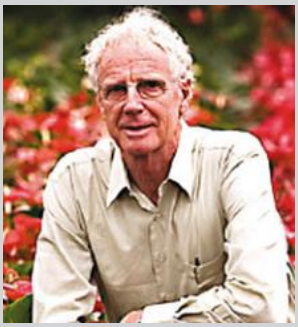
INFORMATIVO

Janeiro de 2018 - ANO 09/ VOL. 82



Kees Schoenmaker - Presidente

Palavra do Presidente

Mesmo considerando que há diferenças regionais entre os produtos e setores, tudo indica que 2018 pode ser um ano positivo para as nossas atividades. Nos primeiros dias as vendas na região de Holambra surpreenderam positivamente, comparado com o mesmo período do ano passado. Além disso, todos os indicadores econômicos são positivos, o que indica que a situação este ano está melhor que nos anos anteriores. Positivo também foi a redução da alíquota de Funrural a ser recolhido, de 2,3% para 1,5%. Parece pouco, mas os valores envolvidos para o Setor como um todo são muito grandes e vai direto para a linha de baixo, ou seja, para o lucro. Portanto, temos muitos motivos para sermos otimistas!

Por outro lado é importante lembrar-se de alguns pontos a serem considerados e termos muita cautela. A eleição é apenas uma e a nossa escolha correta fará toda a diferença, pois a mesma tem o poder de influenciar negativamente a situação econômica. Evidentemente, se o candidato preferido pelos economistas e empresários ganhar, o efeito será positivo!

Temos ainda um índice alto de pessoas desempregadas e a mudança para melhor tem sido extremamente lenta. Dentro dos que iniciaram algo por conta própria, a maioria apenas sobrevive e não sobrará (muito) dinheiro para comprar flores e plantas. Não estou pessimista em relação às perspectivas para este ano, apenas me parece que é bom ter cautela e cuidar bem do fluxo de caixa e reservar dinheiro para a eventualidade de um retrocesso nas nossas vendas. Como se diz no interior: “Devagar é que se vai longe”.

Como Setor, vamos ter um desafio grande também na Reforma Tributária que provavelmente não vai demorar muito. Com certeza o Ibraflor vai fazer tudo que é possível em defesa do Setor! Neste sentido já estamos estudando o que devemos fazer para estar envolvidos nestas discussões e quem poderá contribuir nas diversas esferas... já estamos atentos a isso!

Por enquanto a gente deve estar feliz com este início de ano positivo, mesmo com as incertezas mencionadas acima. O Ibraflor vai trabalhar duro para contribuir para que este e os próximos anos sejam muito positivos para os nossos Sócios!

Um abraço cordial e sucesso!

Kees Schoenmaker - Presidente

COMUNICADO PARA OS ASSOCIADOS

INFORMATIVO Ibraflor

AGENDA DE REUNIÕES EXECUTIVAS 2018

14 de Março - Reunião Executiva às 14h30 em Holambra/ SP - Local: a definir
23 de Maio – Assembleia Geral Ordinária às 14h – Local: a definir
08 de Agosto – 7 ª Edição do Seminário IBRAFLOR em Holambra/ SP - Espaço Cultural Terra Viva
09 de Agosto - Reunião Executiva às 08h30 em Holambra/ SP - Espaço Cultural Terra Viva
28 de Novembro - Reunião Executiva às 14h em Holambra/ SP - Espaço Cultural Terra Viva

AGENDA DE REUNIÕES DA CÂMARA – 2018 - 21/03 – 25/07 – 21/11

As Reuniões se iniciam sempre às 14h. no Auditório Menor, Sobreloja do Ed. Sede do MAPA, Brasília/DF).
http://www.agricultura.gov.br/camaras-setoriais-e-tematicas

Prezados Associados,

E aqui esta a nossa Primeira Edição deste ano 2018, com muitas informações e novidades! Temos matéria do Professor Moacir sobre conceitos de trabalho, matéria do nosso Colunista Jaime Motos Ramos sobre Cyclamen, matéria do Augusto Aki sobre o Varejo, matéria do Valdecir Ferrari sobre perspectivas econômicas para 2018, assunto este também tratado no editorial do nosso Presidente, matéria sobre a IPM Essen e também sobre o Prêmio Cultivador 2018 da AIPH, pequenas informações, o radar dos nossos Associados, eventos nacionais e internacionais, e muito mais! Vale a leitura!

Nossa ***Primeira Reunião Executiva*** deste ano será realizada no dia 14/03 a partir das 14h30, o local ainda vamos confirmar, pois a data coincide com duas importantes feiras organizadas pelas duas Cooperativas de Holambra, o Veiling Market e a Feira de Oportunidades. O intuito destas feiras é apresentar lançamentos em produtos, apontando tendências e priorizar as negociações comerciais em médio e longo prazo.

Quais são os pontos de trabalho para este primeiro trimestre?

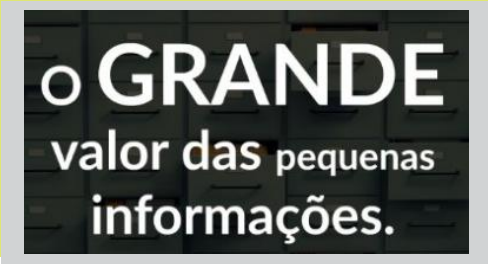
- Estamos alinhando a possibilidade (de em parceria com as Cooperativas Veiling e Cooperflora) a realização de uma pesquisa de consumo. O objetivo principal além de conhecer melhor o consumidor é de trabalhar massivamente (a partir do próximo ano) com a data do Valentine's Day;
- O Ibraflor está com seu novo site moderno, atual, dinâmico que é conectado com as nossas mídias sociais: fanpage e instagram (@ibraflor) temos estas três novas ferramentas de divulgação e comunicação com o setor e queremos explorar ao máximo estas novas possibilidades tendo como apoio principal o nosso Boletim;
- Fechar nosso Balanço Contábil de 2017 que será apresentado na reunião Executiva de 14 de março;
- Finalizar contatos da Programação do Seminário 2018 e iniciar a divulgação a partir da próxima edição do Boletim;
- Trabalhar, novamente, bem alinhado a Câmara Setorial Federal, pois este ano temos muito a discutir sobre a Reforma Tributária/ ICMS.

