



Palavra do
Presidente

Jorge Possato Teixeira



Caros sócios, parceiros e amigos,

Chegamos à última edição do Boletim Informativo de 2024, um ano que foi marcado por desafios, transformações na gestão e conquistas históricas para o IBRAFLOR. Entre essas conquistas, destaca-se aquela que, sem dúvida, representa um marco na nossa trajetória: o avanço obtido no processo da **Reforma Tributária**, que poderá garantir a **redução de 100% da alíquota para produtos hortícolas**. Essa medida abrange “plantas e produtos de floricultura relacionados à horticultura e cultivados para fins alimentares, ornamentais ou medicinais, conforme o Capítulo 6 da NCM/SH”. Confira mais detalhes na matéria da página 03.

Referente a isenção de **ICMS para hortifrutigranjeiros em São Paulo**, inicialmente válida até 31 de dezembro de 2024 pelo Decreto nº 67.383/2022, foi prorrogada até 31 de dezembro de 2026. O anúncio foi feito pelo governador Tarcísio de Freitas à ALESP por meio do Ofício nº 15/2024, publicado em 5 de dezembro. Embora o IBRAFLOR pleiteasse uma solução definitiva, considera essa prorrogação um avanço importante, mas reforça a necessidade de buscar uma garantia permanente desse direito para o setor. Continuaremos trabalhando neste ponto!

Sobre o nosso Planejamento Estratégico - No dia 26 de novembro realizamos a última reunião executiva de 2024 nas dependências do CEAFLO, contando com um quórum expressivo e discussões extremamente produtivas. O principal ponto da pauta foi o alinhamento do nosso Planejamento Estratégico, elaborado em novembro de 2021 para o período de 2022 a 2025, reafirmando o nosso compromisso com os objetivos traçados.



Paulo Kortstee, Matheus Yeda, Walter Luis Winge, Tanus Saab, William Gomide, Renato Opitz, Kees Schoenmaker, Antonio Carlos Rodrigues, Jorge Possato Teixeira, Adriana Rosa, Eduardo Castan, Ana Paula Sá Leitão Van Der Geest, Raquel Steltenpool, Arnaldo Reijers, Manoel Oliveira e Elvis Klein.

Esse Planejamento Estratégico engloba uma série de ações voltadas para o fortalecimento de todo o setor de flores e plantas ornamentais. Com um olhar atento para o futuro, discutimos iniciativas que impulsionarão desde a produção até a comercialização, promovendo o crescimento de cada elo da cadeia.

Atualmente, estamos finalizando o relatório que detalha as prioridades e os próximos passos para a execução desse planejamento. Assim que concluído, faremos a divulgação para que todos os envolvidos estejam cientes das direções estratégicas definidas e possam colaborar ativamente na sua implementação. Seguimos confiantes de que, com a união e a dedicação de todos, alcançaremos resultados ainda mais expressivos para o setor em 2025 e nos anos seguintes.

Ser associado ao IBRAFLOR não é apenas um investimento em sua empresa. É, também, um compromisso com o futuro de toda a cadeia da floricultura. Reforço, novamente, a importância de sermos unidos e de contarmos com o apoio de todos os associados. Somente com um IBRAFLOR fortalecido poderemos enfrentar os desafios e construir um futuro mais justo e estável para todo o setor, venha fazer parte!

Agradeço imensamente toda diretoria do Ibraflor e desejamos a todos um excelente final de ano, repleto de alegria, realizações e muitas flores e plantas, é claro! Que 2025 seja um ano ainda mais promissor, trazendo novas conquistas e avanços para o nosso setor. Agradecemos profundamente a confiança e a parceria de todos os nossos associados e diretores que tornam possíveis os nossos resultados e fortalecem a nossa missão.

Informamos que entraremos em **recesso** a partir de 20 de dezembro de 2024, retornando no dia 6 de janeiro de 2025, renovados e prontos para mais um ano de desafios e realizações. Boas festas!

Muito obrigado pela confiança, grande abraço e uma boa leitura,



Jorge Possato Teixeira
Presidente IBRAFLOR

Ibraflor
INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA

30 ANOS

Desde **1994**
trabalhando
em prol do **Setor.**

www.ibraflor.com.br #somosIbraflor





Reforma Tributária: PLP 68/2024 Aprovado em Plenário no Senado Federal



Na última quinta-feira, 12 de dezembro, o PLP 68/2024, projeto de lei que regulamenta o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços) e a CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços), foi aprovado pelo Senado em plenário. Essa aprovação representa um passo importante para a reforma tributária do Brasil, com o objetivo de simplificar e modernizar o sistema de impostos no país. O projeto agora seguirá para votação na Câmara dos Deputados e, posteriormente, será encaminhado para sanção presidencial. A previsão é de que o presidente da Câmara, Deputado Arthur Lira, coloque o texto em votação em breve.

Para o setor de flores e plantas ornamentais, o PLP 68/2024 traz uma importante conquista.

Jorge Possato Teixeira, Presidente do IBRAFLOR, e Dra. Lilian Toso, Assessora Jurídica do IBRAFLOR, acompanhando a votação no Plenário do Senado Federal

O texto aprovado no Senado manteve a redução de 100% das alíquotas do IBS e da CBS para flores e plantas, medida que foi garantida anteriormente na Câmara dos Deputados. Esse benefício tributário é fundamental para o fortalecimento e a competitividade do setor, pois reduz a carga tributária sobre a comercialização desses produtos, favorecendo tanto os produtores quanto os consumidores.

Com a manutenção dessa redução tributária, o setor de flores e plantas ornamentais estará mais preparado para enfrentar desafios econômicos e ampliar sua participação no mercado nacional e internacional. A medida representa um avanço significativo para a sustentabilidade e o crescimento desse segmento, alinhando-se às necessidades específicas do setor.

O IBRAFLOR tem acompanhado de perto todo o trâmite do PLP 68/2024 e continuará monitorando a evolução do projeto até sua sanção presidencial. A entidade segue comprometida com a defesa de políticas públicas que garantam um ambiente tributário favorável para o setor de flores e plantas ornamentais, trabalhando para que as condições sejam as mais adequadas para o seu desenvolvimento.

A expectativa é que, após a sanção presidencial, o setor possa desfrutar dos benefícios dessa reforma tributária, que representa um marco importante para o futuro da cadeia produtiva de flores e plantas ornamentais no Brasil.



Color of the year 2025

Uma cor que
planta serenidade
e colhe estilo.
Inspire-se!



PANTONE®
Mocha Mousse
17-1230 TCX

Ibraflor
INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA

#somosIBRAFLOR

A Regulamentação dos Bioinsumos

Nas últimas semana foi **aprovado no Senado Federal, o Projeto de Lei 658/2021**, que trata dos **bioinsumos**, é uma proposta importante para o setor agrícola do Brasil, que visa regulamentar e estimular a produção, o uso e a comercialização desses insumos biológicos.

