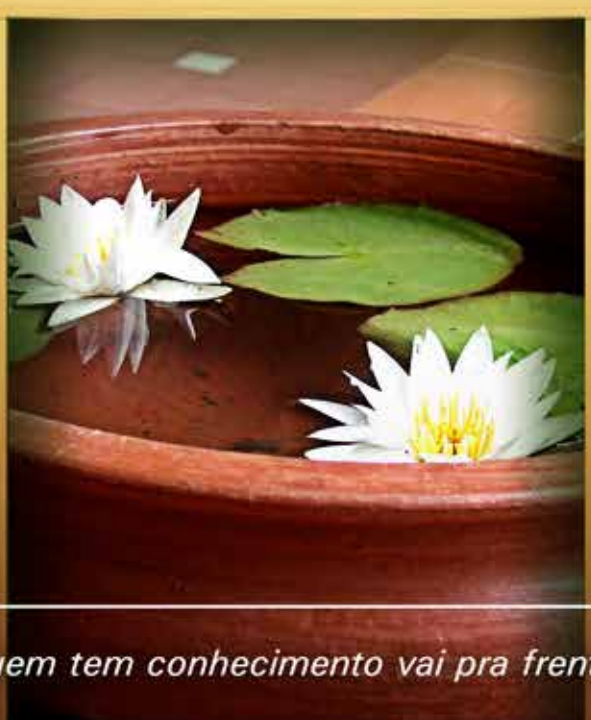
INTELIGÊNCIA EM FEIRAS

ENFLOR

HOLAMBRA – SP – JUL 2012



SEBRAE

Quem tem conhecimento vai pra frente

RELATÓRIO DE ESTUDOS MERCADOLÓGICOS

INTELIGÊNCIA EM FEIRAS

ENFLOR

HOLAMBRA – SP – JUL 2012

2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/98).

Informações e Contato

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae
Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
SGAS 605 - Conj. A - Asa Sul - 70.200-904 - Brasília/DF
Telefone: (61) 3348-7168
estudodemercado@sebrae.com.br
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Roberto Simões

Diretor-Presidente
Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico
Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças
José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
Paulo Cezar Rezende Carvalho Alvim

Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo - Agronegócios
Ênio Queijada de Souza

Coordenação Técnica
Patricia Mayana

Análise Técnica
Lúcio Silva Pires Júnior

Coordenação Carteira de Floricultura
Carmen Sousa

Consultora Conteudista
Vita Christoffel

SUMÁRIO

1. Introdução 5
2. Perfil da Feira 5
3. Flores e Plantas de Holambra 8
4. As Novidades 9
5. Áreas de Negócios 11
6. O Setor de Flores e Plantas 12
   6.1. A Força do Setor 13
7. Tendências 14
8. Capacitação 15
9. Inovações 16
10. Oportunidades 17
11. Depoimentos 18
12. Resultados 19
13. Informações Finais 20

Entrevistados 20

Silvana

INTRODUÇÃO

Para quem quer conhecer, investir e se capacitar no Setor de Plantas e Flores, o ambiente do Enflor é o local ideal. Em uma área de 13.200 m², é possível conhecer as oportunidades, tendências, inovações, o mercado e boas práticas das atividades relacionadas ao setor. Para aqueles que querem ou pesquisam oportunidades para empreender o seu capital material e imaterial, o segmento de flores e plantas é um dos setores que mais cresce no Brasil.

Percebe-se de imediato a presença marcante da arte floral e do paisagismo na ambientação. Além disso, a articulação dos organizadores com os produtores de Holambra faz a diferença na realização do evento. Assim como a presença do setor produtivo nos ambientes de negócios, nos espaços de capacitação e exposição do pavilhão.

O contato direto com os empreendedores do setor estimula o intercâmbio de ideias e conhecimento para o desenvolvimento da cadeia produtiva. Durante esses três dias, foi possível conhecer modelos e formatos de negócios que envolvem a economia verde, criativa e solidária. No Enflor se pesquisa, estuda e se conhecem as novidades e curiosidades do setor.