Pra começar o ano estes são os pontos!

Estaremos atualizando o andamento sempre por aqui no Boletim. Acompanhem!

Boa Leitura! Espero que apreciem!

Adriana Rosa
Coordenadora Executiva do IBRAFLOR



INFORMAÇÕES CURTAS – Por Kees Schoenmaker

- Não apenas no Brasil o setor ornamental melhorou em 2017. A exportação holandesa de ornamentais (flores, plantas e bulbos) aumentou 5 % o que foi comemorado e é considerado um resultado muito positivo;
- Um pouco mais do que 1% das empresas na Holanda são estrangeiras. Porém quase 16% de todos os empregos são gerados por estas empresas! Bem possível que no Brasil este percentual seja mais alto ainda do que os 16%;
- É um tanto estranho que em países com pouco sol como Alemanha e Holanda, se investe muito mais em energia solar do que no Brasil... Porque será???
  Na energia eólica estamos (bem) melhor, mas nestes países os investimentos foram e são grandes nesta fonte de energia alternativa. Os "parques eólicos" serão cada vez mais construídos no mar. Também não é bonito de se ver, mas parece que o vento é mais constante;
- "Flowertrials" é cada vez mais popular na Europa. Esta feira que é realizada nas dependências de cada participante, e muitas vezes outros 1, 2 ou 3 outros breeders apresentam seus produtos junto com uma empresa importante. Nestas feiras descentralizadas os detentores das variedades mostram seus novos produtos. Muitos produtores brasileiros visitam os breeders na busca de novidades e este ano será realizada na semana 24, na Holanda, Alemanha e Bélgica;
- Em nível de consumidor o mercado Norte Americano de produtos ornamentais (flores cortadas, vasos com flores/ plantas verdes e árvores e arbustos) alcançou US$ 31, 3 bi, sendo que 46 % eram provenientes de produtos cultivados ao ar livre, 34 % era de flores cortadas e 20 % do segmento de plantas com flores ou verdes tropicais. A produção própria cresceu 5%;
- Chave para ter sucesso nos EUA é entender o segmento de auto-serviço. Isso porque comparado com o ano 2.000 ocorreu uma redução de 40 % de floriculturas. Grande parte das flores e plantas encontra o consumidor via supermercados. Estes por sua vez tentem se destacar em 4 pontos: conveniência, qualidade, preço e serviço. Os primeiros 3 eles tem normalmente, mas na parte de serviços pode melhorar muito ainda.
  Está reduzindo ano após ano os supermercados que vendem exclusivamente via o sistema autoatendimento e cada vez mais se vê floristas internos.
- Lá como cá as vendas são fortemente estimuladas via dias especiais e além de Dia das Mães e Valentine's se cria outros dias e motivos, como aniversário, ter ganhado uma promoção, ou ter obtido um diploma, e etc. Consta ainda que 90 % dos produtos importados ainda chegam via aérea, mas a tendência é que cada vez mais se faz uso da via marítima.

ROSAS BRANCAS CONTRA O ASSÉDIO SEXUAL: na premiação do Grammy 2018, artistas usaram rosas brancas na lapela ou próximas aos decotes, para demonstrar apoio aos movimentos #Time's Up e #MeToo, que combatem o assédio sexual no meio artístico.

O movimento teve início durante o Globo de Ouro, em janeiro, quando artistas vestiram-se de preto em protesto contra casos de abuso envolvendo executivos e produtores de Hollywood.
Segundo os organizadores, a rosa branca foi escolhida porque é considerada um acessório prático e tradicional com uma cor simbólica, lembrando, por exemplo, os protestos do movimento inglês deflagrado pelas sufragistas, que lutaram pelo direito ao voto feminino.

Sam Smith, Miley Cyrus, Lady Gaga, Lana Del Rey e Chainsmokers foram alguns dos artistas que incluíram rosas brancas em seu look para a premiação.

Na imagem, Sam Smith posa no tapete vermelho do Grammy 2018 com sua rosa branca na lapela (Foto: Evan Agostini/Invision/AP).

TENDÊNCIAS 2018 EM FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS: agora chegou a vez dos cactos.

Seguindo a imensa penetração das suculentas nos arranjos e decorações observada no ano dowloads de imagens feitos na sua plataforma, durante todo o ano de 2017, e análises da equipe de criação e tecnologia da agência, os cactos vão estar em evidência nesta ano novo que se inicia. O crescimento da busca de imagens sobre o ano anterior foi de 261%, entre os mais altos observados.

Animais míticos (unicórnios e sereias, entre outros), círculos de néon e ficção científica são também algumas das tendências previstas pela empresa para profissionais de design e marketing em 2018.

Esta foi a sétima edição do relatório Creative Trends da Shutterstock.

PLANTAS ORNAMENTAIS TÓXICAS PARA PET'S: o uso das plantas ornamentais é bastante comum para complementar a decoração de casas e apartamentos, no entanto, a ingestão de algumas espécies pode provocar malefícios a cães e gatos, inclusive levar à morte.

Os animais mais susceptíveis à intoxicação têm idade até oito meses, e por serem pequenos e imaturos, querem cheirar e comer de tudo, mas quando crescem podem também ingerir folhas e flores por busca de novas aventuras ou, até mesmo, para chamar atenção dos tutores.

