



## Informativo Sindiflores

### O PAPEL DAS LIDERANÇAS REGIONAIS NA SALVAÇÃO DO MERCADO DE FLORES

Augusto Aki

Assim que assolou o mercado, o episódio da pandemia despertou em todos uma vontade de revidar e reagir, do mesmo tamanho que a surpresa e o susto que causou.

É obvio que o inusitado traz confusão, ansiedade e busca desenfreada por caminhos, e isso sempre significa mais energia do que resultados, mas a liderança também nasce em momentos difíceis e será através dela que atravessaremos tudo isso.

Não existe nada mais cansativo do que liderar e também nada mais complexo, mas a única opção para sobreviver, quando nos encontramos em momentos de tamanha incerteza é participando de grupos organizados que sejam centros de discussão e de produção de conhecimento coletivo para fixar os caminhos prioritários a seguir.

Podemos fixar que o fato da cadeia ter se concentrado imediatamente em comunicar melhor o impacto das flores e plantas na vida das pessoas, desmistificando qualquer tentativa de não enquadrá-las como item essencial, foi a maior prova do que um susto como esse foi capaz de produzir. ISSO NUNCA HAVIA ACONTECIDO ANTES!

Mas precisamos mais....

A próxima fase, passado o susto, será enfrentar o desafio da liquidez. Quando a economia se retrai e há menos dinheiro circulando, todos procuram proteger seu caixa. O produtor produz menos, o atacadista reduz a linha e o varejo reduz estoques.

A cadeia perde o que chamamos de CAPILARIDADE (ou seja, a capacidade de chegar com o produto em qualquer local que o consumidor esteja). Também podemos ter problemas de RUPTURA (problema de fornecimento local).

Para vencer esse cenário que se apresentara, precisamos que essa comunicação feita no primeiro momento seja continuada. Que ela evolua do PORQUE COMPRAR para o COMO USAR.

Precisamos atacar nichos específicos de consumidores, com comunicações específicas e ter modelos de varejo especializados nesses grupos. Precisamos crescer em SEGMENTAÇÃO.

Com a falta de liquidez, o varejo não vai ter pernas para isso e assim novamente será a liderança regional que poderá guiar as empresas, para que se construam parcerias e para que se formem ECOSSISTEMAS DE NEGÓCIOS locais, que são mais fortes que as empresas individualmente, e que tenham maior poder de conversão de consumidores.

Isso ajuda as pessoas a terem uma vida melhor e cria um novo propósito para a CADEIA DE FLORES.

EM CADA REGIAO A LIDERANÇA AFLORA POR DIFERENTES CAMINHOS, MAS EM TODOS ELES PERCEBE-SE UMA VONTADE DE USAR A CRISE PARA MUDAR O MERCADO DE FLORES E PLANTAS

- EM SÃO PAULO o SINDIFLORES luta pela defesa dos direitos do varejo de flores junto aos órgãos e entidades públicas, buscando ao mesmo tempo ser uma fonte de informação confiável para os profissionais do setor

o Em sua Newsletter e site, informa, momento a momento, o que está havendo no mercado e compartilha para ser a fonte de informações confiável, algo tão importante em tempos de fake News.

Busca a interpretação e orienta como acessar e como colocar em prática as diversas medidas criadas pelo governo

Está em conversa com as entidades do setor para conectar as lojas da capital e permitir a essas os benefícios que a coletividade da cadeia de flores está produzindo.

- NO DISTRITO FEDERAL

A partir da iniciativa tomada pelo SEBRAE DF, que já atuava no mercado através do projeto FLORES DO DF, foi formado grupo de WHATS UP que busca congrega toda a cadeia.

A ele se juntaram parceiros fundamentais como a EMATER/DF, A CENTRAL FLORES, SINDIGENEROS, grandes atacadistas que acabaram por arremeter produtores e empresas do varejo.