1. PERFIL DA FEIRA

O 21º Enflor – Encontro Nacional de Floristas, realizada nos dias 15, 16 e 17 (sábado a terça-feira) de julho de 2012, no Pavilhão de Exposições da Explora, na cidade de Holambra, estado de São Paulo, tem como objetivo fomentar e estimular a capacitação do setor varejista de flores, plantas ornamentais e paisagismo, além de estreitar o relacionamento entre floristas, decoradores, paisagistas, arquitetos, projetistas, atacadistas, produtores, empresas de acessórios e varejistas.

Apresenta-se como uma das principais feiras do País por ser organizada e planejada com a participação dos produtores de flores da região. No Enflor foi idealizada como um local de apresentação de novidades e promoção de negócios, visando a investimentos cada vez maiores na capacitação profissional e no fomento ao mercado. Nos últimos anos, a qualificação da mão de obra vem crescendo em termos de qualidade do produto e atendimento ao consumidor final. E a modernização do setor, por sua vez, vem crescendo para qualificar a mão de obra.

A realização do evento é uma iniciativa conjunta com o Sebrae, que aparece como o único patrocinador e tem o apoio da Associação Nacional de Paisagismo, Academia Brasileira de Artistas Florais – ABAF e da Prefeitura Municipal da Estância Turística de Holambra.

Nesse ano, o Enflor foi realizada junto com a 9ª Garden Fair atraindo, dessa forma, 143 expositores que ocuparam uma área de 13.200 m², distribuídos entre os setores marrom (acessórios), azul (acessórios e decorações), verde (flores e plantas ornamentais) e vermelho (decoração).

Os expositores apresentaram tendências e inovações em flores e plantas ornamentais, tais como embalagens, presentes, ferramentas, acessórios de arte floral em geral, gramas, mudas, sementes e forrações, jardineiras, móveis para jardins, pisos, pedras e seixos ornamentais, piscinas, vasos, luminárias, mangueiras, ferramentas, máquinas, sistemas de irrigação, defensivos, adubos e miniestufas.

Também foram realizados cursos, palestras, oficinas, workshops, além de eventos pontuais nos estandes. Os ambientes da feira foram decorados por importantes nomes do setor.

A inscrição para visitação ocorreu via internet e a retirada da credencial aconteceu na recepção do evento. O ingresso estava à venda no local, com o valor individual de R$ 25,00. Na recepção, antes do recinto , o visitante recebe o catálogo da Feira. Nesse catálogo estão os contatos dos expositores, com e-mails e telefones, além da localização dos mesmos no pavilhão do evento, facilitando dessa forma a circulação do público e sinalizando os espaços para aqueles que querem conhecer as tendências do mercado para 2013.

Outro material de divulgação é o **folder**, que recebemos separadamente do catálogo. Esse folder contêm a cartela das tendências de cores com seu significado, a programação dos **workshops**, cursos e palestras. Esse material faz com que o visitante conheça toda a programação, facilitando a sua localização, proporcionando assim um melhor aproveitamento do seu tempo no local. As palestras do Sebrae e as oficinas são algumas das atividades gratuitas oferecidas no evento.

O deslocamento ao evento é a dificuldade principal do visitante. São 70 quilômetros de distância entre Campinas e Holambra. Os ônibus disponibilizados para os visitantes são programados para circular somente em dois horários. Pela manhã, às 8h, chegada ao evento, e às 19h, saída do evento. Transporte particular, somente táxi, ônibus de excursão ou carros alugados. Dessa forma, o público que encontramos é o específico do setor.

O Enflor recebe em média cerca de 6.500 visitantes por dia. O pavilhão tem uma ampla área de estacionamento e é equipado com rampas para cadeirantes, facilitando o acesso e a circulação dos mesmos, inclusive na estrutura fechada (montagem da recepção, administração, sala de imprensa, estandes, guarda volumes, salas de treinamento, restaurantes, lanchonetes, sanitários e ambulatório) como na estrutura ao ar livre (jardins para circulação do público).

