitividade, destaca-se Porter (2008), para quem a noção de empresa competitiva é um conceito objetivo, porém o termo competitividade apresenta definição

obscura. Para Porter (2008), ao pretender avaliar a competitividade de um setor ou país, é indispensável avaliar a relação existente entre as empresas e o país como um todo. Para que um país seja competitivo no mercado internacional, os setores produtivos nacionais também devem ser competitivos.

Assim, “o padrão de vida de um país depende da capacidade de suas empresas em atingir altos níveis de produtividade – e de continuar aumentando ao longo do tempo.” (PORTER, 2008, p. 172). De acordo com esse autor, as empresas precisam melhorar a produtividade dos setores presentes na economia, adicionando características adequadas, desenvolvendo a tecnologia dos produtos e impulsionando a eficiência da produção.

Sobre este aspecto, Teixeira (2005) ressaltou a relação entre a estrutura empresarial, o processo competitivo e o desempenho das empresas, aspecto denominado de estrutura-conduta-desempenho. Essa abordagem descreve a competitividade como uma “dimensão do desempenho, resultante da interação competitiva entre os agentes que estão influenciados pelas forças da estrutura industrial na qual estão inseridos.” (TEIXEIRA, 2005, p. 3).

Haguenauer (1989) também contribuiu para a compreensão dos diferentes escopos de análise da competitividade, quando enfatizou a importância de compreendê-la segundo diferentes perspectivas. A primeira é uma abordagem *ex-post* e diz que o grau de competitividade de um setor ou país está atrelado ao desempenho de suas exportações industriais, isto é, determinado setor da economia será mais competitivo quanto maior for sua capacidade de ofertar produtos no mercado internacional. Para essa autora, este é

o conceito mais amplo de competitividade, abrangendo não só as condições de produção como todos os fatores que inibem ou ampliam as exportações de produtos e/ou países específicos, como as políticas cambial e comercial, a eficiência dos canais de comercialização e dos sistemas de financiamento, acordos internacionais (entre países ou empresas), estratégias de firmas transnacionais, etc. (HAGUENAUER, 1989, p. 1).

A outra concepção, *ex ante*, diz que a competitividade é uma característica estrutural, conceituada como “a capacidade de um país em

produzir determinados bens, igualando ou superando os níveis de eficiência observáveis em outras economias.” (HAGUENAUER, 1989, p. 2).

Segundo Ferraz; Kupfer e Haguenauer (1997, p. 3), a competitividade pode ser definida como “a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado”.

Diante de um contexto em que a base teórica sobre comércio e competitividade apresenta notável defasagem conceitual, a proposta de Porter complementa, até certo ponto, as anteriormente expostas. Como descrito por Souza (2003), essa modelagem nasce para explicar as novas características do comércio internacional, baseada em algumas hipóteses, como diferenciação dos produtos e economias crescentes de escala.

A modelagem de Porter (1990), conhecida como a Teoria da Vantagem Competitiva, é uma teoria que pode ser aplicada ao comportamento das empresas frente ao ambiente externo, cada vez mais competitivo. Sem perder de vista as bases relacionadas com fatores de produção, essa abordagem vai além no que diz respeito a elementos ligados à competitividade entre indústrias e países. Assim, o êxito competitivo de um país está relacionado com quatro amplos atributos (‘condições de fatores’, ‘condições de demanda’, ‘indústrias correlatas e de apoio’ e ‘estratégia, estrutura e rivalidade das empresas’) interdependentes. Componentes do “Diamante” da Vantagem Nacional, de Porter (1993), esses atributos são responsáveis pela modelagem do ambiente no qual as empresas competem, além de promoverem a criação ou destruição da vantagem competitiva.

De acordo com essa abordagem, quando o ambiente nacional possibilita a acumulação de ativos e habilidades especializados, as empresas conquistam a vantagem competitiva. Quando fomenta melhores informações, conquistam a vantagem competitiva. Finalmente, quando pressiona as empresas no rumo da inovação e dos investimentos, além de conquistarem a vantagem competitiva, ampliam-na ao longo do tempo.

Essas circunstâncias são utilizadas em diferentes setores da economia, sendo bastante aderente à realidade do setor de flores e plantas ornamentais, caracterizado por forte concorrência, tanto no contexto nacional como no cenário externo. Ao utilizar como exemplo o setor estudado nesta proposta de pesquisa, verifica-se que as exportações do setor de flores e plantas ornamentais vão ocorrer se o estado ou país tiver condições de ofertar produtos da floricultura com qualidade; se conseguir produzir a custos relativamente menores; e se possuir uma estrutura política e comercial específica, além de outros fatores que influenciam a concorrência entre os maiores exportadores nacionais e internacionais.

Como discutido, existem diferentes visões acerca de quais variáveis, fatores ou contextos definem o sucesso ou fracasso de um produto (ou região), no que concerne a sua inserção internacional. Na realidade, essas diferentes visões são, na maioria das vezes, complementares, e a opção por uma ou outra se deve ao tipo de análise ou setor sob estudo.

Naturalmente, a 'medição' da competitividade de um setor ou país pode ser observada segundo diferentes características, entretanto, o que se pretende nessa proposta é fazer a verificação da competitividade a partir do seu desempenho. Serão utilizados, assim, indicadores de competitividade que abordem os elementos *ex post*, ou seja, medidas referentes à participação do setor de flores e plantas ornamentais, em âmbito nacional e internacional.

4 – METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho está pautada no estudo da competitividade, segundo a abordagem *ex post*. Os resultados serão obtidos por meio da análise de desempenho das exportações brasileiras do setor de flores e plantas ornamentais. Para isso, serão empregados indicadores que demonstrem a evolução do grau de inserção dos principais estados exportadores, um em comparação ao outro, no mercado nacional e internacional do setor sob consideração. Naturalmente, será possível, na análise e discussão dos resultados, ampliar a avaliação destes a partir da compreensão dos fenômenos setoriais.

Todavia, em termos objetivos, serão utilizados três indicadores: Índice de Posição Relativa (POS), Índice de Vantagem Comparativa Revelada (IVCR) e Índice de Competitividade Revelada (CR). Cada um foi escolhido com base na capacidade de medição relativa da competitividade nacional, na disponibilidade de dados sobre o setor e na adequação aos objetivos da pesquisa. Os dados utilizados para o cálculo dos indicadores encontram-se no Anexo. (Tabela 1A).

4.1 – Índice de Posição Relativa

De acordo com Fialho (2006), o Índice de Posição Relativa (POS) é um indicador de desempenho proposto pelo Centro de Estudos Prospectivos de Informações Internacionais (CEPII), na França. O POS apresenta caráter absoluto e consiste na participação do saldo comercial de um país (estado) no mercado mundial (nacional) de determinado produto ou setor. Poderá, assim, ser utilizado para demonstrar a evolução das vendas externas do setor de flores e plantas ornamentais.

Calculado pela equação (1), o índice mostrará se as exportações/importações líquidas do estado estão crescendo a taxas superiores ou inferiores às do comércio nacional do produto.

$$POS_{ij} = 100 \times \left[\frac{(X_{ij} - M_{ij})}{W_i} \right] \quad (1)$$

em que *i* representa flores e plantas ornamentais (valores em US\$); POS_{ij} , posição relativa no mercado nacional de *i* do estado *j*; X_{ij} , valor das exportações de *i* do estado *j*; M_{ij} , valor das importações de *i* do estado *j*; e W_i , valor do comércio brasileiro (exportação + importação) de *i*.

