



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE AGRONOMIA

JULIANE SPIER

**PRODUÇÃO, VENDA E CONSUMO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM
CHAPECÓ-SC**

CHAPECÓ

2018

JULIANE SPIER

**PRODUÇÃO, VENDA E CONSUMO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM
CHAPECÓ-SC**

Projeto de trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Agronomia da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Agronomia.

Orientadora: Profa. Dra. Vanessa Neumann Silva

CHAPECÓ

2018

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Spier, Juliane

Produção, venda e consumo de plantas ornamentais de Chapecó-SC. / Juliane Spier. -- 2018.

58 f.:il.

Orientadora: Doutora em Fitotecnia Vanessa Neumann Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de Agronomia, Chapecó, SC , 2018.

1. Floricultura. 2. Agricultura familiar. 3. Oeste Catarinense . I. Silva, Vanessa Neumann, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

JULIANE SPIER

**PRODUÇÃO, VENDA E CONSUMO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM
CHAPECÓ-SC**

Projeto de trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Agronomia da Universidade
Federal da Fronteira Sul, como requisito para
obtenção do título de Bacharel em Agronomia.

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:
03/12/2018

BANCA EXAMINADORA

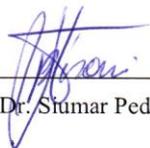


Profa. Dr. Vanessa Neumann Silva - UFFS

Orientadora



Prof. Dr. João Guilherme Dal Belo Leite



Prof. Dr. Stumar Pedro Tironi

AGRADECIMENTOS

Á Deus pela vida, força, coragem e fé para superar os obstáculos desta jornada e das demais que estão por vir.

Á minha família, em especial a minha mãe Sueli por sempre me incentivar na busca de um futuro melhor e por nunca me deixar de desistir da graduação, apesar de todas as dificuldades, ao meu irmão Cristiano pela acolhida, pelas conversas, pelas broncas, pelo incentivo que sempre me deu durante todo período da graduação, amo vocês.

As minhas irmãs Luane e Lidiane, pelo carinho e por toda ajuda durante este período, ao meu pai Wilson por sempre ter lutado para batalhado para manter o sonho vivo.

Aos meus sobrinhos Sarah e Arthur, pela pureza e amor de uma criança, vocês me inspiram a ser sempre uma pessoa melhor.

Ao meu namorado Kauan, por sempre estar do meu lado disposto a ajudar, por compreender minhas ausências, pelo amor, carinho e paciência de sempre, eu te amo.

As minhas amigas e colegas de graduação, Amanda, Daniele e Taísa, muito obrigada por tornar essa jornada mais leve, por passar comigo os momentos de dificuldade, pelos inúmeros trabalhos em grupo, por tudo, estarão sempre em meu coração.

As professores do Curso de Agronomia, por compartilharem o seu conhecimento e sempre estarem dispostos em tornar-nos profissionais melhores.

A professora Dr. Vanessa Neumann Silva, pela confiança de me propor este trabalho, por toda a ajuda prestada durante a execução, pela paciência, apoio, carinho e por nunca desistir de mim.

A Universidade Federal da Fronteira Sul, pelo acolhimento como acadêmica e pela grandiosa oportunidade de poder cursar o ensino superior público, gratuito e de qualidade.

A todas as pessoas que participaram das entrevistas e contribuíram para a realização deste trabalho.

Enfim, a todos que de uma forma ou outra contribuíram para esta conquista.

Meu mais sincero, **MUITO OBRIGADA!**

RESUMO

O setor da floricultura é muito atrativo para pequenos produtores, uma vez que demanda pouca área de terra e o ciclo de produção geralmente é curto. A região do Oeste Catarinense tem grande potencial de crescimento no cultivo de plantas ornamentais, porém, não é o que se observa na prática, havendo pouca ou nenhuma organização da cadeia produtiva desse setor. Desta forma, faz-se necessário estudar as causas dessa problemática. Sendo assim, o objetivo desta pesquisa é caracterizar a cadeia produtiva, mercado e comercialização de plantas ornamentais de Chapecó-SC. O estudo proposto neste trabalho foi realizado de maneira integral no município de Chapecó-SC, por meio de aplicação de entrevistas estruturadas, com produtores rurais, comerciantes e consumidores de flores e plantas ornamentais. O tamanho da amostra da população foi calculado de acordo com metodologias descritas na literatura científica, chegando-se aos valores de 45 consumidores, 24 produtores e 18 estabelecimentos comerciais. Os resultados obtidos permitiram concluir que foram identificados apenas três produtores de plantas ornamentais em Chapecó, que citam a falta de assistência especializada, de incentivo, questões relacionadas a comercialização e a remuneração como sendo os principais problemas a serem enfrentados. O mercado e a comercialização de flores e plantas ornamentais em Chapecó é altamente dependente da oferta de produtos vindos do estado de São Paulo, especialmente da região de Holambra. A comercialização predominante é realizada em redes de supermercados, pela facilidade de acesso aos consumidores. O fator preço é o quesito principal na comercialização das plantas ornamentais, e a falta de produtores na região, faz com que se elevem os valores, especialmente em função do longo transporte necessário.

Palavras-chave: Floricultura, agricultura familiar, Oeste Catarinense .

ABSTRACT

The floriculture sector is very attractive to small producers as it requires small land areas and the production cycle is usually short. The region of Santa Catarina West has great growth potential in the cultivation of ornamental plants, but it is not what is observed in practice, with little or no organization of the productive chain of this sector. In this way, it is necessary to study the causes of this problem. Therefore, the objective of this research is to characterize the productive chain, market and commercialization of ornamental plants of Chapecó-SC. The study proposed in this work was carried out in an integrated manner in Chapecó-SC, through the application of structured interviews with farmers, traders and consumers of flowers and ornamental plants. The sample size of the population was calculated according to the methodologies described in the scientific literature, reaching the values of 45 consumers, 24 producers and 18 commercial establishments. The results obtained allowed to conclude that only three producers of ornamental plants in Chapecó were identified among the public interviewed. Only 21% of the interviewees have thought about producing ornamental plants, although 84% believe that the municipality has demand for floriculture products. The market and commercialization of flowers and ornamental plants in Chapecó is highly dependent on the supply of products from the state of São Paulo, especially in the region of Holambra. The predominant commercialization is carried out in supermarket chains, for ease of access to consumers. The price factor is the main factor in the commercialization of ornamental plants, and the lack of producers in the region, increases the values, especially due to the long transportation required.

Keywords: Floriculture; family farming; *Oeste Catarinense*

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Evolução brasileira do total de vendas e do consumo per capto de flores e plantas ornamentais dos anos de 2010 a 2017.....	18
Tabela 2: Principais exigências dos consumidores de Chapecó- SC.....	31
Tabela 3: Espécies de plantas preferidas pelos consumidores de Chapecó.....	36
Tabela 4: Datas de maior consumo de flores e plantas ornamentais.....	37
Tabela 5: Empecilho para um maior consumo de plantas ornamentais.....	39

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Relação da área cultivada com plantas ornamentais por estado da nação.....	19
Gráfico 2: Exportações e importações brasileiras de flores e plantas ornamentais.....	20
Gráfico 3: Valor das exportações por categoria de produtos de 2017.....	21
Gráfico 4: Distribuição percentual do faturamento no setor da floricultura em 2014.....	22
Gráfico 5: Padrão de consumo dos Chapecoenses.....	32
Gráfico 6: Preocupação com a origem dos produtos comercializados.....	33
Gráfico 7: Se houvessem mais produtores na região o preço seria menor.....	34
Gráfico 8: Valor gasto no momento da compra.....	38
Gráfico 9: Preocupação do consumidor com a origem dos produtos.....	39
Gráfico 10: Se houvessem mais produtores em Chapecó o preço das plantas seria menor.....	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	11
1.1.1 Geral	11
1.1.2 Específicos	11
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	12
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO SOBRE A PRODUÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS	12
2.2. A CADEIA PRODUTIVA DE PLANTAS ORNAMENTAIS.....	15
2.3 MERCADO MUNDIAL DE PRODUÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS	16
2.3.1 O desenvolvimento nacional da produção de plantas ornamentais.....	17
2.3.2 O cultivo de plantas ornamentais em Santa Catarina.....	21
2.4 O CULTIVO DE PLANTAS ORNAMENTAIS COMO ALTERNATIVA PARA PEQUENOS PRODUTORES RURAIS	23
3 METODOLOGIA.....	25
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	28
4.1. LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADOS AOS PRODUTORES RURAIS .	28
4.2 LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADOS AOS COMERCIANTES DE PLANTAS ORNAMENTAIS	31
4.3 LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADO AOS CONSUMIDORES DE PLANTAS ORNAMENTAIS	35
5 CONCLUSÃO.....	43
REFERÊNCIAS	44
ANEXO A- Questionário aplicado a agricultores	51
ANEXO B- Questionário aplicado a consumidores	52
ANEXO C- Questionários aplicados para comerciantes	53
ANEXO D- Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	54

1 INTRODUÇÃO

A produção agrícola no estado de Santa Catarina concentra-se em cinco principais produtos que geram o valor bruto da produção (VBP) agrícola do estado sendo estes: carne de frango, carne suína, leite, soja e fumo; a quantidade produzida chega a dois terços do valor total do VBP, que no ano de 2016 foi estimado em 28,8 bilhões de reais (EPAGRI, 2016).

A floricultura insere-se no estado de Santa Catarina, assim como em outros estados, entrelaçada com a imigração principalmente alemã, italiana e holandesa que ocupou diversos pontos do território do estado, deste modo, cada ponto possui características próprias, que variam conforme a cultura do povo colonizador (CASTÃN et al., 2006).

No Brasil a produção comercial de flores, teve seu início a partir dos anos 1950 e se consolidou em meados dos anos 1970, onde os estados pioneiros no plantio foram Santa Catarina e São Paulo (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008).

Logo no início as produções no estado de São Paulo destacavam-se, principalmente nas cidades de Holambra, com os imigrantes holandeses e em Atibaia, com os imigrantes japoneses (CASTÃN et al., 2006). Em 1990 o estado de São Paulo já era responsável por produzir cerca de 70% das flores do país (CASTÃN et al., 2006).

Segundo Aki e Perosa (2002), também ocorria nos anos 90 a consolidação dos estados sulistas como novo polo de produção e dentre eles o estado de Santa Catarina se destacava, dominando setor do paisagismo e sendo o pioneiro em produção de plantas de clima tropical.

Santa Catarina hoje conta com uma área cultivada de cerca de 1.600 hectares, abrangendo cerca de 115 municípios e envolvendo 750 famílias, na geração de cerca de R\$ 61 milhões (JÚNIOR LIMA et al., 2015).

A floricultura propriamente dita se trata do cultivo de plantas ornamentais, plantas de corte (flores e folhagens), plantas envasadas, floríferas ou não, considera-se, também, a produção de sementes, bulbos, palmeiras, arbustos, mudas de árvores e outras espécies para cultivo em jardins (JUNQUEIRA; PEETZ, 2002).

A cada ano que se passa o mercado da floricultura no Brasil tem se mostrado mais promissor, movimentando em 2016, cerca de R\$ 6,5 bilhões, com crescimento de cerca de 6% em relação ao ano anterior, mesmo o país estando inserido em um contexto de crise econômica e financeira (JUNQUEIRA; PEETZ, 2016).

Devido a diversidade da flora brasileira, a amplitude climática e a diferença entre os tipos de solos, que possibilitam o cultivo diversificado de espécies, a produção de flores possui enorme potencial para o agronegócio (CLARO et al., 2001).

As flores, além de serem importantes para demonstrar emoções e ornamentar lugares, vem fazendo parte da gastronomia de alguns países, tornando-se iguaria de requinte e inovação nas refeições, sendo também importante insumo para indústrias farmacêuticas e para cosméticos (ROSA; LUNKES, 2006).

O setor da floricultura também é muito atrativo para pequenos produtores, uma vez que demanda pouca área de terra e o ciclo de produção geralmente é curto, permitindo assim um retorno mais rápido do capital investido (SILVEIRA; MINAMI, 1997).

Outra vantagem do setor é que este incorpora mão-de-obra de mulheres, adolescentes e pessoas que estão à margem do mercado de trabalho, que não são muito valorizadas em outros setores do agronegócio (ROSA; LUNKES, 2006). Estima-se, que em Santa Catarina sejam empregadas 20 pessoas por hectare cultivado, o que representa uma oportunidade de fixação de pessoas na atividade agrícola, diminuindo assim o êxodo rural, comum no século atual (ROSA; LUNKES, 2006).

Um fator considerado limitante para o aumento da produção é o hábito de consumo dos brasileiros, em geral são concentrados em datas muito específicas, além de ser muito menor que nos demais países com mercado mais desenvolvido, demonstrando potencial para expansão do mesmo (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008).

A principal característica da atividade agropecuária do Estado de SC é a predominância do modelo de agricultura familiar. Assim, estima-se que 90% da população rural do Estado esteja inserida neste modelo produtivo o que corresponderia a cerca de 180.000 famílias e ocuparia 41% das áreas exploradas (CHAPECÓ, 2015).

Observando-se as características descritas ao longo do texto, podemos observar que o município tem grande potencial de crescimento no cultivo de plantas ornamentais, porém, não é o que se observa na prática. A partir desta observação surgiu a necessidade da realização deste trabalho que se propõem a perceber quais as perspectivas do mercado, dos consumidores e a entender o porquê do tão pouco desenvolvimento do setor da floricultura em Chapecó.

Por meio dos resultados desta pesquisa também poderá ocorrer um estímulo aos produtores para a sua inserção na cadeia produtiva de plantas ornamentais, uma vez que nem sempre os produtores tem conhecimento do potencial para este ramo da agricultura.

Se o produtor for estimulado os comerciantes terão de quem adquirir os produtos na própria cidade o que, conseqüentemente diminui o preço agregado do produto, pela questão do frete e isto é refletido no preço final repassado ao consumidor, ou seja a pesquisa tem potencial de beneficiar toda a cadeia.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Geral

Caracterizar a cadeia produtiva, mercado e comercialização de plantas ornamentais de Chapecó-SC.