2. FLORES E PLANTAS DE HOLAMBRA

A partir da década de 1960, as flores e plantas surgiram como uma opção rentável para os imigrantes holandeses radicados no Brasil, na cidade de Holambra. Cerca de 300 produtores rurais da região iniciaram assim a geração de renda, oportunidades para empregos e negócios.

A consolidação do evento na região se deu pelo interesse em promover encontros entre aqueles que cultivam e comercializam nesse setor. A produção de flores e plantas exige um sistema de produção organizado e eficiente para que seja possível distribuir o produto com rapidez e um mínimo de danos, por se tratar de carga naturalmente sensível, para chegar à mão do consumidor final.

Técnicas especiais de plantio e cultivo, como as produções em estufas, trazidas diretamente da Holanda, foram determinantes para que a produção local de flores e plantas atingisse níveis de qualidade altíssimos, semelhantes ao europeu, e conquistasse definitivamente todo o mercado brasileiro.

A partir da implantação do sistema de comercialização por meio de leilões, conhecido como Veiling, a produção de flores e plantas aumentou e se expandiu, inclusive para o mercado externo, levando o nome de Holambra para além das fronteiras brasileiras e firmando nacionalmente o **status** de Cidade das Flores, a qual é responsável por aproximadamente 40% da comercialização nacional do setor.

Tem-se assim uma forte cadeia produtiva na região, que procura oferecer ao mercado o produto fresco, constância, variedade, conhecimento e treinamento.

3. AS NOVIDADES

O mercado de produção do Setor de Plantas e Flores no Brasil cresce 12% ao ano, segundo o Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor). A qualificação da mão de obra se faz necessária. Cresce a facilidade de adquirir o produto na internet.

Em Holambra, encontramos a Academia Brasileira de Artistas Florais, que promove cursos profissionalizantes de arte floral para decoração de eventos com temas variados. Por exemplo, a: decoração de igrejas, arranjos de hall de entradas, arranjos para buffet, arranjos para centro de mesas, montagem de ambientes, apresentação de decorações e projetos.

E para fortalecer o crescimento do setor varejista de flores, plantas ornamentais e paisagismo, o Enflor apresentou várias novidades, em especial decorações temáticas, ambientes internos e externos decorados para ocasiões específicas, e uma série de workshops em buquês de noivas, arranjos tropicais, arranjos natalinos e decorações para grandes eventos.

Os profissionais do setor puderam conferir as tendências de cores nas decorações de festas e eventos corporativos, além de comprarem as flores e plantas expostas no evento.

"É grande o desafio do profissional que atua com decoração de festas em transmitir o perfil dos homenageados e imprimir a imagem no evento corporativo", afirmou Renato Opitz, coordenador da RBB Feira & Eventos.

Pensando nisso, os organizadores têm como atração principal do Enflor a Rua das Flores, espaço localizado no Setor Azul com o objetivo de apresentar estilos de floricultura em acessórios e decorações. Trata-se de um espaço de grande estímulo para o intercâmbio de conhecimentos e ideias práticas de produtos comerciais (buquês, arranjos, cestas, vasos embalados, presentes etc).

Em horários pré-agendados, no Setor Azul, foi possível conversar com designers, decoradores, artistas florais e profissionais interessados em criar um ambiente ideal.

Já nos debates que envolvem os profissionais ligados ao desenvolvimento urbano, as questões de maior relevância são as de maior desafio, como as que envolvem o controle da temperatura e a qualidade do ar nas grandes cidades. Para contribuir neste cenário, a Sakata apresentou ao mercado brasileiro a SunPatiens, uma variedade de flores para jardins, que além de ser mais eficaz na absorção de dióxido de carbono (CO2) e dióxido de nitrogênio (NO2), também contribui para minimizar a temperatura nos altos verões que se apresentam pelo mundo.

