



MARIANA RIBEIRO OLIVEIRA

**MERCADO DE PLANTAS ORNAMENTAIS NO MUNICÍPIO
DE DONA EUZÉBIA – MG E O IMPACTO DA PANDEMIA DE
COVID 19**

**LAVRAS - MG
2021**

MARIANA RIBEIRO OLIVEIRA

**MERCADO DE PLANTAS ORNAMENTAIS NO MUNICÍPIO DE DONA EUZÉBIA –
MG E O IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID 19**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Agronomia, para a obtenção do título de Bacharel.

Prof. Dra. Michele Valquíria dos Reis
Orientadora

Prof. Dra. Patrícia Duarte de Oliveira Paiva
Coorientadora

**LAVRAS - MG
2021**

MARIANA RIBEIRO OLIVEIRA

**MERCADO DE PLANTAS ORNAMENTAIS NO MUNICÍPIO DE DONA EUZÉBIA –
MG E O IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID 19**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do curso de Agronomia, para a obtenção do título de Bacharel.

APROVADA em 07 de maio de 2021.

Dra. Michele Valquíria dos Reis

UFLA

Dra. Simone Novaes Reis

EPAMIG

Bel. Mariana Cruz de Souza

UFLA

Ma. Michele Carla Nadal

UFLA

Dra. Michele Valquíria dos Reis
Orientadora

Dra. Patrícia Duarte de Oliveira Paiva
Coorientadora

**LAVRAS - MG
2021**

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração de Ficha Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Oliveira, Mariana Ribeiro.

Mercado de plantas ornamentais no município de Dona Euzébia–MG e o impacto da pandemia de Covid-19. / Mariana Ribeiro Oliveira. - 2021.

39 p. : il.

Orientador(a): Michele Valquíria dos Reis.

Coorientador(a): Patrícia Duarte de Oliveira Paiva.

TCC (graduação) - Universidade Federal de Lavras, 2021.

Bibliografia.

1. Pandemia Covid-19. 2. Floricultura. 3. Mercado de flores e plantas ornamentais. I. dos Reis, Michele Valquíria. II. de Oliveira Paiva, Patrícia Duarte. III. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA

*Dedico este trabalho aos meus pais,
a quem agradeço pelo incessante incentivo nos estudos.
Vocês são os pilares para a minha formação como ser humano.*

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela minha vida, por ter permitido que eu tivesse saúde e determinação para prosseguir com meus objetivos, para que eles fossem alcançados durante todos os anos de estudo e durante a realização deste trabalho.

Aos meus pais, Elaine e Ednei, pelo amor em minha criação, pelo incentivo nos estudos, por acreditarem que eu seria capaz de superar os obstáculos da vida. Esse é o resultado de todos os esforços de vocês pela minha educação. Amo vocês!

Aos meus irmãos, Allícia e Artur, que compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava a realização desse sonho, contem sempre comigo. Amo vocês!

Ao Leonardo, por todo amor, carinho e ajuda, você foi imprescindível para que eu conseguisse prosseguir na faculdade e alcançar esse sonho. Amo você!

A minha família, em especial meus avós, pelas orações e por estarem sempre torcendo por mim.

A minha orientadora Michele Valquíria dos Reis, por ter desempenhado tal função com dedicação e amizade, seu apoio foi essencial para que esse trabalho fosse concretizado.

A mestrandia Mariana, também parte da equipe deste projeto, por dividir seus conhecimentos comigo durante esse período de trabalho juntas, obrigada!

A duas amigas em especial, que me auxiliaram muito nos últimos meses, pelo incentivo e carinho, Bruna e Marina.

Aos amigos da República Matagal, que compartilharam comigo tantos momentos de convivência e companheirismo. Aos amigos do Nepaflor, do Horto Botânico e da UFLA, que compartilharam descobertas e aprendizados.

Aos professores, que abriram meu caminho para o conhecimento e para que eu possa exercer minha profissão futuramente. Vocês são admiráveis!

À UFLA, por ser o local onde vivenciei momentos inesquecíveis e imensuráveis, que ficarão para sempre na minha memória.

A todos os funcionários da UFLA, que desempenham papel fundamental para a condução da universidade.

A todos vocês, obrigada!

“Por vezes sentimos que aquilo que fazemos não é senão uma gota de água no mar.

Mas o mar seria menor se lhe faltasse uma gota.”

(Madre Teresa de Calcutá)

RESUMO

A pandemia pelo COVID-19 ocasionou diversas mudanças na vida de toda a população mundial, o isolamento social foi uma das medidas de restrição adotadas por diversos países para conter a disseminação do vírus, e essa medida refletiu sobre os mercados e sobre a relação das pessoas com as plantas. O impacto econômico atingiu diversos setores, inclusive o setor de Floricultura, porém no decorrer desse período o mercado buscou alternativas e soluções para contornar a crise iminente. A conscientização acerca dos benefícios dos espaços verdes se acelerou de forma significativa. O aumento da demanda por espécies vegetais é de suma importância aos produtores e comerciantes que possuem a produção de mudas como principal renda econômica, como é o caso dos produtores de Dona Euzébia. Com isso, objetivou-se neste trabalho analisar o impacto da pandemia sobre o mercado de plantas ornamentais de Dona Euzébia, cidade responsável pela maior produção de mudas cítricas, frutíferas, ornamentais e florestais do estado de Minas Gerais. Foi elaborado um questionário, direcionado aos produtores locais, para conhecimento do perfil dos mesmos e sobre o mercado de plantas local. Apesar das restrições e do cenário de incertezas para o setor de floricultura durante a pandemia, os resultados indicaram para uma estabilidade no mercado de mudas do município de Dona Euzébia, assim como otimismo pelos produtores nas vendas pós pandemia.

Palavras-chave: Coronavírus. Floricultura. Produção de mudas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Município de Dona Euzébia – MG	17
Figura 2 – Tamanho da área de cultivo/área de comércio (ha) na região de Dona Euzébia ...	19
Figura 3 - Tempo de atividade da empresa (anos) entrevistadas em Dona Euzébia	20
Figura 4 - Número de funcionários	21
Figura 5 – Principais grupos de espécies cultivadas.....	22
Figura 6 – Empresas que comercializam ou não outros produtos.	22
Figura 7 – Empresas que prestam serviços de implantação de jardins, pomares, etc.	23
Figura 8 - Formas de comercialização.....	24
Figura 9 - Plataformas digitais utilizadas para vendas online	25
Figura 10 - Proporção de produtores que fecharam ou não seus estabelecimentos durante a pandemia.....	26
Figura 11 - Número de funcionários antes e durante a aplicação do questionário.....	27
Figura 12 - Principais mudanças complementares adotadas pelos produtores durante a pandemia.....	28
Figura 13 - Alteração das vendas durante a pandemia	28
Figura 14 - Notas referentes ao aumento das vendas na pandemia	29
Figura 15 - Vendas quanto ao comércio físico e comércio online	30
Figura 16 - Variação no preço de venda.....	30
Figura 17 - Espécies mais procuradas durante a pandemia	31
Figura 18 – Alteração nas regiões de comercialização.....	32
Figura 19 - Opinião dos produtores sobre como ficará o comércio de mudas pós pandemia..	33

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1	Floricultura no Brasil.....	13
2.2	Produção de mudas na cidade de Dona Euzébia – MG	15
2.3	Impacto da pandemia de COVID-19 no mercado de flores	15
3	MATERIAL E MÉTODOS.....	17
3.1	Área de estudo	17
3.2	Caracterização do experimento	18
3.2.1	Elaboração do questionário.....	18
3.2.2	Coleta e análise dos dados.....	18
3.2.2.1	Análise das respostas obtidas	18
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	19
4.1	Perfil dos entrevistados	19
4.2	Impactos da pandemia	25
5	CONCLUSÃO	34
	REFERÊNCIAS	35
	ANEXO.....	39

1 INTRODUÇÃO

No fim do ano de 2019 uma nova doença viral surgiu na China, o novo coronavírus (SARS-COV-2). Inicialmente foi identificado na cidade de Wuhan, e com rapidez se espalhou pelo mundo. Reconhecido como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS), sua ocorrência impactou as estruturas sociais e econômicas de vários países (SCHUCHMANN et al., 2020). Com a rápida disseminação do vírus e variação no comportamento do mesmo, viu-se a necessidade de adotar medidas restritivas socialmente. O isolamento social foi umas das principais alternativas e a este fato associa-se modificações sociais e econômicas (DIAS et al., 2020).

O impacto econômico atingiu diferentes setores, incluindo o setor de flores e plantas ornamentais. O fechamento dos principais meios comerciais de plantas como floriculturas e Garden centers reduziu as vendas e ocasionou em perdas irreparáveis aos varejistas e produtores nacionais (ANACLETO et al., 2021). Mas este impacto inicial não prevaleceu por muito tempo para o setor de plantas ornamentais, mesmo com a incerteza de como o comércio seria afetado no decorrer da pandemia. Para flores de corte, o cenário foi diferente.

Dona Euzébia é conhecida pela sua produção de mudas cítricas, frutíferas, ornamentais e florestais, e é responsável por abastecer várias cidades brasileiras (SOUSA; SOUZA, 2019). O município é o maior produtor de mudas cítricas, frutíferas ornamentais e florestais do estado e o segundo maior produtor do país, e possui um grande número de viveiristas e diferentes variedades de mudas, que são produzidas e também comercializadas no local (VARELLA, 2021).

Apesar de todas as restrições estabelecidas durante o período de pandemia, a mentalidade acerca dos benefícios dos espaços verdes se acelerou de forma significativa. Com o trabalho remoto e o isolamento social, as pessoas ficaram mais tempo dentro de casa, e assim, começaram a se preocupar em tornar o ambiente mais agradável. Procurando por essa transformação, as plantas foram incorporadas na decoração e o contato com a vegetação passou a ser mais valorizado, e o aumento da procura por plantas resultou no aumento da comercialização das mesmas (REIS; REIS; NASCIMENTO, 2020).

O aumento das vendas de flores e plantas ornamentais durante o período de isolamento social estimulou o surgimento de novas formas de comercialização que auxiliaram na retomada de crescimento do setor na pandemia (PORTAL DO AGRONEGÓCIO, 2020).

A partir do que foi dito, esse trabalho teve como finalidade conhecer produção e comercialização de plantas ornamentais na cidade de Dona Euzébia e o impacto da pandemia pelo novo coronavírus, por meio de um questionário com perguntas objetivas e discursivas destinadas ao conhecimento do perfil dos produtores e posteriormente questões relacionadas a pandemia.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Floricultura no Brasil

A floricultura é o termo que descreve um ramo da Horticultura entendido como um conjunto de atividades produtivas e comerciais que estão relacionadas ao cultivo de flores e plantas ornamentais com objetivo de ornamentação (SEBRAE, 2015). Esta é uma área inserida dentro do agronegócio brasileiro e que desempenha funções consideráveis para o Brasil nos âmbitos econômico, social, cultural e até mesmo ecológico (PRADELLA, 2016).