1.1.2 Específicos

- Identificar as principais limitações, que impedem os produtores rurais do município de Chapecó a investirem na produção de plantas ornamentais;
- Identificar qual a importância do comércio, floriculturas e armazéns, no incentivo aos produtores;
- Identificar a percepção dos comerciantes quanto a origem dos produtos que são comercializado, se estes são produzidos na região ou advêm dos grandes centros, esta questão pode influenciar na confiança dos produtores sobre a disponibilidade de mercado caso queiram investir na produção de plantas ornamentais;
- Identificar o padrão de consumo dos Chapecoenses, quais são as plantas ornamentais mais consumidas, as épocas de maior demanda e o preço médio gasto para o consumo das plantas;
- Identificar a importância que consumidor tem com a qualidade e a origem das plantas consumidas que também pode refletir no consumo e na produção de plantas ornamentais.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO SOBRE A PRODUÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS

As flores fazem parte das tradições e costumes dos homens desde os seus primórdios, existem relatos paleontológicos da descobertas de resquícios de plantas em sítios arqueológicos, encontradas juntamente com os membros que eram enterrados, a que se mantem até hoje (AKI; PEROSA, 2002).

Segundo Panten e Ruhnke (2005) a floricultura de fato, teve seu início, no momento em que as tribos nômades começaram a trabalhar o solo com o cultivo de frutas, acredita-se que os nômades utilizavam as plantas ornamentais para cercar as áreas de cultivo, e assim acabaram surgindo os primeiros jardins.

No antigo Egito há indícios da existência de jardins que datam de 3.000 a.C. Os jardins sempre foram populares e entre o os séculos XVI e XVIII tiveram seu primeiro auge com a criação de diversos deles principalmente na realeza europeia (PANTEN; RUHNKE, 2005).

Apesar de serem encontrados registros de viveiros quase seculares (KÄMPF, 1997), o desenvolvimento da floricultura no Brasil se deu de forma lenta, o marco inicial foi a construção do Jardim Botânico do Rio de Janeiro, em 1808, por D. João VI com o grande propósito de introduzir no país plantas exóticas oriundas do Oriente (LIRA FILHO et al., 2001).

O registro mais antigo da produção de flores é da cidade de Petrópolis no Rio de Janeiro, em meados de 1870, o orquidário Binot, fundado por Pedro Maria Binot, filho do francês Jean Baptiste Binot, encarregado de projetar e executar os jardins do Palácio Imperial (JARDIM DE OPORTUNIDADES, 2005).

Os irmãos Boettcher nos anos de 1929, iniciaram a produção de rosas no país primeiramente em uma chácara no atual bairro do Jabaquara e nos anos de 1933 a produção mudou-se para uma fazenda em Cotia, interior de São Paulo, a fazenda recebeu o nome de Roselândia e é mantida até os dias de hoje (JARDIM DE OPORTUNIDADES, 2005).

Além no pioneirismo com as rosas os irmãos Boettcher foram os primeiros a investirem no marketing da comercialização, abrindo sua fazenda para feiras, exposições e cursos para floristas e amadores, outro pioneirismo dos irmãos foi o uso dos correios para venda de mudas e bulbos (JARDIM DE OPORTUNIDADES, 2005).

Em 1948 os imigrantes holandeses se instalaram no leste paulista e fundaram a Cooperativa Agropecuária de Holambra, dedicada a várias atividades entre elas as flores

(VENCATO et al., 2006). A cooperativa foi responsável por impulsionar a floricultura, que até a metade da década de 1960 ainda era conduzida de forma muito amadora, com cultivos mais locais próximos aos grandes centros, particularmente do Sul e do Sudeste (VENCATO et al., 2006). O auge da cooperativa se deu nos anos 70 onde esta passou a atender a demanda nacional a partir de 7 filiais (AKI; PEROSA, 2002).

Na mesma época dos anos 50 as flores ganharam certo destaque, se tornando a partir das telas do cinema hollywoodiano, símbolos de glamour e sedução, a rosa também cresceu nesta mística, no entanto, no Brasil o que se destacava em termos de produção eram crisântemos e palmas (AKI; PEROSA, 2002).

Segundo Aki e Perosa (2002) os anos 70 ficaram conhecidos como a diáspora holambresa, onde com o auge da Cooperativa houve uma grande pressão para que os pequenos produtores artesanais locais se profissionalizassem, demonstrando assim que o mercado de produção de flores e plantas ornamentais era economicamente rentável.

Nos anos 80 com a crise financeira o consumo de itens considerados supérfluos teve um grande decréscimo, no mesmo período o ramo das decorações surgiu na parte nordeste do país, no mesmo período o estado de Minas Gerais teve projetos de iniciativa das exportação e em termos de produto as rosas e violetas passaram a dominar o mercado (AKI; PEROSA, 2002).

Outros eventos importantes que marcaram a história da floricultura brasileira foram a inauguração do Mercado de Flores na CEAGESP (Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo) no ano de 1969 e o surgimento do Sistema Veiling-Holambra em 1989 (COELHO, 1997).

Em 1992 foi criada a Associação Central de Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo (ACPF), em 1993 foi criado o FRUPEX, um programa do Ministério da Agricultura e Reforma Agrária com finalidade de apoiar a produção e exportação de frutas, hortaliças e plantas ornamentais (CORRÊA; PAIVA, 2009).

No mesmo ano foi fundado o Mercado Permanente de Flores junto ao CEASA (Central de Abastecimento S.A) /Campinas, um mercado semelhante também foi fundado em 2001 no CEASA/BH, o Mercaflor (CORRÊA; PAIVA, 2009).

Em 1997 foi inaugurado em Holambra um sistema de leilão eletrônico para facilitar a compra e venda dos produtos (CORRÊA; PAIVA, 2009), e em 1998, foi fundado o grupo Reijers, atual Cooperflora, estabelecida em Holambra/SP (TORRES, 2015).

Outro marco na floricultura brasileira foi a criação do Instituto Brasileiro de Floricultura, o IBRAFLOR, no ano de 1994, que possui a grande finalidade de integrar e

representar politicamente os diferentes elos da cadeia tanto em nível nacional quanto em nível internacional (CORRÊA; PAIVA, 2009).

Hoje o IBRAFLOR é o maior ente regulador da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais, objetiva promover a capacitação, profissionalização e qualificação técnica dos produtores e demais agentes da cadeia, elaborar diagnósticos estruturais e prospectivos dos segmentos, e manter informado e atualizados os associados em quanto a regulações fitossanitárias, tributárias e comerciais (IBRAFLOR, 2013).

Segundo Aki e Perosa (2002) foi na primeira metade dos anos 90 que a região sul se consolidou como novo pólo de produção, tendo o estado de Santa Catarina como destaque no ramo paisagístico e pioneiro nas plantas tropicais.

O mercado cresce e na segunda metade dos anos 90 se consolidam como produtores a região nordeste e centro-oeste, quanto aos destaques de produção se solidificam no mercado as plantas tropicais, as orquídeas, as mudas de reflorestamento, as forrações e os lírios (AKI; PEROSA, 2002).

A concorrência entre produtores também aumentou e as regiões se especializaram por produto para diminuir este atrito, Minas Gerais e Pernambuco ficaram com flores de corte, Alagoas, Bahia, Ceará e Pernambuco novamente com as tropicais, Santa Catarina e Goiás dominaram o paisagismo, Paraná, Santa Catarina novamente e Rio Grande do Sul, ficaram com as forrações, e por fim São Paulo com a comercialização e a produção de flores em vaso (AKI; PEROSA, 2002).

No início dos anos 2000 as novas perspectivas para o mercado de flores eram boas, o setor das flores tropicais teve crescimento e o Governo passou a dar um enfoque especial em exportação e com o fortalecimento do real sobre o dólar o cenário foi muito positivo (AKI; PEROSA, 2002).

Nesta mesma época o IBRAFLOR, lançou em conjunto com a Agência de Promoção de Exportações (APEX), o FloraBrasilis, Programa Brasileiro de Exportação de Flores e Plantas Ornamentais, o mesmo foi conduzido durante 4 anos nas regiões organizadas tendo em vista expandir o mercado brasileiro de exportações (CORRÊA; PAIVA, 2009).

No mercado interno houve crescimento de espécies como as begônias e as gérberas, o paisagismo também foi um setor que teve bons resultados nesta época, principalmente por estar atrelado ao mercado imobiliário e as exigências de se realizar o reflorestamento, outro setor que demonstrou progresso foi o ramo da decoração (AKI; PEROSA, 2002).

Os maiores consumidores são as mulheres e as empresas e os picos de consumo são concentrados em datas especiais como dia das mães, dia da mulher e outros (AKI; PEROSA, 2002).

2.2. A CADEIA PRODUTIVA DE PLANTAS ORNAMENTAIS

O setor de produção de plantas ornamentais ainda é muito pouco valorizado no Brasil, mesmo que este gere movimentações econômicas expressivas, como no último ano com faturamento estimado de 7,2 bilhões, para muitos o setor ainda é visto como supérfluo (IBRAFLOR, 2017a).

Porém o mesmo exerce importantes funções sociais, culturais, ecológicas e econômicas como já visto. No aspecto social a atividade pode vir a ser desenvolvida em pequenas propriedades, que não comportam outro tipo de produção, possibilitando assim a permanência do homem no campo, diminuindo o êxodo rural (TERRA; ZÜGE, 2013).

No aspecto cultural as flores e plantas ornamentais tradicionalmente fazem parte de ritos, ornamentos em eventos especiais e são usualmente destinadas como agradados em datas comemorativas (TERRA; ZÜGE, 2013; PRADELLA, 2016).

Do ponto de vista ecológico, a produção comercial desempenha um importante papel na preservação de espécies nativas, pois como no Brasil não existe um sistema legal de comercialização destas, e isto acaba levando ao extrativismo e o contrabando que em alguns casos levam a extinção dessas espécies no seu habitat natural (TERRA; ZÜGE, 2013).

Outro ponto é que se pode buscar realizar um cultivo orgânico de plantas ornamentais, utilizando adubos orgânicos, como os esterco animais, caldas protetoras contra pragas e doenças, fabricadas a partir de plantas medicinais, e priorizando o uso de espécies nativas que tenham potencial ornamental (TERRA; ZÜGE, 2013).

Em aspectos econômicos o que mais atrai a atenção dos indivíduos envolvidos é o fato de haver um rápido retorno econômico, devido ao ciclo curto de produção e ao alto valor agregado, além de gerar um número elevado de empregos fixos (TERRA; ZÜGE, 2013).

Os benefícios da produção de plantas ornamentais não se restringem somente aos consumidores finais do produto, existe uma rede complexa de profissionais voltados ao setor da floricultura, e esta rede recebe o nome de Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais, ela é responsável por fazer girar a roda da produção, distribuição e consumo (DAUT, 2002).

Nesta cadeia também são envolvidos diversos agentes, anteriormente a produção propriamente dita, se encontra a indústria de insumos que abastece os demais com produtos que vão desde substratos, sementes, adubos, defensivos, passando por produtos de armazenamento como refrigeradores e de transporte, ainda temos os vasos, fitas, papéis e outros produtos inclusive comprados para utilizar em casa (DAUT, 2002).

O produtor é o agente com envolvimento direto, a ele pertence a terra, área física onde as plantas são produzidas, o capital para investimento. São disponíveis a este diversas variedades de produtos, como flores e folhagens de corte, flores de vaso, plantas para forrações, gramas ou gramados, árvores para arborização entre outros (DAUT, 2002).

Na questão relacionada a comercialização dois agentes são apontados como facilitadores, os varejistas e os atacadistas. Aos atacadistas cabe concentrar os produtos da indústria de insumos e dos produtores de diversos locais do estado e do país, mantendo-os por um período e organizando os mesmos em lotes e pedidos (DAUT, 2002).

Estes pedidos são transportados através de uma rota de comercialização a fim de suprir a necessidade dos varejistas, que englobam os grandes Gardens Centers, floriculturas, supermercados e bancas de venda (DAUT, 2002). Os varejistas tem contato direto com os consumidores finais, que são o objetivo comum de todos os elos desta cadeia, agradar e atender as suas necessidades (DAUT, 2002).

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Floricultura – IBRAFLOR o mercado de flores é responsável por 199.100 empregos diretos, dos quais 78.700 (39,53%) relativos à produção, 8.400 (4,22%) à distribuição, 105.500 (53%) no varejo e 6.500 (3,25%) em outras funções, em maior parte como apoio (IBRAFLOR, 2017b).

Ao todo a cadeia de produção de flores e plantas ornamentais é uma das atividades agrícolas que gera um dos mais elevados números de empregos fixos, em torno 15 a 20 pessoas por hectare (KIYUNA et al., 2003).

Como podemos observar a cadeia de produção de flores e plantas ornamentais está longe de ser supérflua, nela estão envolvidos diversos profissionais nas mais variadas áreas de atuação e com grande importância para a manutenção da cadeia, portanto é importante se conhecer a estruturação de todo mercado produtivo antes de se inserir no sistema.

2.3 MERCADO MUNDIAL DE PRODUÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS

Em termos mundiais, a Holanda ocupa uma posição histórica muito forte e consistente perante o comércio global de flores e plantas ornamentais é considerado como o coração da

floricultura (TORRES, 2015), sendo também o maior produtor mundial (JÚNIOR LIMA et al., 2015).

Além dos já tradicionais polos de produção de plantas ornamentais, outros países estão se desenvolvendo neste setor e tomando grande destaque, como a Colômbia, o Quênia, o Equador e a Etiópia (JÚNIOR LIMA et al., 2015).

Devido à grande capacidade competitiva e o investimento realizado no setor da floricultura estes países estão se tornando os principais fornecedores das grandes cadeias varejistas localizada em países desenvolvidos, como EUA e Reino Unido (JÚNIOR LIMA et al., 2015).

Segundo IBRAFLOR (2017) a África tem emergido como líder na produção de flores cortadas e plantas jovens, nas últimas décadas, o que inicialmente, era consequência de um combo de temperaturas favoráveis e mão de obra barata, hoje é um cenário de desenvolvimento que orgulha o governo e enaltece a logística que, sem dúvida, fortalecerá sua posição de mercado nos próximos anos.