Os bioinsumos são produtos biológicos utilizados na agricultura para substituir ou complementar os agroquímicos convencionais, oferecendo alternativas mais sustentáveis e menos agressivas ao meio ambiente. Exemplos de bioinsumos incluem organismos vivos ou derivados, como bactérias, fungos, vírus e enzimas, que auxiliam no controle de pragas, doenças e no aumento da produtividade das culturas.

A proposta foi desenvolvida com o objetivo de criar um marco legal para o uso de bioinsumos, estabelecendo normas claras para sua regulamentação e garantindo que esses produtos atendam aos requisitos de segurança e eficácia. Além disso, busca-se incentivar a inovação e o desenvolvimento da pesquisa científica no país, promovendo a utilização de tecnologias mais limpas e sustentáveis no agronegócio.

Com a aprovação do Projeto de Lei 658/2021 no Senado Federal, seguirá para a sanção presidencial, o que representa um avanço significativo para a agropecuária brasileira. Sua aprovação no Senado é um passo importante para a modernização do setor agrícola, principalmente em um momento de crescente demanda por práticas mais ecológicas e menos impactantes ao meio ambiente. Com isso, o Brasil se alinha às tendências globais de produção agrícola sustentável e reafirma seu compromisso com a inovação no campo.

Ao regulamentar o uso dos bioinsumos, o projeto também abre portas para o fortalecimento da cadeia produtiva desses insumos, o que pode gerar novos investimentos, emprego e geração de renda em diferentes regiões do Brasil. Além disso, a proposta fortalece a autonomia do país na produção de soluções agrícolas mais eficientes e menos dependentes de químicos importados.

A aprovação do projeto de lei no Senado ainda precisa ser sancionada pelo Presidente da República, e, caso seja sancionado, representará uma mudança significativa nas práticas agrícolas do Brasil, com potencial para transformar o setor em um exemplo de sustentabilidade e inovação.

Dra Lilian Toso
Assessora Jurídica IBRAFLOR

Floricultura Nacional deve registrar crescimento médio de 7%



O setor de flores e plantas ornamentais brasileiro, apesar das consequências das alterações climáticas que afetaram os produtores de várias regiões do país, principalmente do Sul, e do forte aumento dos insumos, **deve encerrar o ano de 2024 com crescimento entre 6% e 8%**. Esse índice deve ser atingido com as vendas das flores e plantas para **as festas de fim de ano que representam 9% do comércio anual do setor (Natal 5% e, Ano Novo, 4%)**. Apenas considerando este período de festas, as vendas devem aumentar em torno de 9% na comparação com 2023, sendo o impulsionamento provocado pelas plantas e flores típicas, como tuias – stricktas e holandesas - e poinsettias, antúrios, lírios da paz, rosas e kalanchoes e outras flores nas cores verde, vermelha, branca e dourada, além de arranjos mistos.

“As mudanças climáticas afetaram a produção, mesmo com a grande maioria sendo plantada em estufas. O efeito foi bastante impactante, principalmente pelo período seco e, depois, com o excesso de chuvas, como as que provocaram enchentes, no início do ano, no Rio Grande do Sul. Os produtores também enfrentaram, em 2024, a elevação dos custos de produção, como o aumento dos insumos. Para 2025, a permanência da alta cotação do dólar impactará muitos produtores que importam mudas e bubos. Os preços dos defensivos agrícolas e fertilizantes também preocupam, já que as matérias-primas também, basicamente, são importadas. Desta forma, o custo de produção pode aumentar mais do que esse crescimento do mercado, impactando na rentabilidade da produção”, analisa Renato Opitz, diretor do Ibraflor.

De outro lado, Renato destaca que o mercado brasileiro tem crescido porque as flores estão com boa qualidade e cada vez mais disponíveis. Desta forma, o Ibraflor foca no mercado interno com campanhas para estimular o consumo do dia a dia e não apenas nas datas específicas. Os consumidores, vale lembrar, buscam cada vez mais produtos de qualidade e sustentáveis.

Mercado de trabalho - Quanto ao mercado de trabalho, Renato Opitz lembra que, em 2024, os produtores já enfrentaram a falta de mão de obra, fator muitas vezes até limitante para que alguns deles possam crescer mais. Há vagas em praticamente todos os setores e, principalmente, na produção. A preferência é por mulheres para o preenchimento dos postos de trabalho disponíveis, por serem elas consideradas mais delicadas no trato com as plantas e flores – do plantio à colheita -, mais assíduas e comprometidas com o emprego, já que muitas são arrimo de família.

Assessoria de Imprensa

Ateliê da Notícia - Vera Longuini – redacao@ateliedanoticia.com.br





TANUS SAAB é um renomado arquiteto paisagista, florista e decorador, com uma carreira consolidada no universo da arte floral. Atual presidente da Academia Brasileira de Artistas Florais (ABAF), ele é amplamente reconhecido como uma das maiores referências do setor, acumulando mais de 1.000 projetos de decoração realizados ao longo de sua trajetória. Sua formação inclui cursos especializados de arte floral no Brasil, Alemanha e Inglaterra, além de diversas especializações internacionais que enriquecem sua expertise. Tanus é conhecido principalmente por sua maestria em decoração de eventos e já conquistou títulos importantes em competições de arte floral, como a Copa das Américas. Em 2015, foi consagrado como um dos 10 maiores floristas do mundo, consolidando seu lugar entre os grandes nomes do cenário global. Em 2024, assumiu o cargo de Diretor da Região Sudeste no Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor), reafirmando sua liderança e compromisso com o desenvolvimento do setor no Brasil.

Você tem uma trajetória notável na arte floral e na arquitetura paisagista. Como foi o início da sua carreira e o que o inspirou a seguir por esse caminho? A família impactou a sua escolha?

Minha trajetória na arte floral e na arquitetura paisagista começou graças ao incentivo da minha mãe, que me convidava a acompanhá-la na floricultura e nos jardins. Desde os 10 anos, fui desenvolvendo uma conexão especial com as flores, o que despertou meu interesse e me proporcionou oportunidades para aprimorar minha vocação nesse universo.

Com 14 anos, fiz meu primeiro curso na área e, aos 16, tive a oportunidade de fazer minha primeira apresentação em um palco. Aos 18 anos, fui campeão brasileiro de arte floral, um marco que consolidou minha paixão pela profissão e logo no ano seguinte fui campeão da Copa das Américas, que aconteceu em Cancun, no México. Então muito cedo na minha vida descobri o meu talento e o meu propósito. Sou muito grato por isso, me sinto um privilegiado.

