

PERSPECTIVAS DE VENDAS DE FLORES PARA O DIA DAS MÃES DE 2017

SINDIFLORES – Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo

Hórtica Consultoria- Inteligência de Mercado para a Horticultura

O **Dia das Mães** é a principal data para o comércio varejistas de flores e plantas ornamentais, sendo que, neste período, as vendas costumam ser até quatro vezes superiores à média das demais semanas do ano. Para o **Dia das Mães de 2017**, 83% das lojas e empresas setoriais de todo o Brasil confirmam a primazia desta data sobre as demais celebrações, enquanto que 17% afirmam já apostar mais nas vendas para Dia dos Namorados (6,8%), Finados (5,3%), para o Dia Internacional da Mulher e outras ocasiões (4,9%).

Justifica-se, assim, a grande atenção que é conferida a essa data, a qual condiciona significativamente todo o comportamento da Cadeia Produtiva da Floricultura. Desde o produtor, o comerciante atacadista distribuidor e importador, até o fabricante de acessórios e o florista, todos estão empenhados em obter a melhor performance comercial possível, visto que, dos resultados econômicos deste pequeno período, dependerá boa parte do sucesso dos seus negócios.

Para avaliar a importância e o significado econômico desta data no Brasil, o Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo – Sindiflores e a empresa de Inteligência de Mercado, Hórtica Consultoria, realizaram em parceria, pelo quarto ano consecutivo, uma ampla pesquisa em toda a Cadeia Produtiva de Flores e Plantas Ornamentais, cujos resultados são mostrados a seguir¹.

¹ A pesquisa foi realizada entre os dias 28 de abril e 5 de maio de 2017, com técnicos especialistas das principais Centrais de Abastecimento, atacadistas e distribuidores, cooperativas de produtores, importadores de flores e plantas ornamentais, responsáveis pelas compras do departamento de jardinagem do setor supermercadista, floriculturas e empresas de comércio eletrônico e fornecedoras de cestas e serviços de telemensagens.

Crescimento das vendas de flores para o Dia das Mães de 2017 deverá ser de 6 %.

As floriculturas e empresas do ramo do comércio varejista de flores e plantas ornamentais de todo o Brasil apostam em um **crescimento de 6,0% nas vendas para o Dia das Mães 2017, comparativamente à mesma data no ano passado**. Esse indicador praticamente repete a expectativa observada para o Dia das Mães de 2016, quando as empresas consultadas previram crescimento, em relação ao ano anterior, de 6,4%. Esses dados são resultantes da ponderação das informações obtidas em pesquisa de campo nacional, que apontou que para 43% das floriculturas e empresas setoriais entrevistadas as vendas serão maiores que as observadas para o Dia das Mães de 2016, em percentuais relativos apresentados e discutidos mais à frente. Idêntica porcentagem dos respondentes (43%) refere-se àquelas empresas que acreditam que as vendas apenas repetirão os mesmos resultados obtidos no ano passado, ao mesmo tempo em que para 14% as compras dos seus clientes, neste ano, serão menores (**Figura 1**).

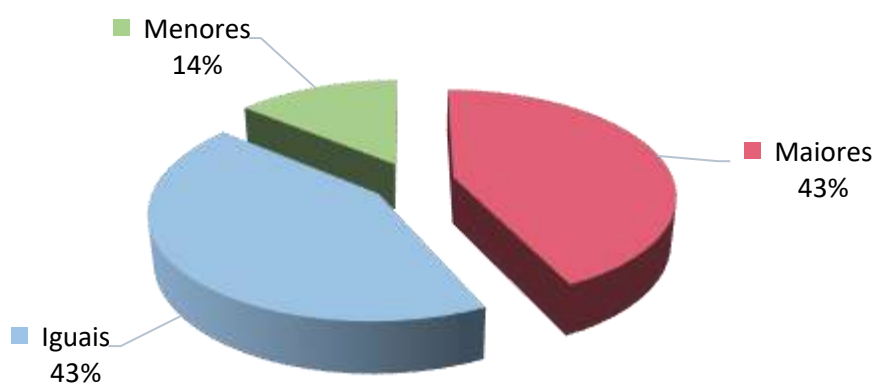


Figura 1. BRASIL. Expectativas de vendas de flores pelas floriculturas e por outras empresas varejistas para o Dia das Mães de 2017, no comparativo com o ano anterior.

Fonte: Sindiflores/ Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado, pesquisa de campo, abril/maio de 2017.