A Holanda tem 62% do total de vendas seguida pela Colômbia com 10,3% das exportações, os outros países mais ascendentes na produção global da floricultura são a Itália, a Dinamarca, a Bélgica, a Alemanha, o Quênia, os Estados Unidos da América, o Canadá, a França, a Espanha, Israel, Costa Rica, Equador, Zimbábue, num total que abrange entre 80 e 100 países exportadores (IBRAFLOR, 2017a).

2.3.1 O desenvolvimento nacional da produção de plantas ornamentais

O Brasil é um país muito rico em diversidade de espécies, a flora e fauna é muito diversa e sempre despertou o interesse de colonizadores, botânicos, artistas e viajantes (HOEHNE, 1930), cerca de 15% a 20% do total de plantas conhecidas se encontram em nosso país (ROMÃO et al., 2015).

Estima-se que cerca de 6.000 espécies nativas de árvores têm potencial ornamental para o paisagismo (MELLO FILHO, 1995), o país também possui cerca de 480 espécies de palmeiras que não são devidamente exploradas, sendo que algumas destas espécies inclusive já são cultivadas em outros países (LEAL; BIONDI, 2006).

Apesar de possuir esta enorme gama de diversidade, o que predomina no consumo e na produção no país são as espécies exóticas, introduzidas principalmente pelos Impérios que dominavam o Brasil, essas plantas caíram no gosto popular e são as mais requisitadas pelos

consumidores, como *Arcantophoenys sp.* (seafortia), *Crysalidocarpus sp.* (areca), *Caryota spp.* (cariota) e *Livistona spp.* (livistona) (PRESTES, 2000).

A produção brasileira é extremamente concentrada no mercado interno, que representa cerca de 99,3% do valor comercializado em 2015, a produção é realizada por cerca de 7.800 produtores, que cultivam 350 espécies entre adaptadas nativos, espécies exóticas e cultivares (PAIVA et al., 2016).

Os dados do setor da floricultura evidenciam a sua importância no agronegócio brasileiro, no período de 2008 a 2011, o setor cresceu, em média, 8% a 10% ao ano nas quantidades oferecidas no mercado e entre 12% a 15% ao ano, no valor das vendas (JUNQUEIRA; PEETZ, 2015). Em 2012, o mercado cresceu entre 7% e 8% em quantidade e entre 10% e 12% no valor comercializado (JUNQUEIRA; PEETZ, 2015). Em 2013, o crescimento observado foi entre 7% e 8%, tanto em quantidade e valor (JUNQUEIRA; PEETZ, 2015).

Apartir deste período com o agravamento dos problemas econômicos e o esgotamento das fontes de expansão mercadológicas, o setor consolidou uma tendência de estabilização do crescimento em cerca de 6% ao ano e ainda mais recentemente 4%, como no ano de 2018 em que a estimativa é de um faturamento de 7,2 bilhões, aumento de 4% em relação a 2017 (Tabela 1) (JUNQUEIRA; PEETZ, 2018).

Tabela 1: Evolução brasileira do total de vendas e do consumo per capita de flores e plantas ornamentais dos anos de 2010 a 2017.

Ano	Total de Vendas (Bilhões R\$)	Consumo Per Capta (R\$)
2010	3,8	19,5
2011	4,4	22,3
2012	4,8	24,1
2013	5,2	25,9
2014	5,6	27,6
2015	6,1	29,9
2016	6,5	31,6
2017	6,9	33,2
2018*	7,2	34,3

*Dados estimados.

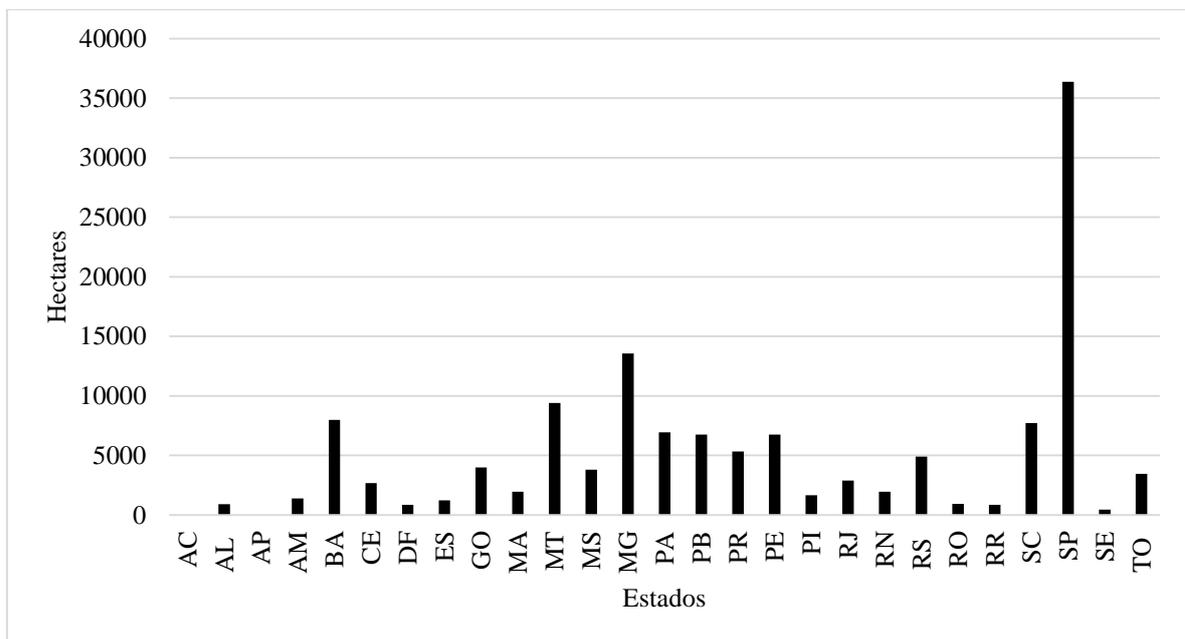
Fonte: Adaptado de JUNQUEIRA; PEETZ, 2018.

Podemos observar pelos dados acima apresentados que o consumo da população vem em uma constante crescente apesar dos cenários de crise econômica os dados se mantiveram em crescimento em algumas épocas inclusive expressivas, os de consumo e consequentemente os de produção.

Segundo dados preliminares do Censo Agropecuário de 2017, no Brasil cerca de 129.464,39 hectares são cultivados com flores (IBGE, 2018). O estados que mais se destaca em termos de produção nacional, como podemos observar no Gráfico 1, é São Paulo, com cerca de 36.359,506 hectares cultivados (IBGE, 2018).

Em segundo lugar o estado de Minas Gerais com 13.565,187 hectares, em terceiro lugar o estado do Mato Grosso com 9.400,772 hectares, em quarto lugar o estado da Bahia com 7.981,527 hectares, em quinto lugar o estado de Santa Catarina com 7.700,689 hectares, em sexto lugar o estado do Pará com 6.941,845 hectares e em sétimo o estado do Pernambuco com 6.755,133 hectares de área cultivada (IBGE, 2018).

Gráfico 1: Relação da área cultivada com plantas ornamentais por estado da nação.



Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de IBGE, 2018.

Como podemos observar no Gráfico 1, os demais estados tem dados de área produzida mais semelhante e tem-se também a situação dos estados do Amapá e do Acre em que nestes casos não há o registro de áreas de cultivo com flores (IBGE, 2018).

O estado de São Paulo como já comentado concentra o maior contingente de produtores e também de área produtiva do país, cerca de 48,9% da produção nacional é

paulista, ocorrendo particularmente nas regiões de Atibaia e Holambra, a partir destas regiões é organizada a oferta a curtas, médias e longas distâncias para as mais variadas regiões do país (JUNQUEIRA; PEETZ, 2018).

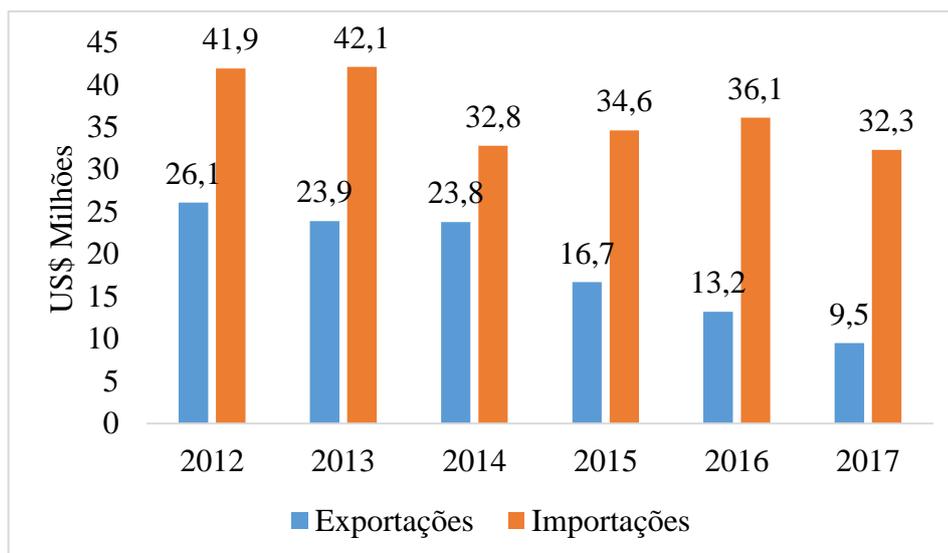
A exportação brasileira de flores é quase nula e não vislumbra nenhum futuro promissor, em vez de exportar, atualmente ocorrem mais importações da Colômbia e do Equador, as Rosas estão entre as principais flores importadas (IBRAFLOR, 2017a).

O Brasil nunca teve destaque no campo da floricultura no mercado exterior, os maiores índices já registrados ficam entre 2005 e 2011, éramos conhecidos e com a piora do câmbio, a atividade parou, em contrapartida houve melhorias no mercado interno (IBRAFLOR, 2017a).

Em termos de exportação o Brasil está apenas exportando mudas e bulbos, o envio de flores cortadas parou a uns 6 anos devido aos altos custos, o câmbio desfavorável e, principalmente devido um mercado interno aquecido (IBRAFLOR, 2017a).

Com o enfraquecimento do real a importação de mudas, bulbos e sementes, ou seja, material básico para a produção ficou muito cara (IBRAFLOR, 2017a). Isso tem um grande impacto nos custos para os produtores, como podemos observar, no Gráfico 2, nas estatísticas do ano de 2017 as importações sofrem uma queda significativa de 11% e ficando quase empatada com o saldo das importações de 2014 (IBRAFLOR, 2017a).

Gráfico 2: Exportações e importações brasileiras de flores e plantas ornamentais.

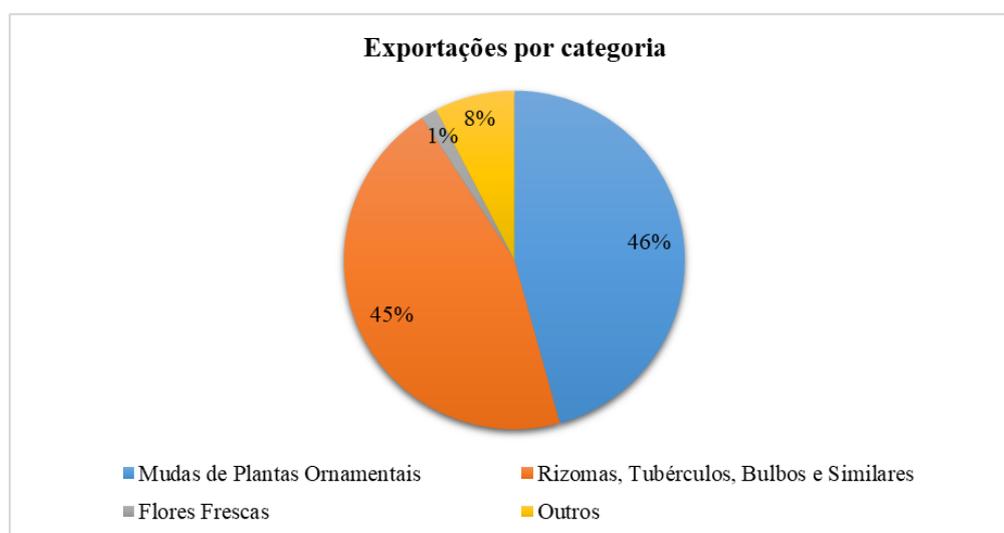


Fonte: MDIC (ALICE)- Ministério da Indústria e Comércio Exterior.

Analisando os dados do Gráfico 2 fica evidenciado o quanto as exportações brasileiras decaíram ao longo dos anos chegando em 2017 a apenas US\$ 9.5 milhões, pouco mais de um terço do total do ano de 2012.

Quando pensamos em produto, as categorias que se sobressaem são bulbos, rizomas, tubérculos, mudas de plantas, como fica evidenciado no Gráfico 3, que mostra as porcentagens dos produtos exportados pelo Brasil em 2017.

Gráfico 3: Valor das exportações por categoria de produtos de 2017.



Fonte: Adaptado de IBRAFLOR (2017a).

2.3.2 O cultivo de plantas ornamentais em Santa Catarina

Historicamente o estado de Santa Catarina teve um papel importante no desenvolvimento da floricultura no Brasil, consolidou o sul como polo de produtor, e foi pioneiro no cultivo de plantas tropicais e dominou o setor paisagístico (AKI; PEROSA, 2002).

Em 2002 o estado ocupava o 3º lugar na produção nacional, durante o Programa Brasileiro de Exportações de Flores, o FloraBrasilis, o estado foi muito bem classificado em relação ao seu nível tecnológico, grau de organização e potencial exportador (BUANAIN; BATALHA, 2007).

A produção em Santa Catarina teve início provavelmente na década de 50, com a vinda dos imigrantes alemães e italianos, surgindo assim importantes polos produtivos, sendo

estes na região norte e nordeste, nas cidades de Joinville e Corupá e na região do vale do rio Itajaí, nas cidades de Rio d'Oeste, Indaial e Laurentino (CASTÃN, 2002).

