


COMPOSIÇÃO DE ESPÉCIES DE PLANTAS ORNAMENTAIS COMERCIALIZADAS EM PORTO VELHO/RO

COMPOSITION OF ORNAMENTAL PLANT SPECIES SOLD IN PORTO VELHO,
RONDÔNIA

COMPOSICIÓN DE LAS ESPECIES DE PLANTAS ORNAMENTALES
COMERCIALIZADAS EN PORTO VELHO, ESTADO DE RONDÔNIA

Dr. Raul Afonso Pommer-Barbosa

 <https://orcid.org/0000-0002-1914-5184>

Universidade Federal de Rondônia - UNIR

e-mail: raulpommer@hotmail.com

Jéssica Fernanda Teodoro Reis Pommer

Centro Universitário São Lucas

e-mail: jessicafer19@outlook.com.br

Submissão em: 25/03/2026

Aceito em: 12/06/2026

RESUMO

A floricultura constitui um segmento relevante do agronegócio mundial, apresentando crescimento contínuo impulsionado pela demanda por plantas ornamentais para fins paisagísticos, decorativos e comemorativos. O presente estudo teve como objetivo realizar um levantamento das principais plantas ornamentais comercializadas em um viveiro localizado no município de Porto Velho, Rondônia. A pesquisa caracterizou-se como exploratória e quantitativa. Foram comercializadas 2.020 mudas distribuídas em 295 espécies, evidenciando elevada diversidade de plantas ornamentais ofertadas. Observou-se que a comercialização se concentra em um número reduzido de espécies, destacando-se a grama esmeralda, roseiras, orquídeas e calandivas.

Palavras-chave: Plantas Ornamentais, Floricultura, Comércio

ABSTRACT

Floriculture represents an important segment of global agribusiness, showing continuous growth driven by the demand for ornamental plants for landscaping, decorative, and commemorative purposes. The present study aimed to conduct a survey of the main ornamental plants commercialized in a nursery located in the municipality of Porto Velho, Rondônia. The research was characterized as exploratory and quantitative. A total of 2,020 seedlings were commercialized, distributed among 295 species, demonstrating a high diversity of ornamental plants offered. It was observed that commercialization is concentrated in a small number of species, especially emerald grass, roses, orchids, and kalanchoe.

Keywords: Ornamental Plants, Floriculture, Retail

RESUMEN

La floricultura constituye un segmento relevante del agronegocio mundial, presentando un crecimiento continuo impulsado por la demanda de plantas ornamentales para fines paisajísticos, decorativos y conmemorativos. El presente estudio tuvo como objetivo realizar un levantamiento de las principales plantas

ornamentais comercializadas em un vivero ubicado en el municipio de Porto Velho, Rondônia. La investigación se caracterizó como exploratoria y cuantitativa. Se comercializaron 2.020 plántulas distribuidas en 295 especies, evidenciando una alta diversidad de plantas ornamentales ofrecidas. Se observó que la comercialización se concentra en un número reducido de especies, destacándose el césped esmeralda, los rosales, las orquídeas y las calandivas.

Palabras clave: Plantas ornamentales, Floristería, Comercio

1 INTRODUÇÃO

A floricultura ocupa atualmente uma área estimada de aproximadamente 190 mil hectares em nível mundial e movimentava valores em torno de 60 bilhões por ano. Nesse contexto, o segmento de flores de corte destaca-se como o mais expressivo economicamente, seguido pelos segmentos de plantas vivas, bulbos e folhagens. O comércio global de flores e plantas ornamentais concentra-se, principalmente, na União Europeia, nos Estados Unidos e no Japão, embora países como Colômbia, Equador e Costa Rica, na América Latina, e a China, na Ásia, também apresentem participação relevante nesse mercado (Buainain; Batalha, 2007).

Reconhecido internacionalmente por sua elevada biodiversidade, o Brasil destaca-se pela grande variedade de plantas ornamentais e flores, o que tem impulsionado, de forma crescente, sua comercialização. Tanto nos países tradicionalmente consumidores quanto nas economias emergentes, observa-se um aumento significativo da demanda por flores e plantas ornamentais. No cenário nacional, o consumo e a produção acompanham a tendência de expansão do mercado mundial, que tem apresentado crescimento contínuo ao longo dos anos (Aki; Perosa, 2002).