Por isso, o conhecimento de quais plantas podem ser tóxicas é importante para evitar o contato e a ingestão pelos pets. Consulte o link abaixo, são consideradas algumas das plantas que frequentemente estão envolvidas em casos de intoxicações em cães e gatos.

http://www.sindiflores.com.br/noticia.php?id=428

MELHORIA COM SOTAQUE JAPONÊS

Kaizen: Melhoria Contínua

• **O que é KAIZEN ?** É uma palavra de origem japonesa cujo significado é **mudar para melhor continuamente.**

改善

Mudar; Melhorar — Bom; Melhor; } Melhoria; Mudar p/melhor

• **Objetivo:** A melhoria contínua de uma atividade, através da eliminação das perdas, de forma a agregar mais valor ao produto/serviço **com um mínimo de investimento.**

Kaikaku: Melhoria Radical

- Melhoria Radical
  - melhoria baseada em inovações
  - mudança grande e dramática na forma como a operação trabalha.
- Exemplos:
  - Introdução de um novo equipamento/processo, automação industrial, informatização;
  - Implica em:
    - grandes investimentos no curto prazo ;
    - ruptura do modo de operação;
    - saltos de melhoria.

O desejo de melhorar deveria estar presente em todas as nossas ações. Quando o sentimento de melhorar continuamente está enraizado em nossas atitudes, os resultados são perceptíveis. Provocar melhorias de forma continuada é hoje mais um dos principais desafios das organizações. Dados da Comunidade Lean Thinking, mostram que “em média 40% dos custos de qualquer negócio é puro desperdício”.

A necessidade de melhorar os processos para diminuir os desperdícios não é novidade nenhuma. A indústria japonesa é o maior exemplo de que é possível elevar os níveis de produtividade de forma significativa tendo como foco a melhoria continua.

Vários conceitos e filosofias de produção, utilizados no mundo inteiro, foram desenvolvidos pelo Sistema Toyota de Produção, sendo que dois deles são particularmente importantes quando se trata de realizar mudanças para melhorar a performance dos processos, o “KAIZEN” e o “KAIKAKU”. Hoje vamos nos aprofundar apenas no conceito KAIZEN.

Antes de qualquer coisa, porém, é prioritário entender que as filosofias Kaizen e Kaikaku são aplicáveis para qualquer tipo de processo ou de empresa, apesar de terem sido desenvolvidas na indústria. A minha experiência tem mostrado resultados de grande valor em empresas de serviços, por exemplo.

O Kaizen, que significa “mudar para melhor”, é uma forma de produzir mudanças rápidas e contínuas também chamadas de melhorias incrementais, cuja natureza está na forma de pensar e de agir. O foco do Kaizen está em eliminar as atividades que não agregam valor aos processos. Ao eliminar atividades desnecessárias ocorre um impacto positivo no custo do produto ou serviço, ou seja, o que a empresa desembolsa para processar fica menor.

A base do Kaizen está no trabalho em equipe e na responsabilidade dos trabalhadores, de qualquer nível, em admitir com sinceridade quando algum erro é cometido. No Kaizen, as pessoas encaram os erros como oportunidades de melhoria o que facilita a busca por soluções e por iniciativas que eliminem as causas dos problemas.

Ao implementar a filosofia Kaizen, o trabalho passa a ser realizado de forma autogerenciada, ou seja os problemas e suas possíveis soluções são discutidas pelo grupo, tornando o gestor um efetivo facilitador do trabalho coletivo.

Refletir sobre os problemas e encontrar soluções é fundamental para que a filosofia Kaizen aconteça de fato no local de trabalho. Essa reflexão, ou "HANSEI" em japonês é a essência da postura que deve ser adotada para realizar o Kaizen. As empresas japonesas realizam o hansei costumeiramente para que as equipes se reúnam e reflitam sobre as oportunidades de melhoria existentes nos processos.

Melhorar continuamente é o que queremos como profissionais e como seres humanos. Independente de onde vem os ensinamentos para isso é necessário que tenhamos humildade para aprender e inteligência para aplicar o que nos foi ensinado.

Arigatô!!

Até a próxima edição...

Prof. Moacir Martins Junior - Consultor organizacional. Especialista em gestão e formação de Lideranças. Autor do livro Labor e Divagações. Diretor da NGS – Gestão em Agronegócio.
moa@ngsbrasil.com.br - http://www.prof-moacir.com.br

Email contato@agrotravel.com.br
Tel. Fixo (19) 4141-1049
Celular (19) 99266-3881

AgroTravel
VIAGENS TÉCNICAS

Cenário de Varejo

Ate meados da década de 90 um lojista não precisava ser diferenciado para ganhar dinheiro. Estávamos em um cenário de demanda, ou seja, mais compradores do que ofertantes. Ter o produto era o essencial.

De lá para cá muita coisa mudou. Não só aumentou a oferta de produtos como também eles começaram a aparecer em diversos canais (supermercados, internet, informais, shoppings, etc.). O resultado disso é que tanto os produtos quanto as lojas tornaram-se GENERICOS. Isso mesmo. Assim como os remédios dessa categoria, a oferta passou a ser pressionada pelo preço e a diferenciação desmoronou.

Passamos a fase do mercado ofertante, onde o cliente tem sempre outras opções. Nesse momento o marketing e o empreendedorismo farão a diferença.

O problema é que a grande maioria aprendeu a fazer varejo no cenário anterior e ainda não esta preparado para esse novo mundo. **Um cenário cruel**:

- A fidelidade foi embora
- As margens foram embora
- Os custos aumentaram
- Os funcionários podem não estar sendo os mais produtivos
- Faz-se mais com menos, e nessa correria, aumentam os erros.

HÁ UMA LUZ...

Começam a surgir dicas de como **você pode mudar esse jogo**:

- As pessoas querem mais conveniência e economia de tempo (oportunidade para serviços)
- O crescimento da classe C aconteceu principalmente pelo ganho de renda da mulher (oportunidade para segmentar seu mercado)
- As pessoas querem recompensas pelo esforço diário que a vida esta exigindo. Surge uma nova e poderosa forma de consumo. Trata-se do consumo do **EU MEREÇO**. Ele esta concentrado em segmentos como: moda, tecnologia, relacionamento, bem estar e sexo (oportunidade para recompor a fidelidade através da geração de conteúdo sobre esses temas para diferenciar sua oferta e para personalizar sua relação com os consumidores).