O grupo Sebrae Flores e Plantas organiza a reposta coletiva do setor, promovendo a realidade dos empresários envolvidos, buscando soluções para os problemas comuns, articulando o contato com os órgãos de governo, servindo de canal rápido para compartilhamento de notícias, centralizando a discussão para dar mais efetividade nos esforços.

- EM SANTA CATARINA – sob liderança da empresa CACHEPO JARAGUA, lojas de todo o interior de SC, do interior do PR e até lojas do interior do RS.

No grupo, são atualizadas notícias sobre a realidade de cada região, com rápido compartilhamento de informações, o que facilita o entendimento da situação e reduz a ansiedade.

Na organização de ações para entender melhor as opções de redução de custos. Para tanto foi criada a COOPERFLORISTA.

Para criar ações de promoção, como a criação do grupo SOMOS FLORES que estuda e compartilha ideias coletivas de fomento as vendas

Para orientar sobre as restrições quanto à abertura e quanto às restrições legais de atuação.

- NO RIO GRANDE DO SUL – a AFLORI mobiliza seus associados para entender o impacto do prejuízo e tanto como integrando do IBRAFLO, como através de seus canais de comunicação, orienta e busca guiar os produtores e comerciantes gaúchos sobre a urgência de proteção do caixa e das medidas de segurança sanitária para conseguir atravessar a crise. o A AFLORI abonou a anuidade 2020 para apoiar, à sua forma, a situação dos associados, o Editou e divulgou material de orientação comercial durante a crise o Analisou e distribuiu manifesto quanto à necessidade de gestão de custos e de corte de custos para manutenção da atividade entre os associados.

Também tem liderado manifestações de apoio aqueles que precisaram trabalhar durante a quarentena (equipes de saúde e outros) como forma de servir às comunidades, além de distribuir conteúdo para motivar os associados a reagir e a tomar iniciativas inovadoras, em suas regiões, para reconstruir a relação das empresas com o mercado.

EM HOLAMBRA, o IBRAFLO, VEILING HOLAMBRA, COOPERFLORA e a CEAFLOR organizaram-se para dar uma resposta institucional a crise.

Campanhas como A FLOR É ALIMENTO DA ALMA, e conteúdos diversos, destacando a

importância dos produtos para a saúde emocional das pessoas, sobretudo em momentos de caos como esse, ajudam a tranquilizar a população, dar esperança, reforçar relacionamentos e mostrar que a cadeia de flores está aqui para ajudar.

A mostra sobre as perdas dos produtores desperta o consumidor sobre a importância de valorizar o pequeno varejista e o produtor rural como elementos fundamentais no ecossistema social.

O GRUPO DE CRISE criado para discutir os impactos e decidir sobre os grandes direcionamentos a serem tomados institucionalmente, procura mostrar ao governo a importância e o impacto da cadeia de flores. Luta por opções de capital de giro e pela liberação da comercialização.

Podem com certeza estar acontecendo outras iniciativas, mas essas são as que tenho recebido notícias. Não sairemos dessa sem cooperar.

A crise traz oportunidades, e o tamanho da crise oferece o tamanho da oportunidade que se traduz em 2 aspectos:

1. As flores e plantas tem impacto emocional e são fundamentais em um mundo onde as pessoas querem recuperar seu equilíbrio emocional, social e com a natureza.
2. Quem sabe mais sobre o cliente não precisará temer o concorrente (e isso é mais fácil de se fazer em conjunto)

Fonte: [www.negocioscomflores.com.br](http://www.negocioscomflores.com.br)

**Sindiflores** - Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo  
Av. Francisco Matarazzo, 455 – Pq. Água Branca – Prédio do Fazendeiro, sala 15  
CEP. 05001-000 – São Paulo/SP  
[www.sindiflores.com.br](http://www.sindiflores.com.br) - [secretaria@sindiflores.com.br](mailto:secretaria@sindiflores.com.br)  
Telefone: (11) 3865-7475 – WhatsApp (11) 99524-2048 – [facebook.com/sindifloressp](https://facebook.com/sindifloressp)