A dinâmica de consumo de flores está fortemente associada a fatores culturais e sociais, especialmente a datas comemorativas. Eventos como o Dia dos Namorados, o Dia das Mães e o Dia da Mulher configuram-se como os períodos de maior consumo de flores e plantas ornamentais, refletindo a consolidação desses produtos como bens simbólicos e comerciais amplamente difundidos (Aki; Perosa, 2002). Segundo dados divulgados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2008), o mercado mundial de flores vem apresentando crescimento médio anual de aproximadamente 10% desde o final da década de 1990, consolidando-se como um segmento econômico de grande relevância. Embora ainda sejam considerados bens de luxo, flores e plantas ornamentais movimentam cerca de 49 bilhões de dólares em escala global, abrangendo desde a fase de produção até a entrega final ao consumidor.

Nesse ambiente de expansão e crescente competitividade, a obtenção de vantagens competitivas não se restringe apenas à redução de preços. A busca por qualidade exige tanto esforços individuais quanto a atuação integrada dos sistemas produtivos, demandando processos cooperativos e, muitas vezes, investimentos elevados. A fluidez do ambiente concorrencial impõe a necessidade de uma visão dinâmica da competitividade, superando abordagens estáticas baseadas exclusivamente em vantagens previamente adquiridas (Farina, 1997).

Diversos estudos apontam para a expansão da produção brasileira de flores e plantas ornamentais, ainda concentrada predominantemente no estado de São Paulo, mas com destaque crescente para estados como Rio de Janeiro, Minas Gerais, Santa

Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, Pernambuco e Ceará, além de unidades da federação situadas na região Norte do país (Aki; Perosa, 2002). A produção nacional de plantas ornamentais concentra-se, sobretudo, nas regiões Sul e Sudeste, sendo que o mercado interno absorve praticamente toda a produção, com apenas 2% a 5% destinados à exportação (Soncin, 2004).

Como consequência desse processo de expansão, a floricultura, anteriormente concentrada nas regiões Sul e Sudeste, tem avançado para o Centro-Oeste, Nordeste e Norte do Brasil. Nesse contexto, destaca-se o estado do Pará, onde a floricultura vem se consolidando como um segmento promissor do agronegócio regional (Viégas *et al.*, 2022).

Estimativas realizadas por Aki e Pedrosa (2002) indicam que, no final da década de 1990, o Brasil contava com aproximadamente 2.545 produtores atuando no setor de flores e plantas ornamentais. Regionalmente, o Sudeste concentrava 77% desse total, seguido pelo Sul, com 19%, pelo Nordeste, com 3,1%, e pelas regiões Norte e Centro-Oeste, com 0,8% cada. O estado de São Paulo liderava a produção nacional, com 59% dos produtores, seguido por Minas Gerais, com 14%, e pelo Rio Grande do Sul, com 11%.

Diante desse contexto, o objetivo do presente estudo é realizar um levantamento das principais plantas ornamentais comercializadas em um viveiro localizado no município de Porto Velho, Rondônia, contribuindo para a compreensão do perfil de comercialização dessas espécies em uma região ainda pouco explorada sob a ótica do mercado de plantas ornamentais.

O estudo das plantas ornamentais comercializadas em viveiros assume relevância científica, econômica e socioambiental diante da expressiva expansão do mercado de floricultura em escala global e nacional. Embora o setor apresente crescimento contínuo, impulsionado tanto pela demanda em datas comemorativas quanto pela valorização do paisagismo e da ornamentação de ambientes, observa-se que grande parte dos estudos e levantamentos disponíveis se concentra nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, especialmente no estado de São Paulo. Nesse contexto, a realização de pesquisas voltadas para a região Norte torna-se particularmente relevante, uma vez que se trata de uma área com elevada biodiversidade e potencial ornamental ainda pouco explorado sob a perspectiva mercadológica.

2 COMERCIALIZAÇÃO DE PLANTAS ORNAMENTAIS EM RONDÔNIA

O mercado mundial de flores vem apresentando saturação em relação às flores tradicionais de clima temperado, fator que favorece a produção e comercialização das espécies tropicais (Lamas, 2001). Os consumidores de países industrializados buscam cada vez mais flores que representam a exuberância das florestas tropicais. Em Rondônia a comercialização de plantas ornamentais é muito recente, teve início de forma artesanal no ano de 1997. O setor começou a se organizar com a criação, no ano de 2000, da Associação Rural dos Produtores e Distribuidores de Flores Tropicais de Rondônia - AFLORON. Desde o início, a atividade teve apoio do SEBRAE/RO, através de cursos, palestras e informações que eram demandadas individualmente pelos produtores. A partir de 2005, o SEBRAE/RO criou um projeto específico para estruturar a produção e fortalecer os elos da cadeia produtiva da floricultura (França *et al.* 2010).