Os pequenos varejos dificilmente terão condições de ter o menor preço da cidade, pois para isso, temos que ter logística para movimentar grandes volumes e como a loja tem em media ate 60m2 isso fica impraticável.

Assim, é na oferta direcionada e nos produtos especiais que estarão os focos para quem quer crescer e ganhar espaço sobre a concorrência. Para saber como chegar lá você precisa começar com uma auditoria de seu modelo de negócios.

AUGUSTO AKI – Negócios com Flores

INFORMATIVO **Ibraflor**

Afinal qual o segredo do sucesso para uma loja?

- Será o cliente? Será o atendimento? Será o ponto comercial? Será o marketing? Será a gestão?

Quando perguntamos aos empresários, durante uma palestra, as questões acima são as respostas mais frequentes. É claro que elas têm muita propriedade. Porém, o que percebemos nesses anos de consultoria é que um fator se sobrepõe a todos eles. Todos os empresários tem acesso hoje a toda informação necessária. As opções de capacitação sobre eles também são diversas e todas disponíveis.

Porém, analisando os casos de sucesso percebemos que o que torna um negócio diferente é na verdade a capacidade de **IMPLEMENTAR IDÉIAS E MUDANÇAS.**

É a cabeça do proprietário que representa o maior patrimônio da empresa. Sem ter equilíbrio emocional, sem ter energia vital, sem ter os números na mão, sem saber priorizar ou ainda sem saber a gestão de seu tempo nada será realmente mudado. Todo o resto vem depois.

Lembre-se, o sucesso não depende de ideias maravilhosas, mas sim da sua capacidade de implementar as ações e mudanças. Isso começa por sua organização.

Augusto Aki – augustoaki@dglnet.com.br

- www.negocioscomflores.com.br
- Consultor Marketing e Foco no Mercado- SEBRAE
- Professor do CURSO DE POSTGRADO DE GESTIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING - Argentina.

www.trapp.com.br

Venha nos visitar ou consulte em nosso site um de nossos representantes perto de Você.
A Traap trabalha com produtos que valorizam a natureza sempre em primeiro lugar!

Endereço: Av. Pref Waldemar Grubba, 4545 - Jaraguá do Sul/ SC – (47) 3371-0088 ou 2107-8800

"Atualização em CYCLAMEN – Campo Experimental de Morel em Frejus – França"

No último mês de novembro tivemos o prazer de visitar o campo experimental de Cyclamen da empresa Morel em Frejus na França, situada na Costa Azul francesa, com as cidades de Saint Tropez, Cannes e Nice em um raio de 60 km, um local de belezas naturais e glamour. A empresa Morel apresentou as novidades mais importantes, a nível mundial em genética de Cyclamen.

Tivemos o privilegio de estar acompanhados pelo Sr. Joan Verges - Product Manager da Morel, com quem já estivemos juntos e colaboramos em diverosos eventos nos últimos 13 anos. Sr. Joan Verges é uma das maiores autoridades mundiais no gênero *Cyclamen persicum.*

Principais aspectos técnicos identificados:

- Um dos primeiros aspectos que se deve observar é uso de um substrato adequado, devido aos problemas fitopatológicos podem afetar os bulbos e o sistema vascular do Cyclamen. Evitar as variações drásticas de humidade no substrato é uma aspecto excensial do ciclo de produção. Como a grande maioria dos substratos utilizados na Europa, contém uma alta porcentagem de turfa de esfagno, a incorporação de argila com uma dose de até 20Kg/m_3 auxilia a manter a humidade do substrato mais constante e a evitar as contrações e dilatações do tecido dos bulbos, evitando assim as microfisuras que vaforecem a entrada dos patógenos causadores de doenças. Também é altamente recomendada a utilização de sistema de irrigação localizada, já que possibilita as irrigações suaves, evitando assim o encharcamento do substrato.

- A nível de produção, se nota a tendência do uso de genética das plantas mais compactas, mas com flores de tamanho grande, como **Halios HD e Latinia Success**. Neste caso é muito importante o uso de adubos para as primeiras semanas de produção, com um efeito "starter" como por exemplo o **PG Mix, 1 Kg/m^3** de substrato (1 – 1 – 2). Com uso deste adubo inicial, não será necessário adubar até a 5º semana de produção, quando se pode iniciar a utilização de fertirrigação com proporção de **1:3 entre N/K**.

- As irrigações no período da manha são fundamentais já que a tensão superficial nas folhas é mais alta e as plantas demandam mais água. Com o sistema radicular bem desenvolvido, o substrato não pode estar seco, pois isto pode afetar diretamente a floração. Por esta razão, manter a humidade constante, logicamente sem encharcamento, é uma das principais estratégias de produção. Para isso Morel utiliza um sistema de balanças distribuidas pela estufa, com uma planta sobre um prato, e momento este que o substrato vai secando pela evaporização, o sistema de irrigação localizada é acionado, com uns pulsos suaves de irrigação por gotejamento (figura 10).

- O uso de vasos altos é bastante recomendável já que com uma coluna de água mais alta há uma melhor drenajem e distribuição de água. Morel também utiliza um sistema eletromagnético com imãs, nas tubulações de irrigação, para quebrar a tensão superficial da água, permitindo assim que esteja melhor distribuída no substrato. O sistema é conhecido como Aqua 4D. https://www.aqua4d-irrigation.com/es/

- O controle da intensidade luminosa da produção (evitar mais de 40-45.000 lux no momento da floração), principalmente nos meses de verão e primavera é fundamental para a melhor qualidade da produção e evitar o estresse e as perdas por doenças de raíz e de sistema vascular, principalmente causadas por *Pythium*, *Phytophthora* e *Fusarium.* Recomenda-se o uso de pintura sobre a cobertura (plástico, policarbonato o vidro) com efeito difusor: **REDUFUSE ir – Mardenkro B.V. Luz difusa**, menos infravermelhos (calor) e mais vermelho (fotossíntese). https://www.redusystems.com/en/redusystems/diffusion/redufuse-ir-en/

Logicamente o sistema de telas de sombreamento móvel, deve ser combinado com o uso de pintura, para oferecer às plantas a intensidade luminosa adequada a cada época do ano e durante os diferentes momentos do dia.

