



IX

Encontro da Sociedade
Brasileira de Economia
Ecológica

Brasília, 4 a 8 de Outubro de 2011

Políticas Públicas e a Perspectiva da Economia Ecológica

IX ENCONTRO NACIONAL DA ECOECO
Outubro de 2011
Brasília - DF - Brasil

CULTIVO DE ORQUÍDEAS: UMA OPÇÃO À AGRICULTURA FAMILIAR?

José Newton Pires Reis (UFC) - newton@ufc.br

Agrônomo, Doutor pela ESALQ/USP, Professor do Departamento de Economia Agrícola da Universidade Federal do Ceará.

CULTIVO DE ORQUÍDEAS: UMA OPÇÃO À AGRICULTURA FAMILIAR?

Resumo

O cultivo de orquídeas é um negócio que tem se consolidado como importante atividade econômica no Brasil. Esse estudo analisou o panorama geral do mercado apresentando o balanço comercial de mudas no país, a evolução das exportações e importações e os principais estados exportadores. O setor que movimentou no varejo R\$ 4,0 bilhões em 2010, registrou saldo negativo no comércio internacional. Contudo, sua sustentação continua focada no mercado interno que encontra-se longe da saturação. O grande mercado consumidor e produtor é São Paulo, seguido do Rio de Janeiro. Mas a produção tem se diversificado, incorporando novos produtos e regiões. Um dos grandes desafios do setor é garantir o escoamento das mercadorias, concentrado em um número limitado de datas especiais. No estado do Ceará, um *case* de sucesso nas exportações de rosas, o segmento de orquídeas é incipiente e de importância secundária na economia local. As serras úmidas do estado, berço de uma das mais importantes espécies do mundo (*Cattleya labiata*), acham-se fortemente desmatadas para fins agropecuários. A produção nessas áreas é composta de pequenos produtores familiares com baixa capacidade empreendedora e pouca visão de mercado. A consequência é o desprezo pela sua flora nativa. Isso reveste de importância os necessários incentivos para o fortalecimento de novas iniciativas comerciais, como a orquidicultura, que se viabilizam em pequenas propriedades rurais, gerando oportunidades de empregos. Desafios como esses, compõem o novo cenário para a orquidicultura no país e deverão fazer parte da agenda de trabalho de todos que estão preocupados com o desenvolvimento do setor no Brasil.

Palavras-chave: Floricultura. Orquídea. Planta Ornamental. Agricultura Familiar.

Abstract

The cultivation of orchids is an business that has been established as an important economic activity in Brazil. This study looked at the overall picture of the market showing the balance of trade in the country, the development of exports and imports, and major exporting states. The retail sector which moved R\$ 4.0 billion in 2010, registered a negative balance in international trade. However, his support

remains focused on the domestic market that is far from saturation. The large market consumer and producer is Sao Paulo, followed by Rio de Janeiro. But the production has diversified by adding new products and regions. One of the major challenges the sector is to ensure the flow of goods, concentrated in a limited number of special dates. In Ceara state, a success story in exports of roses, the segment of orchids are weak and of secondary importance in the local economy. The humid mountains of the state, home to one of the most important species in the world (*Cattleya labiata*), find themselves heavily deforested for agricultural purposes. The production in these areas is composed mostly of small farmers with low entreprising capacity and low vision market. The consequence is the contempt for their native flora. This is of importance the necessary incentives for the strengthening of new business initiatives, such as orquidiocultura, which can be made on small farms, generating employment opportunities. Challenges such as these make up the new setting for the cultivation of orchids in the country and should be part of the agenda of all who are concerned about the development of the sector in Brazil.

Keywords: Floriculture. Orchid. Ornamental Plant. Family Farming.

1 – INTRODUÇÃO

A floricultura brasileira é hoje uma atividade econômica importante no agronegócio do País. O potencial da atividade, voltada tanto para o mercado interno como externo, é considerável e oferece oportunidades promissoras.

As rosas e as orquídeas são as flores mais tradicionais e de maior apelo junto ao consumidor final. Além de apresentarem profusão de cores, as orquídeas têm sua força tanto na mística, quanto interação – para alguns segmentos, essa atividade adquire ares de terapia. Na literatura científica, as orquídeas recebem o status de “biologicamente eternas”. Elas crescem, florescem, se reproduzem e não morrem – há plantas que acompanham gerações. Assim, cuidar delas é relativamente fácil, mesmo para quem não detém conhecimentos específicos.

Encarado até recentemente como um hobby, o cultivo de orquídeas começa a assumir feições de um bom negócio e consolida-se como importante atividade econômica em várias regiões do país, especialmente os interiores do Estado de São Paulo.

No Ceará, que se destaca na exportação de rosas, a efetividade do segmento de orquídeas ainda é desconhecida, mas a atividade pode se configurar como uma boa alternativa para diversificação agrícola, pois as condições geoclimáticas proporcionam ambientes favoráveis ao cultivo de vários grupos botânicos. As condições propícias de clima apontaram, segundo levantamentos preliminares de Takane (2008), crescimento de 32,3% em orquídeas da espécie *Hadrolaelia sp.*, em condições do Ceará, comparativamente a mesma espécie conduzida em Atibaia/SP, por um período de 12 meses. Teoricamente, esta espécie poderá florescer com dois anos de cultivo, no Ceará, enquanto a mesma muda florescerá somente com quatro anos nas condições de São Paulo, com ganhos extraordinários com relação à diminuição de custos de produção.