Segundo França *et al.* (2010) o SEBRAE criou um projeto “Rondônia em flores tropicais”, em 2005 estruturar a produção e fortalecer os elos da cadeia produtiva da floricultura, atendendo atualmente os municípios de Porto Velho e Ji-Paraná, aonde produção de flores e folhagens tropicais vem se expandindo, impulsionada por este suporte. De acordo com dados do Instituto Fecomércio de Pesquisa (2008), a comercialização de flores e folhagens tropicais dos municípios de Ji-Paraná e Porto Velho gerou um faturamento médio mensal por produtor de apenas R\$ 971,92 (novecentos e setenta e um reais e noventa e dois centavos) no ano de 2007, o equivalente a R\$ 11.663,04 (onze mil seiscentos e sessenta e três reais e quatro centavos) por produtor/ano.

A floricultura tropical em toda a Amazônia apresenta um grande potencial de desenvolvimento em função de suas vantagens competitivas, tais como: potencial de produção ininterrupta; produção de espécies próprias, sem similares em outras regiões produtoras; produção em condições competitivas com potencial de exportação para outros estados do país; existência de elevado patrimônio genético natural nativo, especialmente aptos para a produção de folhagens tropicais de corte, que na venda conjunta com as flores tropicais regionais, pode vir a significar e garantir um grande potencial de diferenciação nos âmbitos nacional e internacional e existência do potencial de uso da “Marca Produtos da Amazônia”, com forte apelo ecológico nos mercados mais evoluídos (Junqueira; Peetz, 2008).

As plantas ornamentais tropicais destinadas ao corte de flores e folhagens possuem origem, em sua grande maioria, de regiões tropicais e subtropicais das Américas Central e do Sul, com destaque para Colômbia e Brasil. São plantas grandes, cuja altura varia de 1,5 a 2,5 metros (às vezes até maiores), perenes, de grande beleza ornamental por seu porte e suas formas exóticas. Devido a essas características, essas plantas vêm despertando o interesse comercial no Brasil e no mundo. Os nomes mais comuns são: Helicônias, Alpínias, Bastão do Imperador, Musas, Costus, Tapeinóculo, Sorvetão, Antúrio, Calathea Burle-marxii, Cordylines e Dracenas, as quais são utilizadas, principalmente, em jardins e arranjos florais em função da sua rusticidade e valor ornamental que apresentam (Lamas, 2001). França *et al.* (2010) ainda cita: a cadeia produtiva de flores e plantas tropicais em Rondônia envolve: fornecedores de insumos, produtores, varejistas (viveiros e floriculturas), prestadores de serviços (empresas de eventos, paisagistas e decoradores) e o consumidor final.

A produção e comercialização de flores tropicais no município de Porto Velho vêm crescendo cada vez mais, devido à diversidade de flores cultivadas e comercializadas que visam atender as inúmeras novidades no comércio para atrair mais o cliente e suprir a demanda regional (Santos, *et al.*, 2017). De acordo com Santos, *et al.* (2017), a comercialização das plantas cultivada, (flores, folhagens e outros) são realizadas através de vendas autônomas, contratos com floriculturas, empresas de paisagismos, contrato com particulares, empresas privadas-Shopping, clínicas etc. Além de encomendas em quantidades relativamente grandes para festas de formaturas, casamentos e feiras artesanais. Com o intuito de destacar as principais plantas ornamentais comercializadas na região, este estudo tem como objetivo demonstrar o levantamento quantitativo e qualitativo de plantas ornamentais mais vendidas por um viveiro localizado no município de Porto Velho, Rondônia.

O agronegócio de plantas ornamentais tem se tornando um dos novos dinâmicos e promissores segmentos da agricultura brasileira. Um dos aspectos que

auxiliam, são as condições climáticas do Brasil, que possibilita o cultivo de flores de clima temperado e tropical. Em função dessa diversidade climática a produção de flores, folhagens, e derivados acabam se tornando mais amplos em variedades de espécies. Segundo Aki e Pedrosa (2002), o mercado mundial de flores demonstra uma saturação em relação à oferta de flores tradicionais, abrindo uma grande oportunidade para agrofloricultura tropical em relação à produção e comercialização.

3 AGRONEGÓCIO DE PLANTAS ORNAMENTAIS

Historicamente, as plantas foram utilizadas como recursos fundamentais para a sobrevivência humana. Na busca por espécies destinadas à alimentação, foram identificadas plantas com propriedades tóxicas ou medicinais, o que deu origem a um processo empírico de sistematização dos seres vivos conforme sua utilidade. A presença do uso de plantas medicinais e tóxicas foi registrada nas civilizações mais antigas, evidenciando a importância histórica desses recursos para o desenvolvimento humano (Silva, 2010).