- Os sistemas de sombreamento são fundamentais não só para o controle da intensidade luminosa, como também para o controle da temperatura. Também as estufas com ventilação superior é uma soluçao muito utilizada, permitindo a saída do ar quente e úmido e o equilíbrio de humidade e temperatura. Neste aspecto, se utiliza o conceito de ADT (temperatura média diária). Este aspecto é muito importante, principalmente no momento da floração.

- Outro aspecto bastante importante é o controle de pragas. Cada vez se utiliza o controle biológico para das principais pragas do Cyclamen. Na nossa visita observamos a utilização do *Atheta coriaria* (coleóptero que parasita as larvas de *Thrips* e das moscas do gênero *Sciaridae) e* Amblyseius swirskii (*Swirskiline* biological) recomendado para o controle de *Thrips* e moscas brancas:
  http://www.biobestgroup.com/es/biobest/productos/control-biologico-4462/insectos-y-acaros-depredadores-4477/atheta-system-4783/
  http://www.biolineagrosciences.com/products/swirskiline/

- Todas as fichas técnicas e recomendações de produção estão disponíveis no link: https://www.cyclamen.com/es/profesional/cultivo/14/39

Principais aspectos genéticos, novas variedades e novidades destacadas:

A empresa Morel que é principal obtentora mundial de genética de *Cyclamen persicum*, possui diversas séries comerciais disponíveis para o mercado ornamental. Podemos dividir em dois grandes grupos:

- **<u>Séries tradicionais</u>**: **Smartiz** (vasos de Ø 6,0 - 10,5 cm), **Metis** (vasos de Ø 9,0 - 12,0 cm), **Tianis** (vasos de Ø 10,5 – 12,0 cm), **Premium** (vasos de Ø 10,5 cm – 13,0cm), **Latinia** (vasos de Ø 10,5 – 15,0 cm) e **Halios** (vasos de Ø 12,0 – 20, 0 cm).

- **<u>Séries especiais/ fantasias</u>**: **Abanico, Blush, Curly, Fabala, Friola, FunFlame, Victoria, Fantasia, Origami, Pipoca, PomPom,** entre outros. https://www.cyclamen.com/es/profesional/catalogo

Devido à demanda dos produtores por buscarem uma maior rentabilidade por m_2, as novas variedades e séries desenvolvidas, tem uma tendência de maior uniformidade em floração e plantas com uma parte vegetativa mais compacta, como por exemplo, os Halios HD, Latinia Success (maior precocidade de floração que as séries de Halios), Tianis Success mix, etc. As principais variedades pré-comerciais (que serão introduzidas em um futuro próximo), que podemos destacar são:

a) **Serie HALIOS:** Curly Litchi Fuchsia exp., Curly Violet Vif exp., HD Dhiva Violet Foncé, HD Saumon Flammé exp., Litchi Fuchsia exp, Grenadine exp., Magenta Foncé exp. e Violet Cattleya exp.

b) **Série LATINIA SUCCESS**: Success Saumon Fonce, Success Fuchsia Neon e Success Rose Bonbon.

c) **Série PREMIUM:** Metalis Rouge exp., Metalis Saumon exp., Metalis Fuchsia Exp., Metalis Violet exp., Metalis Magenta exp. E Metalis Blanc Pur exp.

d) **Série INDIAKA:** Indiaka Magenta exp., Indiaka Violet exp., Indiaka Fuchsia exp. e Indiaka Saumon exp.

e) **Série TIANIS:** Melange Success (novidade), Rouge vif, Rouge écarlate, Fantasia Rouge exp., Fantasia Violet Foncé exp. e Fantasia Magenta exp.

Atualização em CYCLAMEN
Por Jaime Ramos Motos (continuação)

INFORMATIVO Ibraflor

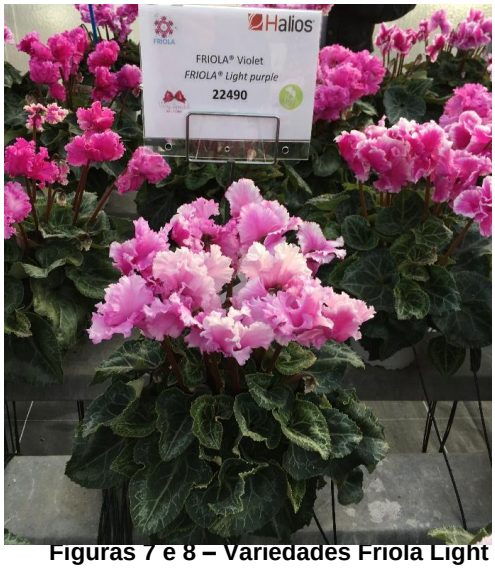
Figura 2 – Vista geral do campo experimental de Morel parte exterior.

Figura 1 – Equipes técnicas e comerciais de Viveros Pereira, Planteles Roig e Floragen com Joan Verges – Product Manager de Morel.

Figura 3 – Vista geral do campo experimental. Detalhe da série Latinia Success.

Figura 4 – Detalhe da série Indiaka.

Figuras 5 e 6 – Séries Halios HD e Pipoca



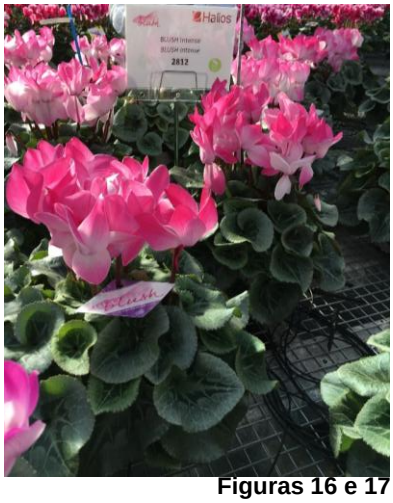
Figuras 7 e 8 – Variedades Friola Light Purple e Latinia Success Rouge Vif.