A Terra Viva também traz novidades em produtos e ideias criativas com a apresentação da Sky Planter e a String Plants, novidades na forma de cultivar e expor flores e plantas em casa, festa ou evento. A Sky Planter propõe o uso de flores e plantas de ponta cabeça, desafiando a gravidade e aproveitando espaços nunca antes pensados para este fim. O Sting

Plants apresentou a criação de um jardim aéreo. São plantas e árvores cultivadas em "torrões" (sem vaso) envolvidos por pequenas coberturas, como Baba de Moisés ou grama, e penduradas por meio de cabos. As plantas ficam longe do chão, criando um cenário inusitado e muito atraente, como uma galeria de arte, na qual as obras de artes são as plantas.

Os destaques da Terra Viva são o Lírio Dobrado, o Antúrio Thunder Bird Luxury e as Phalaenopsis Exóticas. O primeiro reúne o charme do lírio convencional, porém dobrado, ou seja, com mais pétalas. É como imaginar uma flor dentro da outra, com aroma suave e muito agradável. Já a coleção de Phalaenopsis Exótica inclui dez tipos de orquídeas pintadas ou pintalgadas com cores fortes e vibrantes, com pétalas coloridas. E o Antúrio Thunder Bird Luxury é diferenciado por sua cor e formato. A cor é bordô brilhante, seguindo a tendência de cores fortes e avermelhadas, e o formato da folha também inova por ser mais triangular.

A novidade do Sítio Vale das Flores são os ranúnculos de corte, flores que têm a aparência de uma rosa, com as pétalas arredondadas e dispostas em forma de espiral que diminuem de tamanho quando próximas do centro da flor.

Entre as rosas, novas variedades em cores e tamanhos foram apresentadas pela Nirp e por outros diversos produtores.

> **"A produção de novas variedades de flores e plantas tem sido favorecida com a chegada de empresas de melhoramento genético ao País, fato que tem permitido ao produtor ampliar o mix de produtos e investir em qualidade", comenta Renato Opitz.**

5. ÁREAS DE NEGÓCIOS

Sem solenidades de abertura e de encerramento, o Enflor promove durante três dias, das 9 às 19h, esse encontro com expositores que tem como foco principal o negócio.

Pela variedade em acessórios, flores e plantas, com destaque para diversos lançamentos, o ambiente se torna propício para a realização de contatos e negócios. Durante esse período,

além do contato com os expositores, pela manhã são realizados os workshops e à tarde, as palestras com o Sebrae.

O Sebrae se faz presente na função de estimular a melhora do negócio de loja, a floricultura. Além dos workshops, o Sebrae ofereceu consultoria aos que trouxeram fotos de sua loja, interessados em conhecer como melhorá-las, como por exemplo reformas na fachada, vitrine, acesso, iluminação, oficina, estoque etc. Uma oportunidade única para aqueles que utilizaram a consultoria.

6. O SETOR DE FLORES E PLANTAS

O setor de flores e plantas ornamentais comemora o crescimento em volume e em valor. O brasileiro está consumindo mais flores. Esse crescimento deve-se ao aumento da construção de condomínios, à urbanização das cidades priorizando mais praças e jardins, ao maior investimento de empresas e residências em plantas vivas nos seus ambientes internos. A sociedade determina a convivência com flores e plantas como um critério na qualidade de vida.

- **Em 2011, o setor movimentou R$ 4,3 bilhões, 13% a mais que no ano anterior.**
- **Em 2012, segundo o Ibraflor, o Dia dos Namorados superou as vendas do Dia das Mães e do Dia das Mulheres.**

- **Atualmente, o brasileiro consume R$ 20,00/*per capita* por ano, cerca de US$ 10,66.**
- **O aumento de consumo de flores e plantas foi gerado pelas classes C e D, via supermercados e *gardens centers*.**
- **Nas classes A e B, o aumento de consumo se deu via internet.**

Dados do Ibraflor para o Setor de Floricultura em números:

- **cerca de 9 mil produtores;**
- **12 mil hectares de área cultivada;**
- **tamanho médio da propriedade - 1,5 mil hectares;**
- **3,5 milhões de empregos diretos;**
- **81,3% de mão de obra contratada;**
- **18,7% de mão de obra familiar;**
- **mais de 300 espécies produzidas;**
- **40 centrais de atacado;**
- **600 empresas atacadistas;**
- **25.000 pontos de venda no varejo;**
- **mais de 30 feiras e exposições.**

No Enflor, os profissionais do ramo podem adquirir os produtos expostos no evento, apresentar novidades, trocar experiências e promover a capacitação profissional. Esses são fatores fundamentais na cadeia de valor neste processo de crescimento.

A originalidade e a legalidade na produção desse setor são importantes valores para o fomento dessa economia. Principalmente por se tratar de um segmento que trabalha a sustentabilidade e converge num mesmo ambiente as economias verde, solidária e criativa.

6.1. A Força do Setor

Cada vez mais os atacadistas procuram em pouco tempo comprar o maior número de produtos, pois a oferta de variedade ao cliente é um diferencial importante. O atacadista chega a oferecer em seu caminhão de 460 até 700 produtos. Já o produtor, passou a oferecer o produto à dona de casa que vai ao supermercado.

E o varejo, por sua vez, a oferecer ideias criativas de como combinar flores e acessórios para novos produtos.

7. TENDÊNCIAS

Cresce a venda **online** e a venda no balcão muda. Os varejistas estão em contato direto com o produtor via internet. Muda o comportamento do consumidor. O mercado masculino passa a consumir mais e há queda nas exportações.

Vários fatores contribuem para que a distribuição venha agregar valor ao mercado. O expositor está interessado em capacitar o seu público, apresentando e ensinando a arte floral.

Cada vez mais os produtores de flores utilizam alternativas mais domésticas, como o inimigo natural, estufas e melhor controle do clima. A sustentabilidade do segmento produtor é positiva para a economia verde, além de se refletir no ambiente social de quem atua no setor. O produtor qualifica sua mão de obra e proporciona a transformação social de seu ambiente e do seu entorno.

O fomento da economia criativa também tem ocorrido e se dá por meio das escolas particulares de arte floral, paisagismo e editorial. O evento leva uma variedade de livros e revistas nacionais e internacionais de tendências da arte floral para o leitor interessado em aprender tudo sobre o manuseio de flores e plantas.

É nesse cenário que os artistas do setor apresentam em seus trabalhos, as tendências e

novidades do mercado, e utilizam a criatividade como diferencial de sua arte. As escolas de arte floral promovem também o turismo de negócios para floristas, decoradores e paisagistas interessados na certificação internacional. São oferecidas viagens de intercâmbio com roteiro exclusivo pelas escolas.

No Setor Azul, a exposição coletiva das artistas florais Alice Satt, Dulce Marcon, Nice Cardoso e Rosana Thomaz apresentou várias possibilidades de reciclagem e de uso desse material, transformando-o em arranjos, embalagens e objetos de arte. Materiais que tradicionalmente são descartados e podem se transformar em peças utilitárias.

8. CAPACITAÇÃO

A programação do evento promoveu workshops com variados temas: embalagens criativas, arranjos de flores tropicais, buquês de noiva, técnicas de base, decoração para grandes eventos e arranjos natalinos.

Foram realizadas pelo Sebrae as palestras:

- **Comece Certo seu Negócio de Floricultura;**
- **Planejando a Abertura de sua Empresa;**
- ***Visual Merchandising* para estrutura e organização de como tornar sua loja mais atraente;**

- **Fluxo de Caixa: organização para o controle financeiro eficiente.**

A capacidade por palestra foi de 100 a 150 pessoas.

Paralelo ao evento, o Sebrae, por meio de suas sedes nos estados brasileiros, organizou as caravanas de visitas de floristas e paisagistas ao Enflor.

Sem agenda conjunta, os produtores expositores locais organizaram a visita de campo dos seus visitantes, marcadas previamente. Além disso, a ABAF promoveu uma assembleia e aplicou uma prova para novos membros, promovendo um jantar para os seus associados.