Durante as expedições exploratórias ao Novo Mundo, espécies vegetais foram registradas por naturalistas, embora, em muitos casos, o manejo dessas plantas pelas sociedades consideradas primitivas não tenha sido contextualizado. Paralelamente, os usos de plantas por culturas distintas daquelas existentes no continente europeu também foram documentados por comerciantes, missionários, antropólogos e botânicos (Santos, *et al.*, 2017).

No âmbito da floricultura, as flores são compreendidas como a principal matéria-prima do setor, sendo observada também a preocupação com a divulgação e consolidação da marca associada à atividade produtiva. O crescimento do mercado interno brasileiro após a implantação do Plano Real resultou no aumento da produção e das importações, bem como na redução das exportações, influenciado, entre outros fatores, por questões climáticas. Diante desse cenário, foi defendida pelas entidades do setor a necessidade de reestruturação da floricultura para atender às novas exigências do mercado (Aki, Pedrosa, 2002).

Entre os anos de 2008 e 2013, foi observado um crescimento expressivo no número de produtores dedicados ao cultivo de flores e plantas ornamentais no Brasil. No mesmo período, a área total cultivada apresentou aumento menos significativo, o que resultou na redução da área média cultivada por produtor. Esses dados evidenciam que a produção nacional de flores e plantas ornamentais permanece caracterizada, predominantemente, pela atuação de pequenos produtores distribuídos em diversos municípios brasileiros (Junqueira *et al.*, 2014).

No que se refere à distribuição regional, o crescimento no número de produtores foi verificado em todas as macrorregiões do país entre 2008 e 2013, ainda que de forma desigual. A maior expansão foi registrada na região Sul, seguida pelo Centro-Oeste, enquanto as regiões Norte, Sudeste e Nordeste apresentaram incrementos mais moderados, evidenciando a heterogeneidade do desenvolvimento da floricultura no território nacional (Junqueira *et al.*, 2014).

Apesar da expansão observada, a floricultura brasileira ainda apresenta limitações estruturais relacionadas ao baixo consumo per capita de flores e plantas ornamentais. Esse consumo é significativamente inferior ao observado em países com mercados mais consolidados. Tal cenário tem sido associado a fatores como o baixo poder aquisitivo da população, o reduzido número de compradores frequentes, a

preferência por produtos tradicionais e a forte concentração sazonal da demanda em datas comemorativas específicas (Buainain; Batalha, 2007; Junqueira; Peetz, 2014).

No contexto do agronegócio, a atuação ocorre em um ambiente altamente competitivo, no qual a utilização de ferramentas de marketing torna-se indispensável para a comercialização de produtos e serviços. Entretanto, observa-se a existência de uma lacuna na aplicação dessas ferramentas, uma vez que o setor historicamente esteve fortemente orientado para a produção. Nesse sentido, o desafio das empresas e dos sistemas produtivos não se restringe à eficiência produtiva, sendo necessária a utilização do conhecimento na formulação de estratégias e na avaliação das ações implementadas (França *et al.*, 2010; Quelopana, 2001).

As transformações tecnológicas, políticas e científicas ocorridas ao final do século XX intensificaram o dinamismo dos ambientes competitivos, ampliando os riscos enfrentados pelas organizações. Diante desse cenário, o marketing passou a ser compreendido como elemento central na gestão empresarial, sendo definido como um processo social e gerencial por meio do qual necessidades e desejos são atendidos pela criação, oferta e troca de produtos de valor. De forma complementar, o conceito de mercadologia passou a ser associado ao estudo amplo do mercado, abrangendo produção, precificação, distribuição e comunicação, com o objetivo de atender às expectativas dos consumidores de maneira lucrativa (Bettes; Hitt, 1995; Cunha, 2002).

Do ponto de vista empresarial, a floricultura brasileira é caracterizada como um dos segmentos mais promissores da horticultura intensiva no contexto do agronegócio nacional. Para que as empresas varejistas de flores se mantenham competitivas, torna-se necessário o posicionamento estratégico frente aos produtos substitutos disponíveis no mercado. Esse posicionamento deve contemplar o fortalecimento das capacidades organizacionais, a influência sobre as forças competitivas e a antecipação às mudanças estruturais do ambiente concorrencial (Junqueira; Peetz, 2014; Lara; Carvalho, 2003; Porter, 1997).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se como de natureza exploratória, com abordagem dedutiva e quantitativa. O estudo foi realizado a partir de um levantamento da diversidade de plantas ornamentais comercializadas em um viveiro localizado no município de Porto Velho, Rondônia, no período compreendido entre agosto de 2018 e agosto de 2019.