A serra de Uruburetama, por exemplo, é berço de uma das orquídeas mais belas, conhecidas e populares do mundo que é a *Cattleya labiata* Lindl. Essa espécie aparece em alguns estados do nordeste brasileiro, por isso o título de “Rainha do Nordeste”, mas é no Ceará que se encontram as mais belas variedades. Essa espécie participa muito significativamente na orquidiocultura mundial, dada a sua inclusão como planta ornamental em si, e, indiretamente, como participante em milhares de cruzamentos genéticos que trouxeram a esse setor uma infinidade de híbridos de alta qualidade e extensivamente cultivados em todo o mundo.

Atualmente essas áreas serranas úmidas acham-se fortemente descaracterizadas pela derrubada da mata nativa para fins agropecuários e extração de madeira. A falta de manejo adequado para um uso sustentável desses ambientes vem tornando esses maciços altamente vulneráveis à perda de parte de seu patrimônio paisagístico, cujos componentes bióticos e abióticos de seus *habitats* estão consideravelmente degradados e, em grande parte, talvez até irreversivelmente.

Infelizmente, está cada vez mais difícil encontrar espécies de *Cattleya* no território cearense, chegando mesmo a ter parte de suas populações dizimadas pela coleta criminoso da planta, em locais de serras. Os poucos indivíduos que restaram, atualmente acham-se “acuados” nesses restritos fragmentos serranos, ainda submetidos, ocasionalmente, às investidas de coletores para fins comerciais.

Dentre os objetivos a que se propõe essa pesquisa, procura-se apresentar uma visão geral do agronegócio de orquídeas no Brasil e, em particular, a situação da atividade no estado do Ceará. Por fim, são feitas recomendações para o desenvolvimento sustentável da atividade.

2 – MATERIAL E MÉTODO

O trabalho está dividido em duas partes principais: panorama geral do mercado e análise de comercialização. Exploram-se os aspectos ligados ao mercado nacional e local.

Em que pese o reconhecimento, na literatura especializada, da crescente relevância do segmento de orquídeas na economia de diferentes regiões, há uma nítida carência de informações básicas sobre o setor. O pré-diagnóstico evidenciou que o setor tem recebido pouca atenção, ao menos em termos de sistematização de informações, de pesquisadores e analistas no Brasil e, mais particularmente, no estado do Ceará. Desse modo, para a consecução dos objetivos estabelecidos, o presente estudo levantou informações primárias a partir de pesquisas diretas, por meio de entrevistas semi-estruturadas com uma amostra intencional dos “atores-chave” do sistema.

Com o objetivo de maximizar as estatísticas, optou-se por um levantamento exaustivo às informações adicionais de origem secundária a partir de pesquisa junto aos principais órgãos estaduais, nacionais e internacionais relacionados ao setor, tais como Associação Cearense dos Orquidófilos (ACEO) e Secretaria do Desenvolvimento Agrário (SDA-CE), bem como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Instituto Brasileiro de Floricultura (IBRAFLOR), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Secretaria do Comércio Exterior (SECEX), COMTRADE - United Nations Commodity Trade Statistics Database, International Trade Centre – ITC (ONU/OMC), dentre outros.

3 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Panorama Geral do Mercado

A família botânica das orquídeas é considerada a maior do mundo, com mais de 35 mil espécies conhecidas e 800 gêneros distribuídos em quase todo o

planeta, sobretudo nas regiões tropicais. E todos os anos agregam-se, às mais de 120 mil híbridas, de duas a três mil novas espécies produzidas em laboratórios como resultado de cruzamentos. Como híbridas podem ser cruzadas com outras, a criação de novas flores é ilimitada.

Os resultados são as orquídeas entre as flores que mais se destacam com movimentação mundial de valores, incluindo o mercado interno dos diferentes países e suas exportações, próximos de US\$ 20 bilhões por ano e em expansão, conforme apontado pelo International Trade Centre (ITC).

Segundo o ITC, os líderes do comércio internacional são Holanda, Estados Unidos, Alemanha, Malásia (onde a orquídea está entre os maiores produtos de exportação), Tailândia (o comércio nesse país é tão importante que uma orquídea é a logomarca de sua companhia aérea Thai Lines), Inglaterra, Formosa, Austrália e África do Sul. Na América Latina, a Colômbia é o principal exportador, seguido de Peru e Equador.

O Brasil possui um amplo mercado interno e consome praticamente tudo que produz. Embora seja uma planta presente em todo país, gera apenas um pequeno fluxo de produtos para o mercado internacional.

Tradicionalmente, na pauta de exportações da floricultura brasileira, os produtos mais importantes são aqueles compreendidos pelos grupos que comportam materiais de propagação vegetal, tais como mudas de plantas ornamentais e bulbos. Em 2008, os valores exportados nestas categorias foram de respectivamente US\$ 15,77 milhões em bulbos, tubérculos e rizomas em repouso vegetativo (que representaram 44,44% do total dos valores exportados) e US\$ 14,63 milhões em mudas de plantas ornamentais (que representaram 41,23% do total de exportações (Tabela 1).

Tabela 1- BRASIL: Balança comercial dos produtos da floricultura, por grupos de produtos, em valor US\$ FOB, em 2008.

