



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE AGRONOMIA**

MARIA DENISE DE SOUZA CUNHA

**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA GESTÃO DAS EMPREENDEDORAS
PRODUTORAS DE FLORES DO MUNICÍPIO DE AREIA - PB**

**AREIA
2021**

MARIA DENISE DE SOUZA CUNHA

**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA GESTÃO DAS EMPREENDEDORAS
PRODUTORAS DE FLORES DO MUNICÍPIO DE AREIA - PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Coordenação do Curso de Agronomia, do Centro de Ciências Agrárias, da Universidade Federal da Paraíba, com requisito parcial à obtenção do título de Engenheiro Agrônomo.

Orientadora: Profa. Dra. Emanuelle Alícia Santos de Vasconcelos.

**AREIA
2021**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C972d Cunha, Maria Denise de Souza.
Diagnóstico Situacional da Gestão das Empreendedoras
Produtoras de Flores do Município de Areia - PB. / Maria Denise
de Souza Cunha. - Areia, 2021.
29 f. : il.

Orientação: Emanuelle Alícia Santos de Vasconcelos.
TCC (Graduação) - UFPB/CCA.

1. Agronomia. 2. Empreendedorismo. 3. Floricultura.
4. Mulheres. 5. Diagnóstico. I. Vasconcelos, Emanuelle
Alícia Santos de. II. Título.

UFPB/CCA-AREIA

CDU 631/635(02)

DEFESA DO TRABALHO DE GRADUAÇÃO

Aprovada em 09/12/2021.

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA GESTÃO DAS EMPREENDEDORAS PRODUTORAS DE FLORES DO MUNICÍPIO DE AREIA – PB.

Autora: Maria Denise de Souza Cunha

Banca Examinadora:



Prof^a. Dr^a Emanuelle Alícia Santos de Vasconcelos.
Orientadora – UFPB



MSc. Roseane de Queirós Santos
Examinadora – SEBRAE-PB



Msc. Edlânia Maria de Souza
Examinadora

Dedico aos meus pais, Eliane de Souza Cunha e Severino Cunha, aos meus quatro irmãos, José Valdeniz, Maria José, Maria Vandilma, e Maria Valquiria, por todo apoio ofertado a mim nessa caminhada. Ao meu esposo Joelson Nunes Freire por todo incentivo, paciência, amor e carinho que me dedicou em todo esse meu percurso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, todo poderoso, por abençoar a minha vida. Aos meus pais, irmão e irmãs pelo apoio e empenho em me auxiliarem nessa longa caminhada.

Aos meus sobrinhos, adoráveis crianças que mesmo as distâncias sempre alegraram os meus dias. Ao meu avô e as minhas avós (in memoria) que sempre se fizeram presentes na minha vida.

Ao meu esposo que nunca largou minha mão em meio aos problemas, me ofertando amor, carinho, compreensão, companheirismo e sempre me motivando a alcançar meus objetivos.

À professora Emanuelle Alicia dos Santos Vasconcelos, pela orientação, paciência e dedicação, sendo uma fonte inspiradora de competência e profissionalismo.

A todos os professores do CCA que contribuíram com seus ensinamentos teóricos e práticos.

A todos os colegas de turma e em especial a turma de agronomia do período 2014.2.

As minhas amigas irmãs Aline, Flavia, Tais, Maria, Gabriela, Tamara, Edlanea, Gessyane (in memorian), que sempre contribuíram positivamente em minha vida, me incentivando e apoiando nas minhas decisões, compartilhando diversos momentos especiais.

As minhas companheiras de lar e amigas de todas as horas Ana Rafaela e Fernanda, por toda a amizade e companheirismo ofertados.

Aos meus compadres Kaline e Romulo e minha afilhada Laura que jamais me deixaram sentir-se sozinha.

A dona Natalia, que me acolheu carinhosamente em seu lar, no período dos meus últimos dias de aulas presenciais.

A Seu José e Dona Nevinha por toda consideração e carinho sempre oferecidos a mim.

Meu muitíssimo obrigada!

RESUMO

A produção e comercialização de flores e plantas ornamentais tem crescido nos últimos anos. Na cidade de Areia, município localizado no Brejo do Estado da Paraíba, a atividade em se cultivar flores para a comercialização tem se mostrado cada vez mais viável e promissora como oportunidade de renda para as mulheres empreendedoras nesse ramo de negócio. As floricultoras realizam desde a produção de flores em vasos ou saquinhos, mudas de plantas ornamentais, sejam herbáceas, arbustivas ou arbóreas, até a produção de sementes, bulbos e estacas. Atuam no preparo de substratos, fertilização, plantio, irrigação, produção de mudas e métodos de propagação. O trabalho teve por objetivo apresentar um diagnóstico empresarial da produção de flores pelas mulheres do município de Areia-PB, avaliando o perfil social das mulheres empreendedoras floricultoras do município, gerando um perfil dessas produtoras, e identificando os possíveis desafios enfrentados por elas, para conseguirem realizar tal atividade. A metodologia utilizada foi de pesquisa qualitativa de multicasos, realizada através da aplicação de um questionário situacional da gestão das produtoras de flores, para avaliação diagnóstica e social dessas mulheres floricultoras, e assim, se obter uma análise aprofundada sobre o assunto em pesquisa. É notório o grande interesse e empenho por parte das mulheres floricultoras areienses em expandir e sobreviver apenas com a renda da atividade de cultivo de flores, mas a falta de planejamento financeiro, capital de giro limitado e pouca utilização de estratégias de marketing, tornam-se os principais fatores limitantes para a expansão dos empreendimentos florísticos das mulheres areienses.

Palavras-chave: empreendedorismo; floricultura; mulheres; diagnóstico.

ABSTRACT

The production and sale of flowers and ornamental plants has grown in recent years. In Areia, a municipality located in the Brejo of the State of Paraíba, the activity of cultivating flowers for sale has shown itself to be increasingly viable and promising as an income opportunity for entrepreneur women in this business field. The flower growers carry out everything from the production of flowers in vases or bags, seedlings of ornamental plants, whether herbaceous, shrubby or arboreal, to the production of seeds, bulbs and cuttings. They work in the preparation of substrates, fertilization, planting, irrigation, seedling production and propagation methods. The work aimed to present a business diagnosis of flower production by women in the municipality of Areia-PB, evaluating the social profile of entrepreneur women in the municipality, generating a profile of these producers, and identifying the possible challenges faced by them to achieve perform such activity. The methodology used was a qualitative multicase research, carried out through the application of a situational questionnaire on the management of flower producers, for the diagnostic and social evaluation of these women flower growers, and thus, to obtain a thorough analysis of the subject under study. The great interest and commitment on the part of floriculturist women in Areia city in expanding and surviving only on income from the flower cultivation activity is evident, but the lack of financial planning, limited working capital and little use of marketing strategies, become the main limiting factors for the expansion of floristic enterprises of Areiense women.