O cultivo de plantas ornamentais é uma tarefa que acompanha o homem desde os primórdios da humanidade, os primitivos cultivavam plantas para consumo assim como plantas por sua beleza, e na atualidade essas plantas são cultivadas com os mesmos objetivos. São nomeadas como ornamentais pois possuem beleza e aspectos individuais que as tornam mais atrativas, como a floração, as nervuras, o caule, as folhas, entre outros, e assim são utilizadas como componente de decoração (HEIDEN; LÍA BARBIERI; REGINA TEMPEL STUMPF, 2006).

Atualmente a cadeia de flores e plantas ornamentais no Brasil contribui no PIB anual com 5 bilhões de reais, emprega em média 200 mil pessoas e arrecada quase 3 bilhões de reais em impostos (CORONAVÍRUS, 2020). O Brasil está entre os 15 maiores produtores de flores e plantas ornamentais no mundo, com cerca de 15 mil hectares de área cultivada, 8 mil produtores de flores e plantas ornamentais cultivando mais de 2500 espécies com cerca de 17.500 variedades. As estatísticas econômicas do setor são acompanhadas durante anos e estiveram em crescente desenvolvimento (IBRAFLOR, 2020). A produção de flores nacional tem foco na distribuição pelo mercado interno, que é responsável por consumir 96,5% de tudo que é produzido (JUNQUEIRA; PEETZ, 2014).

No âmbito social, a floricultura desempenha papel importante por estimular a produção vinda de pequenos produtores, evidenciando o trabalho feminino no meio rural. Ao estimular o estabelecimento dos produtores no campo, ocorre também um aumento nas ofertas de emprego, movimentando a economia de toda a região de produção (DUVAL; DUVAL, 2014).

A produção de flores está concentrada na região sudeste do Brasil, que produz mais de 60% de toda a produção nacional. Os números são justificados pela grande influência das cooperativas brasileiras localizadas na região (JUNQUEIRA; PEETZ, 2014). A localização das

principais cooperativas brasileiras foi desenvolvida estrategicamente pela facilidade de acesso as principais vias de transporte do estado de São Paulo, que possui o maior fluxo do setor.

Atualmente no Brasil os principais mercados atacadistas estão reunidos no estado de São Paulo com cerca de 90% da comercialização. O Veiling Holambra, Ceasa Campinas, CEAGESP e Cooperflora, são os centros que movimentam a maior parte do setor de flores e plantas ornamentais do Brasil (SILVA; PAIVA; SANTOS, 2015). Outro órgão relacionado a floricultura no país é o Instituto Brasileiro de Floricultura – IBRAFLOR, este por sua vez é responsável por promover o aumento do consumo de flores, auxiliando em capacitações, profissionalização e qualificações técnicas no setor e auxiliando na manutenção do segmento (IBRAFLOR;2018).

A cadeia produtiva de flores é constituída por produtores, distribuidores, varejistas e comerciantes, a integração dos diferentes componentes é essencial para que o setor se mantenha em funcionamento (SANT’ANA et al., 2019). Dentro do mercado de flores o segmento de plantas ornamentais destinadas ao paisagismo e a jardinagem correspondem a 42%, as flores de corte e as folhagens correspondem a 34% e a terceira posição com as flores e plantas envasadas com 24% (JUNQUEIRA; PEETZ, 2017).

O faturamento no setor de flores e plantas ornamentais no Brasil para o ano de 2018 esteve próximo de oito bilhões de reais, e os números eram vistos com otimismo por representantes do setor que apontavam para um crescimento gradativo do segmento para os próximos anos (IBRAFLOR;2018).

Contudo em 2019, o aparecimento de um novo vírus, SARS-CoV-2, modificou o modo de vida e consumo de todo o planeta e o setor de flores e plantas ornamentais também foi afetado. No início da pandemia no Brasil estimava que 66% de produtores de flores e plantas ornamentais pudessem entrar em estado de falência, devido a suspensão das atividades comerciais. Contudo, os impactos não demoraram a aparecer, nas primeiras duas semanas após o início da quarentena, perdeu-se aproximadamente R\$ 297,7 milhões de faturamento (IBRAFLOR, 2020).

Como 90% da produção de flores de corte são utilizadas para decoração de eventos como casamentos, aniversários e formaturas, e devido ao isolamento social necessário para contenção da disseminação do vírus da Covid-19, foi imprescindível que esses tipos de eventos fossem suspensos, e o impacto nesse setor acometeu diretamente o setor de produção de flores, causando perdas irreparáveis ao faturamento. Tal fato evidenciou ainda mais a crise nacional do setor de flores e plantas ornamentais pela Covid 19 (VALVERDE, 2020).

2.2 Produção de mudas na cidade de Dona Euzébia – MG

Dona Euzébia é um município do estado de Minas Gerais, localizado na região da Zona da Mata, com população de aproximadamente 6 mil habitantes (PMDE, 2021). A produção de mudas é pilar econômico da cidade, que é responsável pela maior produção de mudas do estado de Minas Gerais e é o segundo maior produtor de mudas do país (VARELLA, 2021).

As atividades agrícolas sempre foram destaque na cidade, inicialmente a cafeicultura era a principal atividade do município, depois o fumo e a cana-de-açúcar (EMBRAPA, 2006). Contudo, ao longo dos anos a matriz de produção da cidade mudou, e a partir da década de 1970 iniciou-se a produção de mudas cítricas, frutíferas ornamentais e florestais, tornando-se a principal atividade econômica do município. Atualmente são produzidas mais de 300 espécies diferentes dentro desse grupo (VARELLA, 2021).

A produção de mudas se concentra em: cítricas, frutíferas, plantas ornamentais e florestais (PMDE, 2021). Atualmente a cidade conta com mais de 330 viveiros registrados no Ministério da Agricultura e desses 105 registrados na Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) (VARELLA, 2021).

Devido as necessidades de distanciamento social impostas pela pandemia, o contato entre produtor e consumidor ficou limitado, e por isso a EMATER criou um catálogo eletrônico, com informações sobre os viveiros da cidade, com o objetivo de auxiliar as vendas durante esse período e minimizar os impactos causados pela pandemia (VARELLA, 2021).

2.3 Impacto da pandemia de COVID-19 no mercado de flores

O ano de 2019 terminou com um grande desafio global, o surgimento do novo coronavírus, que se deu na China, e rapidamente se espalhou pelo mundo. Devido a uma grande lacuna de conhecimento sobre o vírus, maiores foram os desafios de enfrentamento da doença, principalmente no Brasil, pois pouco se sabia sobre como se dava a transmissão do vírus em um local com grande diferença social (WERNECK; CARVALHO, 2020).

Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou o coronavírus 2019 (Covid-19), como pandemia, que já contava com aproximadamente 1.910.000 casos de infecções e mais de 123.000 mortes no mundo (ROSCHEL; ARTIOLI; GUALANO, 2020). A mudança ocorrida com a classificação se deu pela gravidade em que a doença se disseminava pelo mundo e a demora em resposta dos governos (UNASUS, 2020).

Como medida de retenção a disseminação do novo vírus, o isolamento social foi uma das alternativas adotadas pelos países, e conseqüentemente a adoção dessa medida interferiu nas relações interpessoais assim como nos meios associados à elas, como por exemplo o comércio (BEZERRA et al., 2020). O fechamento de diversos estabelecimentos comerciais não essenciais, a redução de horários e as restrições à algumas áreas públicas, fizeram parte das medidas de controle a disseminação do vírus.

No setor de flores e plantas ornamentais esse impacto surgiu com a implantação da quarentena associada ao fechamento dos principais mercados comerciais, reduzindo drasticamente a comercialização de flores e plantas ornamentais nacionalmente (CBN CAMPINAS, 2020). Com a fechamento dos estabelecimentos em todo o Brasil e a preocupação inicial focada nos produtos alimentícios, o setor de flores foi o segmento do agronegócio que mais sofreu com as conseqüências iniciais da pandemia (AGROLINK, 2020).

Imediatamente o comércio sofreu queda de aproximadamente 70% e as flores que estavam nos grandes centros de distribuição foram perdidas, retratando um cenário marcante da produção nacional (GLOBO RURAL, 2020). O primeiro segmento na floricultura afetado pela crise foi o de flores de corte, que estava em alta nos últimos anos devido à valorização do setor de plantas ornamentais. A fragilidade desse setor foi causada pela queda paralela do setor de eventos (NAÇÃO AGRO, 2021). Toneladas de flores foram descartadas diariamente enquanto outros estavam em processo de maturação no campo, e enquanto isso o setor cada vez mais frágil. Durante esse episódio teve início uma grande campanha idealizada pelo Instituto Brasileiro de Floricultura (IBRAFLOR) em parceria com as cooperativas de floristas de Holambra, CooperFlora e Veling: “Flor é alimento para a alma”, como forma de incentivar o consumo de flores além de distribuí-las para diferentes instituições (VEJA RIO, 2020).