Inicialmente, com mais destaque para as regiões de imigração alemã, o cultivo e a comercialização de flores era como uma tradição passada de geração a geração, em geral esses eram feitos em pequena escala, no próprio jardim, em áreas que não ultrapassavam 500 m², misturando-se à própria roça (ALTHAUS-OTTMANN et al., 2008).

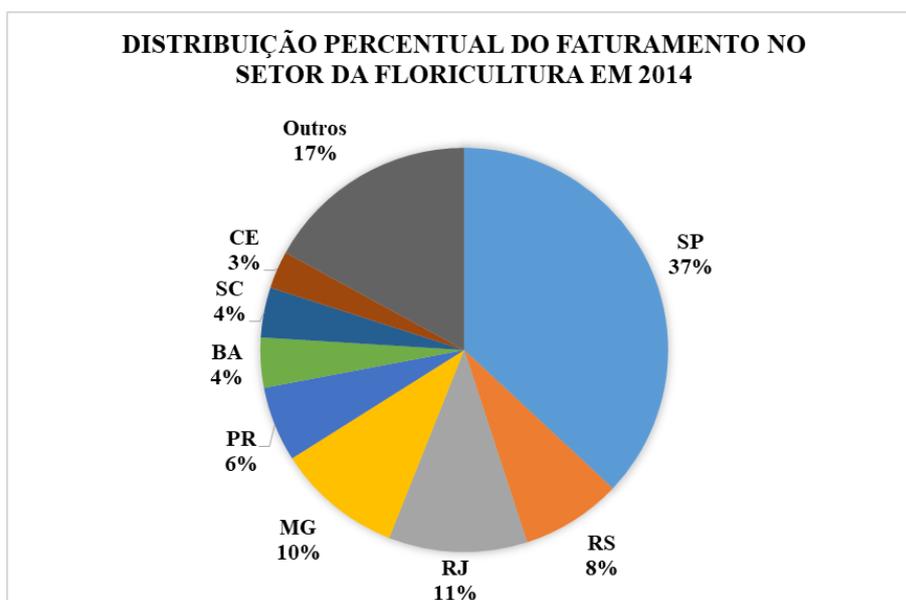
A variedade de espécies cultivadas era pequena entre elas crista-de-galo, zínias, calêndulas, rosas, dalias, antúrio, folhagens e algumas orquídeas, coletadas nas florestas (ALTHAUS-OTTMANN et al., 2008).

Posteriormente, já nas décadas de 1970 e 1980, surgem novos grupos de produtores de plantas ornamentais em Santa Catarina (CASTÃN et al., 2006). As principais espécies produzidas são as forrações, gramas, flores e plantas envasadas, flores de corte, bem como árvores, arbustos e outras plantas de jardim (EPAGRI, 2011).

A produção ornamental vem evoluindo constantemente no estado, fatores como as variações climáticas, a disponibilidade hídrica, térmica, a umidade relativa do ar e a disponibilidade luminosa tem uma enorme influência sobre a qualidade das plantas produzidas e o frio é o fator mais limitante no estado (EPAGRI, 2011).

Segundo Júnior Lima et al. (2015), o estado de Santa Catarina no ano de 2014 faturou cerca de 4% de um total nacional de R\$ 5,4 Bilhões (Gráfico 4), o que equivale a cerca de R\$ 61,2 Milhões provenientes da comercialização de plantas ornamentais.

Gráfico 4: Distribuição percentual do faturamento no setor da floricultura em 2014.



Fonte: Adaptado de JÚNIOR LIMA et al. (2015).

Analisando-se a área de cada estado destinada ao cultivo de flores e plantas ornamentais no ano de 2014, nos deparamos com um cenário mais propício ao estado de Santa Catarina, pois o mesmo possui cerca de 998 hectares, perdendo somente para São Paulo com 7.000 hectares e Rio Grande do Sul com 1.360 hectares (JÚNIOR LIMA et al. 2015).

Em relação ao número de produtores em 2014, Santa Catarina possui cerca de 5% do total nacional de 8.248, em números contabilizou-se cerca de 412 produtores no estado, distribuídos em de 115 municípios (JÚNIOR LIMA et al. 2015).

Segundo Júnior Lima et al. (2015) as maiores dificuldades do desenvolvimento da produção ornamental em Santa Catarina é a falta de mão de obra especializada, a baixa tecnologia, a alta informalidade e as condições de logística e de mercado interno que desfavorecem a da produção.

Porém, nos municípios onde tem-se a produção ornamental ela é vista de forma muito positiva, produtores, técnicos e o setor público em geral consideram importante o cultivo de ornamentais em seu município, pois além de se encaixa muito bem no contexto de desenvolvimento sustentável, possibilita a geração de emprego e renda aos produtores rurais e a utilização da mão de obra familiar (EPAGRI, 2011).

2.4 O CULTIVO DE PLANTAS ORNAMENTAIS COMO ALTERNATIVA PARA PEQUENOS PRODUTORES RURAIS

A questão direta da mão-de-obra necessária para a produção também é muito importante no setor; Kämpf (2005) cita que chegam a ser necessários de 15 a 30 trabalhadores/ha, devido aos tratos culturais frequentes e mais específicos. Para cada R\$ 1 milhão investido, a floricultura gera 404,24 novos empregos, quase quatro vezes mais a geração de empregos observados no agronegócio brasileiro como um todo (TERRA; ZÜGE, 2013).

Almeida (2004), cita que a produção de flores pode gerar um rendimento dez vezes superior à média do rendimento obtido com o cultivo de frutas tradicionalmente plantadas no país, como banana, abacaxi e uva.

De acordo com Duval (2014), a floricultura tem capacidade de geração de renda, variando de 50 mil a 100 mil reais por hectare cultivado/ano, sendo muito atrativa para pequenos produtores, tanto que o tamanho médio nacional das propriedades produtoras de flores e plantas ornamentais é de 3,5 a 6,5 ha.

Além de se revelar uma ótima fonte de renda a produção de plantas ornamentais pode ser realizada em áreas consideradas impróprias para os demais cultivos, como terrenos muito

acidentados, como é o caso do estado de Santa Catarina, podendo se tornar uma forma de permanência do homem no campo (BUDAG; SILVA, 2000).

É importante ressaltar que a atividade demanda mão-de-obra intensiva e adoção de tecnologias avançadas na produção, pós-colheita e logística de distribuição e venda, principalmente para flores cortadas e em vasos (DUVAL, 2014).

Tornando a assistência técnica um fator um tanto quanto indispensável (DUVAL, 2014), outro aspecto extremamente importante antes do produtor efetivar qualquer investimento é a realização de um estudo de viabilidade técnica e econômica, para que o mesmo possa estar seguro, conhecendo as peculiaridades do seu negócio e também para que esteja apto a aproveitar as oportunidades e se proteger das ameaças ao negócio (DIAS-ARIEIRA et al. 2008).

Quando se tratando da necessidade de assistência técnica e de mão-de-obra especializada, a floricultura poderia ter um espaço maior dentro do setor agrícola, segundo Terra e Züge (2013) existe ainda uma carência de apoio dos órgãos financiadores, a falta de incentivo à pesquisa para melhoria de técnicas de produção, de pós-colheita e estudo de espécies nativas com potencial ornamental.

Ainda segundo os mesmos autores este fator poderia contribuir muito com a formação de técnicos mais eficientes, capacitados a praticar extensão nessa área, auxiliando diretamente a produção e a comercialização das plantas ornamentais (TERRA; ZÜGE, 2013).

Sendo observadas todas essas particularidades, muitos autores encontram resultados positivos em relação a viabilidade econômica da produção ornamental, como o caso do estudo realizado por Dias-Arieira et al. (2008) no noroeste do Paraná, que apresentou bons resultados com um *payback*, ou retorno do capital investido, a partir do segundo ano de implantação, um Valor Presente Líquido (VPL) de R\$ 432.401,36 e uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 98%.

Para Junqueira e Peetz (2018), a atividade de produção de flores e plantas ornamentais no Brasil é altamente promissora e estratégica, uma vez que permite a exploração economicamente rentável de pequenas áreas agrícolas e de propriedades próximas aos centros urbanos, além de suprir um grande contingente de mão-de-obra.

Outro ponto destacado pelos autores é que o mercado consumidor está ávido por produtos diferenciados, com qualidade e com preço acessível, para isto é necessário empreender com inovação, tecnologia e boas práticas comerciais para que o sucesso seja garantido, numa base sustentável, não só do ponto de vista ecológico e ambiental, mas também socioeconômico (JUNQUEIRA; PEETZ, 2018).

3 METODOLOGIA

O estudo proposto neste trabalho foi realizado de maneira integral no município de Chapecó-SC, por meio de aplicação de entrevistas semiestruturadas, as quais foram realizadas com produtores rurais (feirantes), consumidores e comerciantes de flores e plantas ornamentais. Previamente ao início da pesquisa, o projeto foi submetido à análise do comitê de ética, da UFFS. O projeto está registrado sob o número CAAE 89179118.9.0000.5564, na Plataforma Brasil, e foi aprovado no mês de julho de 2018.

A pesquisa foi realizada com uma abordagem qualitativa. As entrevistas semiestruturadas seguiram um roteiro previamente estabelecido, com perguntas predeterminadas (Anexos A, B e C). O tamanho da amostra de consumidores e comerciantes foi calculado de acordo com Santos (2018), por meio da seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

n - amostra calculada

N - população

Z - variável normalmente padronizada associada ao nível de confiança (1,96)

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral

Para estimar o número de consumidores de flores e plantas ornamentais, foi considerada a população total do município de Chapecó, estimada pelo IBGE (2018), para 2017, que é em torno de 213.279 mil habitantes. Utilizando-se o método de Santos (2018), com um nível de confiança de 95% chegou-se a uma amostra necessária de 45 entrevistas.

Para estimar a amostra de floriculturas a serem entrevistadas, obtivemos 21 floriculturas que possuem cadastro no setor de fiscalização tributária da prefeitura de Chapecó (PREFEITURA DE CHAPECÓ, 2018b). Utilizando a calculadora amostral, com um nível de confiança de 95% chegou-se a uma amostra necessária de 18 estabelecimentos (SANTOS, 2018).

Para o estudo com os produtores rurais, foram entrevistados 24 feirantes, e se constatou um número de três destes que são produtores de plantas ornamentais que realizam a venda de seus produtos nas feiras livres de Chapecó, a amostra é sucinta mas compreende o total de produtores encontrados.

Ao final chegou-se ao número mínimo de entrevistas com três produtores, 45 consumidores e 18 estabelecimentos que foram escolhidos de forma aleatória não havendo nenhuma restrição para participação na pesquisa, desde que assine o termo de consentimento esclarecido e demonstre interesse em responder a entrevista.

As entrevistas realizadas para produtores rurais (Anexo A) contaram com questões que tinham o objetivo de caracteriza-los como produtores, como por exemplo, em relação ao tamanho da sua área de terra, as fontes de renda da sua propriedade, o número de pessoas que sobrevivem e auxiliam no trabalho, também foram questionados em relação a cadeia produtiva de plantas ornamentais se já pensaram em se inserir neste ramo, quais as maiores dificuldades que eles acreditam haver para quem trabalha neste e quantos produtores de plantas ornamentais os mesmos conhecem e se acreditam que o município demanda mais produtores.

Os consumidores (Anexo B) foram questionados em relação ao seu padrão de consumo, quais as espécies que mais consomem, quais as épocas ou datas em que mais busca plantas ornamentais, qual o valor médio que estes dispõem gastar no evento de compra, o que mais eles observam na hora de consumir, se estes tem o desejo de consumir mais plantas e quais os empecilhos para que isto não ocorra, em relação a origem dos produtos que estes consomem se costumam ter cuidado com sua origem na hora de escolher, se eles acreditam que se houvessem mais produtores na região o preço poderia diminuir e também quais os fatores que são observados na hora de escolher o local em que iram comprar suas plantas.

Aos comerciantes (Anexo C) foram realizadas perguntas relacionadas aos seus fornecedores a origem dos seus produtos, as exigências dos consumidores de Chapecó e o nível do consumo destes foram questionados também em relação aos diferenciais do seu estabelecimento para que os clientes se sintam satisfeitos.

Procurou-se realizar as entrevistas em diversos pontos de comercialização da cidade, em diferentes bairros e na região central, entre os estabelecimentos foram visitadas floriculturas e supermercados, elencados basicamente por sua localização diversificada.

Quanto aos consumidores não foi utilizado um critério de escolha, os mesmos foram abordados aleatoriamente quando encontravam-se circulando nos estabelecimentos visitados.

As entrevistas com produtores de plantas ornamentais ocorreram nas feiras da cidade, devido a facilidade de acesso aos mesmo.

Como a pesquisa se trata de uma pesquisa qualitativa que tem o ser humano como principal fonte de resposta, ela é regida pela Resolução nº 510 de 07 de abril de 2006 e um dos artigos desta resolução se refere ao fato de que o entrevistado deve demonstrar

consentimento para com a pesquisa, para que isto fique registrado foi realizada a elaboração de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo D), que traz uma breve explicação dos objetivos da pesquisa, dos direitos do participante, do tempo de duração da mesma, o termo também contém a assinatura e o contato do pesquisador e do orientador responsável, uma via deste fica de posse do entrevistado e outra de posse do entrevistador para que ocorra o arquivamento e validação da pesquisa.

A abordagem dos entrevistados se deu de maneira clara, inicialmente foram apresentados aos mesmos os objetivos da pesquisa, sua importância para o entendimento da cadeia produtiva de plantas ornamentais, o entrevistador fez inicialmente a leitura do termo de consentimento para que o entrevistado se sentisse seguro em assina-lo, após foi solicitada a assinatura das duas vias do termo de consentimento esclarecido.

Após este processo se iniciou-se o procedimento da entrevista em si, as perguntas contidas nas entrevistas foram realizadas de forma oral, por somente um entrevistador, caso o entrevistado tenha autorizado a mesma foi gravada para posterior transcrição, caso o entrevistado não tenha autorizado a gravação, a mesma foi realizada de forma manuscrita no momento da entrevista.