Keywords: entrepreneurship; floriculture; women; diagnosis.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	10
2.1.1 Empreendedorismo feminino	12
2.1.2. Empreendedorismo na atividade da floricultura	13
2.2. ATIVIDADE DA FLORICULTURA	14
2.3. A PRODUÇÃO DE FLORES NO BRASIL E NO MUNDO.....	15
2.4. FLORICULTURA NO NORDESTE BRASILEIRO E NO ESTADO DA PARAÍBA	17
3. METODOLOGIA	20
4. RESULTADOS.....	21
5. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS.....	28

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se define pelo processo que permite o nascimento de uma nova empresa. O indivíduo empreendedor terá que possuir tenacidade para perseguir e alcançar seus sonhos, se não ser forte e capaz de vencer as barreiras e dificuldades próprias, será impossível se tornar um empreendedor (LEITE, 2012).

A produção e comercialização de flores e plantas ornamentais tem crescido em um contexto global. No Brasil, essa atividade, é considerada recente, porém esse tipo de comercialização já apresenta um quadro comercial significativo no que diz respeito a atividade florística. O setor ornamental brasileiro tem obtido um crescimento bastante aceitável nesses últimos cinco anos. Apesar de que a verba de marketing e propaganda tem sido considerada muito baixa e é praticamente nula se considerando o setor como um todo.

O Brasil, em tempos atuais, possui cerca de 8 mil produtores de flores e plantas. Reunidos, eles cultivam aproximadamente duas mil e quinhentas espécies, com cerca de 17.500 variedades. Sendo assim, o mercado de flores é uma importante engrenagem na economia brasileira, sendo responsável por gerar 209.000 empregos diretos, dos quais 81.000 (38,76%) relativos à produção, 9.000 (4,31%) à distribuição, 112.000 (53,59%) no varejo e 7.000 (3,00%) em outras variadas funções, em maior parte como apoio. O setor também contabiliza cerca de 800.000 empregos indiretos (KEES SCHOENMAKER, 2021).

O Brasil possui cerca de 60 centrais de atacado (como as cooperativas, por exemplo), 680 atacadistas e prestadores de serviço e mais de 20 mil pontos de varejo. São cerca de 15.600 ha de área cultivada, o que coloca o país entre os oito maiores produtores de plantas ornamentais do mundo. São 210 mil postos de trabalho no setor, sendo que 54% dessas vagas são no varejo, 39% na produção, 4% no atacado e 3% em outras funções. (ROSA, 2020).

A Paraíba, nos últimos anos, vem intensificando e diversificando rapidamente a produção de flores, principalmente nos municípios do Brejo Paraibano, como Pilões, Areia, Borborema e Serraria (GAIÃO, 2005). O cultivo de flores é considerado uma atividade altamente viável. A característica cultural desse tipo de empreendimento é a utilização de flores na decoração doméstica e de várias cerimônias, como

casamentos, funerais, formaturas, cumprimentos pessoais, aniversários, eventos, etc., também utilizada na ornamentação de datas comemorativas. Tal atividade gera trabalho direto e indireto, estimulando demanda e impulsionando outros elos da cadeia produtiva, como a produção de insumos, embalagens, mudas e substratos no varejo e no atacado (CLARO, 1998; KIYUNA et al., 2003).

Na cidade de Areia, município localizado no Brejo paraibano, a atividade em se cultivar flores para a comercialização se mostra cada vez mais viável e promissora na vida das mulheres areienses, onde estas procuram através desse trabalho, conseguirem atingir a sua independência financeira e tornar tal atividade a sua principal fonte de renda. Em meio a esse atual cenário, torna-se importante a realização de estudos que demostrem a importância sobre o empreendedorismo, onde a figura feminina tem se destacado nesse ramo do comércio, mostrando a sua força e importante participação na economia local com a geração de emprego e renda.

Dessa forma, objetivou-se apresentar uma análise empresarial da produção de flores pelas mulheres empreendedoras do município de Areia – PB, gerando um perfil diagnóstico e social e identificar os desafios enfrentados por essas mulheres empreendedoras floriculturais, para conseguirem exercer tal atividade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

De acordo com Salim e Silva (2013)

Na visão dos psicólogos e sociólogos o empreendedorismo é visto como uma forma de realização humana em que os sonhos de cada pessoa podem ser transformados em realidade, caso seja adotada uma atitude empreendedora e, para isso, é preciso haver necessária motivação e adequada instrumentação.

Este conceito torna-se essencial para as pessoas que pretendem mergulhar no ramo do empreendedorismo, pois fica evidente que, além de se ter um espírito empreendedor, também tem que se possuir a motivação e os instrumentos necessários, para que se tenha a possibilidade de transformar os conhecimentos em novos produtos e assim, obter o sucesso nos objetivos planejados.

Para DORNELAS (apud. SCHUMPETER, 1961), o conceito "Empreendedorismo" foi popularizado com base na sua teoria que é a *Destruição Criativa*. O empreendedor "é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas e organização ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologia." Ou seja, alguém versátil, que possui as habilidades técnicas para saber produzir, e capitalista, que consegue reunir recursos financeiros, organizar as operações internas e realizar as vendas da sua empresa.

O empreendedorismo "é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades [...] e, a perfeita implementação dessas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso" (DORNELAS, 2005). Isso quer dizer que as pessoas empreendedoras conseguem identificar oportunidades de negócios onde muitas outras não perceberiam e empregam esforços e combinam recursos para transformar suas ideias em resultados. Mais do que propor soluções para atender a uma necessidade ou resolver um problema da sociedade, os bons empreendedores sabem combinar recursos de maneira eficaz e eficiente, que lhes permitam obter vantagem competitiva dentro de um mercado cada vez mais acirrado. Para realizar uma inovação no seu negócio, o empreendedor precisa buscar e reunir todos os recursos inovadores disponíveis no mercado e na economia, também é papel do empreendedor agir rápido e

organizadamente para se alocar todos os recursos necessários de forma a buscar os resultados desejados. Pode-se então definir empreendedorismo como um fator impulsionador do desenvolvimento econômico e social de uma nação. Fazendo com que a atuação do empreendedor seja a de buscar e identificar oportunidades, conseguindo obter lucros através do seu trabalho aplicado. O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos, novas soluções e novas oportunidades através da observação atenta do ambiente, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. É uma pessoa criadora, com espírito de liderança, estrategista e guardião da missão para a qual se propôs. O que o difere das outras pessoas é a sua “criatividade, engenhosidade, compromisso, tenacidade e determinação, uma paixão por vencer e se destacar, liderança e habilidades de montagem de equipes” (DORNELAS; TIMMON; SPINELLI, 2010, p.1)

Para DORNELAS; TIMMON; SPINELLI, 2010, p.17 O movimento empreendedor tem sido responsável por uma série de mudanças na economia global. “As empresas empreendedoras respondem por uma quantidade significativa do crescimento do nível de empregos”. Um segundo aspecto ligado ao empreendedorismo relaciona-se à predisposição cultural para a abertura de negócios próprios. Ainda há outros aspectos econômicos que decorrem do empreendedorismo como novos setores industriais criados, que surgem a partir de uma onda de inovação liderada, em geral, por pequenas empresas de base tecnológica.