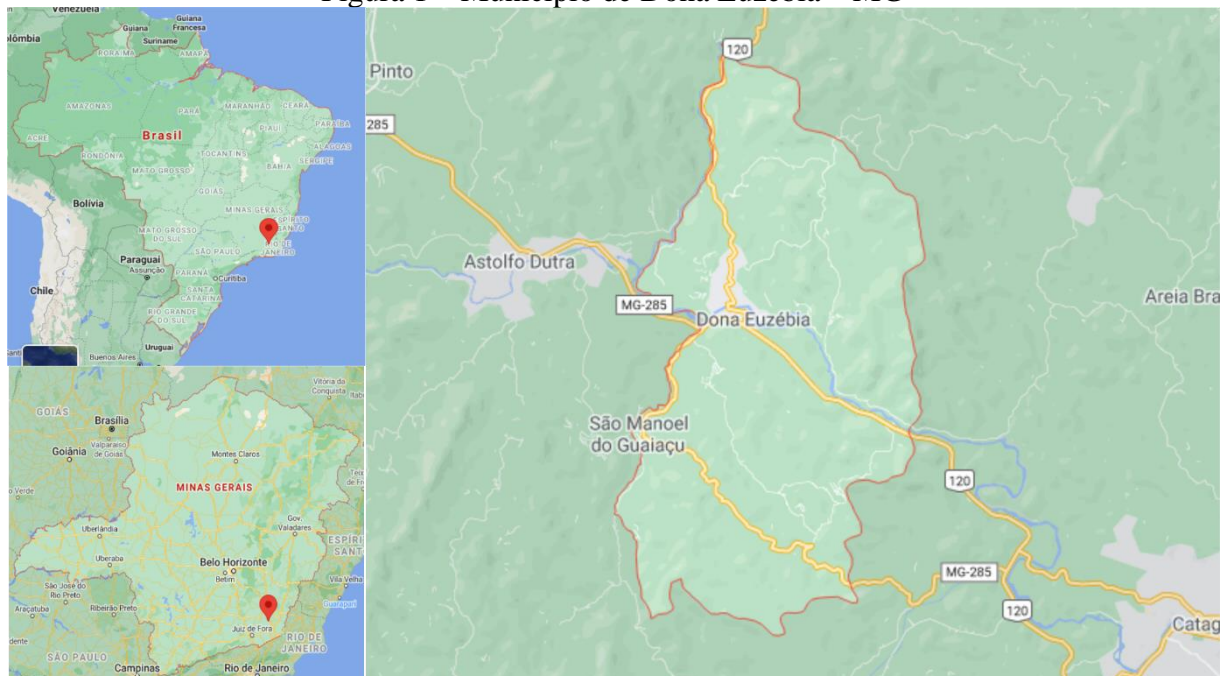
Com os cenários sendo alterados, algumas modificações ocasionadas pela pandemia refletiram no setor de flores e plantas ornamentais. Com a necessidade da utilização do trabalho e estudo remoto e o funcionamento apenas de serviços essenciais, a população brasileira passou a ficar mais tempo dentro de suas casas. A busca por um ambiente mais agradável, intensificou o consumo de plantas e atividades de jardinagem ao longo da pandemia (AGÊNCIA BRASIL, 2021). Cursos relacionados ao cultivo e cuidados com plantas também tiveram aumento na procura, fatos esses que demonstram a gradativa retomada do setor após o impacto negativo do início da pandemia (PORTAL EBC, 2020).

3 MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Área de estudo

O estudo foi desenvolvido no município de Dona Euzébia, localizado no estado de Minas Gerais na região II da Zona da Mata Mineira (Figura 1) (PREFEITURA MUNICIPAL DE DONA EUZÉBIA, 2021). Dona Euzébia se encontra nas coordenadas 21°19'7.00" S e 42°48'21.30" O, com altitude média de 222 metros e clima Cwa definido como temperado quente, segundo a classificação de Köppen(SOUSA; SOUZA, 2019).

Figura 1 – Município de Dona Euzébia – MG



Fonte: Google Earth (2021).

A cidade possui uma área de 70.231 km², com 6.527 habitantes, e PIB per capita é de R\$ 10.152,58 (PMDE, 2021). É uma região produtora de mudas frutíferas, florestais e ornamentais e conta com um total de 86 viveiristas, a região chega a produzir 300 variedades de mudas (VARELLA, 2021).

3.2 Caracterização do experimento

3.2.1 Elaboração do questionário

Foi elaborado o questionário “Comércio de mudas no município de Dona Euzébia no período de pandemia”, no Google Formulários e aplicado aos produtores da cidade, com o objetivo de conhecer o perfil dos produtores da região de Dona Euzébia-MG e obter informações sobre a produção, os serviços e o modo de comercialização por eles utilizados, visto que é um comércio já estabelecido na cidade, e posteriormente conhecer o impacto da pandemia sobre o comércio de plantas local.

Para isso, foi elaborado um questionário (em Anexo) com 22 perguntas objetivas e discursivas, sendo elas de informações gerais sobre o empreendimento e questões específicas para o entendimento do funcionamento do negócio durante o período de pandemia.

3.2.2 Coleta e análise dos dados

A coleta dos dados foi feita através da aplicação de questionário de forma presencial e online, e a análise dos dados através do aplicativo de tabelas Excel.

O questionário foi aplicado de forma online, através de e-mail e rede social e para assegurar um número mínimo de entrevistados também foi realizado de forma presencial, seguindo todos os protocolos de distanciamento e uso de máscaras de proteção. As respostas foram registradas diretamente na plataforma de formulários do Google. Foram aplicados um total de 30 questionários, na primeira quinzena de janeiro de 2021.

Buscou-se o público alvo dessa pesquisa em estabelecimentos ativos na produção e venda de mudas do município: viveiros de produção, fazendas de depósitos e lojas comerciais. E todas as respostas foram fornecidas por gerentes de produção e vendas ou pelos próprios proprietários dos empreendimentos.

3.2.2.1 Análise das respostas obtidas

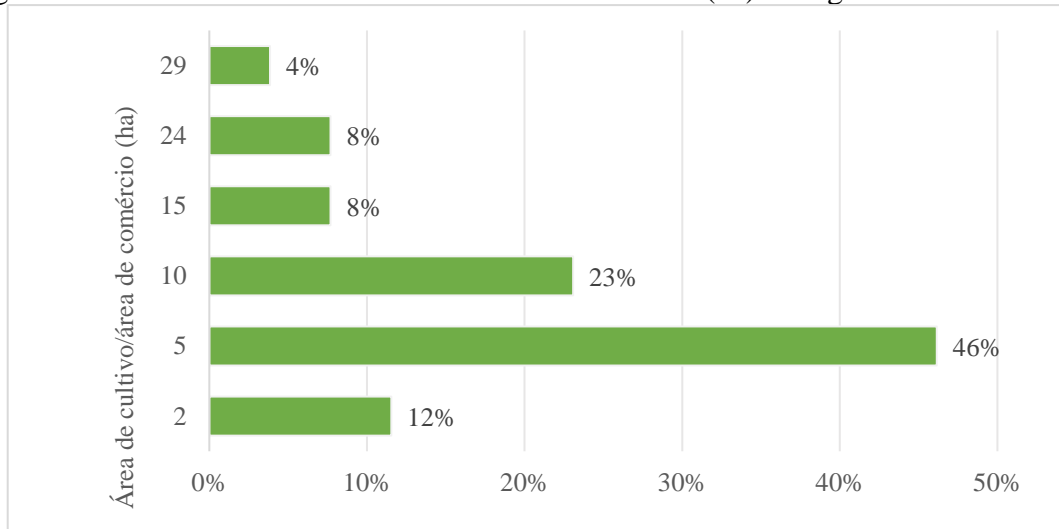
As respostas foram conduzidas ao aplicativo de criação de planilhas Excel, os dados coletados organizados de acordo com as respostas obtidas e posteriormente gerados os gráficos correspondentes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Perfil dos entrevistados

Foram obtidas 30 respostas através do questionário, para a pergunta “Área de cultivo/área de comércio?” (Figura 2) a maior parte dos respondentes possuem suas propriedades com área de cultivo/comércio de aproximadamente 5 ha, que corresponde a 46% do total de entrevistados, seguido por 23% dos produtores com aproximadamente 10 hectares, 12% dos produtores com aproximadamente 2 ha, 16 % com aproximadamente 15 ha e 24 ha e por último 4% com 29 ha.

Figura 2 – Tamanho da área de cultivo/área de comércio (ha) na região de Dona Euzébia



Fonte: Do autor (2021)

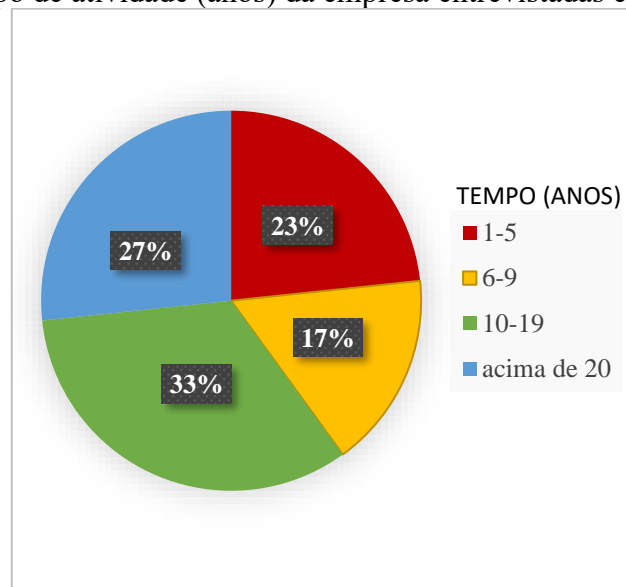
Analisando os resultados, percebe-se que quase a metade dos produtores de Dona Euzébia possuem suas propriedades com 5 ha, indicando que embora a produção da cidade como um todo seja grande, as espécies produzidas não demandam de tanto espaço territorial, quando comparado a produção das grandes culturas, por exemplo. Esse torna-se um dos pontos primordiais na produção de mudas frutíferas e ornamentais, o produtor consegue grande retorno financeiro em um espaço reduzido de produção. Foi possível perceber pelo perfil das respostas, que a maior parte das propriedades com grande extensão territorial são as que estão em atividade por mais tempo, ou seja, as maiores terras se concentram nas mãos dos produtores mais antigos.

No Brasil, existe uma grande variação quanto ao tamanho das empresas, variando entre produtores de flores e plantas ornamentais de pequeno a grande porte (REIS et al., 2020).

Analisando os dados do Instituto Brasileiro de Floricultura (IBRAFLOR) sobre as características dos produtores da região de Minas Gerais, a maioria das propriedades possuem entre 3 e 4 ha de produção (JÚNIOR et al., 2015), números próximos foram obtidos com a pesquisa.

Para a pergunta “Há quanto tempo a empresa está em atividade?” (Figura 3), 33% das empresas estão no intervalo de tempo entre 10 e 19 anos em atividade, seguidos por 27% das empresas com mais de 20 anos, 23% das empresas com intervalo de 1 a 5 anos e 17% entre 6 e 9 anos de atividade.