Além destes procedimentos de abordagem todos os direitos dos entrevistados foram respeitados e garantidos, pois como esta é uma pesquisa que envolve seres humanos, ela se enquadra dentro dos princípios da Resolução nº 510 de 07 de abril de 2006, que regulamenta este tipo de pesquisa.

Findada a pesquisa, ocorreu a transcrição das informações para cada um dos grupos e a tabulação das mesmas para a realização das análises estatística, através da tabulação simples dos dados na planilha eletrônica de cálculo Excel*, os dados obtidos foram confrontados com as informações disponíveis na literatura especializada sobre cultivo de plantas ornamentais, para detectar discrepâncias e/ou particularidades, também foi realizada uma análise de frequência das respostas.

Após a obtenção dos dados, pode-se realizar a caracterização da cadeia produtiva de plantas ornamentais, como a organização ou falta de organização do setor contribui no diminuto número de produtores de plantas ornamentais no município de Chapecó, na política de preço adotada pelos comerciantes e também na participação dos consumidores na cadeia, se os mesmos sente-se desfavorecidos pela baixo número de produtores na região quais são as percepções desta classe e quais os seus anseios na busca de produtos ornamentais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADOS AOS PRODUTORES RURAIS

Devido à dificuldade de encontrar produtores de plantas ornamentais no município, as entrevistas foram realizadas somente com três produtores que representam o total de produtores de plantas ornamentais encontrados nas feiras livres do município.

Para que possamos entender um pouco a realidade em que os produtores de plantas ornamentais do município estão inseridos, foram realizadas algumas questões com a finalidade de caracterização, como o tamanho das propriedades e a mão de obra familiar.

Em relação ao tamanho da área, o produtor A possui três hectares, o produtor B possui 1,2 hectares e o produtor C possui 1200 metros de área, o que não chega a 1 hectare.

Segundo Duval (2014) o tamanho médio das propriedades produtoras de plantas ornamentais no Brasil, de forma geral, é de cerca de 6,5 ha; comparando-se com os resultados obtidos nessa pesquisa, constata-se que todos os produtores entrevistados uma área de terra menor do que a média do produtores nacionais.

Dois dos três entrevistados, os produtores B e C possuem como única e exclusiva fonte de renda a produção de plantas ornamentais, já o produtor A exerce outras atividades relacionadas a apicultura e realiza o cultivo de plantas suculentas.

Analisou-se também a disponibilidade de mão-de-obra na propriedade, já que esta é fundamental para os tratos culturais e cuidados com as plantas ornamentais; as 3 propriedades contam com mão-de-obra familiar realizada por dois integrantes da família em geral o casal. O que vai de encontro com os dados coletados por Kiyuna et al. (2004) em que média dos estados brasileiros é de dois trabalhadores familiares permanentes por propriedade produtora de plantas ornamentais.

Os três agricultores participantes se enquadram no contexto de agricultura familiar ou empreendimento rural familiar, que de acordo com a Lei nº 11.326 (BRASIL, 2006), são todos aqueles que não detenham mais que quatro módulos fiscais (em Chapecó um módulo fiscal equivale a 20 hectares); utilize predominantemente mão de obra familiar nas atividades; tenham percentual mínimo de renda exigido originado do estabelecimento rural; Dirija seu empreendimento ou estabelecimento com a família

A agricultura familiar tem papel fundamental no cenário econômico nacional, estima-se que são cerca de 4,4 milhões de famílias agricultoras que representam 84% dos estabelecimentos rurais brasileiros (MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO - MDA, 2017).

Porém, apesar de expressiva em questão de números, a agricultura familiar está cada vez mais sujeita as influências, tanto do mercado externo como do mercado interno, para superar estes obstáculos tem sido cada vez mais necessário buscar novas alternativas, em atividades pouco exploradas, como por exemplo a floricultura (COSTA et al., 2017).

O produtor A mencionou durante a entrevista que já cultivou plantas em maior escala e somente plantas ornamentais, mas que a questão do mercado dificultou muito a continuidade da atividade, por isto hoje ele se dedica a outras atividades e tem a produção ornamental como renda secundária.

Os entrevistados desta parcela da cadeia produtiva foram questionados quanto aos obstáculos e dificuldades que eles acreditavam que um produtor de plantas ornamentais enfrentar, e vários pontos foram destacados.

O produtor A relatou que o clima é uma das principais dificuldades com períodos de frios intensos prejudicando a produção das plantas, outro ponto destacado por ele é a comercialização pois para os produtores daqui é muito difícil ter competitividade com as plantas que vem de fora da região.

O produtor B ressaltou a questão da assistência técnica especializada, que não é encontrada nem nos órgãos públicos estaduais e nem nos municipais, outro ponto de dificuldade é a aquisição de insumos para a produção por se tratar de uma região que tem pouca tradição como produtora.

Já o produtor C destacou a questão da competitividade, principalmente com os produtos comercializados em supermercados pois estes são comprados em grande quantidade e a preços mais baixos, refletindo também no preço final revertido ao consumidor.

A questão da falta de assistência técnica especializada que foi citada durante as conversas é uma preocupação muito válida, uma vez que há carência em pesquisas e estudos sobre este ramo. Machado Neto e Jasmim (2012) constataram cenário semelhante, no estado do Rio de Janeiro, em relação à produção de flores tropicais, destacando como um dos principais limitantes para a expansão da produção a deficiência de na assistência técnica especializada.

Em outro trabalho de área correlata, Shams (2010) em um levantamento sobre a Engenharia Agrônômica e o paisagismo no estado de São Paulo, constatou que somente 23% dos profissionais que atuam nesse setor possuem formação em Agronomia, e que 58% dos profissionais relatam insegurança quanto sua formação, para capacitação no mercado de trabalho.

Em levantamento realizado no estado de Santa Catarina, Neves e Pinto (2015) constataram que, de forma geral, existe insuficiência em assistência técnica, apesar de existir uma forte atuação da EPAGRI, sendo a região carente de técnicos especializados na produção de plantas ornamentais, o que dificulta a transferência de tecnologia.

Quando questionados quanto a remuneração dos produtos, os produtores relataram que está em geral não é boa devido aos custos de produção que na região são muito altos e também a concorrência com os demais vendedores de plantas ornamentais na cidade, outra questão levantada é que esta renda varia conforme as épocas do ano.

Na questão da viabilidade financeira os dados aqui levantados, se opõem com a pesquisa de Costa et al. (2017), que constatou que a maioria dos produtores de Tangará da Serra- MT, aproximadamente 78%, acreditam que o cultivo de flores tropicais é rentável.

Os produtores de plantas ornamentais foram questionados quanto a demanda de mais produtores em Chapecó, para o produtor A existe demanda mas deve-se pensar em mais espaços para a comercialização, mais feiras e outras atividades de desenvolvimento do consumo, o produtor B acredita que tem espaço para mais produtores já que grande parte dos produtos vendidos na cidade vem de fora da região, somente o produtor C acredita que não tenha espaço para mais produtores no município.

Em um trabalho realizado por Terra e Zügue (2013) em Bagé- RS, pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul –UERGS, foi ofertado um curso teórico e prático de produção de flores e plantas ornamentais, que abrangeu estudantes de ensino médio e superior, profissionais liberais, professoras de escolas estaduais e municipais e detentos de presídio que estavam em regime semiaberto. Ao fim do curso o resultado foi considerável onde a maioria dos alunos quando questionados se trocariam a atividade profissional atual pelo cultivo de flores e plantas ornamentais responderam afirmativamente (TERRA; ZÜGE, 2013).

Observando os últimos três gráficos pode-se afirmar que os agricultores apesar de não demonstrarem interesse pelo ramo da floricultura, ainda acreditam que o mesmo tem demanda no município e que gera uma boa remuneração, isso nos leva a crer que realmente a falta de incentivo e até mesmo de conhecimento sobre o ramo é um grande obstáculo a ser vencido para que a produção ornamental cresça em Chapecó.

Baseando-se nos resultados de Terra e Zügue (2013) fica o questionamento se aos agricultores de Chapecó não faltam projetos como este para iniciar o desenvolvimento desse ramo na cidade, beneficiando também consumidores e comerciantes.

4.2 LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADOS AOS COMERCIANTES DE PLANTAS ORNAMENTAIS

Foram entrevistados 18 estabelecimentos comerciais na cidade de Chapecó que possuem a comercialização de plantas ornamentais, sendo estes 15 floriculturas e 3 supermercados, os quais foram escolhidos em bairros distintos para obter-se uma representatividade maior da situação de comercialização no município.

Os proprietários dos estabelecimentos foram questionados em relação as maiores exigências que os consumidores Chapecoenses tem em relação as plantas ornamentais que estão buscando consumir, a maioria das respostas foi que a principal exigência é o preço baixo para os produtos, destacado por 89% dos estabelecimentos (Tabela 2); outra questão é a qualidade, que foi destacada por 78% dos estabelecimentos.

Tabela 2: Principais exigências dos consumidores de Chapecó- SC.

Exigência	Porcentagem
Variedade	22
Aparência	27
Preço	89
Qualidade	78

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

O padrão de consumo dos Chapecoenses também foi questionado durante as entrevistas e cerca de 39% (Gráfico 5) dos empresários do ramo da floricultura acredita que este é baixo em relação ao tamanho da população da cidade e a renda, já cerca de 33% considerou este ideal para a cidade.

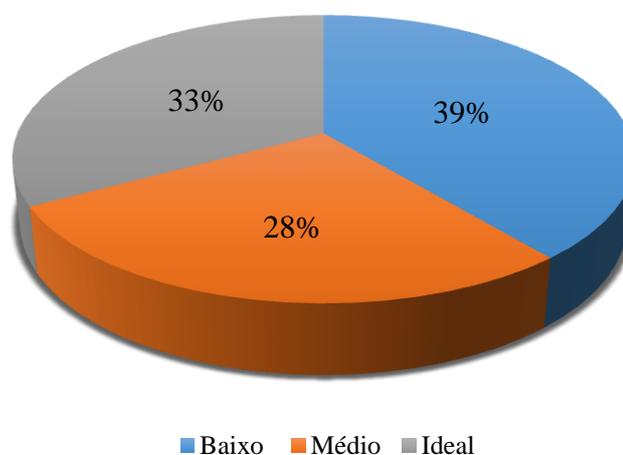
Algo de grande destaque dentre as respostas foi que os proprietários das floriculturas destacaram a concorrência com as redes de supermercados, pois estas conseguem um preço menor devido a maior quantidade de produto e também realizam um maior número de promoções, atraindo assim os clientes que já utilizam o serviço do supermercado para as compras domésticas.

Menegaes et al. (2015) verificou que esta também é uma preocupação dos floristas da cidade de Santa Maria-RS, pois nos últimos anos os supermercados tem iniciado a comercialização de produtos oriundos da floricultura, o que reduziu de forma representativa a venda de flores e plantas envasadas nos locais especializados.

Outro ponto destacado no mesmo trabalho é em relação a qualidade destes produtos que é visualmente inferior quando comparada à das floriculturas, assim como o valor dos produtos, em geral, é menor (MENEGAES et al.,2015).

Apesar de todos estes contrapontos para os ambientes de venda especializados, a inserção do varejo supermercadista no segmento repercutiu em ganho muito grande na floricultura nacional (ANDRADE, 2013).

Gráfico 5: Padrão de consumo dos Chapecoenses.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados das entrevistas.

Quando os comerciantes foram questionados quanto aos seus fornecedores, em relação aos requisitos que estes deveriam ter, o ponto mais destacado foi fornecer produtos de qualidade com um bom preço, para que este preço também pudesse ser menor para o consumidor.

Observamos outras respostas relacionadas também a padronização, responsabilidade e comprometimento com as datas de entrega, preocupação como fornecimento de espécies diferenciadas, a quantidade e a idoneidade dos produtos entregues, onde foi destacado que era importante que os produtos fossem legalizados.

Estas preocupações dos comerciantes de Chapecó também foram observadas por Silva (2010) em Maceió-AL, onde as reclamações em relação aos fornecedores eram relacionadas exatamente ao não atendimento do prazo de entrega, a baixa qualidade dos produtos, ao estado que os produtos chegavam devido a longa viagem e mau condicionamento das plantas, gerando grandes perdas para o comprador e a irregularidade no fornecimento de mercadorias.

Os comerciantes foram questionados em relação a sua preocupação com a origem dos produtos que eram comercializados em seu estabelecimento, a grande maioria deles, 78%

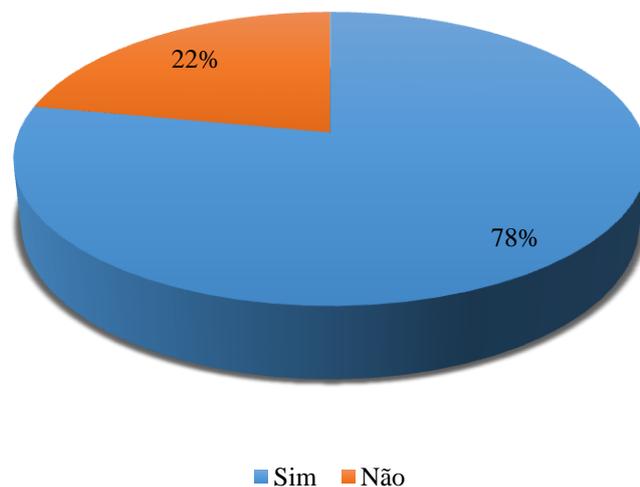
(Gráfico 6) diz se importar com a origem dos seus produtos, já 22% não tem muita preocupação desde que estes tenham qualidade.

A maioria dos comerciantes diz que as flores e plantas ornamentais comercializadas em seu estabelecimento vem de Holambra-SP, algumas vem do litoral catarinense e outras do estado do Rio Grande do Sul; quanto a reposição das plantas muitos relataram haver reposição semanal. Para Menegaes et al. (2015) a origem das flores e plantas ornamentais do mercado Santa-mariense também em sua maioria são advindas do Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Ainda pelos relatos dos floristas de Santa Maria-RS, os produtos das floriculturas vindos de SP estão vinculados à Cooperativa Veiling Holambra, sendo principalmente as flores de corte e de vaso e a principal razão que leva a esta busca é o menor preço, a confiança no volume disponibilizado, a boa qualidade visual e fitossanitária (MENEGAES et al., 2015).