O empreendedorismo tem desdobramentos econômicos e sociais e é um paradigma que afeta a vida de todos nós. Assim reforça a sua forte relação com o desempenho econômico de qualquer economia capitalista. Primeiro porque a capacidade empreendedora resulta em inovações que refletem no desempenho da empresa, que por sua vez, o empreendimento estabelece uma nova ordem entre as empresas concorrentes e, sendo ele mais eficiente uma nova estrutura de mercado prevalecerá. Conseqüentemente, o empreendedorismo contribui para o crescimento da riqueza e do nível de emprego (BARROS; PEREIRA, 2008).

2.1.1 Empreendedorismo feminino

Em um contexto histórico, a introdução da mulher no mercado de trabalho se inicia na Revolução Industrial, onde nesta época, as mulheres eram submetidas a condições precárias de trabalho e recebiam um salário 60% menor do que os homens e em meio a esse cenário de tanta desigualdade e preconceito, a mulher começou a sua luta pela conquista de melhores condições e direitos trabalhistas. No Brasil, as mulheres ganharam mais espaço através do Movimento Sindical de 1980 e, com a Constituição de 88, elas conquistaram a igualdade jurídica, sendo consideradas legalmente com os mesmos direitos dos homens. Apesar de que todos os riscos que o empreendedorismo oferece serem menores para os homens, com o passar dos anos, as mulheres se tornaram as principais empresárias de alguns setores da economia do país (REVISTA VALORE, 2020).

De acordo com dados da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018, o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres entre os empreendedores iniciais, mas a conversão de “Empreendedoras” em “Donas de Negócios” é 40% mais baixa se comparado com os homens, onde em cada 10 empreendedores (Homens) do GEM, 6,5 viram “Donos de Negócio”, e em cada 10 empreendedoras (Mulheres) do GEM, 3,9 viram “Donas de Negócio”, há uma desistência maior no caso das mulheres.

No Brasil, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Continua (PNADC) 2018, a proporção de negócios por NECESSIDADE é maior no grupo das mulheres, as mulheres respondem por 34% dos “Donos de Negócio”, na média nacional. As mulheres Donas de Negócio são mais jovens, têm maior escolaridade (16% maior), são cada vez mais “chefes de domicílio”, a maioria (96,3%) tem apenas 1 trabalho, trabalham menos horas no negócio, do que os homens (18% a menos), ganham menos do que os homens (22% a menos), e uma parcela expressiva das Donas de Negócio (25%) trabalha em casa. Esse número tem uma possível explicação: as mulheres têm buscado o empreendedorismo como modo de driblar não apenas o desemprego, mas de cruzar a insatisfação com os salários desproporcionais no mercado de trabalho e com a necessidade de ter que estar mais tempo presente em casa (SEBRAE, 2019).

2.1.2. Empreendedorismo na atividade da floricultura

Os produtos oriundos da atividade da floricultura, transmitem beleza, expressam sentimento de carinho, amor, paixão e amizade. A floricultura é uma atividade comercial considerada promissora, onde tal cultivo engloba em sua etapa de produção, uma grande diversidade de profissionais e variados direcionamentos para seus produtos, podendo ser cultivado flores que atendam a demanda de jardinagem, e as flores de corte para comercialização e utilização em vasos. Apesar das novas tecnologias empregadas na produção de flores, que disponibilizam ao consumidor o produto final em todos os meses ao longo do ano, o consumo é mais intensificado em certas datas comemorativas, tais como dia dos namorados, dia das mães, dia da mulher, etc. Assim os cultivadores de flores devem ficar atentos para alavancar sua produção principalmente nesses períodos de maior procura (CEARÁ, 2011).

Segundo a Ibraflor (Instituto Brasileiro de Floricultura), em 2020, mesmo em meio a pandemia da covid-19, o setor teve um crescimento de 10% no faturamento. Os números compreendem desde a produção até as vendas por atacado e varejo. Foram R\$ 9,6 bilhões em comercialização apenas no último ano. Essa evolução é registrada desde 2012, quando o seguimento movimentou R\$ 4,8 bilhões. Ainda de acordo com o instituto, 50% da produção é de plantas ornamentais. O restante é dividido em flores de corte, flores em vasos e outros serviços. Segundo dados de 2021 do IBGE, são 8 mil produtores de flores e plantas ornamentais em todo o Brasil. São cultivadas cerca de 2,5 mil espécies, com aproximadamente 17,5 mil variedades (ILIS, 2021).

Na Paraíba, atividade da floricultura ainda é incipiente, mas é considerada pela EMATER-PB (Assistência Técnica, Expansão Agrícola, Empresa de Pesquisa Agropecuária) uma das atividades de maior potencial do estado. Uma breve pesquisa de mercado foi realizada com o apoio de José Márcilio de S. Santos, Diretor Regional do Serviço de Apoio à Pequena Empresa (SEBRAE-PB), que fiscaliza os produtores de plantas na Paraíba. Segundo os resultados dessa pesquisa, o cultivo de flores, campo de atividade agrícola relativamente novo na Paraíba, ainda enfrenta muitos problemas que impedem o crescimento do setor, principalmente no mercado interno.