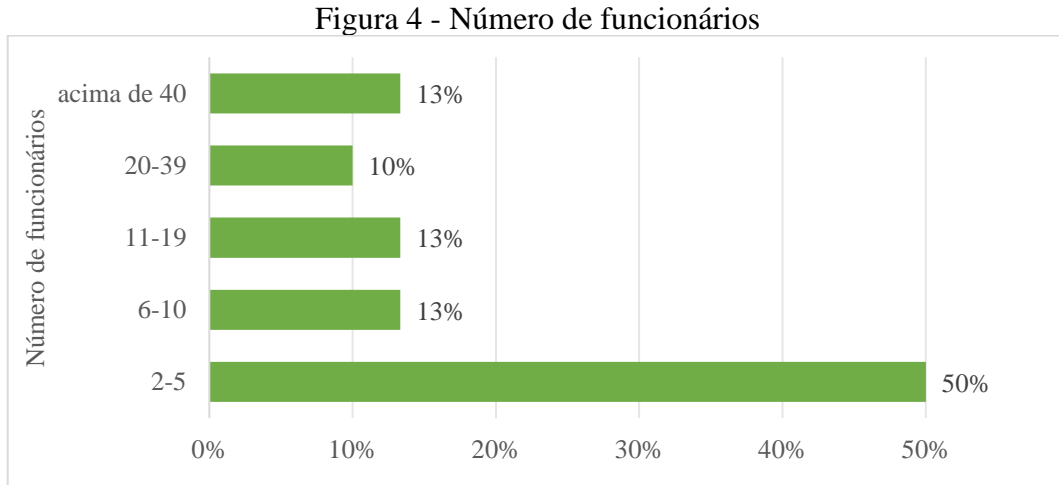
Figura 3 - Tempo de atividade (anos) da empresa entrevistadas em Dona Euzébia



Fonte: Do autor (2021)

A atuação dos produtores de flores no mercado nacional, em média é de 15 anos, com grande proporção para os que produzem a mais de 20 anos. Mas o número de empresas novas também é significativo (REIS et al., 2020), e a esse estudo podemos associar aos resultados obtidos. Grande parte dos produtores de Dona Euzébia (60%), estão em atividade por mais de 10 anos, esses números comprovam a consolidação do mercado de produção de mudas no município. De acordo com o histórico municipal, a produção de mudas desse grupo de plantas já está instalada há 51 anos, existem empresas que foram formadas há mais de 20 anos, ou seja, empresas que iniciaram a atividade próximo ao início da produção, isso confirma que esse mercado tem se estabelecido e mantendo-se em progresso na cidade (LEITE; RODRIGUES, 2006). A maioria são produtores de longa data.

Quanto ao número de funcionários (Figura 4), 50% das empresas possuem de 2 a 5 funcionários, seguidos por 13% das empresas com 6 a 10 funcionários, 13% das empresas com 11 a 19 e outros, 10% das empresas entre 20 a 39 funcionários e 13% acima de 40 funcionários.

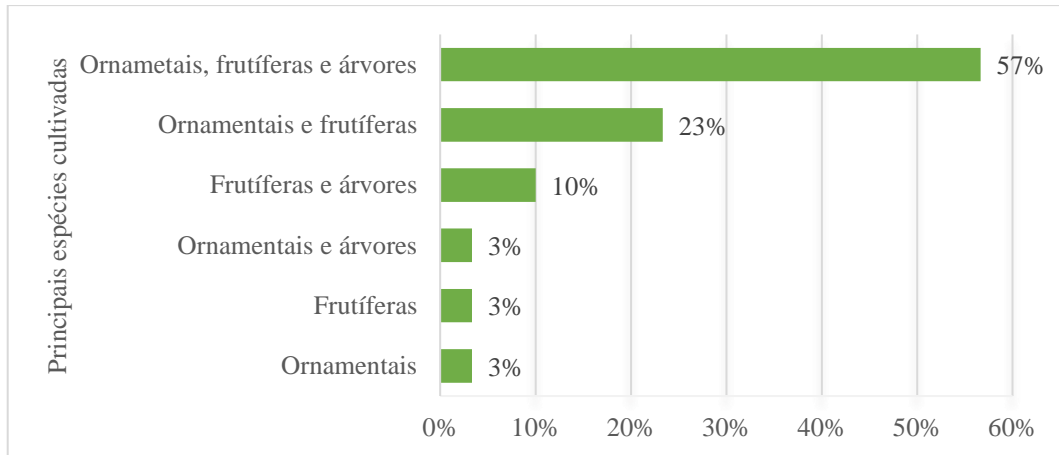


Fonte: Do autor (2021)

A produção de mudas possui papel importante no desenvolvimento da economia do município (LEITE; RODRIGUES, 2006). A pesquisa revelou um total de 323 funcionários entre os 30 produtores entrevistados, demonstrando a relevância da geração de empregos diretos com a produção de mudas em Dona Euzébia. A média de empregos por área no município dos entrevistados está em torno de 0,0045 empregos/km². A densidade populacional está em aproximadamente 0,09hab/km².

Em relação às espécies produzidas, 57% dos respondentes produzem tanto plantas ornamentais, frutíferas e árvores, seguidos por 23% que produzem ornamentais e frutíferas, 10% produzindo frutíferas e árvores, 3% para a produção de ornamentais e árvores, 3% na produção de frutíferas e 3% produzindo ornamentais.

Figura 5 – Principais grupos de espécies cultivadas

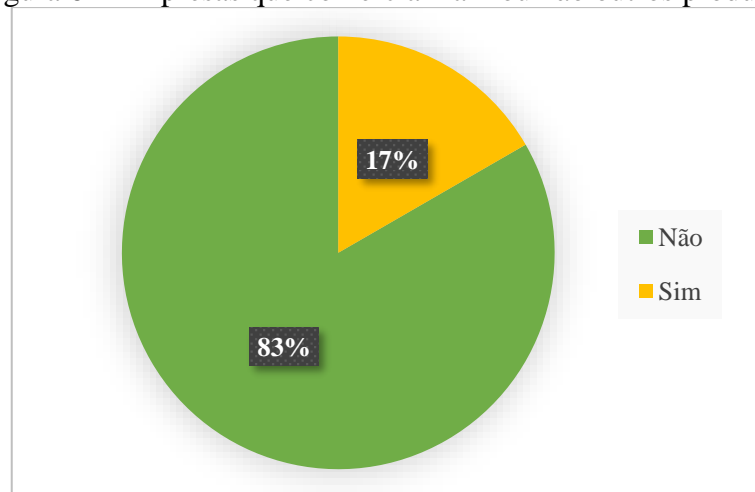


Fonte: Do autor (2021)

Esses resultados evidenciam que a maioria dos produtores de Dona Euzébia (57%) produzem as 3 categorias de espécies (ornamentais, frutíferas e árvores), e não somente uma categoria. A cidade é a primeira na produção de mudas cítricas, frutíferas, ornamentais e florestais do estado de Minas Gerais (PMDE, 2021), fornecendo mudas para diferentes regiões do Brasil. A este fato podemos associar a maior parte dos produtores cultivarem os 3 grupos de espécies.

Os produtores também foram perguntados se comercializam outros produtos além das espécies vegetais (Figura 6), 83% dos produtores responderam que sim, comercializam outros produtos como substratos, vasos, pedras decorativas e demais itens relacionados a jardinagem. Os outros 17% dos produtores responderam que não fazem outro tipo de comercialização.

Figura 6 – Empresas que comercializam ou não outros produtos.

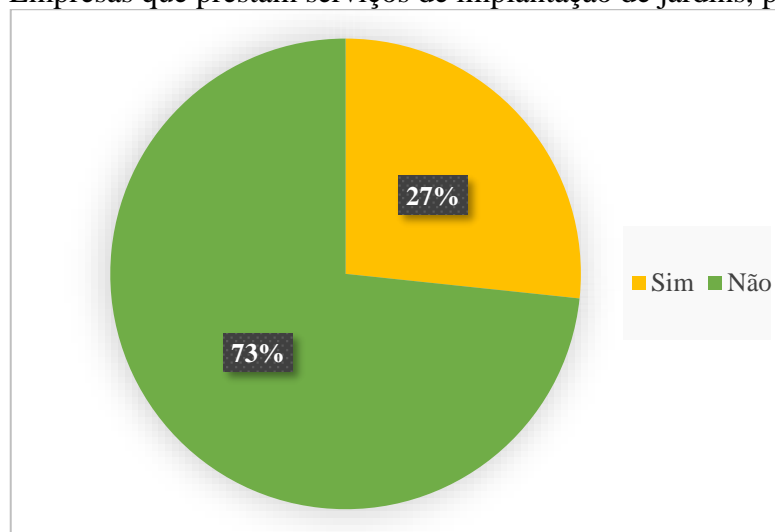


Fonte: Do autor (2021)

A maioria das empresas não comercializam outros tipos de produtos relacionados a jardinagem, a este fato podemos presumir que o comércio de outros produtos está relacionado aos serviços de jardinagem como a implantação de jardins, e esse serviço não é oferecido pela maioria dos produtores. A maioria dos produtores se concentram principalmente na comercialização de mudas.

Ao serem perguntados se a empresa prestava serviços de implantação de jardins, pomares e etc. (Figura 7), 73% dos produtores responderam que não prestam esse tipo de serviço, enquanto 27% dos produtores responderam que prestam esse tipo de serviço.

Figura 7 – Empresas que prestam serviços de implantação de jardins, pomares, etc.

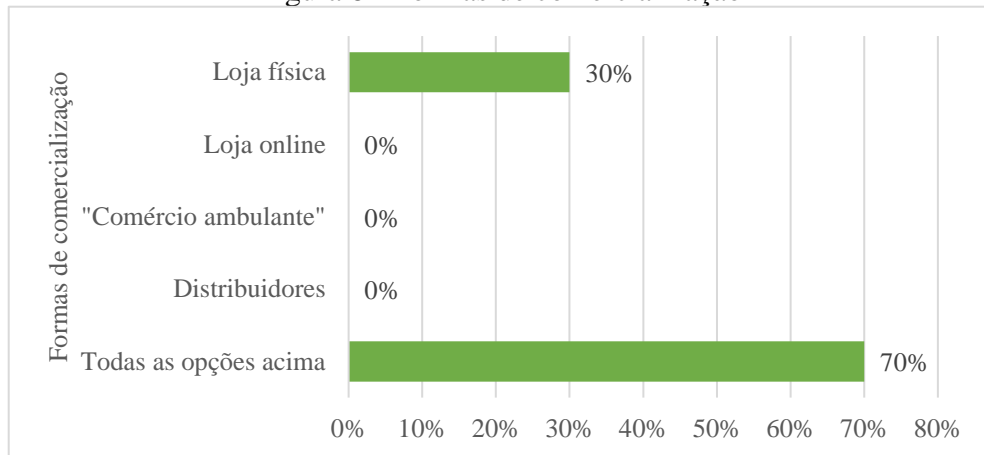


Fonte: Do autor (2021)

A maioria das empresas em Dona Euzébia não prestam serviços de implantação de jardins, pomares e etc. A esse fato pode-se associar a concentração nas atividades de produção e comercialização das mudas, assim como nas vendas para distribuidores (em grande escala). Durante a entrevista com os produtores, os mesmos alegaram que não prestam esse serviço devido a grande demanda por mão de obra, mas as mudas que são produzidas, são direcionadas a composição de jardins executados por terceiros.