Hoje, com mais de 35 anos de experiência trabalhando com flores, é uma alegria enorme poder compartilhar essa vivência e contribuir para formar novos talentos por meio dos meus cursos e do trabalho que desenvolvo junto ao SENAC, contribuindo para o desenvolvimento da ocupação de florista da instituição. É gratificante ver como a minha paixão pela arte floral continua a crescer e a inspirar outras pessoas.

Com mais de 1.000 projetos de decoração realizados, há algum que se destaque como um marco ou que tenha um significado especial para você? Poderia compartilhar os detalhes?

Após tantos anos e mais de 1.000 projetos realizados, guardo com carinho memórias extraordinárias de casamentos, eventos e feiras que tive o privilégio de criar junto à minha família, equipe e colegas de profissão.



Para mim participar de momentos tão importantes para as pessoas é motivo de uma profunda gratidão. Saber que de certa forma contribui para tornar mais especial a celebração de uma união, de uma vida, de um marco a ser comemorado enche meu coração de alegria. Entre os momentos mais marcantes da minha carreira, destaco a decoração do casamento do cantor Daniel e da Aline, um trabalho que trouxe grande visibilidade e reconhecimento. Outro projeto muito especial foi a decoração para a visita do Papa no Mosteiro de São Bento, uma experiência única e profundamente significativa.

Tenho também um enorme apreço pelo Enflor & Garden Fair, uma feira da qual participo e trabalho há mais de 20 anos. Esse evento não só me inspira, mas também me conecta com outros profissionais e amantes da arte floral, sendo sempre um ponto alto na minha trajetória.

Hoje, tenho a felicidade de levar meu trabalho para diferentes partes do Brasil e de países da América Latina, Europa e Ásia. Conectar-me com culturas diversas e explorar a riqueza de flores regionais é uma oportunidade incrível que desafia minha criatividade e torna cada projeto único e inovador.



Você participou e venceu competições internacionais como a Copa das Américas. Como essas experiências impactaram sua visão e prática profissional?

Participar e vencer competições internacionais, como a Copa das Américas, foi uma experiência transformadora, tanto no âmbito profissional quanto pessoal. Essas competições ensinam que, além de criatividade, é indispensável ter dedicação, disciplina e foco para alcançar resultados de excelência.

Esse aprendizado me acompanha em cada projeto que realizo. Sempre busco superar expectativas e entregar um trabalho que reflita o compromisso com a qualidade e a inovação.

É gratificante ver como essa mentalidade tem gerado reconhecimento, não apenas no mercado nacional, mas também internacionalmente, abrindo portas para novos desafios ao redor do mundo.

Você realizou cursos de arte floral em diversos países. Quais aprendizados internacionais você considera mais relevantes para o mercado brasileiro?

Os cursos de arte floral que realizei em diversos países me ensinaram que o profissionalismo e o investimento na cadeia produtiva e educacional são fundamentais para o crescimento de qualquer mercado.

Um exemplo claro disso é o cooperativismo em Holambra e outras regiões do Brasil, que impulsionou nossa produção de flores e plantas a atingir padrões de qualidade e logística comparáveis aos europeus.



Esse avanço foi essencial para consolidar o Brasil como referência na América Latina.

Todo esse desenvolvimento na área produtiva também motivou os profissionais brasileiros a buscar excelência.

Hoje, o Brasil é reconhecido internacionalmente no segmento de Decoração de Eventos e Paisagismo, e o esforço contínuo pela profissionalização tem contribuído para aumentar o consumo de flores, o que faz com que o mercado também consiga oferecer terra fértil para termos grandes floristas, floriculturas e garden centers no Brasil, gerando um círculo virtuoso de crescimento.

Como diretor da Região Sudeste no Ibraflor, quais são os seus principais objetivos para fortalecer a floricultura na região e como pretende enfrentar os desafios do setor?

Nos últimos 30 anos, o Ibraflor desempenhou um papel fundamental no fortalecimento de todos os segmentos do nosso setor, com iniciativas amplamente reconhecidas na área produtiva e no atacado. No entanto, ainda há muito a fazer para aproximar o instituto do varejo. Como minha atuação é focada nesse segmento, meu principal objetivo é aumentar a conscientização dos colegas floristas, decoradores e paisagistas sobre a importância do Ibraflor e incentivá-los a contribuir com esse instituto, que nos representa perante o governo e promove ações coletivas essenciais para o crescimento do mercado.

Acredito que a união entre floristas, decoradores, paisagistas e o setor produtivo pode elevar nosso mercado a patamares ainda mais altos. Nosso objetivo é levar flores e plantas de qualidade para mais pessoas, com profissionalismo. Buscamos melhores condições de trabalho, políticas tributárias que tornem as flores mais acessíveis e o fomento da cultura das flores como parte da vida cotidiana das pessoas, sendo dentro de suas casas, nos espaços de trabalho, nas escolas, nos eventos e jardins dos brasileiros.

Além disso, queremos formar e apoiar profissionais que tenham destaque no cenário nacional e internacional, levando a arte floral brasileira para o mundo. Para alcançar tudo isso a união e o conhecimento são indispensáveis, e é nisso que estou comprometido como diretor da Região Sudeste do Ibraflor.

Sabemos que o Natal é uma das épocas mais importantes para o mercado de decoração. Quais são as tendências de arranjos e projetos florais para esta temporada e como você sugere utilizar flores e plantas para criar atmosferas natalinas únicas?

O Natal é uma época especial que permite explorar a magia das decorações clássicas europeias, mas, ao mesmo tempo, celebrar nossa identidade única com um toque tropical. Aqui no Brasil, nossa rica diversidade botânica e o clima de verão pedem cores vibrantes e composições que transmitam alegria e leveza.

Essa combinação oferece uma oportunidade incrível para criar decorações criativas e diversificadas, adaptadas aos diferentes ambientes, como shoppings, empresas, comércios e residências.





Entre as tendências para esta temporada, destacam-se arranjos que misturam elementos tradicionais, como pinhas e folhagens típicas, com flores tropicais, como helicônias, bromélias e suculentas. O uso de plantas em tons de verde intenso combinadas com flores em vermelho e dourado continua em alta, mas ganha um toque contemporâneo quando utilizamos também materiais sustentáveis e naturais, como madeira, fibras e galhos.

Minha sugestão é apostar na integração de flores e plantas para criar uma atmosfera natalina única, que reflita tanto a tradição quanto a tropicalidade brasileira, trazendo encanto e personalidade para o trabalho.

Com a crescente preocupação com a sustentabilidade, como você integra práticas ecológicas em seus projetos e promove essa abordagem no setor floral?

A crescente preocupação com a sustentabilidade é uma prioridade que integro ativamente em meus projetos e no ensino. Tenho a oportunidade de colaborar com escolas na Alemanha, China e Brasil, além de instituições internacionais e nacionais, como o Senac, a WorldSkills (competição mundial de profissões) e a ABAF (Academia Brasileira de Artistas Florais), para promover conceitos de sustentabilidade e inclusão, que são mis-

sões fundamentais nos dias de hoje.