2.2. ATIVIDADE DA FLORICULTURA

Definida como um agrupamento de atividades comerciais e produtivas para a comercialização de espécies vegetais que serão utilizadas no ramo da ornamentação, a floricultura aponta como um dos ramos mais promissores no setor do agronegócio do Brasil. Sua fase comercial iniciou-se a partir da década de 1950, pelos imigrantes holandeses, japoneses (região sudeste), alemães e poloneses (região Sul) (SEBRAE, 2015). Na última década esse setor vem recebendo grande impulso de crescimento onde, tais melhorias ocorreram devido ao alavancamento no sistema de distribuição dos produtos no mercado e pelo aumento de consumidores desse tipo de artigo, onde as flores e plantas se tornam cada vez mais requisitadas pelas pessoas que procuram manter uma aproximação com natureza, deixando os ambientes de suas residências floridos e verdes, demonstrando assim uma busca por melhorias em qualidade de vida. Em média, a comercialização de flores no Brasil cresceu nas quantidades ofertadas de 8% a 10% ao ano no período de 2008 – 2011, em valor de vendas o crescimento foi entre 12% a 15% anuais. No quesito consumo final do produto, em 2013, o mercado da floricultura movimentou R\$ 5,22 bilhões, demonstrando um aumento de 8,3%, se comparado ao ano anterior. Em 2013 foram observadas menores taxas de crescimento para o setor, fator esse atribuído à estabilização dos aspectos logísticos e socioeconômicos, que foram os responsáveis pelo crescimento do setor nos anos anteriores, sendo assim observada uma acomodação no quadro do crescimento econômico que juntamente com a inflação, aumento de dívidas dos consumidores e o desaceleramento de abertura de novos canais de escoamento de produção, contribuíram para o acontecimento dessa diminuição na taxa de crescimento no setor da floricultura brasileira (SEBRAE, 2015).

Desde o ano de 2016 até ao ano atual, o setor ornamental brasileiro tem mantido um crescimento considerável. Segundo dados da Ibraflor, o setor tem gerado um total de 209.000 empregos, e apresentado um faturamento crescente a nível de consumo, desde o ano de 2012 até o ano de 2020 e para 2021 a expectativa de crescimento será de 2 a 5%, estimativa esta, reduzida devido a pandemia (Covid-19). Hoje (2021) o consumo per capita é de R\$ 45,79. A produção brasileira de flores, reflete bem o estágio de desenvolvimento do País, bem como a sua idade e o seu nível populacional. O Brasil está atualmente entre os 15 maiores do mundo, mas avançará neste ranking na medida em que o PIB e o consumo per capita aumentarem,

assim o país terá potencial para estar entre os 10 maiores produtores mundiais de flores. (SCHOENMAKER, 2021).

O cultivo de flores e plantas ornamentais pode ser realizado em pequenas propriedades rurais e a área utilizada varia em função da capacidade de investimento e da perspectiva do produtor. Antes do início de qualquer cultivo, é importante que o produtor esteja bem informado sobre o mercado, conheça os produtos comercializados na sua região e, através dessas informações, possa definir o tipo de estrutura necessária para a produção. Também é relevante que se conheça o clima da região para definir quais espécies floríferas serão aptas para o cultivo e as condições em que serão produzidas, a fim de avaliar a necessidade de estufas, sombreamento, irrigação e iluminação. No que se diz respeito a estruturas móveis ou permanentes, a escolha deve levar em consideração se a propriedade é do própria ou alugada, tendo o produtor a possibilidade de transportar toda a estrutura de cultivo para outras áreas. É necessário a avaliação do capital disponível para investimento e o capital total necessário, que poderá variar bastante de acordo com o segmento escolhido, a espécie cultivada e a estrutura física necessária.

Para o início da atividade e uma vez escolhido o segmento no qual o produtor deseja atuar (flores de vaso, corte ou plantas ornamentais), é aconselhável que se concilie a produção de várias espécies, pois a diversificação irá proporcionar uma maior segurança, principalmente em períodos de entressafra ou quando os itens cultivados não atingem o valor comercial esperado. É importante que se tenha o devido conhecimento de todas as estruturas disponíveis e escolher a que tenha melhor relação custo/benefício. Pode-se inicialmente optar por estruturas simples que, com o devido retorno financeiro, possam ser melhoradas futuramente (SENAR, 2018).

2.3. A PRODUÇÃO DE FLORES NO BRASIL E NO MUNDO

A Produção mundial de flores e plantas ornamentais podem ser separadas em três níveis, onde a China e a Índia se destacam nesse segmento com áreas cultivadas com mais de 150 mil hectares. Os países Baixos, Estados Unidos, México, Japão e Brasil se encontram na colocação das nações que detêm entre 10 a 50 mil hectares de cultivo. O nosso país encontra-se na sétima colocação desse ranking produtivo, detendo uma área de 14,99 mil hectares de produção. Os países que possuem menos

de 10 mil hectares de área cultivada, ocupam o terceiro nível desse tipo de produção. Segundo dados disponíveis no ano de 2016, a área mundial de flores e plantas ornamentais passou dos 1,4 milhão de hectares, dos quais 92,4% estão na China, num período de dois anos, a área produtiva para esse tipo de segmento do agronegócio cresceu quase 700%, nesse país, chegando a atingir 1,34 milhão de hectares, crescimento esse atribuído ao incentivo do governo chinês através de contratação de empresas de consultoria e investimentos em novos projetos de alta tecnologia, com metas de criação de grandes empreendimentos no ramo da floricultura e paisagismo, além de contarem com a forte atuação de instituições internacionais de ensino, tecnologia e comercialização (CADERNO SETORIAL ETENE, 2019).

No Brasil, os principais produtos comercializados são as flores e folhagens para corte, as mudas de plantas ornamentais e outras formas de propagação (produzidas para plantio) e as plantas ornamentais em vaso. Esses produtos se encontram distribuídos em 81,2% dos estabelecimentos com produção de flores e plantas ornamentais. Entre 2006 e 2017, houve o acréscimo de 2.617 estabelecimentos nacionais envolvendo quase todos os produtos: flores e folhagens para corte, cujo aumento foi de 0,2%, mudas de plantas ornamentais (+15,5%), plantas ornamentais em vaso (+36,6%), mudas e outras formas de propagação (produzidas para plantio) (+134,8%) e gramas (28,7%). No Nordeste mais da metade dos estabelecimentos ligados a atividade da floricultura, produzem flores e folhagens para corte (32,1%) e mudas de plantas ornamentais (21,4%), juntamente com as plantas ornamentais em vaso (14,9%) e as mudas e outras formas de propagação (produzidas para plantio) (12,4%), perfazem 80,9% dos produtos mais demandados em 2017. (CADERNO SETORIAL ETENE, 2019).

O mercado brasileiro de flores e folhagens de corte é concentrado na região Sudeste, que obteve participação percentual relativa de 83,02% em 2013. A ela se seguiram, pela ordem decrescente de importância: Nordeste (9,92%), Sul (2,90%), Norte (2,62%) e Centro-oeste (1,54%). Para plantas envasadas, os resultados mostram um crescimento na importância das flores e plantas envasadas com relação ao consumo. Esses indicativos estão ligados aos menores custos na produção, uma maior praticidade e durabilidade no que diz respeito às flores e plantas envasadas (SEBRAE, 2015).