Quanto as formas de comercialização (Figura 8), 73% dos produtores comercializam nas lojas físicas, por plataformas online, por meio de comércio ambulante e por distribuidores. O outros 28% deles, comercializam apenas na forma física.

Figura 8 - Formas de comercialização



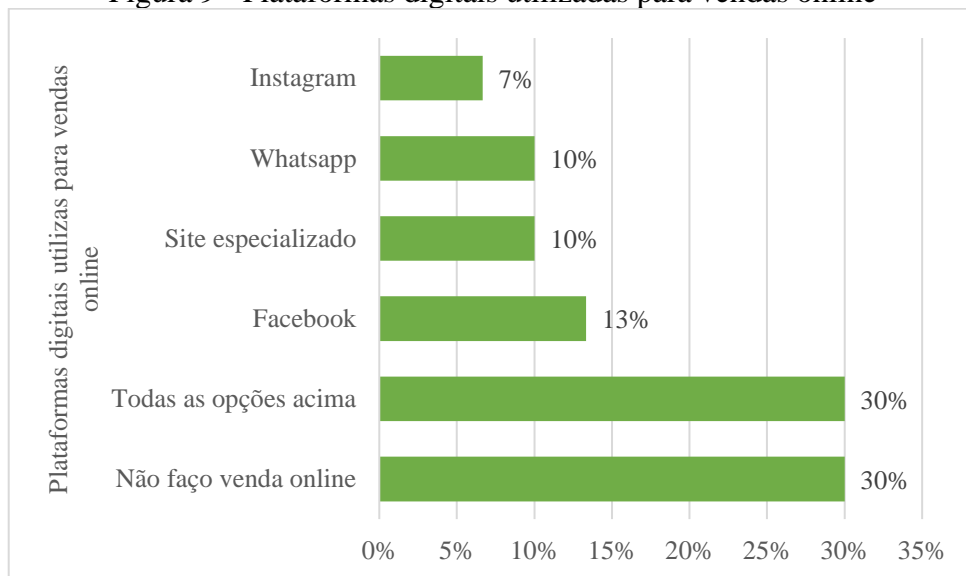
Fonte: Do autor (2021)

As respostas a essa pergunta apontam para a maior utilização de mais de uma estratégia de comercialização, sendo o e-commerce uma alternativa que se destacou durante o período de pandemia (ANACLETO et al., 2021). As lojas físicas são um segmento nas vendas com grande expressividade sobre o mercado de flores e plantas nacionalmente, e se observa um crescimento para tal meio de comercialização (SILVA; PAIVA; SANTOS, 2015). O destaque para a comercialização pelas floriculturas é evidente, e o faturamento estimado para o ano de 2014 foi de R\$984,3 milhões (JÚNIOR et al., 2015). Apesar das outras formas comerciais, o mercado varejista ainda é o principal canal de fornecimento ao usuário final, faturando em 2014 R\$4,36 bilhões com a comercialização de flores e plantas ornamentais (JÚNIOR et al., 2015).

A utilização das diferentes formas de comercialização possibilita maior distribuição dos produtos e maior dinâmica de vendas, influenciando diretamente no faturamento.

Ainda sobre a forma de comercialização, foi perguntado aos produtores, para as vendas realizadas de forma online, quais são as plataformas digitais utilizadas (Figura 9). Do total de produtores, 13% responderam que comercializam pelo Facebook, 10% através de sites especializados, outros 10% por meio do WhatsApp e 7% através do Instagram. Outros 30% votaram para todas as plataformas citadas anteriormente e outros 30% não fazem vendas online.

Figura 9 - Plataformas digitais utilizadas para vendas online



Fonte: Do autor (2021)

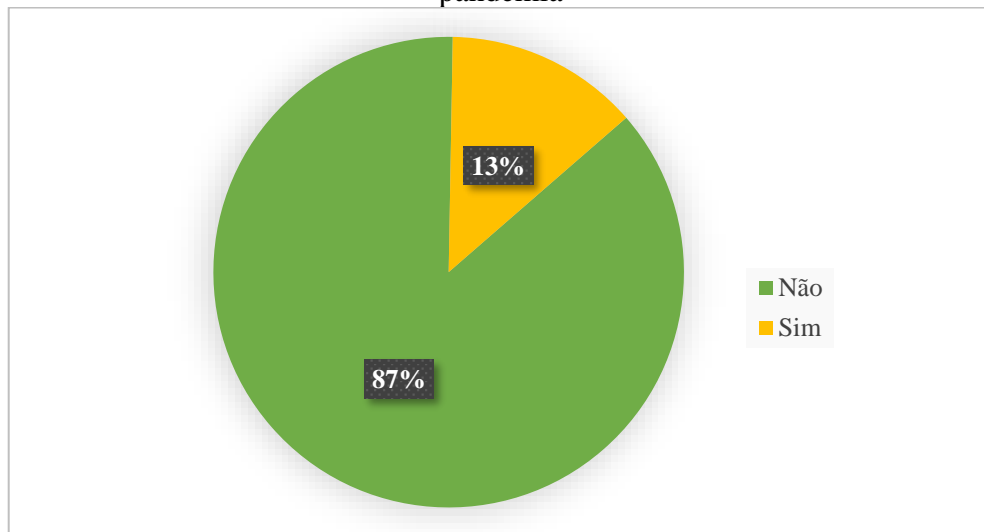
A comercialização de forma online se deu inicialmente pelo fechamento das floriculturas e demais centros de comercialização de flores, essa alternativa surgiu como uma forma de facilitar as vendas, assim como acontece com produtos alimentícios. Essa forma de comercialização foi bem sucedida à medida que as pessoas procuravam por manter a casa um ambiente mais agradável com a presença de plantas e flores, essa tendência foi crescendo com o passar dos meses durante a pandemia.

4.2 Impactos da pandemia

Quanto aos impactos ocasionados pela pandemia sobre os produtores de Dona Euzébia, foram elaboradas 11 perguntas, variando entre perguntas discursivas e objetivas.

Das 30 respostas obtidas (Figura 10) pela pergunta: “Você fechou o seu estabelecimento em algum momento durante a pandemia? Se sim, por quanto tempo?”, 87% responderam que não fecharam seus estabelecimentos, enquanto 13% responderam que fecharam os estabelecimentos durante a pandemia. O período de fechamento dentre os respondentes que afirmaram esse fato, foi de 15 a 30 dias, ou seja, fecharam apenas no primeiro mês por receio aos acontecimentos, mas logo em seguida deram continuidade ao mercado. Sendo um período de tempo muito curto não afetou significativamente no comércio.

Figura 10 - Proporção de produtores que fecharam ou não seus estabelecimentos durante a pandemia

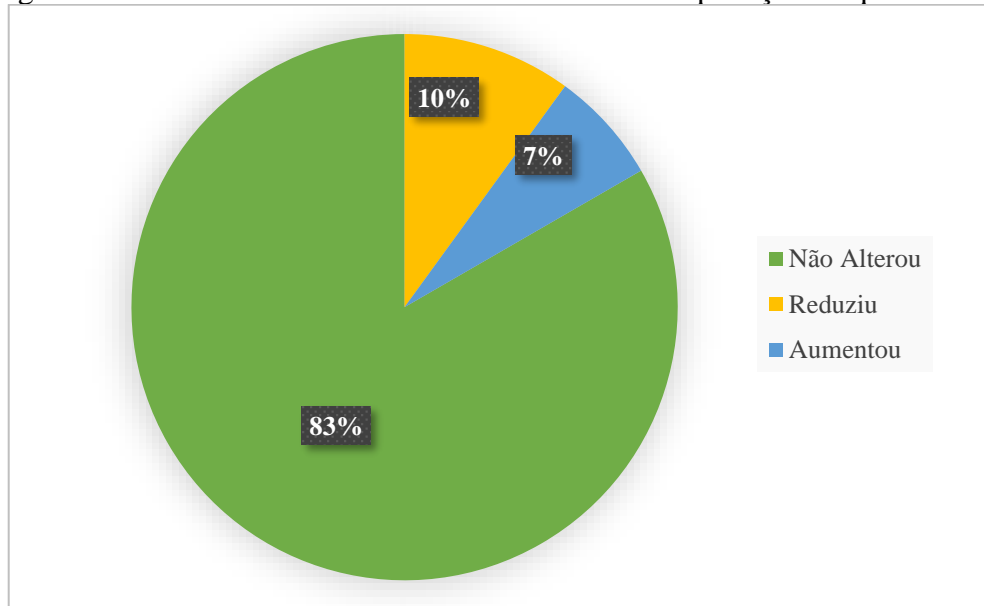


Fonte: Do autor (2021)

Durante o período de pandemia pelo Covid-19, o governo de Minas Gerais criou o plano “Minas Consciente, com o objetivo de auxiliar na retomada da economia em cidades do estado (MG.GOV, 2020). De acordo com esse plano, municípios com menos de 30 mil habitantes, como Dona Euzébia, adotaram a onda amarela (abertura de serviços não essenciais seguindo os protocolos de segurança), a adoção dessa onda possivelmente auxiliou para que os produtores e comerciantes não fechassem seus estabelecimentos no momento que o comércio de flores e plantas ornamentais era restringido de funcionar devido a fiscalização (CNA Brasil, 2021). De acordo com boletim epidemiológico fornecido pela prefeitura municipal, os casos confirmados até o segundo semestre de 2020 estavam dentro do aceitável para a classificação (PMDE, 2020).

Das 30 respostas obtidas, 25(83,3%) do total, responderam que não houve alteração no número de funcionários durante a pandemia e no período em que foi realizada a aplicação dos questionários (Figura 11). Do restante dos respondentes, 3(10%) responderam que o número de funcionários reduziu, os outros 2(6,7%) responderam que o número de funcionários em relação a época antes da pandemia e durante a pandemia sofreu aumento.