Quanto maior for o valor do POS, tanto maior será a intensidade de participação de produtos da floricultura do estado no comércio internacional. Se o indicador for positivo, o estado será um exportador líquido; se for negativo, será importador líquido.

Segundo Santos e Campos (2008 apud LAFAY, 1999), este índice é influenciado pelas variáveis macroeconômicas, pelo peso da economia regional no mercado internacional, pelas características do consumo e da produção do bem e pelas distorções

geradas pelo setor público, tais como a subvenção às exportações e introdução de barreiras às importações.

4.2 – Índice de Vantagem Comparativa Revelada

Segundo Balassa (1989 apud SANTOS; CAMPOS, 2008), o Índice de Vantagem Comparativa Revelada (IVCR) é utilizado para identificar setores em que determinada região ou país apresenta vantagem comparativa. Em síntese, esta técnica irá comparar a proporção alcançada pelo setor de flores e plantas ornamentais nas exportações estaduais desses produtos com a proporção média de exportações totais brasileiras, ou seja, revela se determinado estado possui vantagens comparativas nesse setor, ao comparar seu peso dentro da pauta exportadora estadual com a brasileira.

O IVCR está relacionado com registros de comércio já ocorridos, sendo que a eficiência produtiva relativa de um estado pode ser identificada pelo seu desempenho no comércio nacional. A Vantagem Comparativa Revelada pode ser definida pela seguinte relação:

$$IVCR_i = \frac{X_{ij} / X_j}{X_{wi} / X_w} \quad (2)$$

em que i representa flores e plantas ornamentais; $IVCR_i$, índice de vantagem comparativa revelada de i ; X_{ij} , valor das exportações de i do estado j ; X_j , valor total das exportações do estado j ; X_{wi} , valor das exportações brasileiras de i ; e X_w , valor total das exportações brasileiras.

Os resultados que apresentarem valores acima da unidade indicam a vantagem comparativa revelada do estado, no setor de flores e plantas ornamentais. Caso contrário, o estado apresentará desvantagem comparativa revelada.

4.3 – Índice de Competitividade Revelada

O Índice de Competitividade Revelada (CR) é um indicador abrangente, pois considera, além das exportações, dados de importação omitidos nas Vantagens Comparativas Reveladas. Segundo Carvalho (2001 apud MACHADO et al., 2007), essa é uma

medida útil para análises agregadas de produtos que são exportados e importados pelo país ou estado, como é o caso de flores e plantas ornamentais. Assim, a estimativa desse índice pode ser uma “fonte complementar de ajuda às políticas públicas setoriais e de estratégias às empresas do setor”. (MACHADO et al., 2007, p. 92). Os resultados são obtidos pelo emprego da seguinte expressão:

$$CR_{ji} = \ln \left[\frac{\frac{X_{ji}/X_{ir}}{X_{jm}/X_{mr}}}{\frac{M_{ji}/M_{ir}}{M_{jm}/M_{mr}}} \right] \quad (3)$$

em que i representa flores e plantas ornamentais; CR_{ji} , competitividade revelada de i pelo estado j ; X_{ji} , valor de i exportado pelo estado j ; X_{ir} , valor das exportações brasileiras de i ; X_{jm} , valor total exportado pelo estado j subtraído o setor i ; X_{mr} , valor total das exportações nacionais, subtraído o estado j ; M_{ji} , valor de i importado pelo estado j ; M_{ir} , valor das importações brasileiras de i ; M_{jm} , valor total importado pelo estado j subtraído o setor i ; e, M_{mr} , valor total das importações nacionais, subtraído o estado j .

Se os resultados obtidos forem positivos, isto é, se o valor de CR for maior que zero, o estado revelará vantagem competitiva no comércio de flores e plantas ornamentais; caso contrário, terá desvantagem competitiva e, conseqüentemente, será um potencial importador do produto em questão.

4.4 – Fonte e Tratamento dos Dados Utilizados

Os dados referentes às exportações e importações estaduais e nacionais do setor de flores e plantas ornamentais, para o cálculo dos indicadores de competitividade, bem como para a simples análise da inserção internacional dos produtos brasileiros, foram obtidos no Brasil (2009a) e também no Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor). As séries de quantidade exportada e importada de flores e plantas ornamentais estão em quilogramas, enquanto os seus valores se encontram em US\$ *Free on Board* do Brasil.

Os estados que serão analisados na pesquisa são Ceará e São Paulo, por serem importantes produtores e exportadores de flores e plantas ornamentais.

Importante mencionar que o setor de flores e plantas ornamentais é o capítulo 06, estabelecido pela Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), cujo nome é 'Plantas vivas e produtos da floricultura'. A pauta das exportações brasileiras desses produtos é composta por quatro grupos, e seus respectivos códigos são classificados de acordo com a NCM. São eles: 06.01 refere-se aos 'bulbos, tubérculos, rizomas e similares', 06.02 representa as 'mudas de plantas ornamentais', 06.03 são as 'flores de corte' e o código 06.04 refere-se a 'folhagens secas e frescas, musgos, líquens etc.'.

O período considerado, 1990 a 2008, justifica-se basicamente por dois motivos: ser amplo o suficiente para permitir uma análise de desempenho (evolução do setor) e por incorporar diferentes fases da economia brasileira e mundial, passíveis de consideração na análise dos resultados.

5 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, são apresentados e discutidos os resultados do trabalho. Com vistas no atendimento dos objetivos propostos, o capítulo é dividido em três seções. Nas duas primeiras, são analisadas as vendas externas de produtos da floricultura, desagregadas por categoria de produto, no âmbito nacional e estadual (cinco estados de referência). A proposta é consolidar informações sobre o padrão da pauta exportadora de produtos da floricultura, para garantir a melhor compreensão dos resultados dos indicadores. A terceira seção trata, exatamente, dos resultados dos três indicadores selecionados na pesquisa. Toda a análise foi realizada em nível estadual, uma vez que os polos de produção são heterogêneos e uma análise nacional não providenciaria informações completas a respeito da competitividade do país.

5.1 – Exportações Brasileiras de Produtos da Floricultura

Este tópico apresenta a evolução das exportações brasileiras e estaduais das quatro categorias do capítulo de floricultura analisadas neste trabalho. São

elas: 06.01 (bulbos, tubérculos, rizomas e similares), 06.02 (mudas de plantas ornamentais), 06.03 (flores de corte) e 06.04 (folhagens secas e frescas, musgos, líquens etc.).