O consumidor atual busca por mercadorias que se mostram mais adequadas e adaptadas ao estilo de vida da atualidade, marcado pela rotina acelerada, dispondo de pouca disponibilidade de tempo, muitas viagens, residências com espaços compactados e etc. No território brasileiro, o mercado das flores e plantas ornamentais é alavancado pelas plantas orquídeas, tendo destaque nos desempenhos produtivos e comerciais. Os produtores estão cada vez mais atentos ao crescimento desse segmento de mercado e buscam cada vez mais oferecer novidades e aumentar a variedades das espécies vegetais cultivadas. No Brasil a atividade mercadológica da floricultura é principalmente focada no consumo interno, direcionando mais de 96,5% dos valores por ano de comercialização, devido a esse fator, os impactos negativos relacionados à crise mundial financeira e econômica que atingiram o país nesse setor, tem sido diminuído, onde o país segue sustentando uma boa performance no que diz respeito a produção de Flores e Plantas Ornamentais (SEBRAE, 2015).

2.4. FLORICULTURA NO NORDESTE BRASILEIRO E NO ESTADO DA PARAÍBA

No Brasil, atualmente existem 16,4 mil estabelecimentos com produção de flores e plantas ornamentais. A maior quantidade se encontra no Sudeste (46,2%), dos quais 24,2% estão no estado de São Paulo e 10,8%, no estado de Minas Gerais. O Nordeste possui 16,5% da quantidade de estabelecimentos, ocupando a terceira colocação nacional. São 2,7 mil estabelecimentos distribuídos em seus nove estados, com maiores concentrações na Bahia (968 estabelecimentos), Pernambuco (678), Ceará (398) e Sergipe (226). Esses quatro estados, juntamente com o Norte de Minas Gerais contêm 80,5% dos 3,2 mil estabelecimentos da Área de Atuação do BNB (CADERNO SETORIAL ETENE, 2019).

Quando comparada com outros estabelecimentos agropecuários nacionais, a quantidade de estabelecimentos com cultivo de flores e plantas ornamentais é considerada muito pequena no país e em todas as regiões, sendo as maiores produções concentradas na Região Sudeste (0,78%) e Sul (0,45%), depois na Região Norte (0,25%), Centro-Oeste (0,25%) e no Nordeste (0,12%). Porém, no período entre 2006 e 2017, ocorreu um aumento de 48,2% na quantidade de estabelecimentos

nacionais com cultivo de flores e plantas ornamentais. Na Área de Atuação do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o Norte do Espírito Santo apresentou um maior crescimento na quantidade de estabelecimentos entre os anos de 2006 e 2017. Nessa região, existem 486 municípios com cultivo de flores e plantas ornamentais localizados em grande parte na Bahia (34,4%). Em Pernambuco, Ceará e Norte de Minas Gerais ficam 31,5% deles e nos demais estados da Área do BNB ficam os 34,2% municípios restantes. O Norte do Espírito Santo apresentou o maior crescimento na quantidade de estabelecimentos no período de 2006 e 2017. Nessa região, existem 486 municípios com cultivo de flores e plantas ornamentais localizados em grande parte na Bahia (34,4%). Em Pernambuco, Ceará e Norte de Minas Gerais ficam 31,5% deles e nos demais estados da Área do BNB ficam os 34,2% municípios restantes (BRAINE, 2019).

A região Nordeste aponta com índice de 7,6% na distribuição nacional da área cultivada, destacando as participações regionais dos estados do Ceará (2,6%), Pernambuco (1,4%) e Alagoas com 1,4% de participação. O menor índice em relação ao indicador da atividade florística nacional foi para a região Nordeste, seu crescimento do número de produtores na base de produção foi o menor de: 14,2%. Os estados de Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará demonstraram um aumento nos seus números de produtores: de 85,8% e 16,0%, respectivamente. Em termos de Valor Bruto da Produção (VBP) – ou seja, dos valores efetivamente recebidos pelos produtores de flores e plantas ornamentais –, a floricultura brasileira movimentou, em 2013, R\$ 1,49 bilhão, com crescimento de 57,56% sobre os resultados apurados para o ano de 2008 (R\$ 945.649 milhões). A região Nordeste ocupa a terceira posição, com 9,01% de participação percentual relativa do VBP florícola nacional. Esses números demonstram uma perda relacionada a essa atividade, se comparado ao ano de 2008 (10,82%). A principal justificativa para esses resultados observados encontra-se no forte desaquecimento do mercado internacional, onde a produção de flores da região Nordeste sofreu os impactos da diminuição das exportações de flores e plantas ornamentais observadas após o ano de 2008, em decorrência da crise econômica e financeira. (SEBRAE, 2015).

No estado da Paraíba da Região Nordeste, destaca-se no ramo da atividade da floricultura a Cooperativa dos Floricultores do estado da Paraíba (Cofep), localizada no município de Pilões, constituído praticamente por mulheres (38 no total). Os municípios de Lagoa Seca e Conde, apresentam cultivos baseados na exploração

de espécies tropicais de corte. A Cofep abrange o trabalho de 42 famílias em duas unidades de produção, com 52 estufas montadas em 7 hectares de terra da fazenda Avarzeado e arredores. A primeira unidade de produção (inaugurada em 1999, com 18 estufas) possui atualmente 39 estufas e a segunda unidade detém outras 13 estufas. As produtoras atualmente cultivam crisântemos em vasos, mas, rosas, gérberas, graudilhos, jasmims-laranja, avencas e outras demais espécies com finalidades ornamentais. Seus produtos são distribuídos em várias cidades paraibanas e em estados vizinhos, como Pernambuco e Rio Grande do Norte. Cerca de 90% de toda a produção da cooperativa é escoada a partir da cidade de Guarabira, que é considerada o polo comercial mais próximo às instalações da floricultura. O sucesso da cooperativa, instigou a curiosidade e inspirou as pessoas de dois dos municípios vizinhos a cidade de Pilões, Bananeiras e Areia, a também ingressaram na atividade da floricultura a partir do ano de 2008. O projeto da Cofep já recebeu, no Brasil, vários prêmios de reconhecimento da importância da iniciativa, com destaque para: Prêmio Mulher Empreendedora (Sebrae, 2005), Voz Mulher (2005) e Prêmio Prefeito Empreendedor em 2006. (SEBRAE, 2015).

A cidade de Areia, localizada no brejo paraibano possui um enorme potencial econômico para o cultivo e comercialização de flores, pois a região dispõe de forte turismo rural, sendo a cidade, inclusa em umas das principais rotas turísticas do Brejo da Paraíba (GALVÃO, 2012). Essas características influenciam de forma muito positiva os empreendimentos que nessa região estão inseridas. Nesta cidade se localizada a Associação de Desenvolvimento Sustentável de Macacos e Furnas (ADESMAF) que é formada por famílias que atuam principalmente no segmento de produção de flores e plantas ornamentais, sendo que além dessa associação existe várias mulheres empreendedoras individuais que obtém através do cultivo e comercialização de flores a sua principal fonte de renda, fortalecendo assim, esse tipo de atividade na região (PROCASUR, 2019).