Figura 11 - Número de funcionários antes e durante a aplicação do questionário

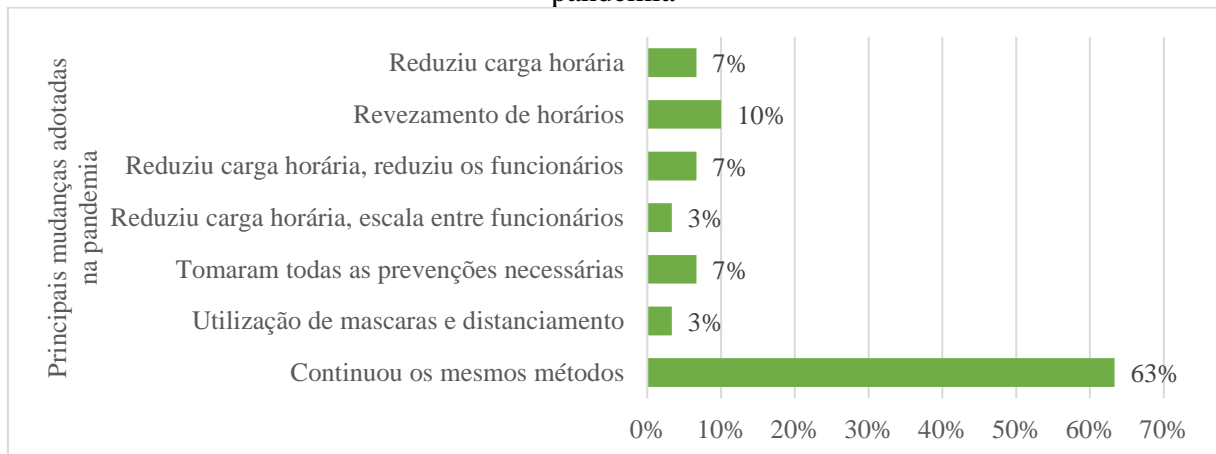


Fonte: Do autor (2021)

A maioria dos produtores responderam que não houve alterações no número de funcionários durante a pandemia e no período que foi aplicado o questionário, a essa estabilidade podemos associar as respostas de que grande parte dos produtores mantiveram ou aumentaram as vendas, o que não justificaria a dispensa de funcionários. O cenário para o setor de flores de corte manifestou outra situação, muitas empresas dispensaram funcionários enquanto a produção esteve comprometida.

Foram obtidas 7 respostas distintas a respeito da pergunta sobre as mudanças adotadas pelos produtores durante o período de pandemia (Figura 12). Devido a situação em que se encontrava a pandemia, todos os produtores adotaram as medidas restritivas impostas pela Organização Mundial da Saúde (OMS), como a utilização de máscaras, assepsia e distanciamento social. As principais mudanças enumeradas pelos produtores através das respostas foram referentes a mudanças complementares como, redução de carga horária, revezamento de horários, escala entre funcionários e redução de funcionários.

Figura 12 - Principais mudanças complementares adotadas pelos produtores durante a pandemia

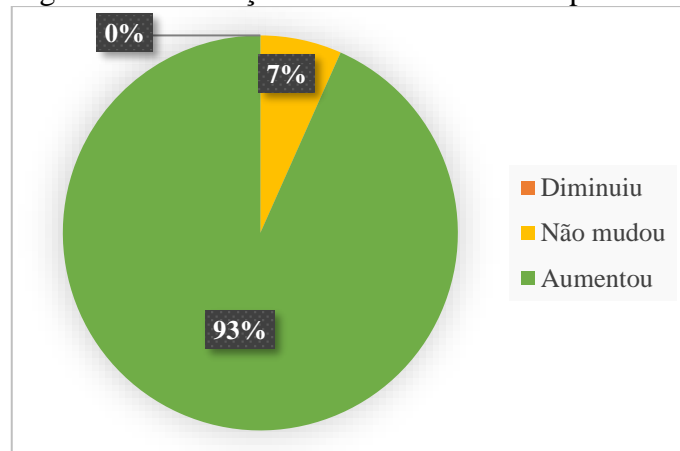


Fonte: Do autor (2021)

Quanto às mudanças adotadas, podemos fazer uma inferência aos dados referentes a área de cultivo e o número de funcionários, observamos que a maioria dos produtores possuem área de cultivo relativamente grande quando comparado ao número de funcionários, e isto implicaria que as atividades desenvolvidas pelos funcionários fossem feitas com considerável distanciamento. A esse fato, explica-se que a maioria dos produtores respondessem que mantiveram os mesmos hábitos.

A pergunta “Suas vendas durante o período da pandemia foram alteradas?” (Figura 13) mostraram que 93% dos produtores disseram que as vendas aumentaram e 7% dos produtores disseram que não houve alteração nas vendas. Nenhum produtor respondeu que as vendas não mudaram.

Figura 13 - Alteração das vendas durante a pandemia

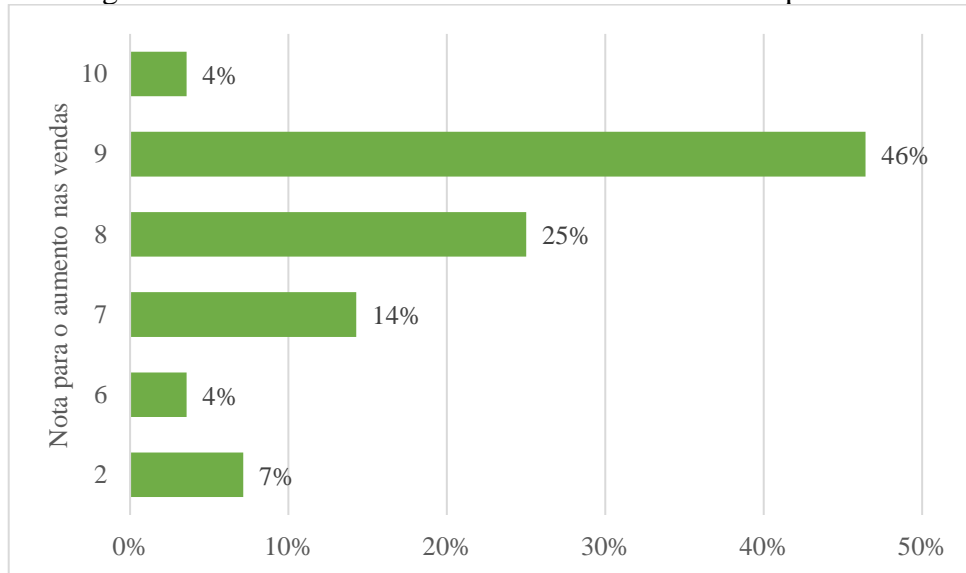


Fonte: Do autor (2021)

Quando perguntado sobre o aumento “Se aumentou, em uma escala de 0 a 10 qual nota daria a esse aumento?” Considerando 0 um pequeno aumento e 10 um grande aumento.

Nenhum dos produtores relatou queda na venda durante esse período. Dentre os produtores que responderam positivamente para um aumento das vendas na pandemia, 71 % deram nota 8 e 9 (Figura 14).

Figura 14 - Notas referentes ao aumento das vendas na pandemia

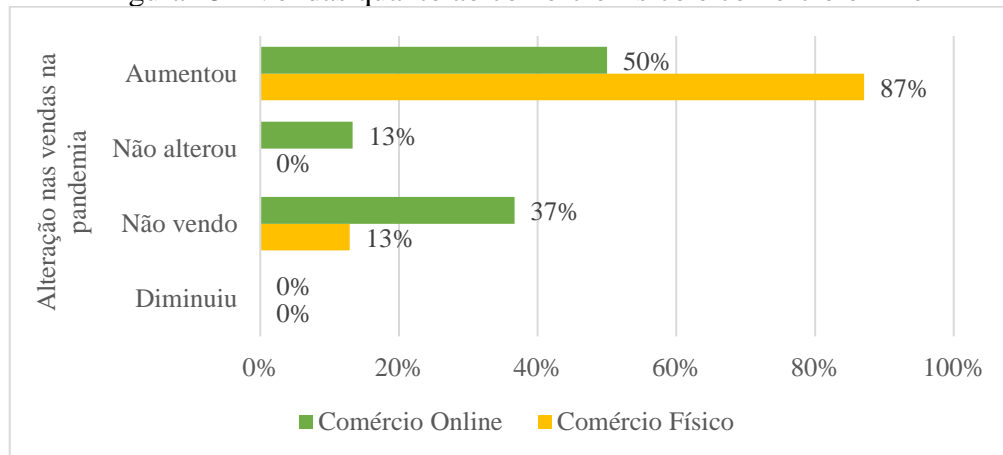


Fonte: Do autor (2021)

As notas fornecidas pelos produtores ao aumento nas vendas confirmam que o município de Dona Euzébia manteve suas atividades no mercado de plantas ornamentais durante a pandemia e que esse aumento foi relativamente “grande” (referente a nota 10).

A pergunta seguinte do formulário é: “Suas vendas durante o período da pandemia foram alteradas?” (Figura15). As perguntas possuíam 2 tipos de comércio como opção de resposta (físico e online), para cada um desses tipos, haviam 4 alternativas: diminuiu, não vendo, não alterou e aumentou.

Figura 15 - Vendas quanto ao comércio físico e comércio online

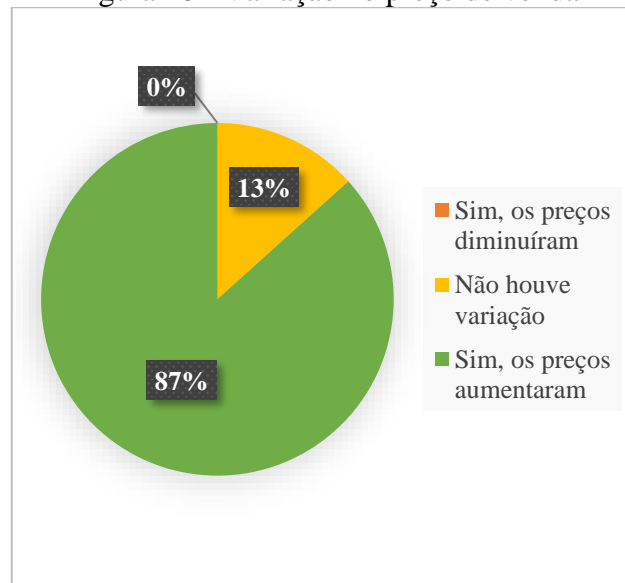


Fonte: Do autor (2021)

Para as vendas realizadas através do comércio físico, 87% responderam a um aumento das vendas e para as vendas de comércio online 50%. A esse aumento, correlacionamos ao fato do aumento na procura por plantas durante a pandemia (SILVA, 2020). O aumento do comércio online está relacionado ao aumento da utilização das plataformas online como forma de comercialização (ANACLETO et al., 2021).

Dentre os 30 produtores, 87% responderam que “Sim, os preços aumentaram”, 13,3% produtores responderam que “Não houve variação”. Nenhum produtor respondeu “Sim, os preços diminuíram”.

