

PERSPECTIVAS DE VENDAS DE FLORES PARA O DIA DE FINADOS 2016

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

Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado para a Horticultura

As celebrações e as homenagens simbólicas prestadas aos entes falecidos possuem grandes dimensões cultural, histórica e também econômica em todo o Brasil. A principal data que concentra tais manifestações é o **Dia de Finados**, celebrado no País em 2 de novembro, em sequência à comemoração do dia da Festa de Todos os Santos, ambos fixados pela Igreja Católica desde o século 13.

Entre os principais ícones simbólicos da data, a oferta de flores ocupa uma das posições de maior destaque, acompanhada das de velas e de outros itens e práticas religiosas, como celebrações litúrgicas, terços, imagens de santos e anjos entre outros itens de grande valor e significado religioso e cultural.

Para o ano de 2016, o Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo – Sindiflores e a empresa de Inteligência de Mercado, Hórtica Consultoria¹ realizaram pesquisa junto aos setores produtivos e de comércio atacadista e varejista de todo o Brasil, com o objetivo de identificar as expectativas de vendas e as principais tendências de consumo para esta data comemorativa.

Constatou-se que o mercado mostra-se retraído para o **Dia de Finados de 2016**, sinalizando para o esfriamento das intenções de compra por parte da clientela. Tal fenômeno decorre, seguramente, do arrefecimento da economia, concretizado em piores indicadores para o consumo, tais como o crescimento do desemprego, do endividamento e da inadimplência das famílias, pela alta dos juros e pela redução do nível de confiança do consumidor.

¹ A pesquisa foi realizada entre os dias 19 e 26 de outubro de 2016, e ouviu floriculturas, empresas de comércio eletrônico, técnicos especialistas das principais Centrais de Abastecimento, atacadistas e distribuidores, cooperativas e associações de produtores, importadores de flores e plantas ornamentais, além de responsáveis pelas compras do departamento de jardinagem do setor super e hipermercado.

De fato, a pesquisa demonstrou que 44% das empresas varejistas de flores e plantas ornamentais entrevistadas acreditam que venderão, neste ano, menos do que no ano passado. Uma parcela de 39% delas apontou para a estabilidade de vendas comparativamente ao Dia de Finados de 2015, enquanto que apenas 17% das floriculturas e empresas de distribuição varejista de flores apostam no aumento de seu faturamento para a data, comparativamente ao ano anterior. Para essas, no entanto, o percentual médio de aumento projetado foi de apenas 10% sobre a mesma data em 2015 (Figura1).

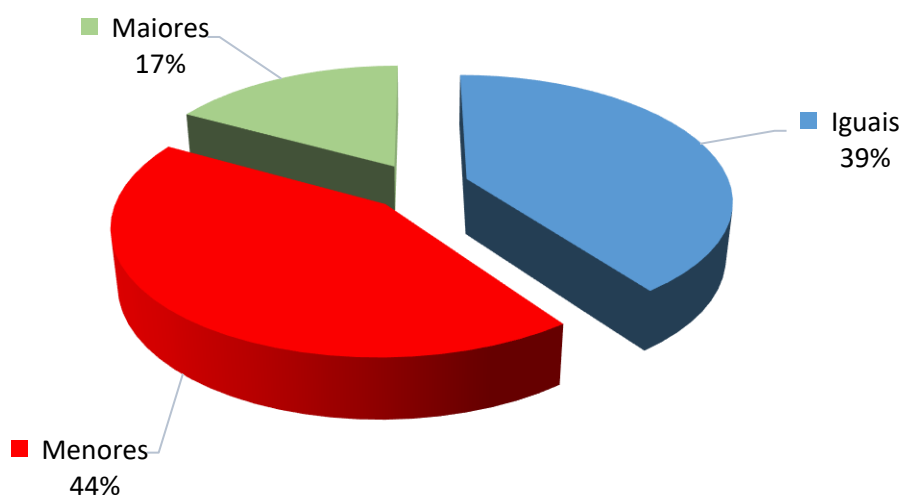


Figura 1. BRASIL. Expectativas de vendas de flores pelas floriculturas e por outras empresas varejistas para o Dia de Finados de 2016, no comparativo com o ano anterior.

Fonte: Sindiflores / Hórtica Consultoria, pesquisa de campo, outubro de 2016.