3 METODOLOGIA

Trata-se de pesquisa qualitativa de estudo de multicasos, sendo considerada uma estratégia de investigação mais convincente, que exige tempo e amplos recursos para a sua realização (YIN, 2001). As pesquisas são fundamentais para construções científicas, através delas é possível entender um pouco mais sobre as diferentes realidades sociais, além de outros objetos de estudo. Durante o desenvolvimento da pesquisa qualitativa, foi utilizada a metodologia bibliográfica, composta por análise em livros, artigos da internet; teses; dissertações, periódicos científicos. A etapa exploratória teve como principal objetivo apresentar uma análise do problema, tendo como principal forma a pesquisa bibliográfica. Esta estratégia assumida foi o ponto inicial da pesquisa bibliográfica, e, paulatinamente, assumiu o perfil definitivo com o aprofundamento da leitura e amadurecimento dos entendimentos e pretensões em torno da pesquisa. (GIL, 2000). Para o desenvolvimento do presente estudo, foi realizada uma pesquisa mediante aplicação de questionário situacional das produtoras de flores do Município de Areia –PB, no tocante à gestão econômico-financeira, utilizando-se da coleta de dados, em que um total de 11 empreendedoras de floriculturas responderam ao questionário aplicado na data de 30/10/2020, sendo as respostas interpretadas, relacionadas entre si e com o problema.

4 RESULTADOS

Os dados referentes aos aspectos sociais das mulheres floricultoras, encontra-se na tabela 1. O questionário foi aplicado no dia 30 de outubro de 2020, para um total de 11 mulheres produtoras de flores que residem no município de Areia – PB, que possuem idades diversas de: 37, 60, 46, 71, 39, 28, 40, 40, 67, 41, 50 anos. Para o nível de escolaridade das mulheres floricultoras (Tabela 1.), foi observado que apenas 3 mulheres possuem o ensino superior completo, 2 com superior incompleto, 2 ensino médio completo e 1 o ensino médio incompleto, 2 ensino fundamental completo e 1 o fundamental incompleto, demonstrando uma variação nos diferentes níveis escolares entre essas mulheres empreendedoras.

Quanto ao estado civil (Tabela 1.), a maioria das mulheres são casadas (7 mulheres) enquanto apenas 4 mulheres são solteiras. Assim, de acordo com esses números podemos considerar que essas mulheres conciliam suas atividades domiciliares, com a atividade do cultivo de flores.

Todas as mulheres entrevistadas possuem nacionalidade brasileira E com relação a sua raça/cor, seis mulheres se autodeclararam raça/cor parda, 3 brancas, 1 negra e 1 amarela. Quase todas as entrevistadas residem em Zona Rural, enquanto apenas 2 em zona urbana. Vale ressaltar, que essa característica demonstra a importância da busca de renda financeira pela mulher do campo, onde as oportunidades são mais escassas quando comparadas ao meio urbano. Nove entrevistadas afirmaram que atualmente não exercem outro tipo de atividade remunerada, sendo essa a sua única fonte de renda. Somente 2(duas) mulheres possuem outra atividade e conseqüentemente, não é seu único meio de subsistência. Portanto, o papel da floricultura é uma atividade geradora de renda para mulheres do meio rural.

Tabela 1- Aspectos sociais das mulheres floricultoras.

Entrevistado	Idade	Estado Civil	Nível de escolaridade	Raça/cor	Local de produção
A	41	casada	superior incompleto	branca	viveiro da floricultura
B	37	solteira	superior	Parda	na floricultura
C	67	casada	fundamental	Parda	na floricultura
D	40	solteira	superior	branca	viveiro da floricultura
E	40	solteira	superior incompleto	branca	viveiro da floricultura
F	28	soteira	superior	parda	quintal de casa
G	39	casada	médio	parda	na floricultura
H	71	casada	fundamental incompleto	parda	viveiro da floricultura
I	46	casada	fundamental	amarela	viveiro da floricultura
J	60	casada	medio	parda	na floricultura
L	50	casada	medio incompleto	preta	quintal de casa

Fonte: Dados da pesquisa.

Com relação as características do empreendimento, que estão representados na tabela 2, um total de 6 mulheres responderam que o negócio é de caráter coletivo e 5 responderam que se tratava de negócio individual. Das respostas obtidas, 8 mulheres afirmaram que possuem um nome comercial (Tabela 2.) E, apenas três das mulheres relataram que não. Todas responderam que costumam reinvestir os lucros das vendas no próprio negócio, demonstrando que possuem espírito empreendedor, procuram aplicar os lucros obtidos com as vendas e melhorias da estrutura e aquisição de novos insumos, para que possam manter e aumentar o seu negócio e com isso aumentarem sua renda cada vez mais. Porém, apenas 6 disseram que o empreendimento dispõe de algum fundo de reserva, fator esse de extrema importância em qualquer tipo de empreendimento, pois a reserva emergencial irá proporcionar uma certa segurança financeira ao empreendimento, podendo ser utilizada em situações críticas ou imprevistas, enquanto 5 mulheres afirmaram que não possuem reserva financeira do próprio negócio.

Além disso, todas as mulheres relataram que fazem registro das entradas e saídas do empreendimento, fator esse notoriamente importante para se obter um certo controle financeiro do seu negócio. A administração financeira é de extrema importância para a prosperidade do empreendimento, nove mulheres ressaltaram que possuem responsável pela administração financeira, enquanto 2 não possuem.

Quanto à cliente fixo (Tabela 2.), que sempre realizam compras regularmente, 8 entrevistadas relataram que possuem e 3 relataram que não. Os clientes fixos proporcionam uma certa segurança nas vendas e obtenção de lucros, além de ser um demonstrativo de satisfação do cliente em meio aos serviços oferecidos e também acaba proporcionando a divulgação do produto para demais pessoas.

Tabela 2 – Características do empreendimento.

Entrevistado	Individual ou coletivo?	Possui nome comercial?	Funcionários	RLVPN ¹	EDAFR ²	RESE ³	RAFE ⁴	Cliente fixo
A	Coletivo	Sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
B	individual	Não	Não possui	sim	não	sim	não	não
C	coletivo	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
D	coletivo	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
E	coletivo	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
F	individual	sim	Não possui	sim	não	sim	sim	sim
G	individual	Não	Não possui	sim	não	sim	sim	sim
H	coletivo	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
I	coletivo	sim	sim	sim	sim	sim	sim	sim
J	individual	sim	Não possui	sim	não	sim	sim	não
L	individual	não	Não possui	sim	não	sim	não	não

Fonte: Dados da pesquisa.