5.1.1 – Avaliação das vendas externas de produtos da floricultura brasileira, por categoria de análise

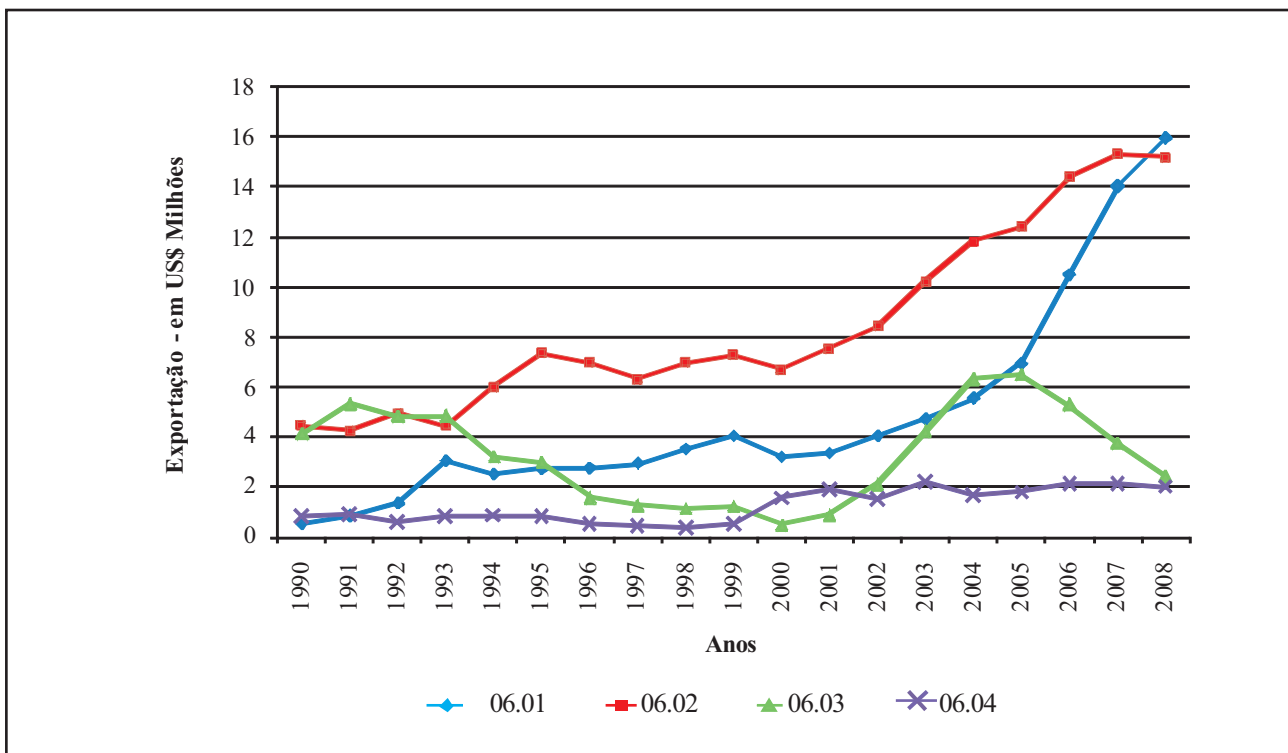
Historicamente, o Brasil é um forte exportador de bulbos e de mudas de plantas ornamentais (Categorias 06.01 e 06.02, Gráfico 6). Considerando todo o montante destinado ao mercado externo, essas categorias têm importante influência setorial no mercado internacional.

De acordo com Junqueira e Peetz (2008b), as estacas de crisântemo foram os principais produtos exportados em 2007, grupo em que o Brasil é considerado o principal produtor, seguido da Holanda. O principal país importador de mudas de plantas ornamentais, neste mesmo ano, foi a Holanda (44,6%), seguida pelos EUA (24,2%), pela Itália (14,7%) e pelo Japão (5%).

Em relação à participação percentual, em 1990, o segmento de mudas de plantas ornamentais representava 44% do valor total exportado, chegando a 59% em 1996. A partir de então, passou a apresentar queda, em razão do aumento na participação relativa do segmento dos bulbos (06.01), que atingiu 43% em 2008. Ainda assim, o valor exportado pela categoria 06.02 apresentou 241% de crescimento no período considerado (1990 a 2008). Quanto à quantidade, as exportações de mudas de plantas ornamentais caíram, significativamente no período analisado – queda de 59%.

Uma categoria em franco desenvolvimento, como pode ser observado no Gráfico 6, é a dos bulbos, tubérculos, rizomas e similares (06.01). Em valor exportado, a partir de 2000, o setor apresentou crescimento expressivo e, em 2005, passou a apresentar taxas ainda maiores de crescimento, ultrapassando, em 2008, os valores exportados da categoria mudas de plantas ornamentais.

Nas análises realizadas por Junqueira e Peetz (2008b), em 2007, as exportações desse segmento



Legenda: 06.01 (bulbos, tubérculos, rizomas e similares), 06.02 (mudas de plantas ornamentais), 06.03 (flores de corte) e 06.04 (folhagens secas e frescas, musgos, líquens etc.).

Gráfico 6 – Exportações Brasileiras por Categoria do Produto, de 1990 a 2008 (em US\$ FOB)

Fonte: Brasil (2009a).

(06.01) foram compostas, especialmente, de bulbos de gladiolos, lírios e amarílis, destinadas à Holanda (82%), EUA (14,1%), Canadá, México e diversos outros mercados em ampliação.

Além de o volume ter-se expandido 830%, entre 1990 e 2008, sua participação no valor total exportado, neste ano, foi de 45% contra 5% de participação em 1990. Destaca-se, ainda, que a quantidade exportada por essa categoria atingiu, aproximadamente, 7 milhões de kg em 2008, e sua participação no total exportado passou de 19% em 1990 para 77% em 2008, um aumento de 830%.

Em terceiro lugar no *ranking* das categorias desses produtos, encontra-se o segmento das flores de corte (06.03), com destaque para as flores de clima temperado. Como pode ser observado no Gráfico 6, as flores de corte foram responsáveis, de 1990 a 1995, juntamente com as mudas de plantas ornamentais, pelo maior valor exportado. A partir de 1993, as exportações deste segmento, em dólares, começaram

a declinar, atingindo US\$ 507,5 mil em 2000, menor valor registrado (o equivalente a uma queda de 89,5% de 1993 a 2000). Entre os anos de 2001 e 2005, as exportações de flores de corte aumentaram significativamente, consequência da elevação da taxa de câmbio registrada no período, bem como dos investimentos realizados pelo programa *Florabrazilis*.

Entretanto, esse crescimento não se manteve. A valorização do real frente à moeda norte-americana, ocorrida desde 2006, a crise logística dos aeroportos brasileiros e o aumento da concorrência foram alguns motivos da redução. Além disso, segundo Junqueira e Peetz (2008b), com a antecipação da primavera, ocorrida na Europa entre 2006 e 2007, houve o adiantamento de muitas colheitas e, perante um mercado saturado, as exportações brasileiras sofreram quedas significativas. Esses fatores proporcionaram o início de um novo ciclo de quedas nas exportações desse segmento, em valor; de 2005 a 2008, a redução foi de mais de 62%.

Por último, encontram-se as folhagens secas e frescas, musgos e líquens etc. (código 06.04), segmento exportado, dentre outros países, para Holanda, EUA, Itália e Alemanha, em 2008. Embora em crescimento, esta categoria participou com pouco mais de 5% das exportações totais de produtos da floricultura neste ano. Em relação ao primeiro ano de análise, em 2008, houve um crescimento de 134% desses valores.

5.1.2 – Avaliação das vendas externas dos principais estados produtores de produtos da floricultura, por categoria de análise

Como já mencionado, os Estados de São Paulo e Ceará são os principais produtores e exportadores de flores e plantas ornamentais. Considerando a grande heterogeneidade da estrutura de produção e comercialização de flores no Brasil, sobretudo em análises que envolvem o mercado externo, entendeu-se ser fundamental pautar a análise dos resultados na compreensão das dinâmicas estaduais. Convém destacar que os dois primeiros estados, juntos, representaram, em 2008, 85% das exportações do setor sob análise.