Os floricultores de Curitiba-PR em sua maioria comparam seu produto de São Paulo, num total de 76%, já outros 11% comercializam produtos de Curitiba, 8% comercializam sua própria produção e 5% compram produtos de Santa Catarina (LARA; CARVALHO, 2003).

Gráfico 6: Preocupação com a origem dos produtos comercializados.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Realizou-se uma pergunta em relação a falta de produtores no município de Chapecó e se os comerciantes acreditavam que se houvessem mais produtores no municípios os produtos da floricultura teriam um preço menor para os consumidores; metade dos estabelecimentos entrevistados acredita que sim que pode haver redução de preço pois o frete que se paga para trazer as plantas de outras regiões do Brasil acaba encarecendo o produto.

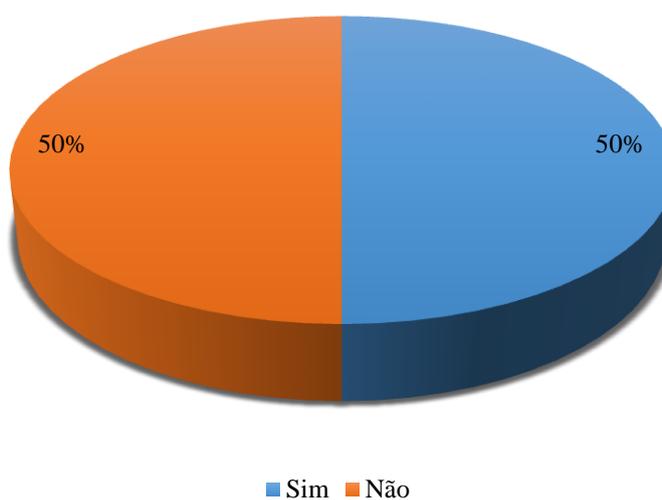
A outra metade dos comerciantes acredita que a questão do preço não mudaria, pois como a região é de clima mais frio o investimento dos produtores para uma produção com qualidade deve ser muito grande, então eles não conseguiriam fazer com que o preço melhorasse.

Já alguns proprietários acreditam que se tivesse mais produção no município, a qualidade do produto poderia ser maior, pois muitas vezes durante o transporte, quando o mesmo é mal feito, as plantas perdem qualidade e podem se tornar em alguns casos até inviáveis para a venda.

Este problema foi relatado também no trabalho de Ceratti et al. (2007), onde os floristas do município de Lavras estavam insatisfeitos com as condições que as plantas chegavam até a cidade, uma vez que os grandes centros de comercialização são muito distantes e os produtos da floricultura altamente perecíveis.

As opiniões se divergem e os comerciantes se dividem quanto a esta questão como já citado e como podemos observar no Gráfico 7 abaixo:

Gráfico 7: Se houvessem mais produtores na região o preço seria menor.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Outra questão realizada foi em relação aos diferenciais que os consumidores poderiam encontrar no estabelecimento entrevistado, foram várias respostas, as mais frequentes foram em relação a qualidade, ao bom atendimento, ao preço, a criatividade das embalagens, a

organização na exposição dos produtos, a procura de espécies diferenciadas e a informação passada ao cliente como uma forma de assistência no cuidado com a planta.

4.3 LEVANTAMENTO DE DADOS RELACIONADO AOS CONSUMIDORES DE PLANTAS ORNAMENTAIS

As entrevistas realizadas aos consumidores de plantas ornamentais foram realizadas nos supermercados entrevistados como locais de comercialização, pela facilidade na abordagem dos consumidores e pelo grande fluxo de pessoas destes locais. Os consumidores eram abordados quando estavam realizando o ato da compra.

Quando questionados quais eram as espécies de plantas que os mesmos tinham preferência em consumir, as respostas mais frequentes foram as orquídeas sendo citadas por 67% dos consumidores, as rosas citadas por 38 % dos consumidores, os kalanchoes citados por 29 % dos consumidores, os bonsais citados por 13% dos consumidores (Tabela 3).

A maioria dos entrevistados citou mais que uma espécie como sua preferida, ao todo foram citadas 27 espécies (Tabela 5); por, outras enquadram-se espécies citadas somente uma vez, como por exemplo: cravo, boca de leão, gerânios, amarílis, árvores de sombra, onze-horas, pimentinha, begônia, flor do campo e antúrio.

Assim como já destacado as flores tem uma perecibilidade enorme, a grande maioria das espécies vem de estados distantes, o que exige que seu transporte seja extremamente delicado, cuidadoso e refrigerado, o que muitas vezes não acontece podendo perder-se produto e elevando assim o custo, as rosas uma das espécies mais queridas pelos chapecoenses são exemplo claro deste problema, visando isto uma produção mais regionalizada tende a reduzir este tipo de dano ao consumidor.

Tabela 3: Espécies de plantas preferidas pelos consumidores de Chapecó.

Espécies	Porcentagem
Orquídeas	67
Rosas	38
Kalanchoe	29
Bonsai	13
Suculentas	11
Crisântemos	11
Lírio	7
Violeta	7
Folhagens	7
Frutíferas	7
Gérberas	7
Tulipas	4
Amor-Perfeito	4
Margaridas	4
Azaleias	4
Samambaias	4
Outras	22

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Nunes (2017) pode notar em seu trabalho na microrregião de Barbacena-MG, que 55% dos entrevistados preferem consumir flores envasadas, seguidas de flores de corte e folhagens envasadas, estes resultados se assemelham muito com o encontrado em Chapecó-SC.

Junqueira e Pettz (2017) já vinham observando que as orquídeas estão conquistando importantes posições de consumo no mercado brasileiro, passando a ser a principal opção para quem busca plantas ornamentais para presentear em datas comemorativas, especialmente as espécies de orquídeas que produzem flores grandes como no caso das *Phalenopsis* e *Cymbidium*.

Em relação ao consumo em determinadas datas do ano, a grande parte dos entrevistados relatou comprar flores para presentear em aniversários, cerca de 51% dos entrevistados e para o dia das mães 42% entrevistados (Tabela 4). Cerca de 27% dos entrevistados relataram que não costumam comprar flores para datas comemorativas, mas durante o dia a dia, alguns dos entrevistados que afirmaram presentear com flores também fazem consumo no dia a dia.

Tabela 4: Datas de maior consumo de flores e plantas ornamentais.

Data	Porcentagem
Aniversários	51
Dia das mães	42
Fora de data	27
Finados	20
Natal	7
Dia das mulheres	4
Dia dos namorados	2

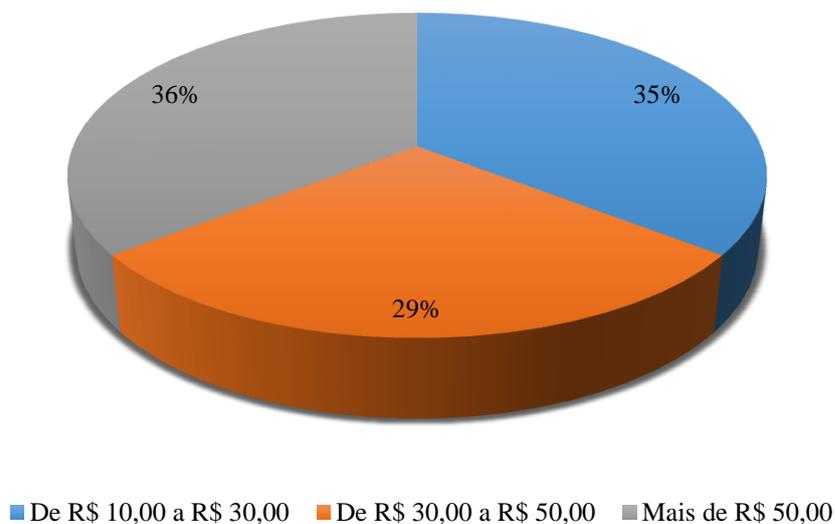
Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Dados semelhantes aos encontrados nessa pesquisa foram obtidos no trabalho de Lara e Carvalho (2003), os quais observaram o perfil do consumidor de Curitiba-PR, e concluíram que 63% dos entrevistados costumam comprar flores às vezes, 15% compram raramente, 12% nunca compram e 10% sempre compram.

Já Nunes (2017) evidenciou que quando perguntados sobre a compra independente de datas tradicionais ou com intuito de presentear alguém, 85% dos entrevistados afirmaram que não compraria nenhum tipo de espécie flores ou plantas ornamentais, ou seja, resultado inverso ao encontrado em Chapecó.

Quando os consumidores foram questionados quanto ao valor gasto no momento da compra de uma flor ou planta ornamental, cerca de 36% dos entrevistados relatou que gasta mais que R\$ 50,00; já 35% costumam gastar entre R\$ 30,00 e R\$ 50,00 e 29% entre R\$ 10,00 e R\$ 30,00 (Gráfico 8);

O consumo médio anual per capita do brasileiro em flores e plantas ornamentais é atualmente estimado em R\$ 31,50 (JUNQUEIRA; PETTZ, 2017). O Distrito Federal concentra o maior consumo per capita de flores e plantas ornamentais do país, sendo seguido, pelos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina, São Paulo, Rio Grande do Sul, Goiás, Espírito Santo, Paraná e Ceará (JUNQUEIRA; PETTZ, 2017).

Gráfico 8: Valor gasto no momento da compra.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados das entrevistas.

Nunes (2017) observou que 40% dos entrevistados na microrregião de Barbacena-MG, estava disposto a consumir R\$21,00 a R\$ 50,00 por evento de compra, seguidos por 30% com disposição para consumir de R\$ 51,00 a R\$ 70,00 reais. No mesmo trabalho os consumidores foram perguntados se os mesmos estariam dispostos a pagar mais caro por produtos sabendo que os mesmos foram produzidos com baixo uso de produtos químicos, mão de obra bem remunerada e conservando o meio ambiente, surpreendentemente 68% responderam que sim estariam dispostos (NUNES, 2017).

Esta questão abre a possibilidade aos produtores que tem como princípio uma produção mais sustentável, sendo que de forma geral uma boa parte da população está consciente do seu consumo e se disponibiliza a pagar mais para um produto teoricamente mais limpo, a exemplo do que já ocorre em alguns países da União Européia, por exemplo (MARIOTTI e ROCCOTIELLO, 2013). Porém, para uma real afirmação devem ser realizados mais estudos para uma melhor segurança ao produtor.

Os consumidores foram questionados em relação as características observadas nas plantas antes de efetuarem a compra das mesmas, e dentre as respostas a que mais se destacou foi a questão sanitária, sendo observada por 75% dos consumidores; outro ponto é a aparência, se a planta parece velha ou nova, se esta bonita, as brotações também são alvo de cuidado, se a planta tem brotações e flores jovens ela é preferida por boa parte dos consumidores, cores diferentes e preços mais baixos também foram muito destacados.

Cogitamos também se os consumidores tem o desejo de poder adquirir mais plantas e se sim quais são os empecilhos que limitam um maior consumo por parte dos mesmo; cerca de 11% responderam que não tem nenhum empecilho e não gostariam de consumir mais plantas do que o que já consomem, para o restante dos entrevistados o preço é um dos maiores empecilhos, sendo citado por 60% dos consumidores, seguido da ausência de espaço para as plantas citado por 33% dos participantes.

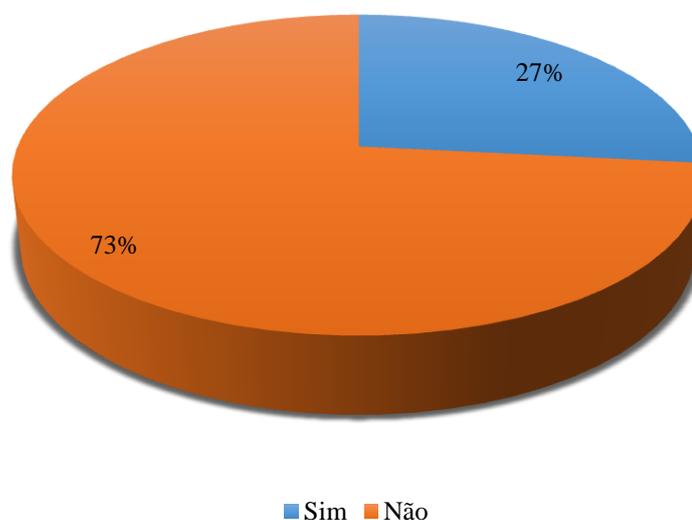
Tabela 5: Empecilho para um maior consumo de plantas ornamentais.

Empecilho	Porcentagem
Preço	60
Espaço	33
Tempo	11
Não Possui	11

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Em relação ao grau de preocupação com a origem dos produtos consumidos pelos entrevistados, cerca de 73% dos consumidores não tem nenhuma preocupação com a questão de onde foi produzida a planta comprada, outros 27% se preocupam com a origem (Gráfico 9), alguns destes relataram que sabem que as plantas são oriundas de São Paulo em sua maioria e outros relataram que preferem buscar plantas de produtores da região.

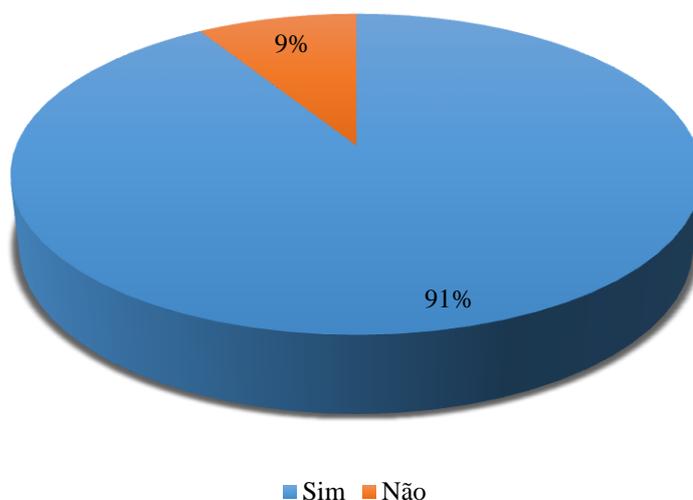
Gráfico 9: Grau de preocupação do consumidor com a origem dos produtos.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Outro ponto questionado foi se os consumidores acreditam que se houvessem mais produtores de plantas ornamentais no município o preço dos produtos da floricultura seria menor, surpreendentemente cerca de 91% dos entrevistados respondeu que acreditava com certeza e 9% que o preço não iria mudar (Gráfico 10).