Por trabalharmos diretamente com a natureza, essa necessidade torna-se ainda mais evidente. Na Escola Brasileira de Arte Floral, onde leciono, tenho conduzido laboratórios e explorado soluções inovadoras para integrar práticas ecológicas ao setor. Um exemplo é a parceria com a Prefeitura de Holambra, que garante que 100% dos resíduos orgânicos gerados em sala de aula sejam coletados e transformados em composto orgânico.

Além disso, desenvolvo projetos com foco na inclusão. Com o Senac, participo de dois projetos inspiradores: o primeiro, voltado para a qualificação de jovens floristas e promove acesso e oportunidades no mercado; o segundo, chamado "Ao Som das Flores," é direcionado à formação de profissionais com deficiência auditiva, demonstrando como a arte floral pode ser acessível e transformadora para todos.

Não posso deixar de destacar que o Ibraflor e seus membros sempre estiveram ao lado dos competidores brasileiros, oferecendo apoio fundamental tanto em competições nacionais quanto internacionais. Além disso, o instituto continua a ser um parceiro valioso, agora tam-





bém apoiando os projetos que estamos desenvolvendo, voltados para qualificação profissional e inclusão, reforçando seu compromisso com o crescimento e a diversidade do setor floral.

Essas iniciativas reafirmam meu compromisso em promover práticas sustentáveis e inclusivas, provando que é possível cuidar do meio ambiente enquanto criamos beleza e oportunidades no setor floral.

Como presidente da ABAF, qual é a sua visão para o futuro da arte floral no Brasil? Que mudanças ou inovações você acredita serem essenciais para impulsionar o mercado e fortalecer o reconhecimento dos artistas florais nos próximos anos, tanto no cenário nacional quanto internacional?

Como presidente da ABAF, minha visão para o futuro da arte floral no Brasil é a de um mercado em constante evolução, baseado na profissionalização. Acredito que o setor tem um enorme potencial para crescer ainda mais e, para isso, algumas mudanças e inovações são essenciais.



Primeiramente, vejo a necessidade de ampliar a formação e qualificação dos profissionais. A educação continuada é fundamental para garantir que os floristas brasileiros estejam atualizados com as novas tendências e técnicas, além de serem capacitados para integrar práticas ecológicas em seus projetos. As parcerias com diferentes instituições são um exemplo de como podemos fortalecer a base educacional e preparar nossos profissionais para os desafios do mercado global.

Outro aspecto essencial é a participação ativa e a valorização de eventos, feiras e competições que destacam o talento e a dedicação dos nossos profissionais. Entre os principais exemplos estão o **Encontro Abaf** (28 e 29 de janeiro de 2025), a **Enflor & Garden Fair** (13 a 15 de julho de 2025), o **Seminário Ibraflor** (14 de agosto de 2025) e a **Copa Brasileira** (janeiro de 2026).

A inovação será, sem dúvida, um diferencial crucial para o crescimento do setor. Incorporar novas tecnologias e a digitalização de processos não apenas agregará valor aos

nossos projetos, mas também abrirá novas oportunidades de negócios e expandirá nosso alcance.

Além disso, é fundamental compreender os novos consumidores e suas expectativas, adaptando-nos aos seus desejos e comportamentos de compra. Esse entendimento deve ser um pilar central para impulsionar o crescimento do mercado, garantindo que a arte floral seja acessível, relevante e conectada às tendências e necessidades do público contemporâneo.

Com esses esforços, tenho certeza de que o mercado brasileiro se consolidará como um dos setores mais inovadores, reconhecidos e admirados, refletindo nossa criatividade, diversidade e compromisso com a sociedade e o meio ambiente.



O Mercado de Poinsetias



O mercado mundial de poinsetia (*Poinsettia pulcherrima*) – popularmente conhecida como bico-de-papagaio – é estimado em cerca de 200 milhões de vasos anuais, cuja comercialização atinge perto de 1 bilhão de euros. Segundo estudos do Rabobank, os principais mercados para a flor são os Estados Unidos (cerca de 70 milhões de unidades), Alemanha (20-25 milhões), México (15-20 milhões), Itália (15 milhões), Espanha (10 milhões) e Holanda (cerca de 5-7 milhões).

Além de maior centro produtor e consumidor da espécie, os Estados Unidos respondem, também, pela sua popularização mundial e pelo marketing que a transformou no símbolo, por excelência, da ornamentação floral do Natal. Vale lembrar que a própria denominação poinsetia deriva do nome de Joel Roberts Poinsett, que foi o primeiro embaixador dos Estados Unidos no México e que foi o responsável pela introdução da flor nos EUA.

Na Europa, a Holanda se destaca com o cultivo de perto de 19 milhões de unidades por ano, equivalendo a cerca de 20% da produção daquele continente.

No Brasil, os principais centros produtores de poinsetias são os polos florícolas paulistas de Holambra, Paranapanema, Alto Tietê (Mogi das Cruzes, Suzano, Arujá) e Ribeirão Pires, na Região Metropolitana da Capital, entre outros.

A poinsetia tem ciclo fortemente sazonal de produção e consumo, com vendas praticamente todas concentradas no final da primavera e início do verão, nos meses de novembro e dezembro. Assim, no Brasil, os produtores realizam rodízio de seu cultivo com outras flores, especialmente de ciclos de inverno, como ciclâmens.

Trata-se de um mercado impactado por constantes lançamentos de novidades, com a participação de um número não muito expressivo de *breeders*, incluindo Beekenkamp, Dümmer Orange, Lazzeri, Rinehart Poinsettias, Selecta One, Suntory Flowers, InBlume Indoor Floral (Express Seed Company) e Graff Breeding. Vale destacar que, anualmente, são testadas no mercado de 160 a 200 novas variedades e cultivares, as quais são apresentadas em grandes eventos específicos de pré-lançamento, como o *The Plantpeddler Poinsettia Trial* (EUA).





Do ponto de vista dos consumidores, os pontos centrais das inovações estão na coloração, forma e tamanho das brácteas (folhas modificadas coloridas popularmente entendidas como flores), bem como estrutura, formato e tamanho de plantas. Já, para os produtores, o melhoramento genético inclui, com destaque, resistências a pragas e doenças, bons resultados sob métodos de cultivo mais sustentáveis, homogeneidade no crescimento e boa vida de pós-colheita. No mercado atual, além da sua versão tradicional – com as cores vermelha e verde intensas típicas do Natal – também são ofertadas nas colorações rosa, branca, amarela, salmão e creme, além de outras mescladas, conhecidas como variedades “glitter”.

Há décadas, a poinsettia passou a integrar o imaginário natalino brasileiro. Arbusto semi-lenhoso, da família das Euphorbiáceas, originário do México, a planta já faz, no entanto, parte dos jardins das fazendas brasileiras desde o século XIX.