Descrição	Exportação	Importação	Saldo
Mudas de orquídeas	201.615	2.382.694	(2.181.079)
Bulbos, tubérculos, rizomas etc em repouso vegetativo	15.777.481	4.692.065	11.085.416
Bulbos, tubérculos etc em veget. em flor, muda de chicória	176.969	5.627	171.342
Estacas não enraizadas e enxertos	2.411	4.316	(1.905)
Rhododendros e azaléias, enxertadas	24.670	-	-

ou não			
Roseiras, enxertadas ou não	-	-	-
Mudas de outras plantas ornamentais	14.637.107	1.722.709	12.914.398
Mudas de outras plantas	130.007	2.228.263	(2.098.256)
Outras plantas vivas	104.241	17.505	86.736
Flores e seus botões, frescos, cortados p/ buquês etc	-	-	-
Rosas e seus botões, cort. p/ buquês, orn. fres.	708.039	2.043.004	(1.334.965)
Cravos e seus botões, cort. p/ buquês, orn. fres.	-	229.949	(229.949)
Orquídeas e seus botões, cort. p/ buquês, orn. fres.	-	-	-
Crisântemos e seus botões, cort. p/ buquês, orn. fres.	-	-	-
Outras flores e seus botões, cort. p/ buquês, orn. fres.	1.677.365	486.386	1.190.979
Flores e seus botões, secos etc. cortados p/ buquês etc.	49.303	16.390	32.913
Musgos e líquens, p/ buquês ou ornamentação	-	43.915	(43.915)
Folhagem, folhas, ramos de plantas, frescos, p buquês etc.	1.530.924	-	1.530.924
Folhagem, folhas, ramos de plantas, secos, p buquês etc.	483.863	55.145	428.718
TOTAL	35.503.995	13.927.968	21.551.357

Fonte: ALICE Web – SECEX – MDIC.

Setor ainda pequeno na pauta de exportações da floricultura brasileira, as mudas de orquídeas tem se destacado pelo persistente e constante crescimento da sua performance no mercado internacional. É importante destacar que a produção de mudas de orquídeas (NCM 0602.90.21) registrou saldo negativo na balança comercial na ordem de US\$ 2,18 milhões em 2008. Vale ressaltar que o setor exportador brasileiro de mudas de orquídeas são espécies nativas e seus híbridos, destinados especialmente ao mercado de colecionadores. Trata-se, portanto, de um mercado de nichos, negociador de material genético, onde as pequenas quantidades ofertadas são compensadas pelos melhores níveis de preços unitários obtidos pelas mercadorias, e se dirigem, fundamentalmente, aos mercados de colecionadores japoneses (60,64%), alemães (20,71%), holandeses (4,87%), norte-americanos (4,41%), russos (3,99%), ucranianos (2,92%), chilenos (1,80%) e noruegueses (0,66%). Entre esses, o Japão representou o mercado mais seguro para o crescimento da atividade, pois mesmo na conjuntura de crise internacional

exibiu um crescimento no primeiro semestre de 2010 de 86,59% nas importações brasileiras em relação ao primeiro semestre de 2009, enquanto outros destinos, também já tradicionais para as mudas de orquídeas, apresentaram arrefecimento, como a Alemanha (-17,99%), Holanda (-67,22%) e EUA (-80,48%). O cenário pós-tsunami é desconhecido, pois embora a atividade econômica japonesa esteja em declínio, encontra-se em um nível onde a maioria dos países nem em décadas deve atingir, além de sua força de trabalho conhecida pela disciplina e capacidade de reconstrução, como visto em 1995, capaz de reerguer o país a taxas de crescimento maiores que os anos mais recentes.

As reduções sofridas nas exportações brasileiras constituem fenômeno fortemente vinculado à persistência da crise econômica e financeira prevalecente nos principais mercados importadores, a qual vem derrubando a demanda de produtos considerados não essenciais e provocando a migração para o consumo de itens de menor valor unitário e mais duráveis.

Os estados de origem das mudas de orquídeas exportadas pelo Brasil, no primeiro semestre de 2010, foram os estados do Mato Grosso do Sul como principal exportador com vendas ao exterior que representaram 51,11% do total, Espírito Santo (14,64%), Rio de Janeiro (13,86%), Santa Catarina (13,02%) e Rio Grande do Sul (7,37%).

Entre os produtos da horticultura ornamental importados pelo Brasil, os maiores valores são anualmente despendidos com a aquisição de material de propagação vegetal, tais como bulbos, mudas e matrizes. Em 2008, os valores gastos com a importação dessas mercadorias atingiram um total de US\$ 11,10 milhões, equivalendo a 79,24% do total importado. Desse montante, US\$ 2,38 milhões, ou o equivalente a 17,11% corresponderam às aquisições internacionais de mudas de orquídeas.

A análise da evolução das importações de mudas de orquídeas entre os anos 2006 e 2008 (Tabela 2) confirmam que o Brasil vem intensificando as suas compras no mercado internacional, tendo passado de um valor de US\$ 1,05 milhões em 2006 para US\$ 2,38 milhões em 2008. É importante ressaltar, contudo, que tais crescimentos deveram-se essencialmente ao maior valor de

aquisições de material propagativo vegetal, o que indica uma intensificação da atividade produtiva no País.

Tabela 2- BRASIL: Importações dos produtos da floricultura, por grupos de produtos, em valor US\$ FOB, no período de 2006 a 2008.