A coleta de dados ocorreu por meio de consultas aos bancos de dados internos do viveiro, nos quais foram registradas todas as vendas de plantas destinadas à ornamentação de ambientes, especialmente para fins de paisagismo. Foram contabilizadas e analisadas todas as espécies comercializadas ao longo do período estudado, considerando exclusivamente aquelas utilizadas como plantas ornamentais.

Para a organização, o processamento e a análise dos dados, utilizou-se o software estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 24.0, empregado no cálculo das frequências absolutas e relativas, bem como na construção das tabelas analíticas. As informações disponíveis nos registros do viveiro identificavam as plantas apenas pelo nome popular.

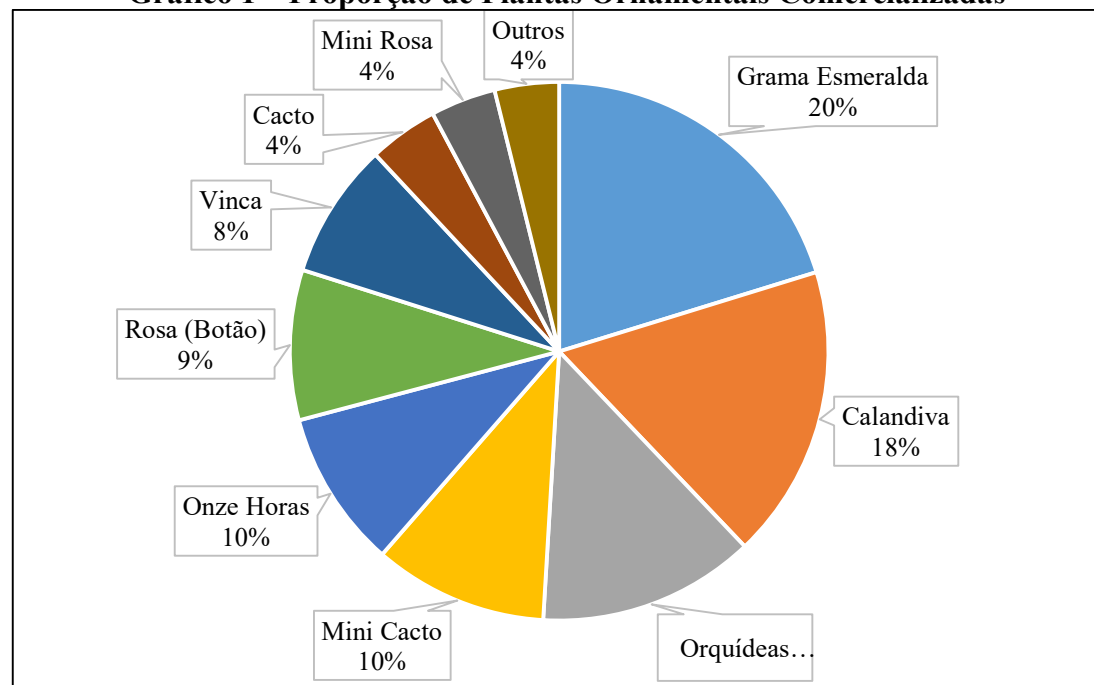
Com o objetivo de complementar e padronizar as informações botânicas, foi elaborada uma planilha no programa Microsoft Excel contendo, além do nome

popular, o nome científico, a família botânica e a origem das espécies, com base em referências bibliográficas especializadas. A partir dessa base de dados, foram elaboradas representações gráficas das espécies mais comercializadas, do comportamento do consumo em datas comemorativas, da distribuição das famílias botânicas e da origem das espécies mais representativas.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No levantamento realizado ao longo do período de agosto de 2018 a agosto de 2019, foram comercializadas 2.020 mudas de plantas ornamentais, distribuídas em um total de 295 espécies distintas. Esse resultado evidencia uma elevada diversidade de espécies ofertadas pelo viveiro analisado, refletindo a ampla demanda por plantas ornamentais utilizadas tanto em projetos paisagísticos quanto na ornamentação de ambientes internos e externos. A gráfico 1 mostra a proporção de plantas ornamentais comercializadas.

Gráfico 1 – Proporção de Plantas Ornamentais Comercializadas



Fonte: Dados da pesquisa.