O crescimento mais recente do seu consumo doméstico está associado também aos seus preços mais acessíveis em comparação com outras opções de flores envasadas para o período e, ainda, à cultura do transplântio das poinsettias utilizadas na decoração posteriormente para os jardins residenciais ou condominiais, onde não apenas sobrevivem, mas podem tornar-se arbustos interessantes do ponto de vista ornamental. O consumo institucional, como o de shopping centers, lojas e escritórios também responde por parcelas consideráveis do escoamento da produção da flor no Brasil.

Para o Natal de 2024, o setor produtivo de poinsettias vem enfrentando relevantes problemas para o suprimento do mercado. Um dos principais motivos foram as condições climáticas desfavoráveis, com a intensificação das chuvas no período vegetativo da planta e consequente aumento do número de dias nublados, que reduziram sensivelmente a oferta de mudas, principalmente originárias do Rio Grande do Sul. Em decorrência disso, importantes produtores do Estado de São Paulo estimam reduzir a sua oferta em níveis que poderão chegar, em alguns casos, entre 25% e até mesmo 50%.

Antonio Hélio Junqueira
Marcia da Silva Peetz
Hortica Consultoria. Tendências e Inteligência de Mercado



VENDAS – O Coração de Qualquer Negócio



Sou Mônica Cannaval especialista em vendas e na edição de setembro de 2024 tive o prazer de me apresentar aos leitores do *Boletim IBRAFLOR*, compartilhando um pouco da minha trajetória e do trabalho que realizo. Hoje, quero aprofundar um tema vital para o sucesso de qualquer empresa: **vendas**.

Nos últimos anos, venho me dedicando à capacitação de vendedores e equipes comerciais, atendendo diferentes nichos de mercado. Minha jornada no setor de flores, plantas, insumos, fertilizantes e acessórios começou em janeiro de 2023 e, graças à confiança e satisfação de meus clientes, cresceu rapidamente por meio de indicações. Essa experiência me mostrou o imenso potencial desse mercado, mas também destacou lacunas importantes como: **a implantação de uma cultura forte de vendas nas empresas e a melhor capacitação da área comercial**.

O setor de flores e plantas é único. Vocês trabalham com produtos que têm um impacto profundo no dia a dia das pessoas, marcando momentos de celebração, conquistas, homenagens e despedidas. São bens que transcendem o material e se conectam diretamente com as emoções humanas e com o divino. Apesar desse enorme valor intrínseco, vejo que os profissionais de vendas precisam de **capacitação contínua**, inclusive para atender consumidores, cujo comportamento de compra está em constantes mudanças.

Compreender o mercado, antecipar tendências e aprimorar habilidades de atendimento, abordagem, comunicação, negociação e pós-venda, não são apenas diferenciais; são necessidades para transformar desafios em oportunidades. É por isso que, além do meu trabalho como treinadora, palestrante e mentora, estou lançando uma **formação de líderes comerciais** em fevereiro de 2024. Essa iniciativa visa preparar líderes comerciais, com foco no melhor desempenho e resultados da área comercial, já que **um time de vendas é reflexo do seu líder**.

A partir de 2025, estarei ainda mais próxima de vocês com uma **coluna especial no Boletim IBRAFLOR**, onde compartilharei insights, técnicas e estratégias para potencializar os seus resultados nas vendas. Quero trazer inovação, uma mentalidade vendedora, quebra de paradigmas e abrir novos caminhos junto de cada um de vocês, para que as vendas no setor floresçam.

O sucesso de qualquer negócio depende de uma área de vendas eficiente e bem estruturada. **Vendas é o coração que bombeia recursos e sustenta todas as outras áreas da empresa**. Um time de vendas bem treinado não apenas aumenta a receita, mas também constrói relacionamentos a longo prazo com os clientes, transformando cada venda em uma experiência memorável.

Seja adaptando-se às mudanças do mercado, identificando novas oportunidades ou construindo uma conexão mais profunda com os consumidores, investir na área comercial e nos vendedores, é investir na vida e no futuro do seu negócio. Vamos juntos fazer deste canal não apenas o coração, mas também a força propulsora do setor de flores e plantas no Brasil, afinal o produto só chega as empresas e consumidores porque alguém vendeu.

Bóra Vender!



Cooperflora Conquista Certificação GPTW pelo Quinto Ano Consecutivo

O encerramento de 2024 traz mais um motivo de celebração para a Cooperflora. Pelo quinto ano consecutivo, a organização foi reconhecida como uma ótima empresa para se trabalhar, recebendo a prestigiada certificação GPTW (Great Place to Work). Este é um reconhecimento que reforça o compromisso da Cooperflora com a construção de um ambiente de trabalho saudável, colaborativo e inspirador.

A certificação GPTW é baseada em uma pesquisa internacional que avalia a cultura organizacional e o nível de engajamento dos colaboradores. Realizada de forma anônima e sigilosa, a pesquisa mede a satisfação e a confiança dos funcionários em relação ao ambiente de trabalho. Além de identificar pontos fortes, ela também aponta oportunidades de melhoria, tornando-se uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento das organizações.

Para obter o selo de Certificação GPTW, que tem validade de um ano, é necessário atender a critérios rigorosos. Uma das exigências é que pelo menos 70% dos colaboradores participantes avaliem positivamente a empresa. Além disso, o número mínimo de respostas é determinado com base no tamanho da equipe, garantindo a representatividade dos resultados.

Além de ser uma vitrine para boas práticas, o selo GPTW é também uma forma de posicionar a Cooperflora como referência no setor. Ao longo desses cinco anos, a cooperativa vem implementando políticas de desenvolvimento humano, ações de bem-estar e práticas que promovem diversidade e inclusão.

Com mais esta conquista, **a Cooperflora fecha 2024 reafirmando seu papel como uma liderança inspiradora e comprometida com a excelência.** Que venham mais anos de sucesso e reconhecimento!

Somos
certificados
GPTW 5x

A Cooperflora recebeu,
mais uma vez, o reconhecimento
do Great Place to Work!



E Que Venha 2025!

“Desafiador”. Essa palavra define bem o ano de 2024. Entre chuvas, alagamentos, uma seca histórica e um calor excessivo que desorganizou o calendário de produção de flores e plantas, o Ceaflor comemora os resultados alcançados



Muitos produtores e clientes do Ceaflor, principalmente do estado do Rio Grande do Sul, viram seus negócios impactados pelas intempéries climáticas. A seca e o calor extremo também alteraram a sazonalidade de floração de algumas espécies, obrigando a todos se reorganizarem para atender à demanda. “Apesar de todos os desafios enfrentados em 2024, no balanço geral, temos muitos motivos para comemorar”, comenta Antonio Carlos Rodrigues, presidente do Ceaflor.