Descrição	2006	2007	2008
Mudas de orquídeas	1.059.351	1.385.061	2.382.694
Bulbos, tubérculos, rizomas etc em repouso vegetativo	2.767.970	4.131.421	4.692.065
Flores e seus botões, frescos, cortados p/ buquês etc	1.368.856	1.869.025	2.759.339
Mudas de outras plantas	1.943.408	1.933.390	2.228.263
Mudas de outras plantas ornamentais	700.619	1.118.041	1.722.709
Folhagem, folhas, ramos de plantas, secos, p buquês etc.	8.142	26.447	55.145
Musgos e líquens, p/ buquês ou ornamentação	21.739	-	43.915
Outras plantas vivas	14.477	22.034	17.505
Flores e seus botões, secos etc. cortados p/ buquês etc.	9.906	27.935	16.390
Bulbos, tubérculos etc em veget. em flor, muda de chicória	645.723	-	5.627
Estacas não enraizadas e enxertos	3.653	2.254	4.316
Folhagem, folhas, ramos de plantas, frescos, p buquês etc.	-	-	-
Rododendros e azaléias, enxert ou não	-	-	-
Roseiras, enxertadas ou não	-	-	-
TOTAL	8.543.844	10.515.608	13.927.968

Fonte: ALICE Web – SECEX – MDIC.

No mercado interno brasileiro, as flores mais vendidas são as rosas e, no caso das plantas envasadas, as orquídeas. Considerado um país de economia emergente no contexto mundial, detém características típicas dos mercados ainda não totalmente maduros, o que, em termos de consumo de flores e plantas ornamentais se traduz em baixo índice *per capita* e mix restrito de produtos. De acordo com Junqueira e Peetz (2010), o consumo foi avaliado em R\$ 17,46 *per capita/ano*, ou o equivalente a US\$ 7,49 *per capita/ano*, número considerado, ainda, bastante baixo frente aos padrões internacionais de consumo.

Apesar do consumo ser um dos menores do mundo, o grande mercado interno segue tendência internacional, o que permite presumir sua alta capacidade de crescimento futuro. De acordo com a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais, do Ministério da Agricultura, Pecuária e

Abastecimento (MAPA), o setor movimentou R\$ 4,0 bilhões em 2010, registrando aumento de 15% em relação ao ano anterior e vêm apresentando grande dinamismo com crescimento médio de 5% ao ano nas vendas (IBRAFLOR) e deve continuar aquecido principalmente com a estabilidade da economia.

As regiões Sudeste e Sul do Brasil detêm os grandes estabelecimentos industriais e comerciais, por que, aí, é que se concentram as grandes camadas de consumidores. O grande mercado produtor e consumidor é São Paulo, seguido pelo Rio de Janeiro. Mas a produção tem se diversificado, se expandido em direção a outros espaços, incorporando não apenas novos produtos e produtores, mas também novas regiões de cultivo, o que vem permitindo uma incipiente descentralização do papel concentrador exercido pelo Estado de São Paulo e particularmente, as regiões dos municípios de Holambra, Campinas e Atibaia.

O País que conta com produtores de pequeno a grande porte, com estruturas diferentes na produção, além de aproximadamente 200 associações de cultivadores que promovem exposições, oficinas, e comercializam as produções, caminha para a implantação de um panorama onde estão sendo geradas inúmeras oportunidades de inserção comercial. O volume de produção é estimado em 12 milhões de vasos por ano, comercializados em centros atacadistas tradicionais como a feira de flores e plantas da Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) e na Central de Abastecimento (CEASA) de Campinas e Cooperativa Veiling Holambra, bem como em novos mercados como a comercialização eletrônica via internet e a Cooperativa SP Flores instalada na Região da Dutra.

A área de produção era de aproximadamente 60 hectares, em 2002, representando em torno de 9% da área de produção da floricultura brasileira (TAKANE, 2008). Segundo fabricantes de vasos plásticos, a performance do setor dentro do cenário nacional tem sido bastante satisfatória, as orquídeas só perdem para as culturas do crisântemo e da violeta africana. Ademais, outra importante vantagem dessa atividade consiste no seu impacto positivo sobre a renda local. O cultivo de orquídeas, a exemplo da olericultura e da fruticultura, proporciona rendimentos superiores aos alcançados com a agricultura tradicional (produção de

grãos e cereais). Estima-se que cada área de 1.000 metros quadrados gera de 2 a 4 empregos diretos, 12 meses por ano, além de outras atividades correlatas, enquanto nas culturas tradicionais, essa relação é de um posto de trabalho por hectare, sem contar que esta atividade comporta o uso intensivo de mão de obra feminina.

A região Nordeste e, particularmente o estado do Ceará, possui grande potencial para a atividade. Esse estado já se destaca no comércio exterior da floricultura brasileira, ocupando a segunda posição no *ranking* dos estados exportadores e o primeiro em rosas e flores tropicais e vice-líder na exportação de flores frescas cortadas do Brasil (AGRIANUAL, 2010), e deve receber um novo impulso com o início do funcionamento do Consórcio de Exportação de Flores no estado. O objetivo, segundo Gilson Gondim, presidente da Câmara Setorial de Flores e Plantas Ornamentais do Ceará, é o de reunir produtores para que, juntos, possam além de agregar volume e diversificar o *mix* para exportar, adquirir também insumos e matérias-primas e implantar um centro regional de distribuição de suas mercadorias. Atualmente, de acordo com Gondim, o Ceará possui oito empresas exportadoras em atividade.

Os plantios de flores e plantas vêm se destacando em áreas fora da capital, como na Serras de Ibiapaba e Baturité, em Guaramiranga e Pacoti. A produção é bastante diversificada e destina-se a atender o varejo. Em 2000, cerca de 78,0% do produto floral que o estado consumia vinha de fora. Em 2006, essa importação caiu para 35,0%. O cultivo em estufa para flores de corte e em vaso foi iniciado pela empresa Naturalis Tropicus, em Maranguape. Posteriormente, essa tecnologia de cultivo passou também a ser adotada por vários produtores com projetos voltados à exportação, instalados nas Serras de Baturité e Ibiapaba, a exemplo das empresas Quinta das Flores, Cearosa e Reijers.