Gráfico 10: Se houvessem mais produtores em Chapecó o preço das plantas seria menor.



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados coletados nas entrevistas.

Este é um ponto de divergência, se observarmos os dois últimos gráficos apresentados, apesar de não haver uma grande preocupação com a origem dos produtos consumidos os entrevistados em sua maioria acreditam que com certeza o preço diminuiria caso houvessem mais produtores. Isso nos faz pensar o quanto estes mesmos consumidores estariam comprometidos no fortalecimento dos produtores locais de plantas ornamentais e quanto esse ponto pode influenciar um produtor na busca pelo campo da floricultura como uma nova fonte de renda.

Para Junqueira e Peetz (2011a, 2011b) o desenvolvimento da cadeia produtiva de flores no Brasil começa pelo aumento no consumo, porém, este aumento tem que ser oportunizado. Como já citado neste trabalho um grande impedimento ao consumidor é a questão do preço, portanto se o preço pudesse ser menor o aumento do consumo seria maior podendo se tornar um hábito.

Os consumidores entrevistados também foram questionados sobre quais os motivos que estes levavam em consideração para a escolha de um local para realizar a compra de seus

produtos, o fator mais evidenciado por cerca de 55% dos participantes é o da facilidade de acesso, locais próximos a sua residência ou no caminho para ela são os mais procurados pelos consumidores.

Já 51% dos entrevistados escolhe o local devido ao preço das plantas neste estabelecimento, outros fatores citados foram a questão de oferecer variedades de plantas, quantidade, locais de confiança do consumidor, com boa exposição das plantas, com bom atendimento e qualidade.

Somente cerca de 8% dos entrevistados diz que prefere feiras locais com os produtores do município ou da região para realizar a compra dos seus produtos, dado este que também vai de encontro ao Gráfico 10 onde a grande maioria dos entrevistados acredita que se existissem mais produtores na região o preço seria menor.

Lara e Carvalho (2003) encontraram resultados parecidos em sua pesquisa onde cerca de 64% dos entrevistados escolhiam o local de compra pela proximidade à sua residência, 21% por pesquisa de mercado, 12% por recomendação e 3% pela divulgação.

Em síntese, a atividade de produção de flores e plantas ornamentais em Chapecó, é praticamente insipiente, visto que foram encontrados somente três produtores de plantas ornamentais nas feiras livres do município.

É provável que a falta de assistência especializada, de incentivo, questões relacionadas a comercialização e a remuneração estejam envolvidas nessa problemática, visto que este foi um dos pontos mais destacados pelos produtores entrevistados, apesar disto os mesmos acreditam que o município de Chapecó tem demanda por mais produtores de plantas ornamentais.

Em relação aos consumidores, observou-se que o preço e a qualidade das plantas são os principais critérios de tomada de decisão para realizar a compra, o que ocorre na maior parte dos mais variados segmentos de mercado; para fornecer produtos de qualidade, na Floricultura, o fator tempo e distância de transporte é um fator essencial, visto que os produtos são altamente perecíveis, e os consumidores consideram o quesito aparência como primordial em relação a qualidade; desta forma, a produção mais regionalizada ou local, poderia contribuir muito neste sentido.

Observam-se pequenas iniciativas no município, como a feira de mudas, plantas ornamentais e frutíferas, que é promovida eventualmente pela prefeitura do município, e realizada no Mercado Municipal, contudo, não se observam mais investimentos nesse setor.

Dessa forma, fazem-se necessários maiores esforços para a organização do cadeia produtiva em Chapecó, que atualmente é praticamente inexistente. Em outras regiões do

Brasil, como em Holambra e Atibaia-SP, grandes produtores de flores e plantas ornamentais, observa-se forte cooperativismo, como por exemplo a Cooperativa Veiling Holambra, que possui mais de 400 cooperados (VEILING, 2018), a cooperativa Cooperflora, que conta com 135 fazendas especializadas em produção de flores e plantas ornamentais (COOPERFLORA, 2018), entre outras, as quais produzem uma ampla gama de produtos e distribuem para todo o país.

Para os produtores rurais de Chapecó, assim como de outras localidades, o cooperativismo é uma ferramenta chave para o sucesso na de Floricultura, visto que pode trazer inúmeras vantagens, tanto para a comercialização da produção, quanto para compra de insumos para a produção, e também para ganhar seu espaço no mercado.

Observou-se nesta pesquisa que no mercado de flores e plantas ornamentais em Chapecó está há predomínio de monopolização das redes de supermercado, que despertam ao consumidor uma exigência muito grande em relação a qualidade, já que as plantas em sua maioria são oriundas do maior polo produtor do país, e com baixo preço, o que dificulta outros tipos de comercialização, como em lojas especializadas em plantas.

A atividade da produção de plantas ornamentais é comprovadamente altamente rentável, como destacado em vários trabalhos na literatura, no cultivo de diferentes espécies, como por exemplo o crisântemo (SHIROTO et al., 2016), crisântemos de corte e vasos e rosas (DIAS-ARIEIRA et al., 2008), flores tropicais (MACHADO NETO et al., 2013), entre outras; porém, estudos como este são necessários para precaver os produtores em relação ao mercado que vão encontrar a sua frente.

5 CONCLUSÃO

Foram identificados apenas três produtores de plantas ornamentais em Chapecó, que citam a falta de assistência especializada, de incentivo, questões relacionadas a comercialização e a remuneração como sendo os principais problemas a serem enfrentados.

O mercado e a comercialização de flores e plantas ornamentais em Chapecó é altamente dependente da oferta de produtos vindos do estado de São Paulo, especialmente da região de Holambra. A comercialização predominante é realizada em redes de supermercados, pela facilidade de acesso aos consumidores. O fator preço é o quesito principal na comercialização das plantas ornamentais, e a falta de produtores na região, faz com que se elevem os valores, especialmente em função do longo transporte necessário.

REFERÊNCIAS

- AKI, A. & PEROSA, J. M. Y. Aspectos da produção e consumo de flores e plantas ornamentais no Brasil. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, 8(1/2), pp. 13-23. 2002.
- ALMEIDA, J. B. S. A Agricultura Familiar: Projeto Flores. **Irriga Ceará** 2004: Encontro Estadual do Agronegócio Cearense -Secretaria de Agricultura e Pecuária do Estado do Ceará, Fortaleza. CD 2 (Palestras).
- ALTHAUS-OTTMANN, M. M.; FOGAÇA, L. A.; BORSATTO, R. S. & ZUFFELATO-RIBAS, K. C. Por que estudar a produção de plantas ornamentais? O caso catarinense. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, 14(1), pp. 85-90. 2008.
- ANDRADE, L. **Flores, um mercado em ascensão: entrada de grandes redes de supermercados como canais de distribuição catalisa crescimento do setor**, 2013. 2013. Disponível em: < <http://www.souagro.com.br/flores-ummercado-em-ascensao>>. Acesso em: 31 de out. de 2018.
- BATALHA, Mário O; BUAINAIN, Antônio M. **Cadeias produtivas de flores e mel**. Brasília: IICA: MAPA/SPA, 2007.
- BRASIL. Resolução CNS nº 510, de 07 de abril de 2016. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, nº 98, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 de mai. de 2016. Seção 1, p. 44; 45; 46.
- BRASIL. Lei no 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 25 jul. 2006. Seção 1, p. 1. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato20042006/2006/Lei/L11326.htm>. Acesso em: out. 2018.
- BUDAG, P.R.; SILVA, T.P.da. Cadeias produtivas do Estado de Santa Catarina: flores e plantas ornamentais. **Florianópolis: EPAGRI**, 2000. 51p.
- CASTÁN, J. O setor de paisagismo em Santa Catarina. In: AKI, A. (Ed.). Bússola da comercialização para produtores de ornamentais. Bandeirantes, SP.: **Heliza Editora Com. e Ind. Gráfica Ltda.**, p 129-132, 2002.
- CASTÁN, J.; FOGAÇA, L. A.; STEIN, M. N. & ALTHAUS-OTTMANN, M. M. A. Flora Catarinense - Uma história da nossa floricultura. **Joinville: Soluções e Informática**. 2006.

CERATTI, M.; PAIVA, P. D. O.; SOUSA, M.; TAVARES, T. S. Comercialização de flores e plantas ornamentais no segmento varejista no município de Lavras/MG. **Revista Ciência agrotecnologia**, Lavras, v. 31, n. 4, p. 1212-1218, jul./ago., 2007.

CHAPECÓ (Santa Catarina). Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente. **Plano de desenvolvimento rural**. Chapecó, SC, 2015. Disponível em: <<https://web.chapeco.sc.gov.br/documentos/?f=/Sedema/Plano%20de%20Desenvolvimento%20Rural.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

CLARO, D. P.; SANTOS, A. C.; CLARO, P. B. O. Um diagnóstico do agregado da produção de flores do Brasil. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, Campinas, v.7, n.1, p.9-15, 2001.

COELHO, E. Holambra entra na era do leilão eletrônico. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 27 abr. 1997. Economia, p.14.

COOPERFLORA. **Número de associados, 2018**. Disponível em: <<http://www.cooperflora.com.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

CORRÊA, P. R.; PAIVA, P. D. O. Agronegócio da Floricultura Brasileira. **Magistra**, Cruz das Almas, v.21, n.4, p. 253–261, 2009.

COSTA, J. S; GRZEBIELUCKAS, C; NUNES, E. S; CARGNIN-STIELER, M; ROCHA, M. A. Floricultura tropical: uma alternativa de diversificação de cultivo e renda para agricultores familiares em Tangará da Serra- MT. **XIX Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente ENGEMA- USP -Anais**. São Paulo, 2017.

DAUDT, R.H.S. Censo da produção de flores e plantas ornamentais no Rio Grande do Sul/Brasil na virada do milênio. 2002. 124 p. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

DIAS-ARIEIRA, C.R.; MORITA, D.A.S.; ARIEIRA, J.O.; CODATO, J.M. Análise da viabilidade econômica para produção de flores em Umuarama, noroeste do Paraná. **Revista Agro@mbiente On-line**, v. 2, n. 2, p. 33-41, jul-dez, 2008.

DUVAL, C. M. A produção de flores e a agricultura familiar. **Revista Horticultura Brasileira**, v. 32, n. 2, abril-junho, 2014.

EPAGRI/CEPA. Empresa de Pesquisa Agropecuária de Santa Catarina. **Boletim Informativo nº 50**, Florianópolis, novembro de 2017.

EPAGRI/CEPA. Empresa de Pesquisa Agropecuária de Santa Catarina. **Síntese Anual da Agricultura Catarinense 2010-2011**, Florianópolis, 2011.

FRANCISO, V. L. F. S.; PINO, F. A.; KIYUNA, I. Floricultores do Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 33, n. 3, p. 17-32, 2003.

HOEHNE, F.C. As plantas ornamentais da flora brasílica, e o seu papel como fature da salubridade publica, da estética urbana e artes decorativas nacionais. **São Paulo: Secretaria da Agricultura, Industria e Comercio**, 1930. 231p.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Dados Preliminares do Censo Agropecuário 2017**. Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/index.html> Acesso em: 12 ago. 2018.

IBRAFLOR- Instituto Brasileiro de Floricultura. **Boletim Informativo Outubro de 2017** Holambra: Ibraflor. vol. 79. 29p. 2017a. Disponível em:<<http://www.ibraflor.com/site/wp-content/uploads/2017/11/Boletim-Ibraflor-10-2017.pdf>> Acesso em: 05 ago. 2018.

IBRAFLOR- Instituto Brasileiro de Floricultura. **O mercado das flores no Brasil (release a imprensa)**. Holambra: Ibraflor. 5p. 2017b. Disponível em:< <http://www.ibraflor.com/site/wp-content/uploads/2017/11/release-imprensa-ibraflor-10-2017.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2018.

IBRAFLOR. **IBRAFLOR - Reporte anual**. Holambra, São Paulo, 2013.

JARDIM DE OPORTUNIDADES. **Revista SEBRAE de Agronegócios**, Distrito Federal n.1. outubro, 2005.

JÚNIOR LIMA, J. C.; NAKATANI, J. K.; NETO MONACO, L. C.; LIMA, L. A. C. V.; KALAKI, R. B; CAMARGO, R.B. Mapeamento e Quantificação da Cadeia de Flores e Plantas Ornamentais do Brasil. **São Paulo: OCESP**, 2015.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. **Agronegócio da floricultura na economia brasileira**. In: Agrianual 2017 - Anuário da Agricultura Brasileira, p.267-268, São Paulo: IEG/FNP, 2016.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. Brazilian consumption of flowers and ornamental plants: habits, practices and trends. **Ornamental Horticulture**, v.23, n.2, p.178-184, 2017.

JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M. S. Consumo de flores e plantas ornamentais no Brasil. **Jornal Entreposto**, p.8, outubro de 2011a.

JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M.S. Consumo necessário. **Revista Cultivar HF**, p.38, abril/maio de 2011b.

JUNQUEIRA, A.H; PEETZ, M.S. **Flores e plantas ornamentais no Brasil**, v.1, 2 e 3. Brasília: Sebrae, 2015a (Série Estudos Mercadológicos).

JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M.S. Mercado interno para os produtos da floricultura brasileira: características, tendências e importância socioeconômica recente. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, Campinas, v.14, n.1, p.37-52, 2008.

JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M.S. Os pólos de produção de flores e plantas ornamentais do Brasil: uma análise do potencial exportador. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v.8, n.1/2, p.25-48, 2002.

JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M.S. Sustainability in Brazilian floriculture: introductory notes to a systemic approach. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v. 24, n.2, p. 155-162, 2018.