Em nível nacional, o Estado de São Paulo, no ano de 2008, foi o maior exportador de produtos da floricultura, em valor, para três das quatro categorias analisadas (não foi o maior exportador somente no segmento das folhagens - 06.04). A posição de destaque no cenário nacional e o recente vigor desempenhado pela produção e exportação do estado foram decorrentes dos importantes investimentos realizados ao longo dos últimos dez anos, como o aprimoramento de técnicas agronômicas e o avanço da infraestrutura de toda a cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais, principalmente da logística.

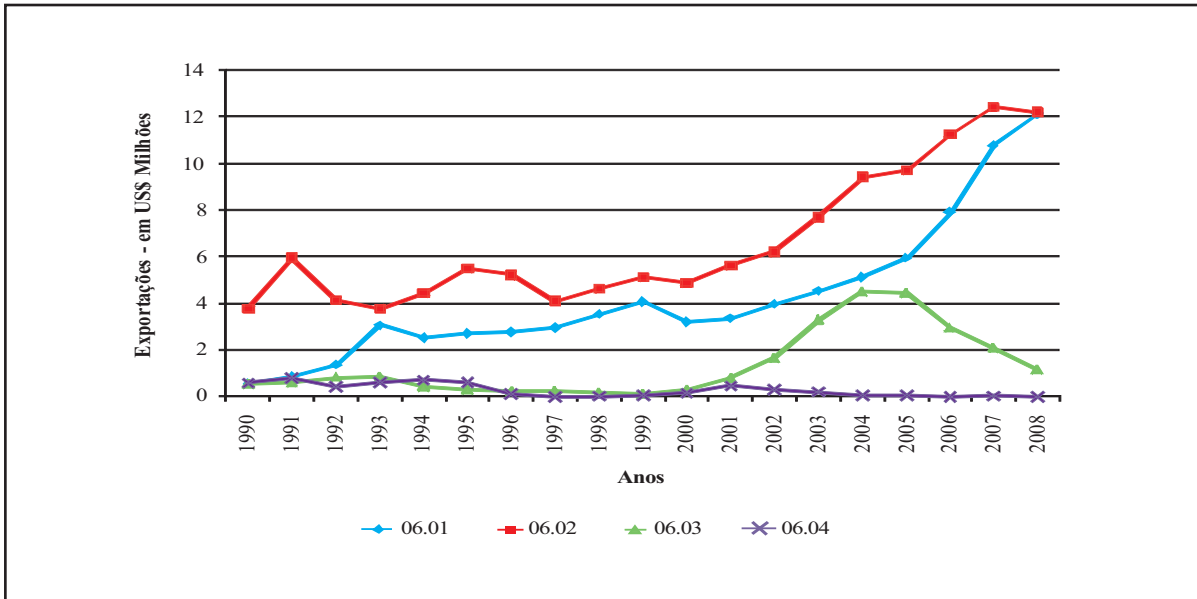
Pode-se notar que o Gráfico 7, na qual se observam os valores das diferentes categorias de produtos da floricultura exportados por São Paulo, se assemelha bastante ao Gráfico 6, que tratou das mesmas categorias de análise em âmbito nacional. Isso ocorreu porque este estado respondeu, ao longo do período analisado, por grande parte do total exportado pelo Brasil.

Na exportação de bulbos, tubérculos, rizomas e similares (06.01), São Paulo apresentou crescimento de 2.154%, entre os anos de 1990 e 2008, além de ter sido responsável por cerca de 75% do valor total exportado desta categoria em 2008, cujo destino principal foi a Holanda. Analogamente, os valores exportados do segmento de mudas de plantas ornamentais (06.02) saltaram significativamente, ultrapassando, inclusive, aqueles apresentados pelo segmento dos bulbos, no último ano da análise.

Verifica-se que São Paulo passou a se destacar na exportação de flores de corte a partir de 2001, atingindo cerca de US\$ 4,5 milhões exportados em 2004. Antes desse período, o principal estado exportador desses produtos era Minas Gerais, que perdeu espaço também para o Estado do Ceará. Pode-se observar, entretanto, que, a partir 2005, São Paulo começou a apresentar sucessivas quedas nas exportações desta categoria, causadas, dentre outros fatores, pelo aumento da concorrência internacional e pela recente recuperação do mercado interno.

O Ceará, considerado um estreante nacional na produção de flores e plantas ornamentais, teve participação ativa neste mercado, devido ao fato de haver conseguido incentivos importantes das instituições de apoio setoriais e por apresentar, em algumas regiões, condições de solo e clima favoráveis. Os dados mostram que este estado conseguiu dar um grande salto na produção de flores e também nas exportações dos produtos da floricultura, principalmente a partir de 2001. Sete anos mais tarde, o estado passou a destinar ao mercado internacional US\$ 4,9 milhões em flores, contra os US\$ 4,1 mil registrados em 1992.

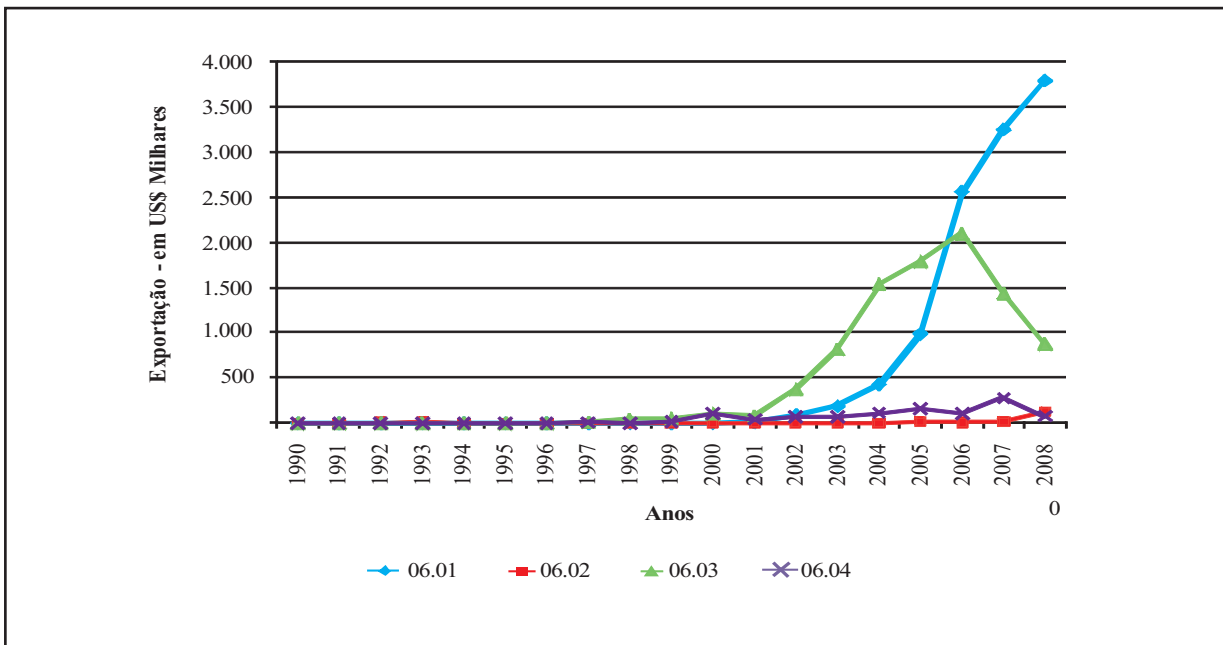
Em valor exportado, de 1990 a 1999, o Ceará não exportou valores significativos de produtos da floricultura. (Gráfico 8). Na realidade, até o início de 2000, o estado sequer produzia volumes satisfatórios para suprir o mercado local. Todavia, a partir deste ano e, mais especificamente, a partir de 2001, as flores e plantas ornamentais cearenses passaram a ser enviadas ao exterior em maior volume, e a pauta de exportação se concentrou, principalmente, em bulbos (06.01) e flores de corte (06.03).