Do total de plantas comercializadas, dez espécies destacaram-se como as mais vendidas, concentrando uma parcela expressiva do quantitativo total de mudas comercializadas. Dentre essas, a Grama esmeralda (*Zoysia japonica*) liderou o ranking de vendas, evidenciando sua ampla utilização em projetos de paisagismo, especialmente em áreas residenciais e institucionais. Em seguida, destacaram-se os botões de rosa (*Roseira-grandiflora*), cuja elevada demanda está fortemente associada às datas comemorativas, nas quais assumem papel central como elemento ornamental e presente simbólico.

Outras espécies com elevada representatividade nas vendas foram a orquídea (*Phalaenopsis x hybridus*) e a *Calandiva* (*Kalanchoe*), ambas amplamente procuradas especialmente no Dia das Mães, Dia dos Namorados e Dia da Mulher. A popularidade

dessas espécies pode ser atribuída tanto ao apelo estético quanto à sua durabilidade e facilidade de manutenção, características valorizadas pelos consumidores.

De acordo com Santos *et al.*, (2017), as plantas ornamentais tropicais destinadas ao corte de flores e folhagens possuem, em sua maioria, origem em regiões tropicais e subtropicais das Américas Central e do Sul, com destaque para Brasil e Colômbia. Entre os grupos mais comuns dessas plantas ornamentais estão as helicônias, alpinias, bastão-do-imperador, musas, *Costus*, tapeinóculo, sorvetão, antúrio, *Calathea burle-marxii*, cordylines e dracenas, amplamente utilizadas tanto em jardins quanto em arranjos florais.

Apesar da expressiva beleza e potencial ornamental, as helicônias ainda são representadas por um número relativamente reduzido de espécies utilizadas comercialmente. Lorenzi e Souza (2001) destacam que esse grupo apresenta um potencial ornamental ainda não totalmente explorado. Referências a espécies do gênero *Heliconia* já eram relatadas desde 1991 por Henderson *et al.* (2000), que as descrevem como algumas das plantas herbáceas mais vistosas das florestas tropicais, caracterizadas por ampla variação morfológica floral, além de diferenças quanto à distribuição geográfica e adaptação ao cultivo.

Outra família botânica de grande relevância ornamental identificada no contexto tropical é a *Arecaceae*. Sua importância é particularmente expressiva em regiões tropicais devido à abundância, diversidade e múltiplos usos das espécies que a compõem. No Brasil, as palmeiras desempenham papel fundamental na estrutura e composição da vegetação (Scariot, 2015), podendo ocorrer em altas densidades (Henderson *et al.*, 1995) e, em alguns casos, formando associações quase homogêneas. Exemplos incluem os babaçuais (*Attalea* spp.) no Centro-Oeste, Norte e Nordeste do país, os açazais (*Euterpe oleracea* Mart.) no estuário amazônico, os buritizais (*Mauritia flexuosa* L.f.) no Cerrado (Scariot, 2015) e os palmiteiros na Floresta Atlântica (Elias *et al.*, 2016).

Entre as espécies ornamentais arbustivas, destaca-se a *Ixora coccinea* L., amplamente utilizada em projetos de paisagismo tropical. Segundo Oliveira *et al.*, (2016), sua floração ocorre ao longo de praticamente todo o ano, com redução no inverno e intensificação na primavera, o que resulta em jardins visualmente atrativos e exuberantes. No contexto das cercas vivas, as espécies arbustivas também se mostram amplamente utilizadas, compondo bordaduras, muros, paredes, grades ou sendo empregadas de forma isolada, oferecendo diversidade de formas, cores e volumes no paisagismo (Lira Filho, 2002).

Um aspecto relevante observado neste estudo foi a variabilidade da procura e das vendas de determinadas espécies durante os períodos de maior demanda. Espécies como rosas e calandivas apresentam aumento expressivo nas vendas durante as datas comemorativas, sendo pouco procuradas fora desses períodos. Esses resultados reforçam que tais datas representam os momentos de maior consumo de flores e plantas ornamentais para viveiros e floriculturas, evidenciando a influência do calendário comemorativo sobre a dinâmica do mercado de plantas ornamentais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo apontou o perfil de vendas de plantas ornamentais em um viveiro localizado em Porto Velho, Rondônia, evidenciando a grande diversidade de espécies disponíveis e a expressiva influência dos fatores culturais e sazonais sobre o consumo.

No período analisado, foram comercializadas 2.020 mudas de 295 espécies distintas, o que demonstra que, mesmo em uma área onde a floricultura ainda está se desenvolvendo, existe uma demanda significativa por vários produtos ornamentais. Os dados indicam que apesar da grande diversidade, a receita se concentra em algumas poucas espécies que são mais aceitas no mercado, como a grama esmeralda, roseiras, orquídeas e calandivas, cujas aquisições estão relacionadas tanto ao uso em paisagismo quanto às datas comemorativas, como o Dia das Mães, o Dia dos Namorados e o Dia da Mulher. Esse consumo padrão evidencia que o uso de plantas ornamentais ainda é bastante sazonal no Brasil, o que já foi mencionado na literatura do setor.