No rol das conquistas, destaque para a entrega de 16 novas áreas de depósito que já estão em uso por produtores e comerciantes, trazendo muito mais conforto para a carga de mercadorias nos boxes, e favorecendo, ainda mais, a geração de receita para o Ceaflor.

Passados cinco anos de funcionamento, também foi chegada a hora da renovação dos primeiros contratos de locação dos boxes e áreas de serviços por mais 60 meses. “Grande parte dos produtores e comerciantes hoje instalados no Ceaflor, está desde o início das operações. A renovação dos contratos dá uma real dimensão do sucesso desse empreendimento”, enfatiza.

13 anos após o início do projeto e cinco anos desde sua inauguração e início das operações, o histórico do Ceaflor vai muito além da estrutura planejada para atender às necessidades do segmento e da sua localização privilegiada. “Nos orgulhamos em trabalhar incessantemente para dar ao cliente, ao comerciante e ao produtor que utiliza esse mercado, a melhor experiência. E é isso o que nos tornou referência para o setor de flores e plantas no Brasil”, finaliza.



Veiling Holambra e Boldrini se unem em campanha solidária

Em parceria com o Centro Infantil Boldrini, referência no tratamento de crianças e adolescentes com câncer e doenças do sangue, a Cooperativa Veiling Holambra lançou o projeto “O presente que faz o futuro”. O objetivo da ação é transformar o ato de presentear com flores em um gesto de solidariedade, já que parte da verba arrecadada com a venda das plantas que possuem o selo da campanha será destinada ao hospital.

A ação vai até 20 de dezembro e conta com a participação dos sítios Marcelo Almeida, Ecoflora, Rancho Raízes, Jatobá Flores, Sítio Formosa, RM Flores, Panorama Flores, Jan de Wit, Máxima Flores e Isidorus, e um catálogo de 11 produtos.



O Boldrini, localizado em Campinas, atua há 46 anos no tratamento de crianças e adolescentes com câncer e doenças do sangue. Atualmente, trata cerca de 10 mil pacientes, e, a maioria, cerca de 80%, é atendida pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Com índice de cura para o câncer pediátrico ao redor de 80% e mais de 7 mil vidas salvas, é um dos centros mais avançados do país e referência na América Latina. Atualmente, 55% de toda a receita financeira do Centro Infantil são provenientes de doações da sociedade, o que garante a manutenção do hospital e das pesquisas para inovação no tratamento com o foco em alcançar 100% de cura do câncer pediátrico.

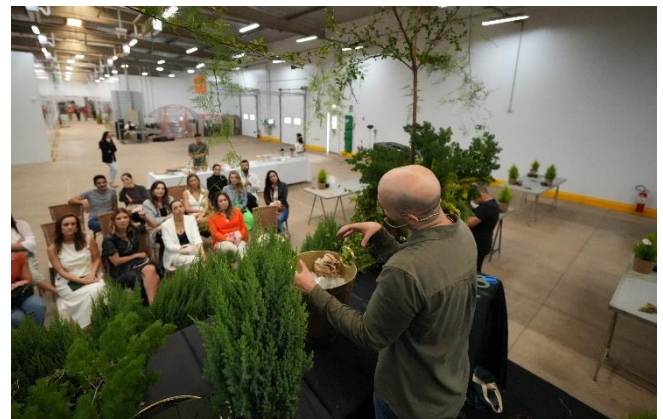


Linha Kids conquista troféu no Prêmio POPAI

A Linha Kids, intitulada “Meu Primeiro Vasinho de Flor”, foi destaque no Prêmio POPAI, edição nacional da única premiação criada para reconhecer os mais originais e eficazes projetos de visual merchandising e comunicação visual de ponto de venda. O display da linha Kids foi premiado com a prata na subcategoria “Casa e Jardim Temporário” da categoria Display e Peças de Merchandising.



CD Veiling em Uberlândia oferece experiência floral de Natal



Em parceria com o Gran Flora Uberlândia, o Centro de Distribuição Veiling Holambra promoveu mais um workshop gratuito para clientes e profissionais do segmento. O artista floral e decorador Michel Benevenute ministrou uma experiência floral de Natal para cerca de 50 pessoas.





Como Nasce um Projeto Paisagístico

Formado na Escola de Parcs i Jardins, de Barcelona, Jordi realiza projetos de paisagismo no Brasil e no exterior há mais de 45 anos.

A criação de um projeto de paisagismo é um processo que, embora possa parecer simples e direto para alguns, geralmente envolve uma jornada complexa, meticulosa e criativa. A inspiração espontânea pode surgir em certos momentos, mas no dia a dia de um escritório profissional, o que se destaca é a soma de experiência, estudo, pesquisa e inúmeras tentativas e ajustes que culminam em soluções que atendem a todas as necessidades do cliente e do espaço.



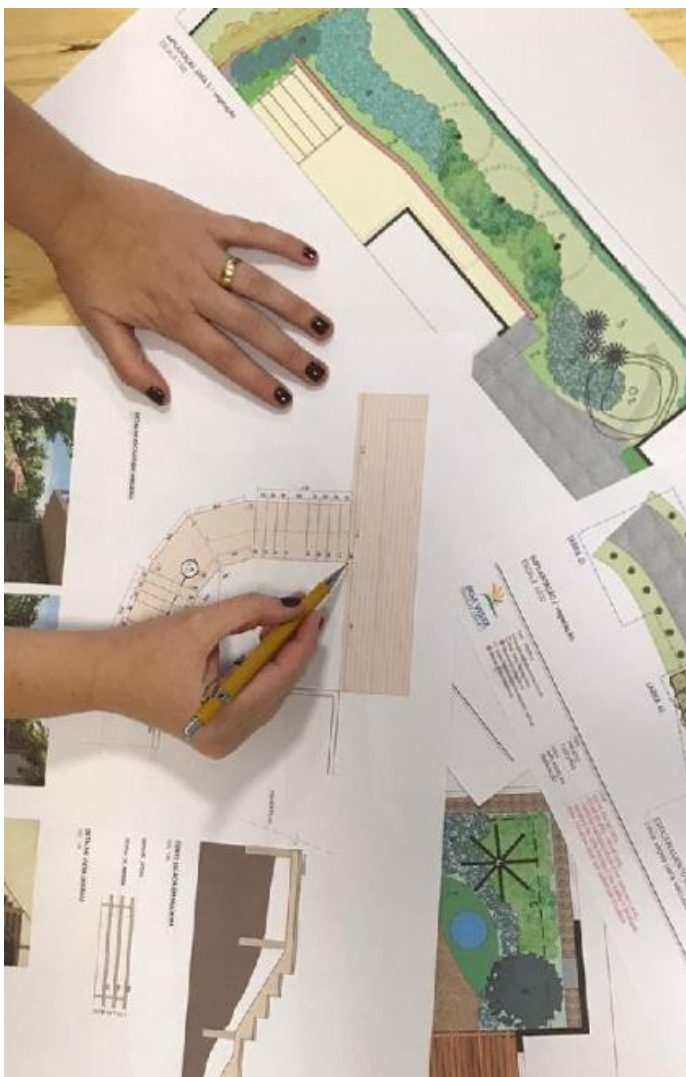
O caminho para um projeto bem-sucedido exige uma abordagem estruturada. É comum que iniciantes, ansiosos por resultados rápidos, comecem pelo fim, escolhendo plantas antes mesmo de definir a concepção geral do espaço. No entanto, essa inversão de etapas pode comprometer a harmonia e a funcionalidade do projeto. Em nosso escritório, preferimos construir o projeto "desde o alicerce", acrescentando camadas de definição e detalhamento a cada etapa. Isso significa que, muitas vezes, revisamos e ajustamos elementos que pareciam definidos – trocando, por exemplo, uma árvore ou arbusto por outro mais adequado ao conjunto.