Na mesma programação do Enflor, foi possível participar da Garden Fair 2012, com os workshops de Melhores Práticas de Manejo em Arborização Urbana e Irrigação Doméstica, assim como o debate sobre a regulamentação do paisagista.

9. INOVAÇÕES

O visitante tem a oportunidade de ter contato direto com os fornecedores do segmento, além de conhecer novas ideias, técnicas e formas desenvolvidas por designers de materiais inovadores e peças utilitárias para a floricultura.

O Enflor melhora o acesso às grandes produtoras de flores, principalmente para os produtores individuais. O produtor, por sua vez, chega mais perto do consumidor final e o visitante é atendido pelo profissional qualificado.

Cada vez mais o visitante procura cursos de capacitação e treinamento nas áreas de paisagismo e arte floral. Em especial, cursos para decoração.

O produtor investe na apresentação do produto, na embalagem – com informações como código de barra –, na orientação e instruções de conservação e curiosidades, dando dicas e sugestões para presentes.

O principal sistema de comercialização do Veiling é divulgado na feira. O leilão é representado pelo relógio, conhecido como Klok, coração do sistema comercial da Cooperativa. O Klok exibe todas as informações referentes ao produto no momento da venda, permitindo a comercialização de grandes quantidades de produtos em tempo recorde. Atualmente, são utilizados três Kloks que realizam leilões simultâneos de produtos em corte, em vaso e plantas ornamentais. Em média, um lote é adquirido a cada 1,5 segundos.

A cadeia produtiva está interessada na qualificação dos profissionais especializados atuantes em todos os setores envolvidos no processo, desde a produção, passando pela comercialização e chegando à distribuição, assegurando que os produtos cheguem às mãos de clientes e consumidores obedecendo aos mais altos padrões exigidos pelo mercado.

Os expositores estão agregando valor comercial aos produtos oferecidos, visando ao desenvolvimento do mercado.

10. OPORTUNIDADES

- **Empregabilidade maior para mulheres.**
- **Realização de grandes eventos para os próximos quatro anos (associados à Copa do Mundo e às Olimpíadas).**
- **Exigência do mercado em atestar uma boa qualidade do produto.**
- **Normas de trabalho para uma produção sustentável que devem ser cumpridas, como o uso e depósito de descartes de defensivo, o cuidado com a água, hora trabalhada**

e outros, preservando a questão ambiental e social dos que trabalham no setor.

- Pouca representatividade das flores e folhagens tropicais.
- Treinamento técnico comercial de irrigação residencial para um jardim saudável.
- Ambiente positivo para se conhecer métodos de produção com sustentabilidade.
- Produtores interessados em apoiar o varejo (restaurantes, hotéis, condomínios residenciais, lojas em shoppings e concessionárias de carros).
- O interesse dos produtores em colocar seu *know-how* à disposição.
- Para o produtor brasileiro, há cinco anos o mercado interno é muito mais interessante do que o mercado internacional. Diversas situações motivam os produtores a trabalhar a qualificação do varejo no Brasil: o custo para o produtor operar no mercado interno é mais baixo; os grandes importadores estão com o produto sobrando nos EUA e na Europa; o momento é de alta cambial; as dificuldades operacionais e burocráticas para exportar o produto são grandes.

11. DEPOIMENTOS

Segundo os entrevistados:

"A qualificação da mão de obra se faz na própria propriedade. Não existem nas universidades de ensino público e privado cursos com conteúdos específicos para capacitar os técnicos. Faz-se necessário começar a desenvolver formação acadêmica de cursos básicos de capacitação técnica nessa questão da floricultura" (Alexandre Gedanken - diretor de operações da Cooperflora).

"Hoje o mercado de exportação vem se reorganizando, o câmbio não está favorável, cresce o interesse do público em Arte Floral. A mudança de hábito para o consumo de flores

no mercado Brasil é uma realidade". (Ticiana Batista de Mesquita – articuladora de cadeias produtivas do Governo do Estado do Ceará).