Tais indicadores apresentam-se alinhados a perspectivas de estabilidade do mercado, posto que o percentual de floriculturas e outros varejistas de flores e plantas ornamentais que apostam na manutenção dos índices de vendas subiu de 16%, na mesma data do anterior, para 43%, neste **Dia das Mães de 2017**. Ao mesmo tempo, os empresários que apostavam em vendas menores, caiu de 31%, em 2016, para os atuais 14% atuais e os que previam crescimento de

vendas caíram de uma participação porcentual relativa de 53%, para 43%, na data comemorativa deste ano.

Tal cenário conservador deve-se à prevalência de condições socioeconômicas desfavoráveis para o conjunto da população brasileira, embora se possa constatar uma sensível melhora nos ânimos prospectivos dos floristas. De fato, 65,5% das empresas entrevistadas afirmaram acreditar que as atuais dificuldades financeiras vividas pela maioria da população brasileira impactarão negativamente as vendas para esse **Dia das Mães de 2017**, índice este muito inferior aos 92,2% que apostavam na influência redutora da economia sobre o comércio floral para o Dia das Mães do ano passado.

Para as floriculturas e empresas varejistas que apostam no aumento das vendas, os percentuais estimados de acréscimo, em relação à mesma data no ano passado, mostram a seguinte distribuição: 36% delas acreditam que venderão de 5% a 10% mais do que no Dia das Mães de 2016; uma parcela de 32% dessas empresas informou expectativas de comercialização de 10% a 20% maiores; outras 24% apostam em aumento de vendas da ordem de mais de 20% e, finalmente, 8% das empresas consultadas informaram expectativas de expansão de, no máximo, 5% (**Figura 2**).

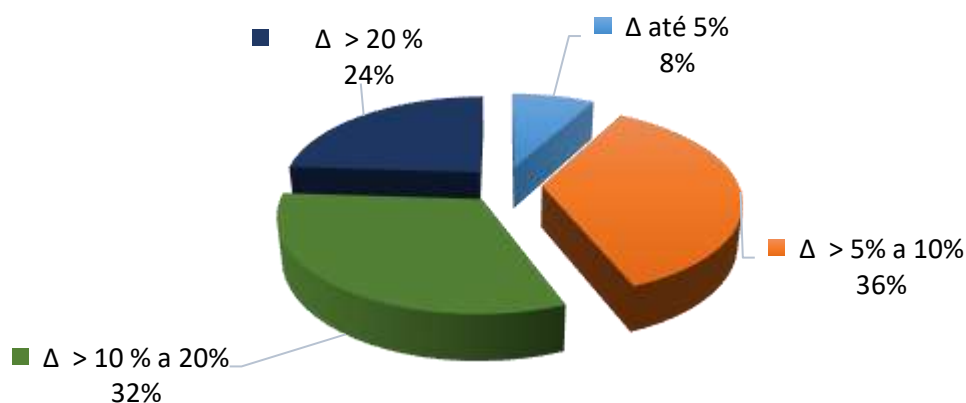


Figura 2. BRASIL. Distribuição relativa dos percentuais de aumento previstos nas vendas de flores e plantas ornamentais pelas floriculturas e por outras empresas varejistas para o Dia das Mães de 2017, no comparativo com o ano anterior.

Fonte: Sindiflores/ Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado, pesquisa de campo, abril/maio de 2017.

Segundo as floriculturas entrevistadas, os impactos negativos sobre as vendas previstas refletirão também o acirramento da concorrência estabelecida pelos vendedores ambulantes e pelos supermercados. De fato, uma parcela de 46,5% delas informou supor quedas de em média 30% em seus negócios devido ao comércio floral supermercadista para a data, enquanto que outras 32,8% supõem perdas médias de 20% das vendas para os ambulantes.

Frente ao contexto previsto de pouco crescimento de vendas, 67,2% das empresas entrevistadas informaram pretender realizar diferentes tipos de promoção de vendas especial para o **Dia das Mães de 2017**, enquanto uma parcela menor, de 32,8% delas, afirmou não ter intenção de promovê-las. As opções preferenciais de ações de marketing recaem sobre as seguintes iniciativas: uso de mídias sociais digitais (35,3%), descontos de preços e/ou ofertas promocionais especiais para a data (23,5%), sorteios, brindes e cortesias, incluindo fretes gratuitos (17,6%), publicidade, incluindo o uso de jornais, tabloides, carros de som, rádio e telemarketing (12,8%) e instalação de *banners* e decorações no interior de lojas e nas vitrines (10,8%).