O ponto de partida: a integração com a arquitetura

O primeiro passo de qualquer projeto de paisagismo é estudar o projeto arquitetônico e entender o entorno. É aqui que definimos as relações que desejamos estabelecer: integração ou separação de ambientes? O paisagismo deve funcionar como uma ponte entre o construído e o natural, criando vínculos visuais e funcionais.

Frequentemente, enxergamos o jardim como uma extensão dos espaços internos, favorecendo a transição fluida entre ambientes. Essa visão permite que o verde invada a casa por portas e janelas, trazendo frescor e conexão com a natureza. A interação entre os projetos de arquitetura e paisagismo, nesse momento, é essencial para garantir essa harmonia.





Materializando ideias - À medida que avançamos no processo, o projeto vai ganhando forma. Materiais, texturas e cores são definidos, dando corpo às ideias iniciais. A escolha da vegetação, antes vista como algo puramente estético, revela-se um exercício técnico que considera clima, localização, insolação, sombreamento e outros fatores específicos do espaço. Tamanho de floreiras, profundidade de canteiros, beirais e outras estruturas exigem soluções criativas que conciliem beleza e funcionalidade.

Os detalhes que fazem a diferença - Na fase final, o projeto executivo é elaborado com um alto nível de detalhamento. Ele inclui plantas técnicas, especificações de materiais, quantitativos, fichas técnicas e manuais de implantação e manutenção. Cada etapa é acompanhada de perto, garantindo que a execução seja fiel ao que foi concebido no papel.

No paisagismo, o processo criativo é tão importante quanto o resultado. O sucesso de um projeto não está apenas na beleza do jardim pronto, mas na sua capacidade de responder aos desafios, integrar ambientes e oferecer experiências únicas e memoráveis aos seus usuários. Afinal, um bom paisagismo é mais do que um complemento estético: é um elemento vivo, que evolui e transforma os espaços ao seu redor.



MULHERES na Liderança do Grupo Boticário

Mesmo sendo 51,5% da população brasileira, de acordo com dados do IBGE, as mulheres ainda são minoria no universo do empreendedorismo nacional. Estudo recente do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em parceria com o Sebrae, expõe uma realidade de invisibilidade e discriminação: mulheres empreendedoras no Brasil ganham, em média, 20% menos do que homens com negócios de características semelhantes, e cerca de 24% das empreendedoras relatam já ter sofrido preconceito devido ao gênero.



Diante desses desafios, iniciativas focadas em apoiar o empreendedorismo feminino buscam abrir novas possibilidades, especialmente em setores onde as mulheres são maioria, como o da beleza. É o caso do Grupo Boticário, que atua com ações voltadas a reduzir essas desigualdades e promover a autonomia financeira de mulheres no Brasil.

DNA com protagonismo feminino

A história do Grupo Boticário, uma das principais redes de beleza do país, tem suas raízes no protagonismo feminino. A primeira franquia de O Boticário foi fundada por uma mulher, Laura Oliveira, em 1980. Desde então, o número de franqueadas cresceu consideravelmente, e hoje elas representam 63% das franquias e 86% das revendedoras da marca.

Em 2023, o grupo alcançou a marca de R\$ 30,8 bilhões em vendas totais. “Temos muito orgulho de crescermos juntos, sendo uma alavanca para que a mulher brasileira possa empreender, conquistar seu espaço e

a sua independência financeira”, afirma Renata Gomide, Vice-Presidente de Consumer do Grupo Boticário. “Nosso propósito é criar oportunidades para transformar vidas e a sociedade por meio da beleza, o que envolve o incentivo ao empreendedorismo feminino no ecossistema de beleza brasileiro como um todo.”

Entre as iniciativas do grupo está o programa “Empreendedoras da Beleza”, lançado em 2021 para oferecer capacitação a mulheres em situação de vulnerabilidade social. Desde sua criação, o programa já teve mais de 400 mil inscritas e formou mais de 70 mil mulheres em cursos que vão de maquiagem e penteados a temas de negócios e marketing.

Kárita Luize, uma das ex-alunas do programa, comenta a transformação que esse suporte representou. “Abrir o próprio negócio não é nada fácil. Tem um lado B de gestão e de fluxo de caixa que ninguém conta. Mas os cursos que fiz com o Grupo Boticário me deram todo o suporte, e meu faturamento dobrou”, conta a paulistana, que atualmente administra seu próprio salão de beleza.

Para continuar ampliando o apoio ao empreendedorismo feminino, o Grupo Boticário também investe no “Programa de Aceleração de Startups”, com foco em negócios liderados por mulheres. Desde o início, já foram aceleradas 19 startups lideradas por empreendedoras.

Em dezembro deste ano, o Instituto Grupo Boticário lançará o “Hub de Aceleração”, voltado exclusivamente para negócios femininos. A iniciativa faz parte das celebrações de 20 anos do Instituto e busca otimizar processos e ampliar as oportunidades para mulheres que já atuam no setor da beleza.

Desde o final de 2022, quando o Grupo Boticário anunciou a aquisição de Truss e marcou sua estreia em salões profissionais, as iniciativas também impactam positivamente a vida de mulheres como Vera Marcelino, que viu o faturamento do seu salão de beleza crescer após começar a trabalhar com a marca profissional de produtos capilares. “Com o apoio e os treinamentos do Grupo, vou ainda mais longe”, afirma a empresária, já planejando abrir uma filial.



No setor de beleza, no qual as mulheres têm uma participação expressiva, o incentivo ao empreendedorismo feminino não só contribui para a independência financeira de muitas brasileiras, mas também fomenta o desenvolvimento de lideranças e fortalece o ecossistema de negócios liderados por mulheres.

O Dia Internacional do Empreendedorismo Feminino, celebrado em 19 de novembro, convida a uma reflexão sobre o impacto dessas iniciativas e a importância de novas políticas que reduzam as desigualdades de gênero no mercado brasileiro.