No estado, já existe um número significativo de organizações de produtores, a exemplo da Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado do Ceará (Aflorar), a Associação dos Produtores de Flores do Maciço de Baturité (Conflor), a Associação de Floricultores, Olericultores e Fruticultores da Serra de Ibiapaba (Asfof) e a Associação de Produtores de Flores e Plantas Ornamentais da Região do Cariri (Caririflora).

A produção de flores no Estado é desenvolvida em quatorze municípios. A produção de médio porte de flores e folhagens se concentra na zona do maciço de Baturité (Baturité, Guaramiranga, Pacoti e Palmácia) que são exportadas principalmente, para Portugal (COSTA, 2003). No Agropolo Metropolitano, os municípios de Fortaleza, Euzébio, Maranguape, Paracuru e Aquiraz, destacam-se pela exportação de abacaxi ornamental e bulbos de amarílis e calladium. A região da Ibiapaba – Tianguá, São Benedito e Guaraciaba do Norte, destaca-se das demais por ser bastante promissor o cultivo de rosas, espécie com elevado valor comercial devido a qualidade e durabilidade dos botões. O Cariri cearense, dentre as quatro regiões já mencionadas, é a que apresenta menor comercialização de flores e plantas ornamentais no Estado.

Segundo Luiz Wilson Lima Verde, engenheiro agrônomo e Diretor Técnico-Científico da ACEO, a orquidoflora cearense estimada, hoje, em cerca de uma centena de espécies, embora registros oficiais dêem conta de apenas 54 espécies pertencentes a 28 táxons genéricos, pode se beneficiar por similaridades e extensões de tais conhecimentos, que podem servir de *benchmarking* para expansão desse novo setor. Um problema tradicional aqui é a ausência de uma cultura produtora, com poucas iniciativas de interesse comercial, onde a própria paixão do produtor pelo produto leva-o a comportar-se, na maior parte dos casos, mais como um colecionador do que como um empreendedor. Contudo, as experiências produzidas e acumuladas sobre a estrutura, dimensões e funcionamento da Cadeia Produtiva de Rosas no Estado do Ceará pode vir a beneficiar o “vizinho” segmento de orquídeas de corte e envasadas, bem como de mudas, disputadas por exigentes e remuneradores mercados nacionais e internacionais.

De fato, o mercado de orquídeas no estado, a despeito da enorme riqueza natural, ainda é imaturo e praticamente inexistente. A experiência local de produção ainda é pequena tanto de plantas prontas para vasos ou para corte no segmento industrial, e não acompanha, com poucas exceções, os padrões de qualidade e competitividade de preços em relação às áreas produtoras mais tradicionais onde atuam grandes empresas comerciais. Dependente do mercado paulista, o segmento é considerado uma atividade de importância secundária na

economia local e não se constitui em um *player* influente no mercado brasileiro, nem como consumidor e tampouco como produtor. A maioria das plantas disponíveis para o consumidor no Ceará é oriunda essencialmente dos municípios fornecedores da Grande São Paulo, para onde se dirigem os interesses da maioria dos consumidores comuns.

Atualmente, boa parte das floriculturas cearenses trabalha com este tipo de planta o ano inteiro. Embora não existam dados agregados para avaliar o consumo no estado, o mercado é pouco expressivo, apresenta pouco potencial de investimento, baixa escala de produção, falta de especialização, profissionalismo e irregularidade na oferta, baixo consumo, baixa porcentagem de compradores, comercialização concentrada em poucas variedades e varejistas pouco especializados. Praticamente inexistente um fluxo e um canal formal de comercialização para a orquidocultura no estado. Não existem órgãos ou instituições que capturem ou divulguem qualquer forma de estatística periódica que reflita as realidades e tendências de mercado, quer seja em termos de quantidades e origens dos produtos ofertados, quer em termos de preços, sazonalidade da oferta e condições e ou previsões para o abastecimento.

3.2. Análise de Comercialização

Devido às características inerentes à planta, como beleza, variedade em tamanho, forma, cor e fragrâncias de suas flores, bem como a elevação da renda da população em geral, a facilidade no acesso aos produtos, o apelo ambiental, a publicidade que acontece naturalmente com as diversas exposições e interesse da grande mídia pelo assunto, o cultivo de orquídeas evoluiu para uma atividade economicamente viável, destacando-se os gêneros *Cymbidium*, *Dendrobium*, *Phalaenopsis*, *Cattleya*, *Laelia* e *Oncidium* (HEW; YONG, 1997).

Algumas plantas estão no mercado devido ao uso na indústria de cosméticos, medicamentos e alimentação humana, como é o caso da baunilha, como são conhecidas algumas espécies do gênero *Vanilla*, largamente utilizada na aromatização de bolos, sorvetes, balas e doces. Outro exemplo é um líquido turvo, rico em mucilagem e de sabor adocicado, extraído das raízes tuberosas de algumas espécies.

O mercado pode ser dividido em dois segmentos: orquídeas para atender o mercado de orquidófilos, interessados em julgamentos e premiações e orquídeas para atender o mercado comercial com direcionamento decorativo.

Não existe uma única e melhor forma de comercialização, mas atenção especial deve ser dada a todos os procedimentos que visem preservar a qualidade, com destaque para a manutenção da aparência vigorosa e sadia. Alguns usos possíveis da atividade de comércio da orquídea são venda de plantas floridas em vasos; aluguel de plantas floridas em vasos; venda de flores cortadas; venda de mudas; e produção e comércio de insumos, como vasos, etiquetas, adubos, defensivos etc.