As preferências do consumidor para presentear as mães em 2017

As **rosas** – especialmente as vermelhas – solitárias ou comendo diferentes formatos de buquês, vão liderar as preferências das flores compradas para presentear as mães nesta data, com 33% das respostas obtidas. Vale observar que este percentual consolida a tendência de participação das rosas em cerca de 1/3 no total da cesta de consumo para a data, uma vez que é apenas pouco inferior ao índice observado para o Dia das Mães do ano passado (35%) e idêntico ao observado na mesma data em 2015. Esses números são inferiores à média de 40% que era observada nos anos anteriores a 2014, confirmando certa tendência de contenção de gastos unitários com presentes florais para o Dia das Mães.

Em seguida, no *ranking* dos presentes preferenciais, vêm os **vasos de orquídeas**, especialmente os de phalaenopsis e cymbidium, entre outras poucas espécies da mesma família de flores, agregando 28% das opções de presentes. Apesar de ligeiramente inferior ao percentual observado para o Dia das Mães de 2016 (31%), esse indicador apresenta-se muito superior às médias verificadas em anos anteriores, como em 2015 e 2014, nos quais a penetração das orquídeas como presentes preferenciais para as Mães foi da ordem de 17% e 18%, respectivamente. Parte dessa tendência se deve à boa oferta dessas flores neste momento e

também ao fato de que os consumidores, receosos da contração de novas dívidas e de realização de maiores gastos com presentes de valor unitário mais altos – como eletroeletrônicos, roupas, perfumes e outros – se deslocarão para a compra de flores, itens tradicionais para a data e economicamente mais acessíveis para os orçamentos mais restritos da atualidade. (Figura 3).

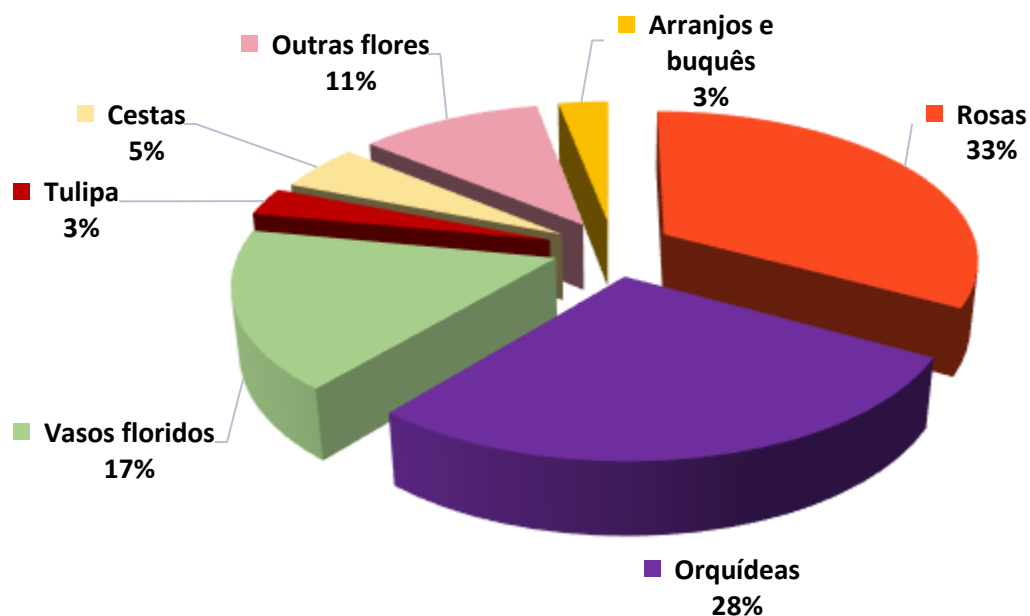


Figura 3. BRASIL. Flores preferidas para presentear no Dia das Mães de 2017.

Fonte: Sindiflores/ Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado, pesquisa de campo, abril/maio de 2017.

Na terceira posição do *ranking* surgem os **vasos floridos** em geral – especialmente de begônias, violetas, lírios, azaleias, antúrios, kalanchoes, calandivas e primulas, entre outras – que concentram 17% das opções de compras pelo consumidor. Esse indicador denota também uma pequena redução de três pontos percentuais em relação ao Dia das Mães de 2016, quando o grupo atingiu a marca dos 20%. Neste segmento, cabe destacar que os lírios continuam cedendo parte de seu espaço para as **tulipas**, que, neste ano, deverão ficar com 3% do consumo floral para a data. Nos dois anos anteriores, a participação das tulipas no total de consumo floral para o Dia das Mães foi de 4%.

Outras flores cortadas para presentear, incluindo gérberas, lírios, crisântemos, margaridas e flores tropicais, entre outras espécies, atingirão porcentagem de participação relativa de 11% no total das vendas florais comemorativas neste Dia das Mães de 2017.