Legenda: 06.01 (bulbos, tubérculos, rizomas e similares), 06.02 (mudas de plantas ornamentais), 06.03 (flores de corte) e 06.04 (folhagens secas e frescas, musgos, líquens etc.).

Gráfico 7 – Evolução das Exportações Paulistas de Flores e Plantas Ornamentais, por Categoria, de 1990 a 2008, em US\$ FOB

Fonte: Brasil (2009a).



Legenda: 06.01 (bulbos, tubérculos, rizomas e similares), 06.02 (mudas de plantas ornamentais), 06.03 (flores de corte) e 06.04 (folhagens secas e frescas, musgos, líquens etc.).

Gráfico 8 – Evolução das Exportações Cearenses de Flores e Plantas Ornamentais, por Categoria, de 1990 a 2008 (US\$ FOB)

Fonte: Brasil (2009a).

No período de 2001 a 2006, o segmento de flores de corte apresentou crescimento de 961% em suas exportações. Entretanto, como também ocorreu com o Estado de São Paulo, as exportações cearenses caíram nos anos de 2007 e 2008, apresentando queda de 58% neste período. Especialistas atribuem esse desempenho às adversidades climáticas do outono/inverno europeu em 2006/2007, que provocaram o adiantamento, em certa medida, de muitas colheitas, que passaram a competir com a oferta brasileira. Dessa forma, frente a um mercado saturado, as flores brasileiras, especialmente as rosas cearenses, sofreram reduções consideráveis. (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008a).

Com relação à categoria dos bulbos, tubérculos, rizomas e similares, o crescimento, a partir de 2001, foi ainda maior. Incentivado pelo *Florabrazilis* e contando com o apoio do governo estadual, as exportações dessa categoria, que eram de US\$ 7.642, passaram para US\$ 3,8 milhões em oito anos.

5.2 – Análise dos Resultados dos Indicadores de Competitividade Seleccionados

5.2.1 – Resultados obtidos para o indicador Posição Relativa

Os resultados mostram que o Estado de São Paulo, apesar de ter apresentado alternância no índice de posição relativa ao longo dos anos analisados, possui apreciável participação no mercado das vendas externas de produtos da floricultura. (Gráfico 9).

De acordo com técnicos do Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor), o emprego da tecnologia pelos produtores paulistas provocou ganhos de produtividade e importante redução nos custos totais de produção. Dessa forma, os empresários florícolas do estado aumentaram sua rentabilidade. Como consequência, o estado ganhou competitividade e posição de destaque ainda maior no cenário doméstico, principalmente a partir de 1999, ano em que passou a apresentar taxa

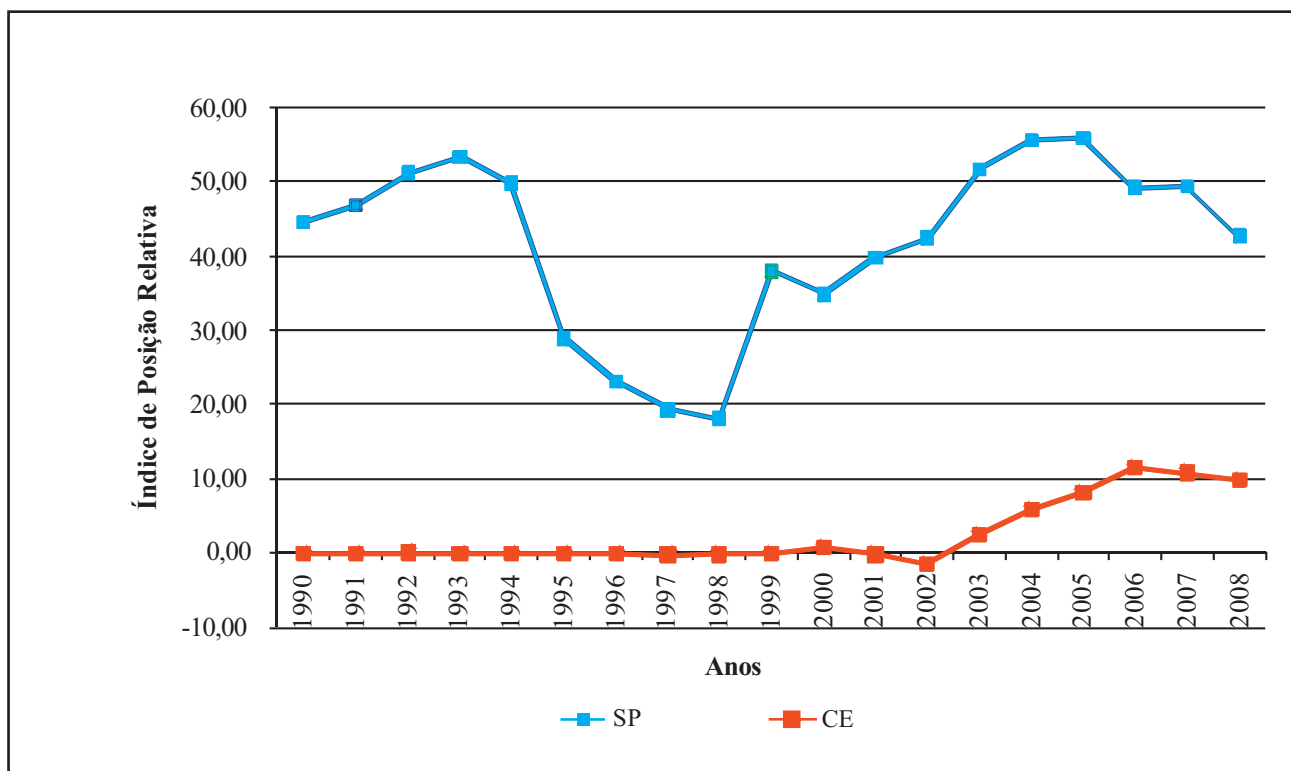


Gráfico 9 – Índice de Posição Relativa de São Paulo e do Ceará, de 1990 a 2008, em Valor

Fonte: Resultados da pesquisa.

de crescimento de 13,58% a.a. até 2008, mesmo diante da queda a partir de 2006.

O Ceará vem apresentando tendência de crescimento na participação das exportações brasileiras de produtos da floricultura (em valor), com aumento na produção a partir de 1999. A formação de associações e consórcios de produtores em polos produtivos do estado tem provocado ampliação da especialização setorial e, conseqüentemente, da produção e exportação desses produtos, principalmente de flores de corte e bulbos. Convém destacar que a maior proximidade do Ceará dos centros consumidores estimulou, nos últimos anos, a migração de empresários da floricultura paulista, que se deslocaram para o Nordeste, o que impulsionou o desenvolvimento setorial.