O espaço da orquidiocultura comercial brasileira é pequeno, mas ao longo dos últimos anos, vem fecundando um notável desenvolvimento, conquistando novos consumidores e promotores e já se caracteriza como um dos mais promissores segmentos da horticultura intensiva no campo dos agronegócios nacionais. A potencialidade do mercado brasileiro pode ser comprovada pelos relevantes picos de demanda em datas especiais. Em mercados mais estáveis não se verificam alterações tão acentuadas em períodos específicos, o que caracteriza a baixa organização da cadeia produtiva no Brasil no que tange ao atendimento da demanda interna. Nesse contexto, o cultivo de orquídeas movimenta um mercado de números expressivos nos dias atuais, sendo que plantas de determinadas espécies atingem alto valor, alcançando cifras da ordem de milhares de dólares por planta, como por exemplo: *Cattleya aclandiae* var. *alba* atingindo um valor de US\$ 2.000,00 (SEIDEL, 2011); ou algumas variedades de *Cattleya walkeriana* muito apreciada pelos japoneses e que podem atingir valores superiores a US\$ 5.000,00.

Contudo, além do crescimento da base produtiva, merece destaque o fato de que um dos grandes desafios do setor, relatados durante as entrevistas, tem sido garantir o escoamento das mercadorias. Pois o consumo continua, ainda, essencialmente concentrado em um número limitado de datas especiais (Tabela 3) como o dia das mães, dia dos namorados, natal e ano novo, entre poucas outras, ainda que se constate que, nos últimos anos, o mercado venha apresentando uma ligeira dilatação nas datas incluídas como oportunidades de vendas, abrangendo

também o dia internacional da mulher e o dia da secretária. A aquisição de flores para decorações de ambientes de casas e de escritórios ainda é restrita a certas faixas mais abastadas da população. Não se tem, por exemplo, o comportamento cultural europeu de se levar flores quando se vai jantar na casa de alguém. Além disso, constata-se um baixo índice de penetração em segmentos importantes da sociedade de consumo, especialmente junto ao público masculino e juvenil.

Tabela 3 - Potencial da demanda de flores e plantas ornamentais no Brasil.

Principais eventos	Pontos de venda	Participação de mercado
Nascimentos, aniversários, dia das mães, dia da secretária, dia dos namorados, natal	Floricultura	55%
Casamentos, formaturas, festas, decorações	Decoradores	20
Falecimentos, finados	Funerárias	10
Jardinagem	Floras	5
Decoração	Supermercados	8

Fonte: IBRAFLOR.

A época de floração da orquídea é determinante no mercado porque o consumo varia ao sabor das ocasiões. O primeiro semestre do ano oferece ao produtor uma oportunidade de faturamento maior, pois é o momento da maioria das comemorações e o consumo aumenta. Mas, em termos de comercialização esse é um período complicado por conta das características culturais do consumidor interno. Em janeiro, têm-se as férias, em fevereiro aparecem os gastos “extras” com o carnaval, em março a quaresma desencoraja os casamentos. O mês de abril é sempre uma incógnita... Às vezes aparece um “vácuo” antes das encomendas para o dia das mães... Entretanto, o pico de floração de híbridos da *Cattleya* é no primeiro semestre, mas o mercado de orquídeas só vai se aquecer quando, o melhor das *Cattleyas* está terminando de florir, em maio e junho, quando já se tem no mercado, uma presença muito forte das *Cymbidiuns*, que marcam a entrada do segundo semestre, que quantitativamente, serão das *Dendrobiuns* e das *Phalaenopsis*. Cabe aos produtores e comerciantes a quebra desse paradigma comercial.

Tais características, associadas ao longo ciclo de produção, a baixa escala comercial e a alta elasticidade preço da demanda, geram grandes descompassos entre produção e consumo com elevado nível de risco econômico e financeiro na atividade, como por exemplo, os excessos de oferta oriundos da pujante colônia

japonesa em São Paulo que prejudicam a dinâmica de produção e deflagram uma guerra de preços em determinadas épocas do ano para algumas espécies originárias da Ásia, como as já citadas *Cymbidium*, *Dendrobium* e *Phalaenopsis*. Além da falta de monitoramento do mercado, a alta e crítica vulnerabilidade desse comércio se dá pelos movimentos que podem ocorrer simultaneamente a essas datas comemorativas, como coincidência com períodos de feriados, eleições etc, levando muitos floricultores a terem prejuízos em seus negócios. Outras decorrências negativas deste processo são: a) aumentos exagerados e especulativos de preços aos varejistas e consumidores finais nos períodos de maior potencial de vendas, gerando queda no consumo e geralmente também da qualidade média dos produtos; inadequação da oferta (falta de mercadorias); inibição da produção planejada, programada e distribuída ao longo do ano, além de transtornos nos fluxos de caixa, defasando, no tempo, o retorno sobre os capitais de investimentos e de custeio da atividade.

O problema do ciclo de produção deve no futuro ser resolvido pela segmentação, de maneira semelhante ao que acontece em outros setores produtivos, como a bovinocultura – empresas especializadas atuando em determinadas fases do processo e vendendo para outros produtores. Para se prevenir contra a sazonalidade, será necessário um *mix* de produtos que garanta oferta durante todo o ano.