Arranjos e buquês prontos, em geral, com intensa participação de flores como alstroemérias, gérberas, lisianthus e flores do campo, chegarão a representar apenas 3% das vendas para a data comemorativa, repetindo a mesma performance obtida no ano anterior. Tal fato, confirma o desaquecimento dos gastos frente aos anos anteriores a 2016 quando chegaram a ficar com participação de até 13%. Tal fato evidencia a disposição do consumidor em reduzir gastos com presentes, dando preferência às opções mais econômicas e acessíveis.

Finalmente, as **cestas comemorativas** contendo flores e outros itens, como chocolates, representarão 5% das opções de compras, percentual idêntico aos observados para o Dia das Mães de 2015 e 2016 confirmando, também, a contenção de gastos por parte do consumidor.

Do total de floriculturas, lojas e empresas do ramo varejista de flores e plantas ornamentais que participarão da oferta de presentes para o **Dia das Mães de 2016**, 41,4% não incluirão vendas de rosas importadas em sua pauta de mercadorias, ante os 45,8% observados no ano passado. Para as que incluirão essas mercadorias entre suas ofertas de itens para presentes, a participação de rosas colombianas e equatorianas deverão representar a até no máximo 7% do total de rosas, em 58,3% dos casos.

Tíquete médio dos gastos com flores para o Dia das Mães de 2017 será de R\$ 90,5

O tíquete médio de compra do consumidor brasileiro nas compras de flores para o Dia das Mães de 2017, segundo as floriculturas e empresas de varejo pesquisadas, **será de R\$ 90,5**.

Esse indicador resulta da ponderação encontrada para as diferentes faixas consideradas na pesquisa, que mostrou a seguinte concentração: 24% das respostas, para gastos inferiores a R\$ 70,00; 34%, para a faixa de valores iguais ou superiores a R\$ 70,00 a até menos de R\$ 100,00; 26%, para gastos projetados em R\$ 100,00 e 16% para compras de mais de R\$ 100,00 (**Figura 4**).

Para o **Dia das Mães de 2017**, as vendas serão pagas majoritariamente em cartão de crédito (52,7%), com opções bem menos expressivas para pagamento em dinheiro (24,7%), cartão de débito (11,8%), cheque e cheque pré-datado (7,5%) e outras (3,3%).

Em relação aos anos anteriores, é possível observar que o consumidor brasileiro vem preferindo uma menor taxa de endividamento no cartão de crédito, modalidade que já chegou a representar, em anos anteriores, de 77% a 79% das preferências entre os meios de pagamento.

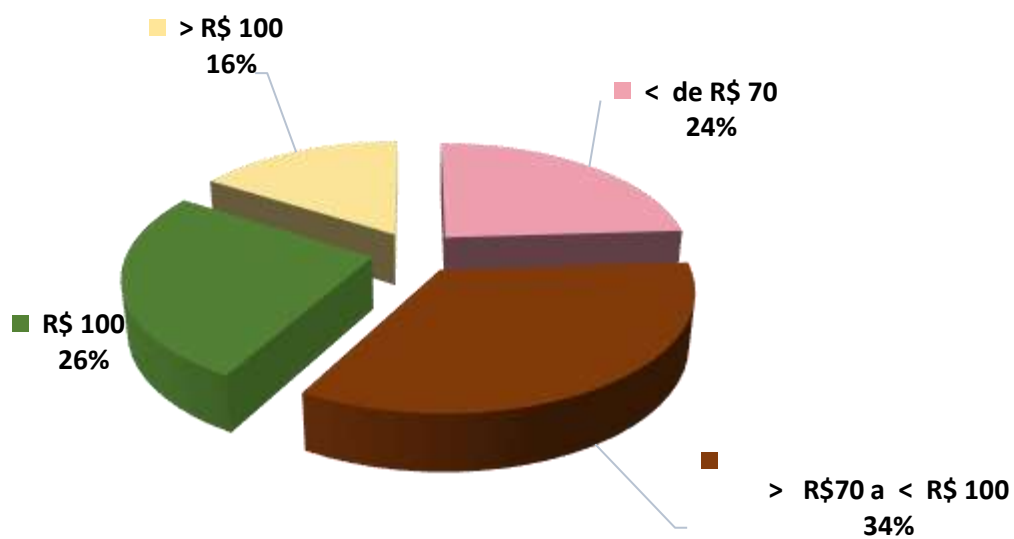


Figura 4. BRASIL. Tíquete médio do consumidor com flores para o Dia das Mães de 2017.

Fonte: Sindiflores/ Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado, pesquisa de campo, abril/maio de 2017.