Figura 16 - Variação no preço de venda

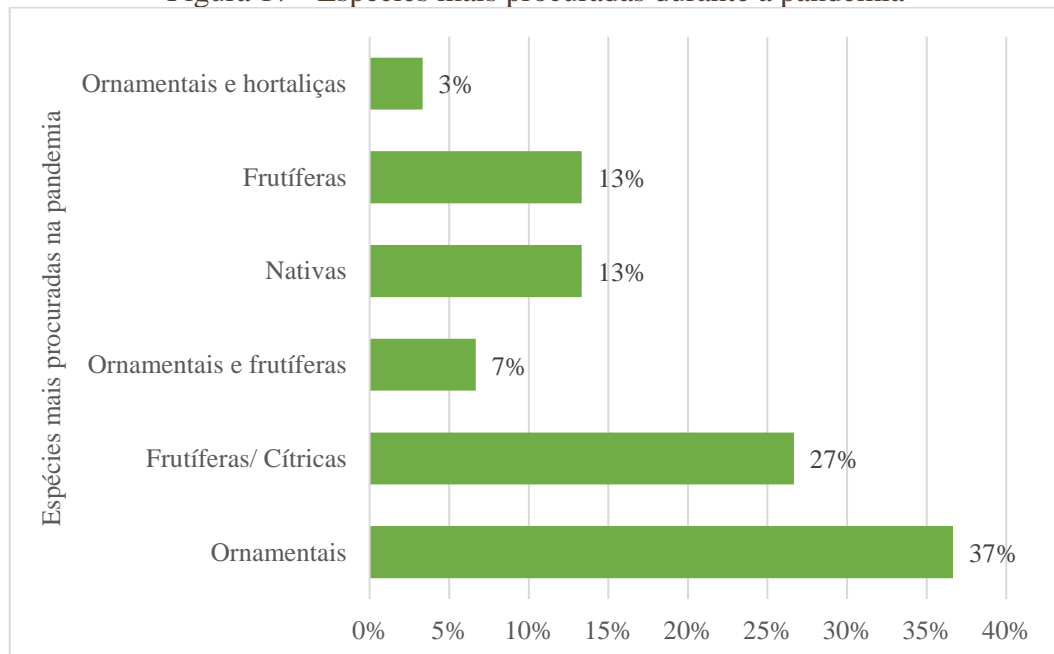


Fonte: Do autor (2021)

O aumento do preço relatado pelos produtores está associado ao aumento na demanda por plantas no mercado, ocasionando assim numa maior valoração do produto e/ou as perdas iniciais ocasionadas pela pandemia ao setor. Tal fato é explicado pela lei da demanda, que relaciona os preços com o aumento da demanda pelos consumidores por determinado produto (KEIFER; EFFENBERGER, 2016).

Na pergunta “Quais foram as espécies mais procuradas durante esse período?” (Figura 17), as plantas ornamentais foram as mais procuradas durante esse período com 37%, as frutíferas e cítricas com 27%, nativas tiveram 13% respostas, frutíferas também tiveram 13% das respostas, ornamentais e frutíferas com 7% e 3% a procura por ornamentais e hortaliças.

Figura 17 - Espécies mais procuradas durante a pandemia



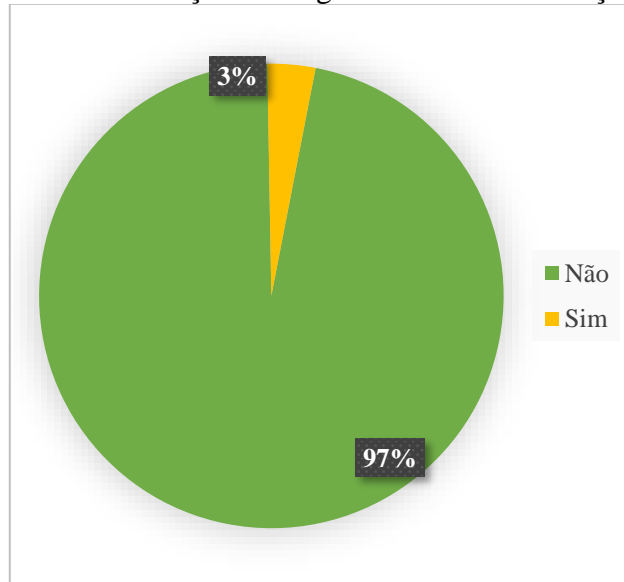
Fonte: Do autor (2021)

A maior parte das vendas registradas para as plantas ornamentais possivelmente seria associada a procura por plantas de cultivo “fácil”, que ocupassem um espaço menor e que pudessem compor o ambiente interno das casas, uma vez que as pessoas passaram a ficar cada vez mais dentro delas, tanto pelo trabalho remoto quanto pelo isolamento social (Agência Brasil, 2021). As plantas possuem função importante na manutenção da interação das pessoas com a natureza além de compor ambientes os alterando esteticamente (REIS; REIS; NASCIMENTO, 2020).

Das respostas, 97% dos produtores responderam que não houve alterações nas regiões de comercialização (Figura 18), apenas 3% dos produtores respondeu que houve alteração nas

regiões de comercialização, e para esse único produtor, as novas regiões de comercialização foram São Paulo e Piauí.

Figura 18 – Alteração nas regiões de comercialização

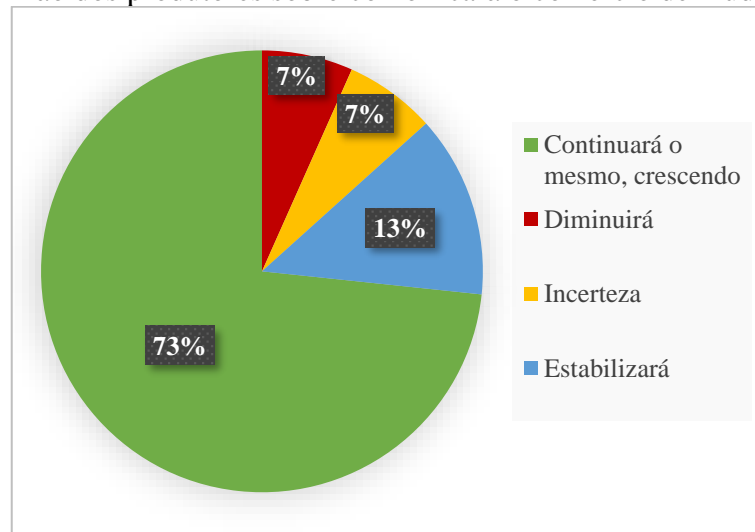


Fonte: Do autor (2021)

A comercialização nacional de flores e de plantas ornamentais está concentrada em grande parte na região sudeste (JUNQUEIRA; PEETZ, 2008). Analisando as respostas anteriores, evidenciou que para a maioria dos comerciantes, as vendas se concentram na região sudeste, como é descrito no estudo referenciado anteriormente, outros produtores comercializam para algumas dessas regiões: Paraná, Mato Grosso, Maranhão, Piauí, Pará e Tocantins. O único comerciante que respondeu a uma alteração nas regiões de comercialização, relatou as regiões de São Paulo e Piauí.

Das 30 respostas, 73% dos produtores acreditam que o comércio de mudas continuará crescendo, 13% dos produtores disseram que o comércio estabilizará, 7% disseram que a situação do comércio pós pandemia é incerto e 7% acreditam que o comércio irá diminuir.

Figura 19 - Opinião dos produtores sobre como ficará o comércio de mudas pós pandemia



Fonte: Do autor (2021)

A pergunta evidenciou que a maioria dos produtores acreditam que o comércio de mudas em Dona Euzébia continuará crescendo, uma possível correlação para os produtores acreditarem nesse aumento está no crescimento das vendas de flores e plantas ornamentais nacionalmente. Este aumento foi acompanhado nos últimos meses e é visto com otimismo pelo presidente do Instituto Brasileira de Floricultura (Ibraflor), Kees Schoenmaker, principalmente pela proximidade a data comemorativa ao dia das mães, que representa 16% do faturamento do setor em todo o país. E para essa data, se prevê um aumento na comercialização de plantas ornamentais, que desde o início da pandemia foi o grupo de plantas que apresentou grande crescimento comercial (IBRAFLOR, 2021).

5 CONCLUSÃO

Os impactos da pandemia sobre o mercado nacional de flores foram vivenciados de forma diferente pelos setores, o de flores de corte por exemplo, apresentou grande queda e paralisação de produção e comercialização. O município de Dona Euzébia, que possui grande expressividade na produção de mudas nacional, revelou um quadro diferente.

Quanto ao perfil dos produtores, a maioria possui propriedades com 5 hectares, estão em atividade no intervalo de 10 a 19 anos e possuem entre 2 e 5 funcionários.

Para a maioria dos produtores do município de Dona Euzébia, o impacto pela pandemia do Covid 19 foi favorável a produção e comercialização de mudas.

Durante o período de pandemia, a maioria dos produtores mantiveram seus estabelecimentos abertos, adotando todas as medidas de prevenção contra a disseminação do vírus.

As plantas ornamentais estão entre as principais espécies cultivadas e entre as mais procuradas durante o período de pandemia.

A maioria dos produtores adotaram mais de uma estratégia de comercialização, com expressividade para a forma física, uma vez que mantiveram seus estabelecimentos funcionando durante a pandemia.

A região Sudeste é a região com maior distribuição das mudas produzidas em Dona Euzébia para a maioria dos produtores.

A maior parte dos produtores acreditam em um contínuo crescimento no comércio de mudas de Dona Euzébia pós pandemia.

REFERÊNCIAS

- ANACLETO, A. et al. Between flowers and fears: the new coronavirus pandemic (COVID-19) and the flower retail trade. **Ornamental Horticulture**, v. 27, n. 1, p. 26–32, 2021.
- Ascom SE/UNA-SUS. **Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus: Mudança de classificação obriga países a tomarem atitudes preventivas**. UNA-SUS. 2020. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 19 fev. 2021.
- BEZERRA, A. C. V. et al. Factors associated with people’s behavior in social isolation during the covid-19 pandemic. **Ciencia e Saude Coletiva**, v. 25, p. 2411–2421, 2020.
- BIASIOLI, Ingrid. **O e-commerce cresce no campo**. Dinheiro Rural. 2020. Disponível em: <https://www.dinheirorural.com.br/o-e-commerce-cresce-no-campo/>. Acesso em: 26 abr. 2021.
- CORONAVÍRUS - Flores perdem 70% das vendas. Direção de Marcos Fava Neves. Doutor Agro, 2020 (3,31). Disponível em: <https://doutoragro.com/videos/>. Acesso em: 28 jan. 2021.
- DIAS, J. A. A. et al. Reflexões sobre distanciamento, isolamento social e quarentena como medidas preventivas da COVID-19. **Revista de Enfermagem do Centro-Oeste Mineiro**, v. 10, 2020.
- DUVAL, C. M.; DUVAL, C. M. A produção de flores e a agricultura familiar. **Horticultura Brasileira**, v. 32, n. 2, p. 241–241, jun. 2014.
- GRILLI, Mariana. **Prejuízo com descarte de flores pode chegar a R\$ 60 milhões, diz Ibraflor**. Globo Rural. 2020. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2020/03/prejuizo-com-descarte-de-flores-pode-chegar-r-60-milhoes-diz-ibraflor.html>. Acesso em: 22 jan. 2021.
- Governo de Minas. Minas Consciente: Retomando a economia do jeito certo. MG Gov. Disponível em: <https://www.mg.gov.br/minasconsciente/entenda-o-programa>. Acesso em: 12 abr. 2021.
- HEIDEN, G.; LÍA BARBIERI, R.; REGINA TEMPEL STUMPF, E. Considerações sobre o uso de plantas ornamentais nativas. **Revista Brasileira de Horticultura Ornamental**, v. 12, n. 1, p. 2–7, 2006.
- Informações Gerais da Cidade. Prefeitura Municipal de Dona Euzébia. Disponível em: <http://donauezebia.mg.gov.br/donauezebia/cidade/informacoes-gerais/>. Acesso em: 27 jan. 2021.
- JÚNIOR, J. C. DE L. et al. Mapeamento e quantificação da cadeia de flores e plantas ornamentais do Brasil. p. 68–70, 2015.
- JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. D. S. Mercado interno para os produtos da floricultura brasileira : características , tendências e. n. 1, p. 37–52, 2008.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. D. 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, 2014.