Figuras 9 e 10 – Latinia Success Fuchsia Neon exp. e detalhe da balança para controle da irrigação.

Figuras 11 e 12 – Series Latinia Funflame e Falbala.

Figuras 13 e 14 – Detalhe as séries Indiaka e Abanico.

Figura 15 – Série Halios Decora.



Figuras 16 e 17 – Séries Halios Blush e Tianis.

Figura 18 – Apresentação de todas as novidades para o ano 2018.

Jaime Motos Ramos
Floragen A.I.E – Barcelona
jaime@floragen.com
https://www.linkedin.com/in/jaime-motos-ramos-a7048a22/

Valdecir Ferrari é Especialista em Desenvolvimento Sustentável (http://lattes.cnpq.br/), Sócio Proprietário da BEIGRUPO (www.beigrupo.com, negócios localizados na Serra Gaucha RS), é também Associado da AFLORI RS, Associação Rio-Grandense de Floricultura, onde hoje é atualmente o Presidente da Associação.

PERSPECTIVAS NA ECONOMIA PARA 2018 E OS PRÓXIMOS ANOS

Para podermos visualizar o futuro econômico do país, precisamos entender o momento econômico atual e suas respectivas causas. Estamos vivenciando a maior crise econômica dos últimos 100 anos. Na década de 30 tínhamos tido a única crise com dois anos seguidos de PIB negativo, que somados ficaram próximo a 6%, esta crise foi causada pela famosa crise de 29, que foi uma crise internacional, precursora da Segunda Guerra Mundial. A atual crise já ultrapassou somando o PIB de 2015 e 2016 os 7% de retração e não tivemos influências externas e sim problemas meramente internos. Desde 2014 a economia vem sofrendo com a crise, piorando no ano de 2015 e 2016 aonde tivemos uma retração somada superior a 7%, e 2017 devemos fechar o ano próximo a 1% de crescimento.

As causas técnicas principais da situação do país são simples:

a) Com a constituição de 1988 o Brasil passou a privilegiar os direitos individuais em detrimento dos coletivos. Esta constituição abriu a porta para os futuros gastos, mas não o equilibrou com as receitas;

b) O sistema previdenciário posterior ao ano de 1988 passou a ser benevolente, aposentando-se precocemente e sem critérios de arrecadação. No Brasil, tem muitos que são aposentados com menos de 40 anos de idade, sendo que a perspectiva de vida de um brasileiro está próxima dos 80 anos. Além disso, há uma diferença entre trabalhador privado e público, sendo que um tem teto e o outro não, tem casos de salários exorbitantes;

c) Obrigatoriedade nos orçamentos públicos de gastos mínimos na saúde e educação. Isso não privilegia a eficiência, assim como não possibilita a liberdade de gestão ao administrador público;

d) E por fim, o setor público com a estabilidade de emprego, não tem e não busca produtividade e burocratiza as atividades produtivas e criadoras de riqueza.

Além desses problemas citados, os últimos governos deste século, ampliaram os serviços públicos sem critérios de gestão financeira e receita apropriada, sem mencionar a existência da corrupção no qual é um dos grandes males da nossa nação.

Diante destes problemas, o Brasil que já não era eficiente passou a piorar sua eficiência nos gastos públicos e a aumentar a carga tributária. Deixou de investir em infraestrutura, aonde na década de 60 e 70, investia 6% do PIB, e cresceu próximo a isso. Atualmente, investe menos de 1%.

A carga tributária alta aumenta a informalidade, o baixo investimento em infraestrutura não cria condições de crescimento para o país ou limita o crescimento e o déficit do governo suga o dinheiro que deveria estar na economia.

Se não bastasse ainda possuímos um povo que não percebe a situação, não aprova reformas profundas necessárias e com isso torna-se politicamente sem solução os problemas visíveis a serem solucionados.

Diante disso, acredito que teremos algumas reformas durante o ano de 2018 e consequentemente nos anos seguintes, porém não vejo mudanças no campo democrático com profundidade necessária. A falta de reformas mais profundas vão limitar as possibilidades de investimento público em infraestrutura, devendo o país nos próximos anos crescer em média anualmente abaixo de 2%, podendo ter eventualmente um crescimento maior ou menor em alguns anos. No próximo ano, se não tivermos contratempos políticos, já que será um ano de eleição, podemos ter um crescimento entre 2 a 3%. Se pensarmos na retração dos últimos anos, tal crescimento é baixo, mas é o possível diante da realidade. Crescer 2% ao ano é apenas um crescimento de produtividade e eficiência, um país como o nosso precisaria crescer em média entre 5 a 7% ao ano para poder absorver a mão de obra entrante no sistema e a jovem que esta se aposentando que deixará de se aposentar após as reformas da Previdência.

Este crescimento projetado não fará grandes mudanças na prática, não melhorará ainda o poder aquisitivo do povo, esmagado pelos impostos, aumento dos combustíveis, gás e energia.

Os custos de logística, tributos e trabalhistas, farão muitos negócios formais desaparecerem, principalmente os que não têm valor agregado e baixo índice de inovação. Surgirão mais e mais atividades informais, mesmo com toda a necessidade de notas eletrônicas e outros meios fiscais, que infelizmente só pegam quem é formal, mas não o informal.

Temos que focar nos nossos negócios, pois as regras do jogo infelizmente não são boas e não são de mudança fácil, temos sim que dar nossa contribuição como cidadãos e buscar melhorias, no entanto não podemos esquecer o que nos sustenta que são nossos negócios. Precisamos buscar mais eficiência na logística, agregando valor aos produtos e aproveitar estruturas logísticas eficientes. Na questão tributária e trabalhista buscar produtividade na mão de obra, ou seja, faturar ao máximo para cada trabalhador envolvido no negócio, mecanizando, terceirizando e agregando valor aos produtos com inovação.