KÄMPF, A. N. A Floricultura em Números. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**. Campinas, v.3, n.1, p. 1-7, 1997.

KÄMPF, A.N. Produção comercial de plantas ornamentais. Guaíba: **Agrolivros**, 2a. Edição, 2005. 256 p.

KIYUNA, I.; FRANCISCO, V. L. F. S.; COELHO, J. P.; CASER, D. V.; ASSUMPÇÃO, R.; ÂNGELO, J. A. Floricultura brasileira no início do século XXI: Perfil do produtor. **Informações Econômicas**, SP, v.34, n.4, abr. 2004.

KIYUNA, I. et al. Estimativa do valor de mercado de flores e plantas ornamentais do estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo. 22 Mar.2003.

LARA, A. P. C.; CARVALHO, R. I. N. Perfil dos comerciantes e consumidores de plantas ornamentais em Curitiba-PR. **Revista Acadêmica: ciências agrárias e ambientais**, Curitiba, v.1, n.3, p. 55-58, jul./set. 2003.

LEAL, L.; BIONDI, D. Potencial ornamental de espécies nativas. **Revista Científica Eletrônica de Engenharia Florestal**, n.8, 2006.

LIRA FILHO, J. A.; PAIVA, H. N. de; GONÇALVES, W. Paisagismo – princípios básicos. Viçosa: **Ed. Aprenda Fácil**, 2001. 163p.

MACHADO NETO, A. S.; JASMIN, J. M.; PONCIANO, N. J. Indicadores econômicos da produção de flores tropicais no Estado do Rio de Janeiro. **Revista Ceres**. Viçosa, v. 60, n.2, p. 173-184, mar/abr, 2013.

MACHADO NETO, A. S.; JASMIN, J. M. Perfil da produção de flores tropicais no estado do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**. V. 18, Nº.1, 2012.

MARIOTTI, M. G; ROCCOTIELLO, E. Sustainable floriculture: Handbook and Guidelines. **Ed. Del Gallo editori s.r.l. Green Printing**, agosto 2013.

MDA – MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Plano de safra da Agricultura familiar 2017/2020. Fortalecer o campo para desenvolver o Brasil**. 2017. Disponível em:< <http://www.mda.gov.br/sitemda/plano-safra-da-agricultura-familiar-20172020>>. Acesso em: 11 de julho de 2017.

MELLO FILHO, L.E. Botânica e arquitetura ou, segundo a ordem alfabética, arquitetura e botânica. **A Lavoura**, n.612, p.42-43, 1995.

MENEGAES, J. F.; BACKES, F. A. A. L.; BELLÉ, R. A.; BACKES, R. L. Diagnostico do mercado varejista de flores de Santa Maria, RS. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**. v. 21, nº.3, p. 291-298, 2015.

NUNES, J. C. Diagnóstico da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais da Microrregião de Barbacena – Minas Gerais. **Trabalho de Conclusão de Curso-TCC**. Universidade Federal de Viçosa- UFV, Viçosa, 2017.

PAIVA, P.D.; LANDGRAF, P.R.C.; JUNQUEIRA, A.H.; PEETZ, M.S.; BOLDRIN, K.V.F. Floricultura no Brasil. **Revista da Associação Portuguesa de Horticultura**, n.121, p.30-33, agosto 2016.

PANTEN, H.; RUHNER, P. Flowers and plants:more than beautiful... AIPH Brochure. Bonn: **AIPH-International Association of Horticultural Producers**, 2005. 32p.

PRADELLA, E.M. Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais: Aspectos de Melhoramento Genético, Produção de Mudanças e Requisitos Fitossanitários no Comércio Internacional. **Trabalho de Conclusão de Curso**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2016.

PREFEITURA DE CHAPECÓ. Secretária da Agricultura. Setor de Notas Fiscais. **Total de inscrição ativas de produtores no Município Chapecó**. Chapecó, 2018a.

PREFEITURA DE CHAPECÓ. Secretaria de Fazenda. Setor de Fiscalização Tributária. **Número de floriculturas de Chapecó**. Chapecó, 2018b.

PRESTES, M.E.B. A investigação da natureza no Brasil colônia. São Paulo: **Annablume/Fapesp**, 2000. 154p.

ROMÃO, R.; MARTINELLI, G.; CREPALDI, I.; MARTINEZ-LABORDLE, J.B. Brazilian diversity for ornamental use and a conservation. **Crop Breeding and Applied Biotechnology**, n.15, p.100-105, 2015.

ROSA, F. S.; LUNKES, R. J. A logística das flores: Uma contribuição ao estudo da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais. In: **III Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Resende**. Anais, Dom Bosco. p.2-16, 2006.

SANTOS, G. E. O; **Cálculo amostral: calculadora on-line**. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

SHAMS, J. C. A Engenharia agrônoma e o paisagismo no Estado de São Paulo: prestação de serviço. Universidade de São Paulo, 2010. **Dissertação de Mestrado**. USP, 2010.

SHIROTO, C. S.; PERES, N. V.; SABBAG, O. J.; Viabilidade econômica da produção de crisântemos em vaso no município de Atibaia-SP. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**. Campinas-SP, V. 22, N° 2, 2016, p. 130-137.

SILVA, R. C. Análise do segmento varejista de flores e plantas ornamentais no município de Maceió – Alagoas. **Trabalho de Conclusão de Curso- TCC**. Universidade Federal do Alagoas. Rio Largo- AL, 2010.

TERRA, S. B.; ZÜGE, D. P. P. de O. Floricultura: A produção de flores como uma nova alternativa de emprego e renda para a comunidade de Bagé - RS. **Revista Conexão UEPG**, Ponta Grossa, v. 9, n. 2, p. 342-353, 2013.

TORRES, D. F. U. Análise prospectiva para o setor atacadista de flores e plantas ornamentais no Brasil e suas tecnologias da informação e comunicação. **Dissertação de Mestrado**. Programa de Pós- Graduação em Agronegócios do Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios da UFRGS. Porto Alegre, 2015.

VELLING, Cooperativa Velling Holambra. **Número de Associados, 2018**. Disponível em: <<http://www.veiling.com.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

VENCATO, A. ROSA, G. R.; RIGON, L.; BELING, R. R.; CORRÊA, S.; REETZ, E. Anuário brasileiro das flores 2006. **Gazeta Santa Cruz**. Santa Cruz do Sul, 2006.

ANEXO A- Questionário aplicado a agricultores



ENTREVISTAS PARA PRODUTORES

Entrevista nº: _____

Entrevistado: _____ Data: _____

1- Qual o tamanho da sua área de terra? _____

2- Quais são as fontes de renda na propriedade atualmente? _____

3- Quantas pessoas da família sobrevivem e auxiliam no trabalho rural?

4- Já considerou produzir plantas ornamentais?

5- Na sua opinião quais são os maiores obstáculos para quem produz plantas ornamentais?

6- Você acredita que os produtores de plantas ornamentais são bem remunerados? _____

7- Na sua opinião o município de Chapecó tem demanda por produtores de plantas ornamentais? _____

8- Quantos produtores de plantas ornamentais você tem conhecimento? _____

ANEXO B- Questionário aplicado a consumidores**ENTREVISTA PARA CONSUMIDORES**

Entrevista nº: _____

Entrevistado: _____ Data: _____

1-Em geral quais são as espécies que você tem mais preferência em consumir?

2-Tem costume de consumir as plantas em determinadas épocas ou datas? Quais são estas datas e épocas?

3-Qual o valor (R\$) médio gasto por ano com plantas ornamentais? _____

4-O que você costuma observar na hora de comprar uma planta ornamental?

5-Você gostaria de poder consumir mais plantas? Qual é o maior empecilho para um maior consumo?

6-Você costuma se preocupar com a origem das plantas que está consumindo?

7-Você acredita que se houvessem mais produtores na região o preço das plantas seria menor? _____

8- O que você leva em consideração para escolher o local em que vai realizar a compra das plantas?

ANEXO C- Questionários aplicados para comerciantes**ENTREVISTA PARA COMERCIANTES**

Entrevista nº: _____

Entrevistado: _____ Data: _____

1-Quais as maiores exigências dos consumidores de Chapecó?

2-Você considera o padrão de consumo da população do município, alto, baixo ou ideal?

3-Você tem preocupação com a escolha do seu fornecedor de plantas? Quais requisitos estes tem que atender?

4-Você se preocupa com a origem dos produtos que irá oferecer em seu estabelecimento?

5-Você acredita que se houvessem mais produtores na região fatores como o preço dos produtos diminuiriam?

6-Quais os cuidados e diferenciais para atingir níveis altos de satisfação de clientes?

ANEXO D- Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA, MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM CHAPECÓ-SC

Prezado participante,

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA, MERCADO E COMERCIALIZAÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM CHAPECÓ-SC”, desenvolvida por Juliane Spier, discente do curso de Agronomia, da Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus de Chapecó-SC, sob orientação da professora Dra. Vanessa Neumann Silva.

Objetivo central (Conforme Resolução CNS N° 466 de 2012 item IV.3. a)

O objetivo central do estudo é: caracterizar a cadeia produtiva, mercado e comercialização de plantas ornamentais em Chapecó-SC.

Por que o PARTICIPANTE está sendo convidado (critério de inclusão) (Conforme Resolução CNS N° 466 de 2012 itens IV.3.a, d)

O convite a sua participação se deve à importância do seu trabalho e /ou consumo de plantas, para a cadeia produtiva da floricultura na região de Chapecó-SC.

Sua participação não é obrigatória e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como desistir da colaboração neste estudo no momento em que desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem nenhuma forma de penalização. Você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desista da mesma. Contudo, ela é muito importante para a execução da pesquisa.

Você não receberá remuneração e nenhum tipo de recompensa nesta pesquisa, sendo sua participação voluntária.

Mecanismos para garantir o sigilo e privacidade (Conforme Resolução CNS N° 466 de 2012 item IV.3. c e)

Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas. Qualquer dado que possa identificá-lo será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa e o material armazenado em local seguro.

A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito

através dos meios de contato explicitados neste Termo.

Identificação do participante ao longo do trabalho

Você não será identificado no trabalho da acadêmica. Nenhum dado com seu nome ou informações pessoais serão divulgadas no trabalho.

A sua participação consistirá em responder perguntas de um roteiro de entrevista/questionário à pesquisadora do projeto.

Tempo de duração da entrevista/procedimento/experimento:

O tempo de duração da entrevista é de aproximadamente cinco minutos e do questionário aproximadamente cinco minutos.

Gravação da entrevista

A entrevista será gravada somente para a transcrição das informações e logo após as gravações serão apagadas. Assinale a seguir conforme sua autorização:

Autorizo gravação Não autorizo gravação

Guarda dos dados e material coletados na pesquisa (Conforme Resolução CNS Nº 466 de 2012 item XI.2.f)

As entrevistas serão transcritas e armazenadas, em arquivos digitais, mas somente terão acesso às mesmas a pesquisadora e sua orientadora. Ao final da pesquisa, todo material será mantido em arquivo, físico ou digital, por um período de cinco anos.

Explicitar benefícios diretos (individuais ou coletivos) aos participantes da pesquisa (Conforme Resolução CNS Nº 466 de 2012 item IV.3 b)

O benefício relacionado com a sua colaboração nesta pesquisa é o de auxiliar o entendimento das relações entre produtores, comerciantes e consumidores de flores e plantas ornamentais, contribuindo para geração de conhecimento, que visa estimular a produção de plantas ornamentais e organização da cadeia produtiva, para contribuir com o desenvolvimento desta atividade na agricultura familiar na região de Chapecó-SC.

Previsão de riscos ou desconfortos (Conforme Resolução CNS Nº 466 de 2012 item IV.3 b)

Como possíveis riscos desta pesquisa pode-se elencar apenas algum desconforto dos participantes ao responder questionamentos sobre sua renda e razões pelas quais não consideram a floricultura um bom negócio. Para que os riscos sejam evitados as entrevistas passaram por uma análise detalhada do seu conteúdo afim de que nenhuma das perguntas

possa ofender ou lesar algum dos participantes da pesquisa.

Sobre divulgação dos resultados da pesquisa (Conforme Resolução CNS N° 466 de 2012 item XI.2 .h)

Os resultados serão divulgados em eventos e/ou publicações científicas mantendo sigilo dos dados pessoais, para aqueles que tem interesse o resultado poderá ser enviado através do seu endereço de e-mail, podendo-se assim os próprios entrevistados terem os resultados em mãos.

Sobre a Via do TCLE entregue ao participante da pesquisa (Conforme Resolução CNS N° 466 de 2012 item IV.3.f)

Caso concorde em participar, uma via deste termo ficará em seu poder e a outra será entregue ao pesquisador. Não receberá cópia deste termo, mas apenas uma via. Desde já agradecemos sua participação!

Chapecó, XX de XXX de 2018

Juliane Spier
Pesquisador Responsável

Vanessa Neumann Silva
Pesquisador Responsável- Orientador

Contato profissional com os pesquisadores responsáveis:

Tel: (49 9 8846 8668)

e-mail: julianespier95@gmail.com

Endereço para correspondência: Rodovia SC 484 Km 02 Estrada para Guatambú. Bairro Fronteira Sul, Chapecó – SC. CEP: 89801-001.

Tel: (49-20496511)

e-mail: vanessa.neumann@uffs.edu.br

Endereço para correspondência: Rodovia SC 484 Km 02 Estrada para Guatambú. Bairro Fronteira Sul, Chapecó – SC. CEP: 89801-001.

Em caso de dúvida quanto à condução ética do estudo, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS”:

Tel e Fax - (0XX) 49- 2049-3745

E-Mail: cep.uffs@uffs.edu.br

http://www.uffs.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2710&Itemid

=1101&site=proppg

Endereço para correspondência: Universidade Federal da Fronteira Sul/UFFS - Comitê de Ética em Pesquisa da UFFS, Rua General Osório, 413D - CEP: 89802-210 - Caixa Postal 181 – Centro - Chapecó - Santa Catarina – Brasil)

Declaro que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa e concordo em participar.

Nome completo do (a) participante:

Assinatura: _____