O preço da muda varia de R\$ 5,00 a R\$ 15,00 no atacado. A *Cattleya*, que floresce por cerca de 30 dias, é vendida pelo produtor em São Paulo entre R\$ 15,00 e R\$ 20,00 o vaso, e a *Phalaenopsis*, vendida por R\$ 20,00 o vaso. A média de preço de vaso florido gira no entorno de R\$ 40,00 para o consumidor. Nos demais centros consumidores e de pequena produção, tais preços, já considerados altos, se elevam em nunca menos de 30%, devido à margem de comercialização. Os preços dos buquês de noivas de orquídeas variam entre R\$ 100,00 até R\$ 1.000,00, dependendo do número de flores utilizadas.

Por sua vez, o mercado internacional de mudas adultas exige plantas de alta qualidade e valor agregado, no qual as orquídeas, na sua maioria, não são vendidas por planta, mas por bulbo, ou seja, a parte da flor usada na formação de

um novo vaso. Uma planta média pode ter de cinco a dez bulbos. O preço de uma muda de qualidade custa entre US\$ 30,00 e US\$ 450,00 por quilograma.

Na distribuição, representada principalmente pelas floriculturas, presentes em praticamente todas as cidades do País e pelos *garden centers*, que hoje estão em franco processo de expansão pelas capitais e grandes cidades, buscando agregar maior comodidade e *mix* de oferta de produtos aos seus clientes, a orquidocultura tende a conquistar mercado, mas o pequeno destaque das exposições nas lojas tem feito muitos produtores optarem por ter seu próprio ponto de venda. Nesse caso, o melhor a fazer é conjugar essa produção com a revenda de outros produtos floridos que tenham sinergia com a orquídea, como bonsais, plantas grandes etc.

No Estado do Ceará, a bananicultura de sequeiro tem sido a atividade que mais contribuiu para pôr abaixo quase toda a vegetação florestal de serras, outrora exuberante, deixando apenas resquícios fragmentários nos topos de algumas elevações e, em raras localizações de mais fácil acesso. A grande maioria dos produtores visitados nessas áreas é composta basicamente de pequenos produtores familiares com baixo nível de informação utilizando técnicas rudimentares, baixa capacidade empreendedora e pouca visão de mercado.

A consequência dessa realidade é o desprezo pela sua flora nativa que, além de favorecer o processo de erosão pelas características do solo das regiões serranas, ainda compromete o ciclo de produção da *Cattleya* “epífita” que perde espaço nos galhos das árvores derrubadas para o cultivo da banana. Por outro lado, o preço do milheiro da banana prata a nível de produtor e atacado – fevereiro de 2011 (CEASA/CE) sai em média, respectivamente, por R\$ 15,00 e R\$ 60,00, enquanto uma única planta de orquídea pode ser comercializada no mercado de Fortaleza a R\$ 50,00.

Isso reveste de grande importância os necessários incentivos dados por governos e entidades de apoio e fomento para o fortalecimento de novas iniciativas produtivas e comerciais, especialmente no caso daquelas que, como a orquidocultura, tem a grande maioria das espécies classificadas como tropicais, ou seja, identificadas com o clima quente e úmido do Nordeste, e que se viabilizam

em importantes parcelas da pequena e média propriedade rural, gerando boas rentabilidades e relevantes quantidades de empregos tanto rurais quanto urbanos.

Desafios como esses e outros, compõem o novo cenário para a orquidicultura no país e deverão fazer parte da agenda de trabalho e das discussões de todos que estão preocupados com o crescimento e o desenvolvimento futuro do setor no Brasil.

3.3. Recomendações para o Desenvolvimento Sustentável da Atividade

A dinâmica do setor está associada à adoção de um conjunto de políticas que envolvem ações no âmbito federal e estadual. O setor tem potencial para emergir como uma cadeia produtiva de sucesso. Contudo, a velocidade e o alcance desse crescimento dependem da superação de uma série de fatores apresentados a seguir.

- Melhorar a coleta de informações que permitam monitorar a produção para facilitar a coordenação de ações e equacionar a oferta diante da demanda e assim minimizar os entraves ao fluxo de produtos e efeitos nocivos de preços.
- Realizar estudos exploratórios sobre o comportamento da demanda interna e seu potencial, em função dos calendários dos mercados consumidores por região, de modo a permitir o desenvolvimento do mercado doméstico.
- Acompanhar as tendências contemporâneas dos mercados consumidores no campo da arte floral, da decoração, do paisagismo e da jardinagem. A diferenciação do produto onde a orquídea é vendida como um presente ou peça de decoração é um dos fatores para sustentabilidade no mercado extremamente competitivo de floricultura.
- Promover a qualificação e profissionalização dos recursos humanos dessa cadeia produtiva através de cursos, palestras, viagens, intercâmbios e outros afins.
- Desenvolver o conhecimento científico e tecnológico, apropriado para o setor, em cooperação com universidades, institutos de pesquisa e empresas especializadas.
- Adequar o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) à realidade do setor, às condições da atividade, de ciclo mais longo que a maioria dos cultivos temporários mais comuns no País, mais exigente em investimentos e com prazo de maturação de médio para longo.