¹Reinvestimento dos lucros das vendas no próprio negócio

²Empreendimento dispõe de algum fundo de reserva?

³É feito o registro de entradas e saídas do empreendimento?

⁴É o responsável pela administração financeira do empreendimento?

Apenas 5 das entrevistadas afirmaram que não possuem funcionários. Enquanto 6 possuem 10 colaboradores por serem integrantes de uma associação rural. O associativismo dessas mulheres possibilita um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis, gerando emprego e renda para as famílias associadas atuantes, favorecendo assim, a permanência dessas famílias no campo, para que os seus integrantes não tenham a necessidade em se deslocarem para o meio urbano, seja no próprio município, cidades da mesma região ou até mesmo para outro estado, com o intuito em se obter renda através de empregos ofertados nos grandes centros urbanos

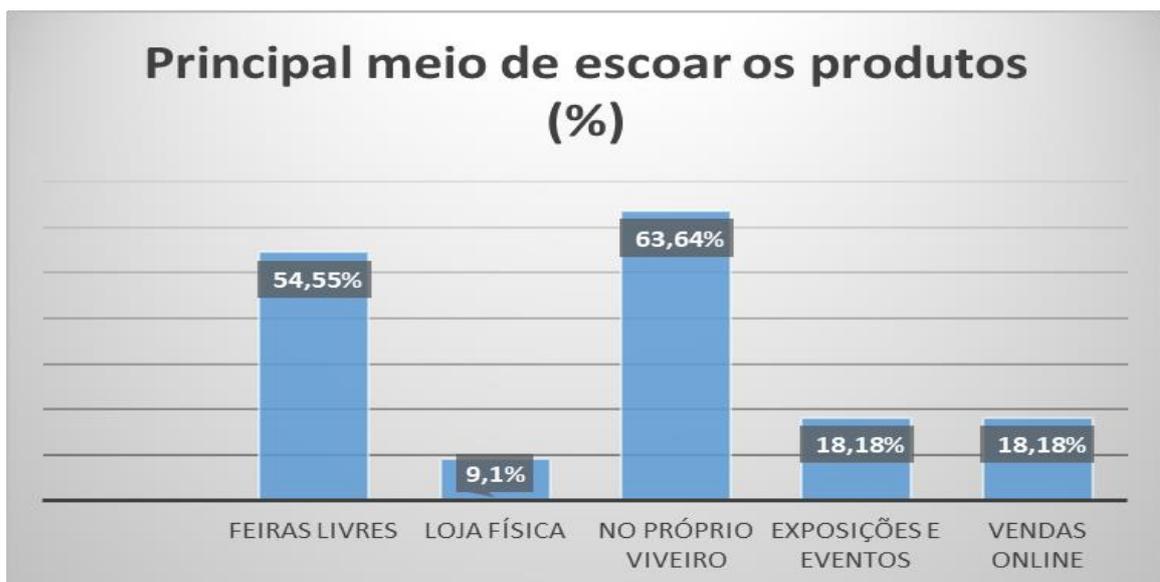
Entre os principais produtos ofertados (Figura 1.), 10 entrevistadas citaram que são as plantas ornamentais, 7 as flores, 6 mudas de frutíferas, 6 plantas medicinais, 4 jarros.



Fonte: Dados da pesquisa.

Figura 1 - Principais produtos ofertados pelas floricultoras.

Ao serem indagadas sobre quais os principais meios de escoar os produtos (Figura 12), responderam: 6 feiras livres, 1 loja física, 2 exposições e eventos, 4 vendas online e 9 no próprio viveiro. Ao serem indagadas sobre quais os principais meios de escoar os produtos (Figura 2), responderam: 6 feiras livres, 1 loja física, 2 exposições e eventos, 4 vendas online e 9 no próprio viveiro.



Fonte: Dados da pesquisa.

Figura 2 – Demonstrativo do principal meio de escoação dos produtos florísticos.

A comercialização dos produtos em feiras livres torna-se um fator de grande relevância, pois são ambientes de grande circulação popular local, circunvizinhas e turística e que se disponibiliza variedades de produtos oriundos da agricultura familiar, tornando-se um espaço de reuniões, socialização, trocas de experiência e captação de novas clientelas por parte dos comerciantes, tornando-se assim um dos principais e mais rentáveis métodos de se escoar a produção. Contudo, devido a situação atual de pandemia em que a nação mundial está enfrentando atualmente, as feiras livres em certos momentos são suspensas ou limitadas, e como alternativa para comercializar os seus produtos e evitar prejuízo total nas vendas as comerciantes estão tendo que se adaptar a modalidade de vendas virtuais, sendo que ainda ocorre uma pouca parcela na quantidade das mulheres que optaram por esse método de vendas, mas já torna-se uma realidade na forma de comercialização dos seus produtos, podendo essa opção vir a ser um escape para superar tempos de enfrentamento à pandemia e isolamento social, que impactam diretamente nas vendas através da pouca circulação dos clientes nos ambientes comerciais.

Para a comercialização dos produtos (Figura 3.), 11 mulheres responderam que vendem em âmbito municipal, 8 em cidades circunvizinhas e 6 a nível estadual.



Fonte: Dados da pesquisa.

Figura 3 – Nível mercadológico de comercialização dos produtos.

Todas as mulheres que responderam ao questionário citaram que o seu principal meio de propaganda dos produtos são as redes sociais, pois segundo elas, essa opção se torna a mais facilitada, pois a maioria dispõe de aparelhos eletrônicos que permitem o acesso ao meio virtual, onde elas utilizam suas contas em redes sociais para promover a divulgação de seus produtos, além de ser uma opção de divulgação de baixo custo.

Embora as redes sociais seja uma forma importante de anunciar produtos e serviços, devido ao grande alcance e baixo custo, é importante ressaltar que se concentrar em uma única forma de comunicação pode limitar esse alcance, pois ainda temos uma parcela significativa da população que não usa redes sociais. A consequência de uso de apenas esse método de divulgação, seria uma diminuída abrangência em atingir diferentes públicos-alvo, pois nem todas as pessoas possuem redes sociais e nem mesmos tem acesso a serviço de internet, onde as suas principais formas de se informar sobre novidades no ramo comercial, seria o uso de propagandas em rádios, comerciais de tv, jornais, panfletos, etc.

