

TOMATE**Mancha-de-estenfilio****CITROS****Os desafios do greening****BATATA****Diagnóstico do estado de N****CEBOLA****Controle eficaz do míldio**

Cultivar®

Hortalças e Frutas

Arrasadora

Saiba como enfrentar a sigatoka negra, a mais destrutiva doença que ataca a cultura da banana, responsável por alta demanda de fungicidas e sucessivos aumentos nos custos de produção

Que venha 2007

Ibraflor propõe alternativas aos desafios que certamente a cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais terá de enfrentar no próximo ano

O floricultor empresarial brasileiro concordará, certamente, que 2006 foi um ano de duras provas, especialmente no campo financeiro: o consumidor esteve retraído na maior parte do tempo; as datas comemorativas – verdadeiros esteios do comércio da floricultura – nem sempre tiveram a performance esperada; os preços não reagiram bem nos mercados; as altas generalizadas dos preços dos insumos e da mão-de-obra encareceram os custos de produção; a economia do País se viu ameaçada por uma séria crise ética e política; as relações cambiais prejudicaram a todos, exportadores e importadores e, finalmente, tivemos um ano de eleições e sem ganhar a copa do mundo, fatores que interferiram no mercado e depressiram o consumo.

Superado o impacto inevitavelmente desestimulante desses fatores, o momento pede firmeza e decisão. O floricultor profissional sabe que terá que ajustar seus projetos e empreendimentos à realidade de uma nova conjuntura econômica e social, que, tanto no Brasil, quanto no resto do mundo, apresenta, a todos, novas e inexoráveis exigências.

É importante estar consciente de que os mercados consumidores mudaram e não vão voltar atrás. Dessa forma, os produtores e fornecedores terão que se adaptar a um mercado de pressão contínua para a persistente baixa de preços e de aumento geral da qualidade, dos padrões de apresentação, de logística de distribuição e de agregação de valor ao produto final, além da diversificação e incorpora-

ção de novos itens na prestação de serviços, na qualidade de atendimento e no relacionamento com a clientela.

Decididamente, isso tudo não é pouco e os desafios para o empresário floricultor ganha contornos efetivamente dramáticos e desafiadores. Como enfrentar essa situação? Como planejar não apenas a permanência, mas também o crescimento e o sucesso futuro na atividade? Essas, sim, são as questões fundamentais a serem propostas e respondidas neste momento.

No âmbito dessas preocupações, a vida associativa, institucional e corporativa poderá representar um dos mais importantes diferenciais na carreira daqueles que tenderão a buscar efetivas soluções para os seus problemas, tanto nos campos econômicos, quanto técnico, político e social. O fortalecimento dos órgãos e entidades de representação setorial, como o Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor) e Câmara Setorial da Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais, será de fundamental importância na gestão e encaminhamento de buscas de soluções concretas para problemas comuns.

No cenário previsto para 2007, figuram, sem dúvida, os seguintes pontos principais: a) fortalecimento e profissionalização crescentes das vendas de flores e plantas ornamentais pelo varejo de auto-serviços (supermercados e garden centers); b) continuidade do crescimento e do fortalecimento do mercado de paisagem e jardinagem, que receberão impulsos adicionais do revigorecimento da

indústria da construção civil; c) reorganização da base produtiva da floricultura nacional, com a continuidade do fortalecimento e estruturação crescente dos polos regionais; d) busca permanente de agregação de novos produtos, serviços e qualidade de mercadorias e atendimento, como forma de conquistar e manter clientes e consumidores, e d) revisões, redirecionamentos, novos rumos e ritmos no desenvolvimento das políticas setoriais de apoio e fomento, decorrentes dos rearranjos político-institucionais das eleições de 2006.

Como respostas principais a esses desafios, esperam-se dos empreendedores da floricultura brasileira: a) orientação da produção para as novas condições e exigências do mercado; b) agregação de valor aos produtos e serviços; c) profissionalização não apenas da produção, mas especialmente da pós-colheita, logística e distribuição; d) revisão e adequação permanente dos custos; e) fortalecimento das ações institucionais, associativistas e cooperativistas; f) intensificação das ações de promoção e marketing, e g) foco na atenção total à satisfação dos clientes, antecipando e superando seus desejos e necessidades.

Com os melhores votos de um feliz Natal e de um próspero Ano Novo, desejamos a todos a contínua e perfeita superação das barreiras ao pleno desenvolvimento das nossas melhores potencialidades pessoais e empresariais. ©

**Antonio Hélio Junqueira e
Marcia da Silva Peetz,
Hórtica Consultoria e Treinamento**