Continuaremos em 2018 com retração geral no consumo do setor floricultura, podemos ter alguns segmentos mais eficientes crescendo, entre eles os negócios de logística e varejo eficientes, os inovadores e os informais. O varejo como um todo sentirá, principalmente os focados no setor de paisagismo e de decoração de festas e eventos, estes dois segmentos estão ligados à renda do brasileiro e a construção civil, os dados mostram que a renda vai continuar se retraindo e a construção civil não vai reagir tão logo.

Estou à disposição para troca de informações pelo e-mail beigrupo@beigrupo.com

VALDECIR FERRARI

www.BEIGRUPO.com

Tecnologia e Criatividade na IPM 2018 e Prêmio Cultivador AIPH

INFORMATIVO **Ibraflor**

Jaime Motos Ramos, Renato Opitz, Sílvia Sartorelli e Patrick de Block

Essen, na Alemanha foi novamente o cenário da mais importante exposição da Indústria da Floricultura. A exposição que aconteceu de 23 a 26 de janeiro no Pavilhão Messe-Gruga. Na sua 36ª Edição o evento já consolidado no calendário internacional da indústria da floricultura trouxe muitas novidades em sua vitrine.

Nem o frio e a garoa fina do lado de fora, arrefeceram a temperatura dos negócios que ocorriam ao longo do evento, demonstrando a recuperação do mercado internacional de flores e plantas.

Neste ano o evento contou com a participação de 1600 expositores de quase 50 países ligados de alguma forma com o "setor verde". Em 2018, o "país-parceiro" do evento foi à Dinamarca, que trouxe ao evento de abertura a Princesa Benedikte da Dinamarca.

Produtores, floristas, paisagistas, operadores de gardens centers e comerciantes puderam conhecer as novidades para o setor e as tendências do mercado. Ganharam destaque as novas variedades de kalanchoe de corte, hidrangeas, helleborus e ranúnculus entre outras espécies. A produção de ervas aromáticas também merece menção especial: Novas variedades de ervas aromáticas e novas formas de apresentação, conjugadas com os modernos conceitos de sustentabilidade comprovam as mudanças de hábito de nosso consumidor e as atuais preocupações com o meio ambiente.

Durante o evento aconteceram oficinas e workshops ligados a Arte Floral, trazendo novos conceitos em termos de arranjos, esculturas com flores e a sustentabilidade. Pessoas dos "quatro cantos do mundo" driblaram o frio da época para visitar essa exibição internacional que mais uma vez se consagrou como o principal evento da Floricultura Internacional.

Tecnologia e Criatividade na IPM 2018 e Prêmio Cultivador AIPH

INFORMATIVO **Ibraflor**

A AIPH, Associação Internacional dos Produtores Hortícolas, é a organização internacional de produtores de flores e plantas ornamentais. Seus membros são compostos por produtores no mundo todo, o Ibraflor é Associado à AIPH há exatamente três anos. Um dos principais objetivos da AIPH é estimular o consumo de flores e plantas que é também uma de nossas principais linhas de trabalho dentro do nosso Plano Estratégico.

Durante a IPM a AIPH se fez presente e realizou a premiação do AIPH Cultivador 2018 nas categorias: Flor de Corte, Plantas Jovens, Árvores, Sustentabilidade e Negócio Inspirador. Nossa Diretora de Legislação, Sílvia Sartorelli, esteve presente representando o Ibraflor e realizou diversos contatos que com certeza irão resultar em pontos positivos e ações para este ano. O principal objetivo foi conhecer de perto o trabalho desta grande entidade e se aproximar dos grupos de trabalho formados pela AIPH. Nas próximas edições do Boletim já estaremos apresentando resultados referente a estes contatos!

AIPH | Royal Flora Holland | IPM ESSEN GERMANY 2018 | fci FloraCulture International

AIPH

Feira de negócios Veiling Market abre o calendário de eventos voltados para o setor

A 17ª. edição do encontro acontece nos dias 14 e 15 de março.

Criada em 2010, o ***Veiling Market*** ganhou notoriedade no cenário comercial se tornando uma das principais feiras de negócios do segmento atacadista de flores e plantas ornamentais em âmbito nacional. Hoje desponta como um dos eventos mais importantes para o segmento profissional, apresentando lançamentos em produtos, apontando tendências e priorizando as negociações comerciais em médio e longo prazo.

Com duas edições anuais, a feira chega a receber mais de 700 profissionais do setor, representando cerca de 400 empresas comerciais diretamente ligadas ao segmento, prospectando negócios e ideias.

A edição de março, que acontece nos dias 14 e 15, abre o calendário de eventos para o setor. Agindo como uma espécie de termômetro comercial, o encontro proporciona um *feedback* do mercado, sendo esta uma ótima oportunidade para os participantes definirem sua atuação ao longo do ano.

“Está é, sem dúvida, uma grande oportunidade para produtores e clientes anteverem o cenário comercial como um todo, se atualizar perante as necessidades do mercado e apresentar também lançamentos em produtos e serviços”, comenta Rachel Ferreira Osório, gerente comercial da Cooperativa Veiling.

Esta edição contará com mais de cem empresas produtoras, expondo e negociando seus produtos, além de estandes ligados ao setor, trazendo breeders, consultores, e parceiros comerciais, entre outros profissionais ligados ao meio.

Segundo Thamara D’Angieri “A venda de flores e plantas passou por várias transformações, recebendo influências dos mais diversos segmentos. Hoje temos uma forte tendência ao comércio eletrônico e midiático aplicado a todos os elos da cadeia. Cada vez mais essa evolução se faz necessária. O Veiling está acompanhando isso de perto, oferecendo plataformas digitais e dando suporte a seus sócios e clientes para uma evolução constante, porém, preservando sua história e as características individuais de cada empresa. Durante a realização desta edição vamos apresentar soluções e ferramentas para o ingresso destas empresas neste novo universo comercial”.