Leia mais em: https://forbes.com.br/forbes-mulher/2024/11/brandvoice-o-boticario-os-desafios-e-a-beleza-do-empreendedorismo-feminino/?utm_campaign=feed&utm_medium=referral&utm_source=later-linkinbio



Processo de Enfleurage - uma palavra francesa que significa *enfloração*. Ela é uma técnica de extração artesanal de óleo essencial de flor que utiliza como base a gordura vegetal para reter os óleos essenciais presentes nas pétalas das flores. No Boticário, a técnica é realizado na Fábrica onde são criadas as fragrâncias de Lily.



**LEI QUE AUTORIZA
DESCONTOS A PRODUTORES
GAÚCHOS É SANCIONADA**

PRODUTORES GAÚCHOS - O governo federal sancionou a lei 15.038/2024, que autoriza a concessão de descontos em parcelas de financiamentos de crédito rural de produtores gaúchos atingidos pelas enchentes de abril e maio deste ano.

A lei incorpora o texto de duas medidas provisórias (1.247 e 1.272) que haviam sido publicadas em julho e outubro pelo governo para tratar dos rebates nas parcelas de crédito rural do Rio Grande do Sul.

A nova lei convalida os atos praticados com base nas MPs e dá segurança jurídica para que a comissão especial, criada para avaliar casos excepcionais, termine a análise de concessão de descontos acima de 60%.

Leia a reportagem completa em www.globorural.com.br

ABERTURA DE MERCADO

China e Brasil chegaram a um acordo para a abertura de mercados em quatro segmentos do agronegócio brasileiro. O potencial, nas contas do Ministério da Agricultura, é de US\$ 450 milhões por ano. Sorgo, gergelim, uvas frescas e farinha de peixe são os novos produtos que os chineses passarão a comprar do Brasil. Foi um dos quase 40 tratados bilaterais assinados pelos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Xi Jinping.

Mais que possibilitar o acesso de uma pauta diversificada de produtos brasileiros, cultivados em diferentes regiões do país, a um mercado de mais de 1,4 bilhão de habitantes, a abertura desses mercados estimula a produção agropecuária do país com potencial de alavancar o Brasil à primeira posição de exportador mundial, a exemplo do que aconteceu neste ano, quando o país ultrapassou os Estados Unidos na comercialização de algodão no mundo.



**CHINA ABRE MERCADOS PARA
O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO.
SAIBA QUAIS SÃO**

28-31 JANUARY

**ENDLESS
GREEN VARIETY**



GET YOUR TICKET

**CALENDÁRIO
ABCASA FAIR 2025**

**AB
CASA
.FAIR**

**FEVEREIRO
09 a 12**
DOMINGO a QUARTA
EXPO CENTER NORTE

**AB
CASA
.FAIR**

**AGOSTO
13 a 16**
QUARTA a SÁBADO
EXPO CENTER NORTE

**THE
FUTURE OF FARMING
GROWS HERE**

The LARGEST Greenhouse | Controlled Environment Agriculture | Vertical Farm Gathering

MARCH 11-12, 2025



**SAVE THE DATE
4-6.09.2025
WARSAW**

www.greenislife.pl

**32º ENFLOR &
20º GARDEN FAIR**

Nova Data

de 13 a 15 de julho

2025

RBB

NOS VEMOS EM 2025

o futuro do
agro
de **a a z**

**28 DE ABRIL
A 02 DE MAIO
8H ÀS 18H**

RIBEIRÃO PRETO • SP • BRASIL



Uma Amostra do Que 2025 Reservará em Eventos Nacionais

Nome do evento	Mês	Cidade/ Estado	Site
ENCONTRO ABAF	Janeiro	Holambra/ SP	https://www.abafbrasil.com.br
AB CASA FAIR	Fevereiro e Agosto	São Paulo/ SP	https://abcasafair.com.br
ABUP SHOW	Fevereiro e Agosto	São Paulo/ SP	https://www.abup.com.br/abup-show/
Veiling Market	Março e Setembro	Holambra/ SP	https://veiling.com.br
Cooperflora Conecta	Março	Holambra/ SP	https://www.cooperflora.com.br/
Fecaplant (bienio)	Maio	Corupá/ SC	http://www.fecaplant.com.br/feira/
Agrishow	Maio	Ribeirão Preto/ SP	https://www.agrishow.com.br
Hortitec	Junho	Holambra/ SP	https://hortitec.com.br/
Enflor & Garden Fair	Julho	Holambra/ SP	https://enflor.com.br/
Expofloranda	Agosto	Biguaçu/ SC	https://www.floranda.com.br/
Expo Aflord	Agosto/ Setembro	Arujá/ SP	http://www.aflord.com.br/
Expoflora	Agosto/ Setembro	Holambra/ SP	https://www.expoflora.com.br/
Seminário Ibraflor	Agosto	Holambra/ SP	https://www.ibraflor.com.br/
Evento Transformação Verde	Outubro	Salvador / BA	Atacadista Reserva Natural
JJ Concept	Novembro	Maringá / PR	Atacadista JJC Flores
Festa das Flores	Novembro	Joinville / SC	https://festadasflores.com.br/

30ª HORTITEC

Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas



Flores e plantas
que espalham
amor e renovam
os laços neste
dia especial!

Natal

que floresce!



Ibraflor

INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA

#somosIBRAFLOR





TAKII SEED



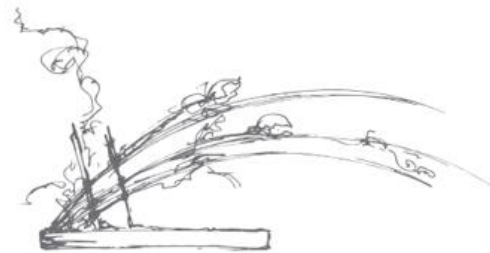
VAN DER HOEVEN
— Estufas Agrícolas —



PINDSTRUP



inspire and create



Escola Brasileira
de Arte Floral

SAVE THE DATE

14 DE AGOSTO
2025

SEMINÁRIO
14º Ibraflor

ONDE AS IDEIAS
FLORESCEM 



O **Boletim Informativo IBRAFLO**R é uma publicação digital do **Instituto Brasileiro de Floricultura**, voltada para a divulgação de informações sobre o mercado de flores e plantas, destinada a nossos associados e demais interessados. Esta comunicação é mensal, com acesso gratuito e ampla circulação na web. Vale ressaltar que as opiniões expressas neste boletim não representam necessariamente a visão oficial do IBRAFLOR.

Boletim Informativo IBRAFLOR - Publicação IBRAFLOR

Projeto Gráfico: Renan Diniz @renandinizlife

Diagramação e editoração: Adriana Rosa

Assessoria de Imprensa - Jornalista Vera Longuini

Seja um
associado **Ibraflor**
INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA

#somosIbraflor