"Cada vez mais, várias capitais do País têm aparecido interessados em trabalhar com flores, principalmente na área de decoração". (Alexandre Gedanken – diretor de operações da Cooperflora).

"O varejo precisa se capacitar mais no mercado". (Renato Opitz, coordenador da RBB Feira & Eventos).

"Estar presente no Enflor é uma vitrine e uma oportunidade de troca para reunir informações e consolidar o trabalho, munido de informações e contatos". (Gustavo Franco Rosa Vieira – engenheiro agrônomo da Reijers).

"Todos os anos na cidade de Holambra é celebrada a festa da colheita". (Renato Opitz).

"O Governo do Estado do Ceará acredita na proposta de produção em larga escala com projetos voltados à exportação". (Ticiana Batista de Mesquita – articuladora de cadeias produtivas flores e mel da ADECE)

12. RESULTADO

O Enflor cumpriu seu objetivo de estreitar o elo da cadeia produtiva de flores e plantas, além de promover e divulgar produtos e produtores do setor aos compradores nacionais e internacionais. Estimulando assim, o objetivo principal que é colocar compradores e vendedores para realizarem, também, futuros negócios.

O evento contribui para mudar os conceitos da atividade econômica e valorizar a qualidade do produto, a capacitação da mão de obra, a inovação tecnológica e a gestão empresarial com responsabilidade social e ambiental. Dessa forma, o setor passa a agregar valor ao produto e popularizar o consumo de flores e plantas no Brasil.

13. INFORMAÇÕES FINAIS

Esse relatório foi desenvolvido a partir da visita ao Enflor 2012, entrevistas com participantes, especialistas da área e a realização da programação das atividades oferecidas.

As imagens apresentadas nesse relatório e outras fotos estão disponibilizadas no Flicker http://www.flickr.com/photos/inteligencia_em_feiras/sets/72157631212446572/. Elas foram cedidas pelo fotógrafo Maurício Seidl.

São imagens feitas no local da Feira, apresentando estrutura física, como as fachadas dos estandes localizados nas partes interna e externa do pavilhão, os locais onde foram realizadas as capacitações, fotos de produtos, acessórios e embalagens e outros registros.

ENTREVISTADOS

1. Renato Opitz, coordenador da RBB Feira & Eventos, empresa responsável pela programação e organização – renatoopitz@uol.com.br ou rbb@rbbeventos.com.br;
2. Alexandre Gedanken – diretor de operações da Cooperflora – Alexandre.gedanken@cooperflora;
3. Ticiana Batista de Mesquita – articuladora de cadeias produtivas flores e mel da ADECE – ticibatista@hotmail.com;
4. Paulo Kortstee – representante da Holambelo – Paulo@floreada.com.br;
5. Gustavo Franco Rosa Vieira – engenheiro agrônomo da Reijers – reijersproduto@uol.com.br;
6. Maria Emília Cabral - gestora da área de projeto de flores do Sebrae Rio Grande do Norte – Emilia@rn.sebrae.com.br;
7. Rosana Thomaz – designer floral – byrosanathomaz@hotmail.com;
8. Nice Cardoso – paisagista e designer floral – nicecardoso@gmail.com;
9. Alice Satt e Dulce Marçon – proprietárias da Santa Flora (arranjos florais, decoração de festas e eventos) – santaflora@santaflora.com.br;
10. Gustavo e Edgard Med – paisagistas e proprietários da Irmãos Med – guusmed10@gmail.com;
11. Larissa Offerhaus – comercial da Viraflor – viraflor@viraflor.com.br;
12. Wu Ke Chia – proprietário da WK Flora fone (19) 3287.5954 ou 8142.1015;
13. Carlos André Gouveia – gerente de marketing da Terra Viva – carlos@terraviva.agr.br;
14. Ralph Dekker – diretor da Floral Design Brasil – floral.design@uol.com.br.

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

www.sebrae.com.br
0800 570 0800