As vendas realizadas à distância, seja por meio do uso de telefone ou pela internet, que ofereça ao cliente a opção de não se deslocar até o ponto de venda, e que o cliente possa realizar o pagamento via online é considerada uma forma vantajosa de atrair a clientela. O comercio eletrônico ocorre em meio ao ambiente virtual, onde o consumidor tem o livre acesso de consultar os produtos que deseja adquirir, em qualquer horário e local, possibilitando a realização de pesquisas para a comparação de preços em um curto período.

Todas as produtoras responderam que os produtos com maior lucratividade são: rosas, suculentas, cactáceas, orquídeas, que segundo as produtoras, essas variedades de plantas possuem baixo custo de produção, fácil manejo e são as espécies mais procuradas pelas suas clientelas. Torna-se de grande relevância para as floricultoras o conhecimento e utilização da gestão financeira em seus negócios, pois é através desse conhecimento que pode existir um planejamento administrativo, realizar a análise e o controle das atividades financeiras, assim, obtendo um controle do seu empreendimento, podendo observar a obtenção de lucratividade e/ou prejuízos indesejados, buscando através desse conhecimento, melhorar e aumentar os níveis de lucro, otimizando os resultados e conseqüentemente possibilitando a empreendedora avaliar a situação de seu negócio.

5 CONCLUSÃO

O comércio de floricultura na região de Areia-PB traz uma infinidade de oportunidades, onde as mulheres empreendedoras que lidam com esse tipo de atividade, tem na comercialização das flores a sua principal renda;

Os seus produtos ofertados são variados, pois contemplam desde plantas com flores que são colocadas à venda em vasos ou em saquinhos, plantas medicinais, frutíferas, suculentas até vasos decorados que auxiliam a agregar valor aos produtos finais;

Essas mulheres produtoras se desdobram em conciliar as tarefas domésticas com o trabalho da produção e venda de flores, mas há um grande empenho e força de vontade por parte delas, pois a maioria tem nessa atividade, o seu principal meio de renda. Fica evidente através da pesquisa realizada que, as empreendedoras utilizam pouca propaganda/divulgação de seus produtos e, poucas estratégias para captação de novos clientes, além de possuírem um capital de giro bastante limitado, pois lhe faltam incentivo financeiro para poderem investir em inovações nesse ramo de negócio.

Para superar as dificuldades que surgem nesse setor, as políticas públicas se tornam um fator de grande relevância, pois, através da criação e disponibilidade de projetos criados pelas instituições administrativas e financeiras, com a finalidade de apoiar os empreendimentos femininos, ofertando capacitação pessoal, consultorias especializadas na área, apoios financeiros das unidades produtoras. Tais ações e políticas tornam-se uns dos fatores determinantes para que os empreendimentos se estruturarem, e conseqüentemente consigam atender as demandas do setor e obterem sucesso na produção florística.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. B. S. **Agricultura Familiar: Projeto Flores**. Irriga Ceará 2004: Encontro Estadual do Agronegócio do Ceará - Fortaleza, Secretaria da Agricultura e Pecuária do Estado do Ceará. CD 2 (palestra).

BRAINE, Maria Simone de Castro Pereira. FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS. **Caderno Setorial Etene**, Banco do Nordeste do Brasil, v. 95, n. 4, p. 1-16, set. 2019. Mensal.

BRAINE, Maria Simone de Castro Pereira. PERFIL DA FLORICULTURA NO NORDESTE BRASILEIRO. **Sober**, Fortaleza, p. 1-20, jul. 2006.

FRANSCISCO, V. L. dos; Pino, A.F. KYIUNO, I. **Cultivo de plantas no estado de São Paulo**. Economic Information, São Paulo (3) 33: 17-32. 2003.

GAIÃO, Clóvis. **Seminário discute produção de flores na Paraíba**. Disponível em: <http://www.pb.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PB/seminario-discute-producao-de-flores-na-paraiba,5d2624dd0f957410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 27 nov. 2020.

IBRAFLO-Instituto da Indústria Vegetal, Brasil. **Conferência de Liderança: Programa de ação para superar gargalos da cadeia produtiva brasileira de flores e plantas ornamentais** (relatório final das atividades). Holambra: Ibraflor. 19p. 2006.

ILIS, Vitor. **Floricultura: Comercialização tem incremento de 10% em todo o país no último ano**. 2021. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br>. Acesso em: 31 out. 2021.

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

KEES SCHOENMAKER (Holambra - Sp) (Ed.). **O MERCADO DE FLORES NO BRASIL**. 2021. Ibraflor INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA. Disponível em: https://354d6537-ca5e-4df4-8c1b-3fa4f2dbe678.filesusr.com/ugd/b3d028_e002f96eeb81495ea3e08362b49881a3.pdf. Acesso em: 29 out. 2021.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do EMPREENDEDORISMO**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LÍLIAN C. BARBOSA, J. G. **Crisântemos: Produção de mudas, cultivo de flores de corte, cultivo em vasos, hidroponia**. Ver Viçosa: Easy Editora, 2003. 234p.

Macedo, Euler Cássio Tavares de. **A ATIVIDADE AGRÍCOLA PARAIBANA: LEVANTAMENTO DAS POSSIBILIDADES DE INOVAÇÃO POR MEIO DA INSERÇÃO DE TÉCNICAS DE SENSORIAMENTO REMOTO**. 2013. Disponível em: <http://www.prac.ufpb.br/enex/trabalhos/7CEARDEEPROBEX2012298.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2020.

PLANTAS ORNAMENTAIS: PRODUÇÃO DE FLORES DE CORTE. Brasília: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Senar, v. 171, 2016.

POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO LOCAL: MODELO DE ANÁLISE DO PROJETO FLORES DA BAHIA, SOB O ENFOQUE DO CAPITAL. Bahia: Revista Oidles, v. 2, n. 5, 2008.

PROCASUR. **Sementes da Esperança: Boas práticas de convivência com o semiárido, turismo e juventude rural**: sistematização de uma experiência de intercâmbio na paraíba. Salvador: Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola-Fida, 2019. Disponível em: <http://portalsemear.org.br>. Acesso em: 02 jul. 2021.

REVISTA VALORE. Volta Redonda: Conepa, v. 5, 2020.

ROSA, Adriana. **Ibraflor prevê falência de 66% dos produtores de flores e de plantas ornamentais**. 2020. Disponível em: <https://www.ibraflor.com.br/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: Despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2013.

SCHOENMAKER, Kees. **O MERCADO DE FLORES NO BRASIL**. Holambra: Ibraflor, 2021.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil**. Goiás: Sebrae, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 31 out. 2021.

SEBRAE. **FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS DO BRASIL**. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, 2015. 44 p. 1 v.

SENAR. **Plantas ornamentais: estruturas para a produção**. Brasília: Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – Senar, 2018.

YIN, Robert K. **ESTUDO DE CASO: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.