- Estimular a adoção de modernas técnicas de gerenciamento e venda da produção, especialmente o leilão eletrônico e a venda pela internet. Atualmente, os negócios *e-commerce* representam uma das mais fortes tendências para o crescimento dos negócios no ramo da orquidocultura e para a conquista de novos clientes.
- Um importante mercado alternativo, que mereceria maior atenção por parte de produtores e agentes governamentais é o internacional. O mercado externo é ávido, principalmente, por espécies nativas, e está disposto a pagar um preço compensatório.
- A superação de gargalos como a infra-estrutura de apoio, bem como a assistência técnica insuficiente, são também importantes para o crescimento da atividade, com destaque para as condições referentes à logística de transporte nos locais de embarque dos produtos.
- Há necessidade também de se estimular a ampliação de pontos de vendas e estabelecer certa padronização desses locais. Cabe especialmente destacar a necessidade de desenvolvimento de uma cultura ligada à produção, circulação e consumo das orquídeas, principalmente frente ao seu apelo ecológico e social.

4 – CONCLUSÕES

Como ficou demonstrado ao longo deste estudo, embora ainda exista um longo caminho a trilhar no que tange aos procedimentos de comercialização, desenvolvimento de novos nichos de mercado e criação de programas de estímulo à demanda doméstica, o cultivo de orquídeas mostra forte potencial de expansão e pode representar uma boa alternativa na geração de emprego e renda para comunidades adjacentes em muitas regiões no país com elevada concentração de pobreza rural e carentes de atividades dinamizadoras da economia local.

Deve-se destacar que tal mercado ainda tem espaço para crescer, dado o baixo consumo *per capita*, quando comparado ao dos países desenvolvidos e até de vizinhos sul-americanos, podendo se consolidar como uma atividade competitiva sustentável para um contingente significativo de pequenos produtores. Contudo, as vantagens oferecidas pela agricultura familiar – no que se refere ao custo de transação envolvido na mão-de-obra – não são garantia de sucesso, uma vez que a competitividade do setor está associada à adoção de tecnologias

modernas, na produção, pós-colheita e nas vendas, e ao desenvolvimento de sistemas logísticos para a distribuição do produto tanto no mercado doméstico como internacional.

Apesar da falta de tradição na produção comercial de orquídeas, bem como da presença ainda muito pequena no mercado, isso é especialmente verdadeiro para as regiões de serras no Estado do Ceará, onde a natural adequação desse cultivo aos padrões climáticos e ecológicos pode ser transformada em excelentes oportunidades de negócios associando “agendas de conservação”, educação ambiental e desenvolvimento local.

Embora o Brasil já exporte mudas para vários países, o mercado externo para a orquidocultura ainda está por ser conquistado. No âmbito externo, sobretudo nos países da Europa, a perspectiva de comércio é muito boa para as chamadas flores “exóticas”, mas depende da consolidação de canais de distribuição nos principais países consumidores. Contudo, a sustentação desse setor continua focada no mercado interno, o qual sinaliza para as reais potencialidades de sucesso futuro da atividade. Dessa forma, há que se ressaltar a importância de ações políticas articuladas capazes de dotar o país de condições para o desenvolvimento da orquidocultura nacional. Tais questões ganham ainda maior relevância quando se coloca em pauta sua inegável contribuição social, econômica e ecológica para um imenso contingente de brasileiros.

Com base nessa análise, considerando a durabilidade das florações, o perfil exótico das plantas e a natural adequação desse cultivo ao padrão edafoclimático brasileiro, tal cultura tem se transformado em uma promessa de rentabilidade satisfatória para muitos produtores. O estudo constatou que existe espaço para expansão desse mercado e a efetivação de ajustes em toda cadeia produtiva pode consolidar o país como pólo de destaque, inclusive no cenário internacional.

BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

AGRIANUAL 2010. Anuário da Agricultura Brasileira. FNP: São Paulo. 2010.

ASSOCIAÇÃO CEARENSE DOS ORQUIDÓFILOS. Takane vê com otimismo o cultivo de orquídeas no Ceará. As entrevistas da ACEO nº 10. 2008. <http://www.orquidofilos.com>. Acesso em 02 de fev. 2011.

COMTRADE – Commodity Trade Statistic Database – United Nations. Disponível em <http://comtrade.un.org/db/ce/ceSnapshot.aspx?2007>. Acesso em:

COSTA, M.P.B. Uma análise dos fatores determinantes da Competitividade do Setor de Flores no Estado do Ceará. Fortaleza: UNIFOR, 2003, 205p. Dissertação (Mestrado em Negócios Internacionais) – Universidade de Fortaleza.

HEW, C.S. & YOUNG J.W.H. The physiology of tropical orchids in relation to the industry, World Scientific, Singapore, 1997. 331 p.

IBRAFLOR. Plano estratégico para as exportações de flores e plantas ornamentais do Brasil – Relatório final. Janeiro de 2005.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. Annual Report 2009. Disponível em <http://www.intracen.org>. Acesso em 12/01/2011.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. Análise conjuntural do comércio exterior da floricultura brasileira. Disponível em: <<http://www.hortica.com.br/news.php>>. Acesso em: 07/12/2010.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais. Disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 15 de fev. 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Secretaria de Comércio Exterior – SECEX, ALICE. **Sistema de Informações do Comércio Exterior do Brasil.** Disponível em <http://aliceweb.desenvolvimento.gov.br>. Vários acessos.

SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO NO ESTADO DO CEARÁ. http://www.aprendendoaexportar.gov.br/flores/setor/polos_CE.asp. Acesso em 18 de jan. 2011.

SEIDEL, A. Orquídeas e bromélias. Lista de Preços. Nº 104. Disponível em: <http://seidel.com.br>, 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Revista Sebrae Agronegócios: jardim de oportunidades: flores e plantas ornamentais atraem investimentos e adubam lucros. n. 1, out. 2005. http://www.sebrae.com.br/revista_agro. Acesso em 01 de mar. 2011.