Para o escoamento de toda essa produção no mercado externo, em especial para a Europa e EUA, foi construído o Terminal de Flores no Aeroporto Internacional de Fortaleza (único no Brasil). Com isso, as perdas na hora de exportar são mínimas, além de a beleza e a qualidade do produto serem mantidas, uma vez que há conservação das flores em ambientes climatizados até o momento do embarque. Todos esses fatores foram responsáveis pelo desenvolvimento do setor, bem como pelo aumento da participação do Ceará nas exportações nacionais, em relação aos seus principais concorrentes. Os resultados são visíveis: de 2000 a 2008, o estado apresentou um crescimento de 1.159% em sua participação.

5.2.2 – Vantagem comparativa revelada

Na Tabela 3, encontra-se o comportamento das vantagens comparativas reveladas dos dois principais estados exportadores de flores e plantas ornamentais. De acordo com os resultados, nota-se que o Estado de São Paulo já possuía vantagens comparativas no setor desde 1990, exibindo sempre valores maiores que a unidade ao longo de todo o período analisado. De 1990 a 2008, o índice apresentou crescimento de 64%.

O Ceará, por sua vez, apresentou comportamento diferenciado. Da mesma forma que o observado em outros índices, o ano de 2000 foi marcante para a participação estadual, já que, a partir desse ano, o estado passou a apresentar vantagem comparativa.

O Ceará não apresentou vantagem comparativa no setor de flores e plantas ornamentais até o ano de 1999, mas, a partir de 2000, destacou-se consideravelmente dos demais estados. Como já comentado, as análises indicam que isso se deve ao programa *Florabrazilis*, que passou a incentivar o setor a partir desse período, e também à desvalorização do real frente à moeda norte-americana.

Tabela 3 – Índice de Vantagem Comparativa Revelada para as Exportações Estaduais de Flores e Plantas Ornamentais, de 1990 a 2008 (Em Valores)

Anos	São Paulo	Ceará
1990	1,50	0,00
1991	1,44	0,00
1992	1,55	0,04
1993	1,80	0,09
1994	1,89	0,00
1995	1,91	0,00
1996	2,02	0,01
1997	1,93	0,20
1998	1,93	0,54
1999	1,94	0,63
2000	1,97	1,98
2001	2,10	1,05
2002	2,25	3,68
2003	2,32	4,84
2004	2,33	9,24
2005	2,26	13,57
2006	2,04	21,20
2007	2,23	19,80
2008	2,46	21,26

Legenda: Em verde, os anos em que os estados apresentaram vantagem comparativa revelada.

Fonte: Resultados da pesquisa.

5.2.3 – Índice de competitividade revelada

O índice de Competitividade Revelada, em apoio aos demais indicadores, indica se o estado em consideração possui vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes nacionais. Como pode ser visualizado no Gráfico 10, o Estado de São Paulo obteve razoável evolução do índice de competitividade

revelada ao longo do período analisado, índice que apresentou valores sempre positivos. Nos anos de 1990 e 2008, o estado apresentou aumento de 32,55% em sua competitividade revelada, o que confirma seu dinamismo setorial.

As empresas paulistas são dotadas de alta tecnologia no processo produtivo e também na comercialização das flores e plantas ornamentais, diferencial de destaque frente aos seus concorrentes. Entretanto, o enorme volume exportado e importado pelo estado, considerando todos os demais setores, provocou grande influência no índice de competitividade, o que fez com que este apresentasse um crescimento moderado, em relação ao valor do índice para o Estado do Ceará.

De acordo com os resultados apresentados no Gráfico 10, o Ceará mostrou competitividade revelada apenas nos anos de 2000 e de 2003 em diante. A linha que representa o estado não aparece em 1990, 1991, 1994 e 1995, porque este não exportou produtos da floricultura nesses anos, o que torna impossível o cálculo do índice. Da mesma forma é impossível calcular tal índice para o ano de 2008, uma vez que

o Ceará não importou flores e plantas ornamentais nesse ano. A taxa de crescimento do índice, entre 2003 e 2007, foi muito alta, o que confirma mais uma vez o peso representado pelos incentivos de instituições cearenses e nacionais no estado.

6 – CONCLUSÕES

O setor exportador de produtos da floricultura vive um momento de forte dinamismo no Brasil, mesmo diante das recentes transformações econômicas adversas decorrentes da crise econômica internacional. Por tratar-se de um setor de forte concorrência externa, as empresas florícolas brasileiras têm conseguido, por meio de programas governamentais, acesso a importantes técnicas de produção e comercialização, as quais possibilitam, dentre outros fatores, aumento da produtividade e da qualidade dos produtos.

A estas questões adiciona-se, ainda, o fato de que a floricultura possui caráter condizente com o multiplicador regional, uma vez que o setor gera apreciável montante de emprego e renda a muitas famílias, distribuídas em microrregiões por todo o país, em especial nos estados destacados neste trabalho.

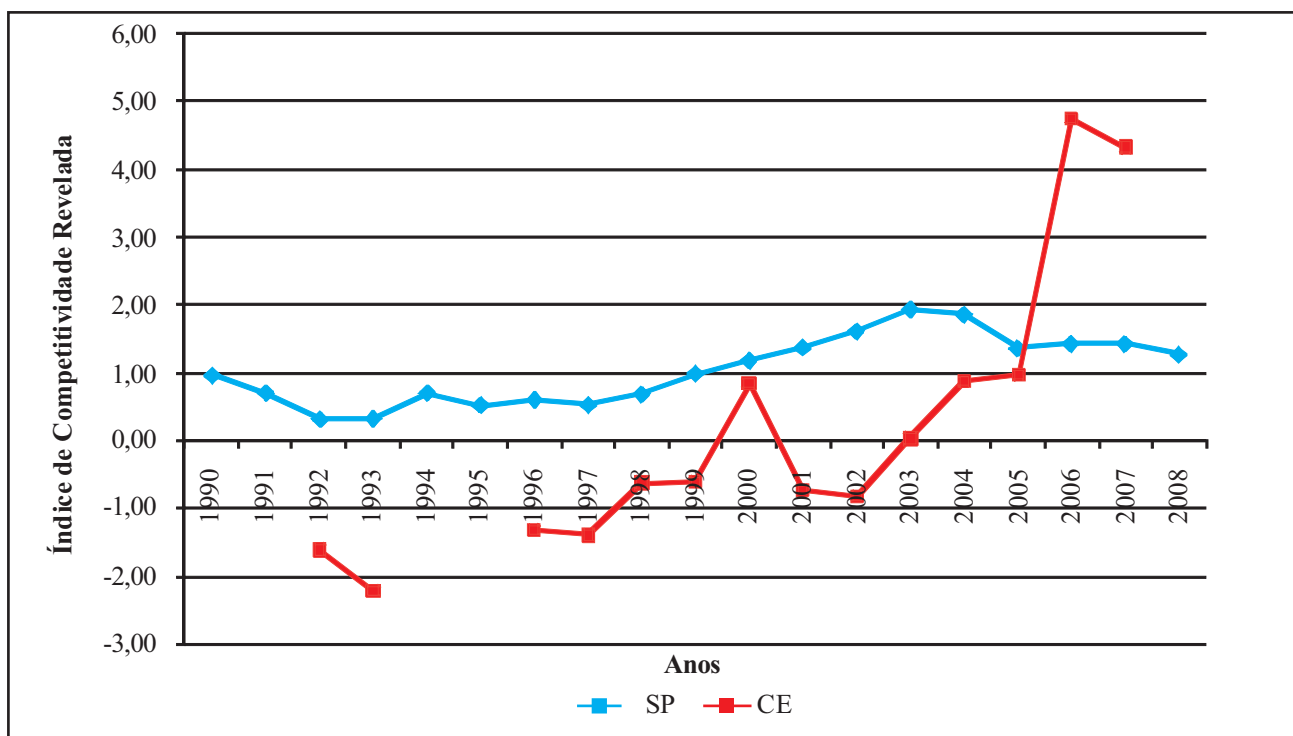


Gráfico 10 – Evolução da Competitividade Revelada de São Paulo e do Ceará, de 1990 a 2008, em Valor

Fonte: Resultados da Pesquisa.