Observou-se também que, na Amazônia, as espécies tropicais têm um enorme potencial comercial, mas ainda são pouco exploradas em relação às espécies tradicionais do setor ornamental. Esse resultado ressalta a necessidade de intensificar tanto as pesquisas quanto os investimentos na cadeia produtiva regional, considerando as vantagens competitivas que advêm da biodiversidade amazônica e das condições climáticas propícias ao cultivo de espécies ornamentais de clima tropical. Em linhas gerais, o levantamento contribui para o entendimento do mercado de plantas ornamentais na Região Norte do Brasil, que ainda é pouco pesquisado do ponto de vista científico e mercadológico, e evidencia que a atividade é promissora, mas carece de uma maior organização na produção, um planejamento nas vendas e a adoção de estratégias de marketing.

REFERENCIAL TEÓRICO

AKI, Augusto.; PEROSA, José Matheus Yalenti.; Aspectos da Produção e Consumo de Flores e Plantas Ornamentais no Brasil. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, Campinas, v.8, n.1/2, p.13-23, 2002; Disponível em: <https://doi.org/10.14295/rbho.v8i1.304>. Acesso em: 27 fev. 2025.

BETTES, Richard.; HITT, Michael. The New Competitive Andscap. **Strategic Management Journal**, v. 16, p. 7-19, 1995. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)99958-3](https://doi.org/10.1016/0024-6301(95)99958-3). Acesso em: 27 fev. 2025.

BUAINAIN, A.; BATALHA, M. **Cadeias produtivas de flores e mel cadeias produtivas de flores e mel**. Brasília: Buainain, A. & Batalha, M., 2007. Disponível em: <https://repositorio-dspace.agricultura.gov.br/handle/1/501>. Acesso em: 27 fev. 2025.

CUNHA, Daniela Rodrigues. **Os Fatores críticos de sucesso do comércio varejista de flores e plantas ornamentais**: as lojas de artes no Município de Porto Alegre/RS. 2002. Orientadora: Dra. Lilia Maria Vargas. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGA /UFRGS), Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2002. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/2141>. Acesso em: 27 fev. 2025.

ELIAS, G. A.; GASPER, A. L.; LIMA, J. M. T.; SOARES, K. P.; MOLZ, M.; SANTOS, R. Community Structure of Large Native Arborescent Palms (Arecaceae)

- using data from the Floristic and Forest Inventory of Santa Catarina, Brazil. **Australian Journal of Basic and Applied Sciences**, v. 10, n. 10, p. 156-163, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/311767171_Community_structure_of_large_native_arborescent_palms_Arecaceae_using_data_from_the_Floristic_and_Forest_Inventory_of_Santa_Catarina_Brazil?channel=doi&linkId=58597ea208aeabd9a58b4957&showFulltext=true. Acesso em: 27 fev. 2025.
- FARINA, E.M.M.Q. Abordagem sistêmica dos negócios agroindustriais e a economia dos custos de transação. In: FARINA, E.M.M.Q.; AZEVEDO, P.F.; SAES, M.S.M. (Orgs.) **Competitividade: mercado, estado e organizações**. São Paulo: Singular, 1997. p.165-176.
- FRANÇA, Carlos Alberto Machado.; SOUZA, Mariluce Paes.; PEDROSO, Eugênio Ávila.; SILVA, Tania Nunes.; FILHO, Theophilo Alves de Souza. Flores e Folhagens Tropicais: Mercado em Expansão. **Anais...V Encontro Nacional da Anppas 4 a 7 de outubro de 2010, Florianópolis, SC, Brasil**. Disponível em: <https://www.bibliotecaagptea.org.br/agricultura/floricultura/artigos/FLORES%20E%20FOLHAGENS%20TROPICAIS%20MERCADO%20EM%20EXPANSAO.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2025.
- HENDERSON, A.; GALEANO, G.; BERNAL, R. **Field Guide to the Palms of the Americas**. Princeton: Princeton University Press, 1995.
- HENDERSON, A.; FISCHER, B.; SCARIOT, A.; PACHECO, M. A. W.; PARDINI, R. Flowering phenology of a palm community in a central Amazon forest. **Brittonia**, v. 52, p. 149-159, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2666506>. Acesso em: 27 fev. 2025.
- INSTITUTO FECOMÉRCIO DE PESQUISA. **Relatório de pesquisa projeto Rondônia em flores tropicais mensuração de resultados – T2**. Porto Velho, 2008.
- JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. S. O setor produtivo de flores e plantas ornamentais do Brasil, no período de 2008 a 2013: atualizações, balanços e perspectivas. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v. 20, n. 2, p. 115-120, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/rbho.v20i2.727>. Acesso em: 27 fev. 2025.
- LAMAS, Alonso da Mota. **Floricultura tropical: técnicas de cultivo**. Recife: SEBRAE/PE, 2001.
- LARA, Ana Paula Conter; CARVALHO, Ruy Inácio Neiva. 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. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/cienciaanimal/article/view/14946/14475>. Acesso em: 27 fev. 2025.

