



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
DECANATO DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE ASSUNTOS ACADÊMICOS E REGISTRO GERAL
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS
PROGRAMA ANALÍTICO

DISCIPLINA

CÓDIGO: IF 221
CRÉDITOS: 02
(2T-0P)

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS FLORESTAIS

Cada Crédito corresponde a 15h/ aula

INSTITUTO DE FLORESTAS

DEPARTAMENTO DE SILVICULTURA

OBJETIVO DA DISCIPLINA:

Capacitar o aluno para elaborar, analisar, planejar, promover e monitorar o fluxo de comércio de produtos florestais, no espaço e no tempo.

EMENTA:

Classificação da matéria-prima e produto industrial. Elaboração e interpretação de série histórica de produção, consumo, comercialização e preços de produtos florestais. Ciclo de vida do produto e processo: substituição, inovação e competição. Oferta, demanda, mercado e preço. Sistema e normas para o comércio de produtos florestais. Marketing de produtos florestais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1) Introdução: Classificação e padronização de produtos florestais. Principais métodos para medição e/ou quantificação de produtos florestais. Tabela de conversão de sistema inglês para o sistema métrico. Norma de classificação adotada pela FAO.
- 2) Estoque da matéria-prima da floresta nativa e reflorestamento. Agrupamento de espécies nativas da Amazônia por classe de uso. Transações de terras florestais. Comércio de matéria-prima.
- 3) Coeficiente técnico de rendimento de transformação industrial da matéria-prima. Outros coeficientes técnicos utilizados pelo setor florestal. Matriz insumo/produto.
- 4) Elaboração de série histórica de produção, consumo, comercialização e preços de produtos florestais. Metodologia para a coleta de dados para a formação de um banco de dados. Sistema de estatística florestal da FAO, IBGE, IBAMA e outros.
- 5) Interpretação de dados do Anuário de Produtos Florestais da FAO. Relação entre a renda per capita e consumo de produtos florestais. Variações de preços de produtos florestais: preços correntes e deflacionados. Índice de preços. Capacidade de troca de produtos florestais.
- 6) Ciclo de vida de processo e produto. Estágios de introdução, crescimento, maturidade e declínio. Ciclos de produção da matéria-prima: extrativismo, domesticação, monocultivo, manipulação genética, mecanização, automação e verticalização. Ciclos de vida de processos industriais e produtos: energia da madeira, madeira serrada, madeira beneficiada, chapas de madeira, celulose,

papel, embalagem. Ciclo de vida da madeira na construção civil, móveis e decorações. Estilo, moda e modismo.

7) Substituição da madeira da floresta pela madeira de reflorestamento. Substituições de produtos florestais: inovações tecnológicas, reciclagem, competição de novos produtos de setores florestais e não florestais.

8) Análise do mercado para produtos florestais: espaço geográfico, setores da economia, segmentos da camada social, séries temporais. Coleta de dados, interpretação e monitoramento das tendências de mercado.

9) Métodos para elaboração de prognóstico de demanda de produtos florestais: séries temporais, crescimento populacional, perfil cultural e sócio-econômico, renda per capita, e PIB. Compatibilização entre a demanda de produtos florestais e a oferta de matéria-prima. Consistência e riscos dos prognósticos.

10) Sistema de produção e distribuição de produtos. Sistema industrial: suprimento de matéria-prima, desenvolvimento do produto, marca, patente, desenvolvimento de mercado, atendimento ao consumidor, análise do corrente. Comércio atacadista: filiais de venda, representantes de marcas, mix de produtos. Comércio varejista: lojas de especialidades, lojas de departamento, hipermercados, sem lojas.

11) Sistema e normas para comercialização de produtos florestais. Sistemas de taxas, impostos, incentivos e barreiras alfandegárias. Classificação, padronização e controle de qualidade. Certificação de origem e selo verde.

12) Sistema de comércio de produtos florestais no mercado interno. Sistema comércio internacional: GATT, tarifa, cota, embargo, controles de câmbio, *dumping*. Sistema de comércio dos blocos econômicos regionais: EU, NAFTA, MERCOSU. Commodities, *joint venture*, licenciamento, royalty, escambo.

13) Marketing de produtos florestais. necessidades humanas. Desenvolvimento de produtos: valor, satisfação e qualidade. Troca, transações e relacionamentos. Implementação e controle de marketing.

14) Marketing social, cultural e ecológica de recursos naturais: recurso hídrico, floresta tropical, ecossistema natural, paisagem, biodiversidade, espécies ameaçadas de extinção, povos tradicionais das florestas. Marketing de produtos verde. Compensações ecológicas e ambientais. Desenvolvimento sustentável.