Quando se consideram as vantagens potenciais do Brasil na produção de produtos da floricultura e a demanda existente, a criação ou manutenção de programas e recursos de incentivo à produção florícola tende a apresentar-se como importante instrumento de desenvolvimento regional. Além disso, as exportações de flores e plantas ornamentais constituem, para algumas regiões, uma vocação consolidada. Diante do exposto, torna-se relevante averiguar a estrutura do mercado de produtos da floricultura e o desempenho brasileiro na inserção internacional.

Nesse contexto, o objetivo central da pesquisa consistiu em analisar o desempenho das exportações brasileiras de flores e plantas ornamentais, segundo abordagem *ex post*, no período de 1990 a 2008. Especificamente, foi feita análise por categoria do produto em nível nacional e por estado, considerando-se dois importantes estados produtores e exportadores, que são São Paulo e Ceará.

Embora o cultivo de produtos da floricultura esteja espalhado por todo o território nacional, São Paulo e Ceará são os estados que apresentam melhor desempenho na composição das exportações brasileiras de produtos florícolas, aspecto que vai além das exportações. As questões da dinâmica interna, como o processo de empregos gerados, divisas e tecnologia inserida na cadeia produtiva, correspondem à essência do sucesso na atividade apresentada por ambos.

Os resultados formais da pesquisa indicaram que os estados diferem, substancialmente, no que tange à composição das suas pautas exportadoras. Todavia, São Paulo é o estado mais competitivo, se considerado o critério da continuidade dos indicadores satisfatórios. Esse resultado já era esperado, uma vez que este estado é o principal produtor no país. Comparativamente, as informações obtidas sobre o Ceará foram muito acima do esperado, o que mostra que esta é, hoje, a região produtora mais dinâmica do Brasil.

Ao longo desta pesquisa, percebeu-se como limitação ao desenvolvimento de outros indicadores e ou uso de outras metodologias (sobretudo econométricas) a forte restrição de base de

dados confiáveis sobre o setor de flores e plantas ornamentais. As informações são pontuais, dispersas e divergem entre si. Ademais, não existe homogeneidade na composição das categorias, o que dificulta o acesso a informações internacionais que possam ser comparadas às fontes nacionais. Séries de preços, agregadas ou regionais, por exemplo, que seriam úteis à complementação das análises aqui desenvolvidas, praticamente inexistem. Também é limitante a escassez de trabalhos na área, o que dificulta a confirmação e ou comparação de resultados.

Acredita-se que essa limitação seja decorrente do fato de a floricultura ainda ser um setor de pouco destaque nacional e também novo, se comparado a produtos tradicionais. Até mesmo os programas de apoio governamentais – a exemplo do *Florabrazilis* – são recentes e nem sempre contam com incentivos dos governos locais.

Sugere-se, para futuras pesquisas, a análise das vendas externas estaduais por categoria e país de destino. Como a produção e as vendas são heterogêneas entre regiões, acredita-se que informações específicas possam contribuir para definição de políticas e propostas de apoio mais aderentes à realidade de cada região produtora.

ABSTRACT

This article states the changes occurred since the beginning of the 1990s made clear the necessity and importance of more competitive production systems. In this scenario, the sectors linked to agribusiness supply chains, by subjecting to their peculiar requirements (climatic risks, biological cycles, sanitary requirements, among other issues), found themselves under the necessity of finding new markets, or a new position in existing markets. The ornamental flowers and plants sector has been increasing in this process, with increasing contribution in employment generation and foreign currency for producing areas. It analyzes the evolution of the competitiveness of the major exporting states of ornamental flowers and plants, São Paulo and Ceará, from 1990 to 2008, comparing their performance. For this we used the Relative Position Index, Revealed Comparative Advantage Index and

Revealed Competitiveness Index. The results indicated the strengthening of competitiveness in the state of São Paulo and the rapid insertion of Ceará in the international market, especially from the early 2000.

KEY WORDS

Competitiveness. International Market.
Ornamental Flowers and Plants.

REFERÊNCIAS

- ANEFALOS, L. C.; GUILHOTO, J. J. M. Estrutura do mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 41-63, 2003.
- ARNALDI, C. R.; PEROSA, J. M. Y. Perdas físicas, energéticas e econômicas em dois sistemas de comercialização de rosas no Estado de São Paulo. **Revista Energia na Agricultura**, Botucatu, v. 22, n. 3, p. 1-14, 2007.
- BALASSA, B. **Comparative advantage, trade policy and economic development**. New York: New York University Press, 1989.
- BUAINAIN, A. M.; BATALHA, M. O. (Coord.). **Cadeias produtivas de flores e mel**. Brasília, DF: MAPA, 2007. 140 p. (Série Agronegócios, 9).
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Análise das informações de comércio exterior via internet – ALICE-Web**. Disponível em: <<http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br/>>. Acesso em: 11 abr. 2009a.
- _____. **Aprendendo a exportar**. Disponível em: <<http://www.aprendendoaexportar.gov.br/>>. Acesso em: 28 maio 2009b.
- CARVALHO, M. A. Políticas públicas e competitividade da agricultura. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 117-139, an./mar. 2001.
- FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 386 p.
- FIALHO, R. **Competitividade das exportações brasileiras de carne suína no período de 1990 a 2004**. 2006. 94 f. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG.
- GUIMARÃES, E. P. Evolução das teorias de comércio internacional. **Estudos em Comércio Exterior**, v. 1, n. 2, p. 1-19, 1997.
- HAGUENAUER, L. **Competitividade: conceitos e medidas: uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1989. (Texto para discussão, 211).
- HÓRTICA CONSULTORIA E TREINAMENTO. Disponível em: <<http://www.hortica.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2008.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA. **Projeto de promoção das exportações de flores e plantas ornamentais do Brasil**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.org/userfiles/file/Apresenta%20o%20Ibraflor%20dados%20do%20setor%20merc%20externo.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2008.
- JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. **Exportações brasileiras de flores e plantas ornamentais em 2005**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.org/userfiles/file/Anlise%20das%20Exporta%20es%20em%202005.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2008a.
- _____. **Exportações de flores e plantas ornamentais superam US\$ 35 milhões em 2007: recordes e novos desafios para o Brasil**. Disponível em: <http://www.hortica.com.br/artigos/Balanc_Floricultura_2007>. Acesso em: 7 set. 2008b.
- _____. **Exportações de flores e plantas próximas dos US\$ 30 milhões: um novo recorde para o Brasil**. Disponível em: <<http://www.ibraflor.org/userfiles/file/2006Florica.pdf>>. Acesso em: 8 set. 2008c.