LIRA FILHO, J.A. **Paisagismo**: elementos de composição e estética. Série Planejamento Paisagístico. Aprenda Fácil. Viçosa, v.2, p.194. 9ª Coleção, 2002.

LORENZI, H.; SOUZA, M.H - Plantas **Ornamentais no Brasil**: arbustivas, herbáceas e trepadeiras. 3. ed. Nova Odessa, SP: Instituto Plantarum de Estudos da Flora, 2001.

OLIVEIRA, Maria Cristina.; OGATA, Roberto Shojirou.; DE ANDRADE, Geovane Alves.; SANTOS, Déborah da Silva.; SOUZA, Ravana Marques.; GUIMARÃES, Tadeu Gracioli.; JÚNIOR, Manoel Cláudio da Silva.; PEREIRA, Djalma José de Sousa.; RIBEIRO, José Felipe. **Manual de Viveiro e Produção de Mudanças. Espécies Arbóreas Nativas do Cerrado**. Brasília: Editora Rede de Sementes do Cerrado, 2016. 124 p. Disponível em: https://sobrestauracao.org/documentos/manual_viveiro.pdf. Acesso em: 27 fev. 2025.

PORTER, Michael Eugene. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

QUELOPANA, E. M. **Um estudo sobre a relação entre o conhecimento e a qualidade de decisão**. 2003. Orientador: Prof. Dr. Abraham Sin Oih Yu. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, 2003. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-15122004-131631/publico/Eliana_Marroquin_diss.pdf. Acesso em: 27 fev. 2025.

SANTOS, Josiane Silva Costa; GRZEBIELUCKAS, Cleci; SOCOLOSKI, André; FRANÇA, Raimundo Cunha. PRODUÇÃO DE FLORES TROPICAIS: UMA ANÁLISE ECONÔMICA NA AGRICULTURA FAMILIAR EM MATO GROSSO. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**, [S. l.], 2017. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4378>. Acesso em: 27 fev. 2025.

SCARIOT, A. O. Palmeiras brasileiras: botânica, ecologia, usos e conservação. In: LOPES R.; OLIVEIRA, M. S. P.; CAVALLARI, M. M.; BARBIERI, R. L.; CONCEIÇÃO, L. D. H. C. S. (Ed.). **Palmeiras Nativas do Brasil**. Brasília: Embrapa, 2015. p. 15-33.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Inovação no campo: pequenos negócios rurais apostam na diferenciação para ampliar competitividade. **Revista SEBRAE Agronegócios**, n. 8, 2008.

SILVA, E. C. A. **O uso do comércio eletrônico no ramo de flores tropicais em Pernambuco**. 2010. Orientador: Dr. Tales Vital. Dissertação (Pós-graduação em Administração e Desenvolvimento Rural de Pernambuco) – Universidade Rural de Pernambuco, Recife, 2010. Disponível em: <http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/handle/tede2/4509#preview-link0>. Acesso em: 27 fev. 2025.

SONCIN, Carlos Armando.; NETO, Wilton Lupo.; SOUZA, Daniel.; TELHADO, Samuel Filipe Pelicano.; FILHO, José Vicente Caixeta. Logística de Exportação de Flores no Brasil. **Anais...** 42º Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, Cuiabá, MT, 2004. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/281207795_Logistica_de_exportacao_de_flores_no_Brasil. Acesso em: 27 fev. 2025.

VIÉGAS, I. J. M.; MULLER, A. A.; COSTA, M. G.; FERREIRA, E. V. O.; PINHEIRO, D. P.; CAMPOS, P. S. S. Determination of the standard leaf for nutritional diagnosis of assai palm plants. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Jaboticabal, v. 44, n. 3, p.e-078, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0100-29452022078>. Acesso em: 27 fev. 2025.