JUNQUEIRA, A. H.; PEETZ, M. DA S. Brazilian consumption of flowers and ornamental plants : **Ornamental Horticulture**, v. 23, n. 2, p. 178–184, 2017.

KEIFER, G.; EFFENBERGER, F. **MICROECONOMIA**. [s.l: s.n.]. v. 6

LEITE, J. L. B.; RODRIGUES, J. B. T. Anais do Seminário “Desenvolvimento do Sudeste Mineiro”. **Upside**, p. 317–323, 2006.

LONGUINI, Vera. **Plantas ornamentais diferenciadas dividem prateleiras com as flores para o Dia das Mães**. Ibraflor. 2021. Disponível em: <https://www.ibraflor.com.br/post/plantas-ornamentais-diferenciadas-dividem-prateleiras-com-as-flores-para-o-dia-das-m%C3%A3es>. Acesso em: 28 abr. 2021.

MALISZEWSKI, Eliza. **Setor de flores é o mais afetado do agro: Primeiro semestre fechou em queda de 30% nas vendas e flores de corte 50%**. Agro Link. 2020. Disponível em: https://www.agrolink.com.br/noticias/setor-de-flores-e-o-mais-afetado-do-agro_436505.html. Acesso em: 5 fev. 2021.

Mercado de flores é aquecido na pandemia. Empresa Brasil de Comunicação. 2019. Disponível em: <https://radios.ebc.com.br/brasil-rural/2020/11/o-mercado-de-flores-e-aquecido-na-pandemia>. Acesso em: 17 fev. 2021.

Mercado de plantas apresenta aumento de vendas durante a pandemia: **O cultivo de flores foi adotado por brasileiros como hobby para enfrentar o longo período em casa**. CASA E JARDIM. 2021. Disponível em: <https://revistacasa Jardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Paisagismo/noticia/2021/01/mercado-de-plantas-apresenta-aumento-de-vendas-durante-pandemia.html>. Acesso em: 3 mar. 2021.

OLIVEIRA, Henrique. **Setor de flores deve se reerguer após quase um ano de pandemia**. Canal Rural. 2021. Disponível em: <https://www.nacaoagro.com.br/noticias/setor-de-flores-deve-se-reerguer-apos-quase-um-ano-de-pandemia/>. Acesso em: 23 abr. 2021.

O mercado brasileiro de flores e plantas ornamentais. SEBRAE. 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mercado-brasileiro-de-flores-e-plantas-ornamentais,456649f6ced44510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 22 jan. 2021.

PIZZI, Paula. **Flor é alimento para a alma: Campanha tenta frear o impacto do coronavírus no mercado de flores**. Veja Rio. 2020. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/blog/paula-pizzi/flores-campanha-coronavirus>. Acesso em: 8 fev. 2021.

PRADELLA, E. M. Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais: Aspectos de Melhoramento Genético, Produção de Mudanças e Requisitos Fitossanitários no Comércio Internacional. 2016.

Prefeitura Dona Euzébia. **Boletim Epidemiológico 25/11**. Prefeitura Municipal de Dona Euzébia. 2020. Disponível em: <http://donauezebia.mg.gov.br/donauezebia/boletim-epidemiologico-25-11/>. Acesso em: 30 abr. 2021.

Quem somos. Ibraflor - Instituto Brasileiro de Floricultura. Disponível em: <https://www.ibraflor.com.br/quemsomos>. Acesso em: 20 jan. 2021.

REIS et al. Perfil do produtor e varejista de flores e plantas ornamentais. v. 26, n. 3, p. 367–380, 2020.

REIS, S. N.; REIS, M. V. DOS; NASCIMENTO, Â. M. P. DO. Pandemic, social isolation and the importance of people-plant interaction. **Ornamental Horticulture**, v. 26, n. 3, p. 399–412, 2020.

Revista Globo Rural. **Pandemia de Covid-19 aumenta interesse dos brasileiros em jardinagem e horta urbana**. GLOBO RURAL. 2020. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Colunas/Cassiano-Ribeiro/noticia/2020/06/pandemia-de-covid-19-aumenta-interesse-dos-brasileiros-em-jardinagem-e-horta-urbana.html>. Acesso em: 19 fev. 2021.

ROSCHER, H.; ARTIOLI, G. G.; GUALANO, B. Risk of Increased Physical Inactivity During COVID-19 Outbreak in Older People: A Call for Actions. **Journal of the American Geriatrics Society**, v. 68, n. 6, p. 1126–1128, 2020.

SANT'ANA, G. S. ANÁLISE DE SEGMENTOS DA CADEIA PRODUTIVA DE FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS. v. 53, n. 9, p. 1689–1699, 2019.

SCHUCHMANN, A. Z. et al. Isolamento social vertical X Isolamento social horizontal: os dilemas sanitários e sociais no enfrentamento da pandemia de COVID-19. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 3, n. 2, p. 3556–3576, 2020.

Segmentos de flores e plantas ornamentais debatem prejuízos causados por medidas restritivas nos estados e municípios. CNA. 2021. Disponível em: Segmentos de flores e plantas ornamentais debatem prejuízos causados por medidas restritivas nos estados e municípios. Acesso em: 24 mar. 2021.

SILVA, Eliane. **Pandemia de Covid-19 causa perdas milionárias e colapso no setor de flores do Brasil**. Globo Rural. 2020. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/noticia/2020/07/pandemia-de-covid-19-causa-perdas-milionarias-e-colapso-no-setor-de-flores-do-brasil.html>. Acesso em: 20 mar. 2021.

SILVA, L. C. E; PAIVA, P. D. DE O.; SANTOS, A. C. Flower and ornamental plants wholesale markets in Brazil. **Ornamental Horticulture**, v. 21, n. 1, p. 53, 2015.

SOUSA, L. C. DE; SOUZA, R. P. DE. Caracterização do Município de Dona Euzébia. 2019.

SOUZA, Ludmilla. **Pandemia e isolamento aumentam procura por cultivo de plantas em casa: Além de embelezar a casa, atividade pode ser terapêutica**. Agência Brasil. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/pandemia-e-isolamento-aumentam-procura-por-cultivo-de-plantas-em-casa>. Acesso em: 20 abr. 2021.

Agência Brasil

VALVERDE, Michelle. **Floricultura começa a recuperar nível de vendas no Estado**. Diário do Comércio. 2020. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/agronegocio/floricultura-comeca-a-recuperar-nivel-de-vendas-no-estado/>. Acesso em: 13 fev. 2021.

VARELLA, Marcelo. **Emater-MG cria catálogo de viveiros de mudas de Dona Euzébia**. Emater-MG. 2021. Disponível em: https://www.emater.mg.gov.br/portal.do/site-noticias/emater-mg-cria-catalogo-de-viveiros-de-mudas-de-dona-euzebia/?flagweb=novosite_pagina_interna&id=25368. Acesso em: 3 mar. 2021.

WERNECK, G. L.; CARVALHO, M. S. A pandemia de COVID-19 no Brasil: Crônica de uma crise sanitária anunciada. **Cadernos de Saude Publica**, v. 36, n. 5, p. 1–4, 2020.

ANEXO**Questionário - Comércio de mudas no município de Dona Euzébia no período de pandemia**

- 1) Nome do produtor/comerciante.
- 2) Contato.
- 3) Nome da Propriedade/Empresa.
- 4) Área de cultivo/área de comércio?
- 5) Há quanto tempo a empresa está em atividade?
- 6) Número de funcionário?
- 7) Principais espécies cultivadas?
 - Ornamentais
 - Frutíferas
 - Árvores
 - Ornamentais e frutíferas
 - Ornamentais e árvores
 - Frutíferas e árvores
 - Ornamentais, frutíferas e árvores
- 8) Sua empresa comercializa outros produtos? Quais?
- 9) A empresa presta serviços de implantação de jardins, pomares e etc.?
 - Sim
 - Não
- 10) A comercialização é feita de que forma?
 - Loja física
 - Loja online
 - “Comércio ambulante”
 - Distribuidores
 - Todas opções acima
- 11) Para vendas online, qual plataforma digital você utiliza para a comercialização?
 - Site especializado
 - Instagram
 - Facebook
 - WhatsApp
 - Todas as opções acima

Não faço vendas online

Outro: _____

12) Você fechou o seu estabelecimento em algum momento durante a pandemia? Se sim, por quanto tempo?

13) Quantos funcionários tinha antes da pandemia? E agora?

14) Quais foram as principais mudanças adotadas para esse período de pandemia?

15) Suas vendas durante o período da pandemia foram alteradas?

Não mudou

Aumentou

Diminuiu

16) Se aumentou, em uma escala de 0 a 10 qual nota daria a esse aumento?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Pouco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Muito

17) Se diminuiu, em uma escala de 0 a 10 qual a nota daria a esse decréscimo?

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Pouco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Muito

18) Suas vendas durante o período da pandemia foram alteradas?

	Aumentou	Diminuiu	Não alterou	Não vendo
Comércio físico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comércio online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19) Houve alguma variação nos preços de venda dos seus produtos?

Sim, o preço aumentou.

Sim, os preços diminuiriam.

Não houve variação.

20) Quais foram as espécies mais procuradas durante esse período?

21) Durante este período, houve alterações nas regiões de comercialização dos seus produtos?

Quais as principais regiões que seus produtos são comercializados?

22) Em sua opinião como produtor/vendedor, como ficará o comércio de mudas em Dona Euzébia pós pandemia?