_____. Mercado interno para os produtos da floricultura brasileira: características, tendências e importância socioeconômica recente. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v. 14, n. 1, p. 37-52, 2008d.

KRUGMAN, P. R.; OBSTFELD, M. **Economia internacional: teoria e política**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1999. 807 p.

LAFAY, G. et. al. **Nations et mondialisation**. Paris: Economica, 1999. p. 67-334.

LOPES, M. L. B. et al. Estudo da competitividade da carne de frango brasileira no mercado internacional: 1990-2002. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto, 2005. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/832.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2008.

MACHADO, T. A.; ILHA, A. S.; RUBIN, L. S. Competitividade da carne bovina brasileira no comércio internacional (1994-2002). **Cadernos PROLAM/USP**, ano 6, v. 1, p. 87-101, 2007.

MARQUES, R. W. C. **Avaliação da sazonalidade do mercado de flores e plantas ornamentais no Estado de São Paulo**. 2002. 114 f. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, São Paulo.

OPITZ, R. **O mercado de flores e plantas ornamentais aumenta com faturamento de R\$ 600 milhões**. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2008/06/26/materia.2008-06-26.7135411209/view>>. Acesso em: 22 ago. 2008.

PORTER, M. E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Tradução por: Afonso Celso da Cunha Serra. [S.l.], 1999. Disponível em: <<http://www.latec.uff.br/mestrado/ADE%20Site/Texto%2014.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2008.

_____. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**.

Rio de Janeiro: Campus, 1990. 512 p.

_____. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993. 897 p.

RODRIGUES, P. H. **O comércio internacional de flores e plantas ornamentais: estudo de caso Brasil-EUA**. 2007. 54 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG.

SANTOS, C. M.; CAMPOS, A. C. **Indicadores de competitividade das exportações brasileiras de suco de laranja concentrado e congelado - SLCC, 1980-2002**. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2004. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/523.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2008.

SEBRAE. **Diagnóstico da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais no Estado de Alagoas**. Rio de Janeiro, 2003.

_____. **Diagnóstico da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais no Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2002. 164 p.

_____. **Gestores discutem mercado nacional e internacional de flores**. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?noticia=7588488&canal=199>>. Acesso em: 7 set. 2008.

_____. **Jardim de oportunidades**. Brasília, DF, 2005.

SOUZA, A. M. **Criação e desvio de comércio no Mercosul: período de 1991 a 2000**. 2003. 101 f. Dissertação (Mestrado em Economia e Finanças) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

TANIO, D. S.; SIMÕES, S. C. **Cadeia de suprimentos de flores e plantas ornamentais no Brasil: uma abordagem para aumentar a participação do setor no mercado internacional**. Florianópolis: Grupo de Estudos Logísticos da Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

TEIXEIRA, F. **Estrutura de mercado e competitividade industrial:** breve referencial teórico. Salvador: UFBA, 2005.

Recebido para publicação em 16.03.2010.

ANEXO A

Tabela 1A – Exportação e Importação, Total e de Produtos da Floricultura, do Brasil, São Paulo e Ceará, 1990 a 2008

Ano	Exportação total do BR	Importação total do BR	Exportação nacional de i	Importação nacional de i	Exportações de i SP	Importações de i SP	Exportações de i CE	Importações de i CE	Exportação total SP	Exportação total CE	Importação total SP	Importação total CE
1990	31.413.756.040	20.661.362.039	10.000.341	1.304.286	5.415.827	375.325	0	6.515	11.355.499.759	230.568.501	9.130.126.078	113.704.926
1991	31.620.439.443	21.040.470.792	11.380.749	576.273	5.799.015	211.680	0	0	11.170.443.461	270.418.734	9.333.324.302	164.618.357
1992	35.792.985.844	20.554.091.051	11.706.193	658.744	6.691.487	364.512	4.110	1.592	13.240.341.220	303.589.540	9.028.944.012	238.614.722
1993	38.554.769.047	25.256.000.927	13.221.437	978.502	8.275.039	694.698	8.233	12.232	13.391.100.139	274.824.678	11.513.152.041	387.957.220
1994	43.545.148.862	33.078.690.132	12.634.964	1.781.228	8.082.479	909.664	0	144	14.735.988.833	334.860.983	14.971.189.839	522.728.053
1995	46.506.282.414	49.971.896.207	13.903.748	5.311.569	9.097.893	3.547.376	0	10.893	15.967.689.188	352.131.235	23.694.432.057	646.953.862
1996	47.746.728.158	53.345.767.156	11.855.354	6.181.325	8.293.011	4.137.121	825	3.075	16.575.292.408	380.433.715	25.707.132.743	813.469.490
1997	52.994.340.527	59.747.227.088	11.004.990	5.875.900	7.253.037	4.000.635	14.405	53.155	18.094.717.126	353.077.343	28.525.956.149	681.903.802
1998	51.139.861.545	57.763.475.974	12.042.129	7.961.696	8.283.518	4.661.461	45.409	84.822	18.226.059.300	355.246.242	27.949.366.089	605.943.107
1999	48.012.789.947	49.301.557.692	13.130.062	5.476.909	9.311.269	2.257.128	64.155	73.571	17.542.548.139	371.234.015	23.334.706.300	573.475.141
2000	55.118.919.865	55.850.663.138	12.010.545	6.414.375	8.490.175	2.078.791	213.707	70.179	19.810.438.341	495.338.674	25.621.147.892	717.920.121
2001	58.286.593.021	55.601.757.122	13.746.928	7.094.420	10.223.763	1.942.737	130.427	172.882	20.664.443.225	527.668.107	24.775.976.235	624.315.367
2002	60.438.653.035	47.242.654.135	16.133.770	8.210.727	12.082.677	1.762.976	535.829	919.618	20.155.516.694	545.023.335	19.834.392.656	635.909.703
2003	73.203.222.075	48.325.652.363	21.398.426	6.869.943	15.715.257	1.130.128	1.078.366	360.966	23.149.380.070	762.602.719	20.330.211.771	540.776.879
2004	96.677.838.776	62.835.615.629	25.357.195	6.736.525	19.056.851	1.246.071	2.087.199	233.050	31.167.631.841	861.567.940	27.103.503.736	572.739.266
2005	118.529.184.899	73.600.375.667	27.640.817	5.621.773	20.142.837	1.556.276	2.955.235	231.542	38.142.068.890	933.589.116	30.492.009.399	588.483.556
2006	137.807.469.531	91.350.580.486	32.329.151	8.758.470	22.123.761	1.925.994	4.783.143	19.327	46.146.926.036	961.874.415	37.046.601.389	1.098.177.457
2007	160.649.072.830	120.617.446.250	35.278.392	10.787.861	25.342.046	2.610.280	4.992.986	33.090	51.734.202.981	1.148.357.273	48.418.638.414	1.407.866.147
2008	197.942.442.909	173.106.686.502	35.596.241	14.104.553	25.490.499	4.269.153	4.883.052	0	57.702.678.178	1.276.970.342	66.339.252.213	1.558.566.123

Fonte: Brasil (2009a).