Segundo Thamara, é muito gratificante promover o encontro dos profissionais ligados a todos os elos da cadeia de flores e plantas. “Este sempre foi o intuito da feira, que está completando oito anos, com dezessete edições”, reforça Thamara. “Além da geração de negócios, esta é uma excelente oportunidade para os profissionais se capacitarem, agregando mais conhecimento e possibilitando maior desenvolvimento de seu negócio. Ao longo desses oito anos acompanhamos o desenvolvimento do mercado, dos produtos e do próprio Veiling. Muitos desses avanços tiveram início, ou surgiram de oportunidades vislumbradas dentro do próprio Veiling Market”, comenta Thamara.

Informações e inscrições podem ser feitas através do hotsite do evento: www.veiling.com.br/

Serviço:

O ***Veiling Market*** é uma feira de negócios direcionada especificamente a empresas e profissionais do segmento de flores e plantas ornamentais. Acontece nos dias 14 (das 8h às 18h) e 15 (das 8h às 16h) dentro do Complexo Veiling Holambra em Santo Antônio de Posse - SP. O credenciamento antecipado poderá ser feito através do link www.veiling.com.br/vmkt, proporcionando mais agilidade no ingresso à feira.

Cooperativa Veiling Holambra
Departamento de Marketing e Comunicação
(19) 3802-9203
comunicacao@cvh.com.br
www.veiling.com.br

Veiling® Holambra
FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS

RADAR – O que os nossos Associados estão fazendo?

Essa planta perene originária da família das aráceas vai muito bem em ambientes internos e bem iluminados A Alocasia possui uma variedade imensa: são mais de 70 espécies da planta presentes na América do Sul e Ásia. Seu solo precisa de bastante matéria orgânica e permeável e as regas devem ser frequentes, principalmente no calor, quando também é interessante borrifar água em suas folhas, porque a Alocasia amazônica gosta de bastante umidade Adube a cada 15 dias com adubo especial para plantas de folhas largas e aproveite a beleza da sua Alocasia

Quer decorar com a cor do ano? Conheça as flores que têm o tom da cor ultra violet.
#Pantone #Pantone2018 #UltraViolet
#Cor #Cooperflora #Hortensia #Jacaranda #Decor#Decoracao

Somos mais do que uma cooperativa, somos parceiros levando a beleza das flores por todo o Brasil.

#Cooperflora #ProduzimoscomCarinho

Apresentamos uma variedade de rosa, chamada Freaky Avalanche. Produzida pela Fazenda Vega do @gruporeijers, presenteie alguém especial com essa linda rosa!

EVENTOS 2018 - CALENDÁRIO PRELIMINAR

Agenda de Eventos

FloraCulture INTERNATIONAL

TPIE TROPICAL PLANT INTERNATIONAL EXPO

Durante os dias 17, 18 e 19 de janeiro aconteceu em Fort Lauderdale, Flórida, EUA a TPIE - Tropical Plant International Expo, uma feira incrível que reúne produtores e paisagistas do mundo todo especializados em plantas tropicais. Nosso associado @naturayo estava lá fazendo bonito!

Salon du Végétal

Angers - França
18 a 21 de Junho
Salon du Végétal
Salão de Horticultura Ornamental
www.salonduvegetal.com/pro/en/

International floriculture EXPO

Chicago - EUA
25 a 27 de Junho
Floriculture Expo
www.floriexpo.com/

FLOR MART

Pádova - Itália
Setembro - **FLORMART**
Salone Internazionale Del Florovivaismo e Giardinaggio
www.flormart.it/

EXPO FLOR ECUADOR 2018

www.florecuador.com

Publicação do Instituto Brasileiro de Floricultura
Av. Rota dos Imigrantes, 605 Centro Holambra SP – CEP 13825-000
Fone: (19) 3307-7734/ 99102-6014

PARCERIAS

Veiling® Holambra
FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS

Cooperflora
especialista em flor

gran flora Veiling

Flortec

RBB EVENTOS

CULTIVAR PROTECTION
PROTEÇÃO DE CULTIVARES

desde 1970
abcsem
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO COMÉRCIO DE SEMENTES E MUDAS

AFLORI
Associação Rio-Grandense de Floricultura

APROCCAMP

APROESC

Ball

WWW.BEIGRUPO.com

Ceaflor
A flor na melhor companhia

GREEN HOUSE
ESTUFAS AGRÍCOLAS

Insumos Holambra

Sun Patiens®
SAKATA
Bio Plugs

TAKII
TAKII SEED

TerraViva
Plantamos uma Vida Melhor!
"Transformar as riquezas da natureza em alimento e beleza." Missão Terra Viva

Publicação do Instituto Brasileiro de Floricultura
Av. Rota dos Imigrantes, 605 Centro Holambra SP – CEP 13825-000
Fone: (19) 3307-7734/ 99102-6014 – www.ibraflor.com

INFORMATIVO Ibraflor

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Kees Schoenmaker (SP)
Vice Presidente: Walter Luis Winge (RS)
Secretário: William Barsanulfo Gomide (MG)
Tesoureiro: William José de Wit (SP)
Diretoria Técnica: Manoel Oliveira (MG)
Diretoria de Comunicação e Marketing: Renato Opitz (SP)
Diretoria de Mercado: Roger Scholten (SP);
Diretoria de Legislação: Sílvia Sartorelli (SP);
Diretoria Região Sul: Rene Afonso Mahnke (SC);
Diretoria Região Sudeste: Newton Erbolato Jr. (SP);
Diretoria Região Norte e Nordeste: Thomaz Reeves (CE);
Diretoria Região Centro Oeste: Paulo Yoshida (DF).

***COORDENADORA EXECUTIVA**: Adriana Rosa (Campinas/ SP)*

Informativo IBRAFLOR - Publicação IBRAFLOR
Projeto Gráfico: GT Marketing IBRAFLOR
Diagramação e Editoração: Adriana Rosa

O **Informativo IBRAFLOR** é uma publicação digital do **Instituto Brasileiro de Floricultura**, que tem como objetivo divulgar informações sobre o mercado de flores para os nossos Associados e demais interessados. Este veículo de comunicação possui periodicidade mensal, com visualização gratuita e circulação livre na WEB. As opiniões aqui expressas não refletem necessariamente a Visão do IBRAFLOR.