A pesquisa constatou que entre os fatores determinantes da estabilidade ou da queda das vendas de flores pelas floriculturas no **Dia de Finados de 2016** se destacaram: o agravamento da situação econômica da população brasileira, com menores condições financeiras para o consumo – apontado por 50% das empresas entrevistadas – além da concorrência com o comércio ambulante (fator considerado por 75% da amostra) e com a venda de flores pelos super e hipermercados (para 77,5%), como se verá a seguir.

Comércio ambulante diminuirá 31,8 % das vendas das floriculturas

A despeito do notável crescimento das iniciativas do Siindiflores e de outras organizações setoriais junto ao poder público em todo o País visando coibir, reduzir ou disciplinar o comércio

ambulante durante o Dia de Finados, a atuação oportunista desses agentes é apontada como responsável por um significativo nível de redução das expectativas de faturamento do comércio florícola regularizado para a data, que, para 2016, atingiu o patamar de 31,8%. Esse indicador cresceu 3,5 pontos percentuais em relação ao ano passado, quando equivaliu a 28%, apontando para um agravamento da situação.

A pesquisa revelou que 81% das floriculturas e empresas varejistas entrevistadas acreditam que a atuação do comércio ambulante reduzirá suas vendas de flores para o **Dia de Finados de 2016** em até 30%. Outra parcela, de 3% delas, estima que o prejuízo devido a estes agentes ficará entre 30% e 40% e, finalmente, 16% pensa que o impacto negativo resultante acumulará até mais de 40% de prejuízo sobre o total das vendas potenciais para a data (**Figura 2**).

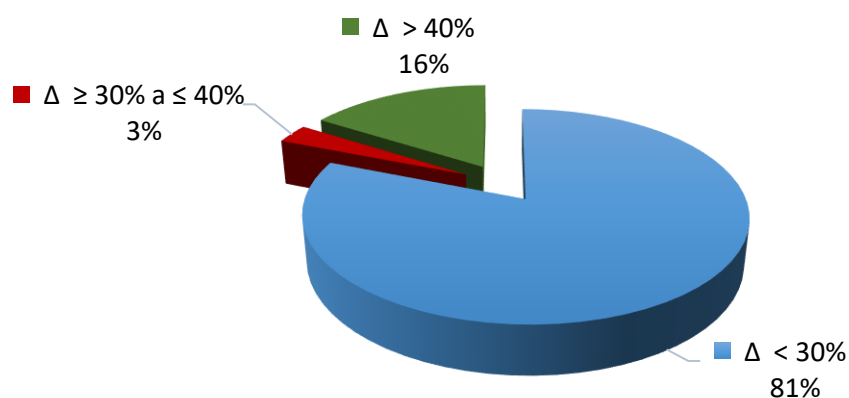


Figura 2. BRASIL. Impacto da atuação do comércio ambulante na redução das vendas de flores pelas floriculturas e outras empresas do varejo para o Dia de Finados de 2016.

Fonte: Sindiflores/ Hórtica Consultoria, pesquisa de campo, outubro de 2016.

E os supermercados impactarão negativamente em outros 23,4%

Além dos ambulantes, também os supermercados são apontados como importantes agentes responsáveis pela redução do potencial de vendas das floriculturas para o Dia de Finados. Para as empresas varejistas de flores e plantas ornamentais entrevistadas, a queda do faturamento das floriculturas decorrentes da ação supermercadista no setor para a celebração dos mortos atingirá 23,4% de suas vendas potenciais. O índice foi menor do que o encontrado

para a mesma data do ano anterior, quanto o percentual de respostas obtidos foi de 28%, o que parece apontar para uma estabilidade da distribuição das vendas de flores entre esses canais no mercado varejista nesta data.

Segundo dados da pesquisa de campo, 58% das floriculturas avaliam que as vendas de flores pelos supermercados para o **Dia de Finados de 2016** reduzirá seu potencial de penetração no mercado sazonal da data em até 20%. Uma parcela de 29% delas aposta em redução entre 20% e 30%, enquanto que outras 13% acreditam que serão prejudicadas em percentuais variáveis entre 30% e 40% (**Figura 3**).

Tal fato, aliado à ação dos ambulantes já analisada no item anterior, vem fazendo com que muitas floriculturas de todo o País fechem as suas portas no Dia de Finados, por considerarem que as vendas já não mais compensam os custos de operação para a data. O fenômeno já é observado em grandes capitais brasileiras como São Paulo e Curitiba, além do Distrito Federal.

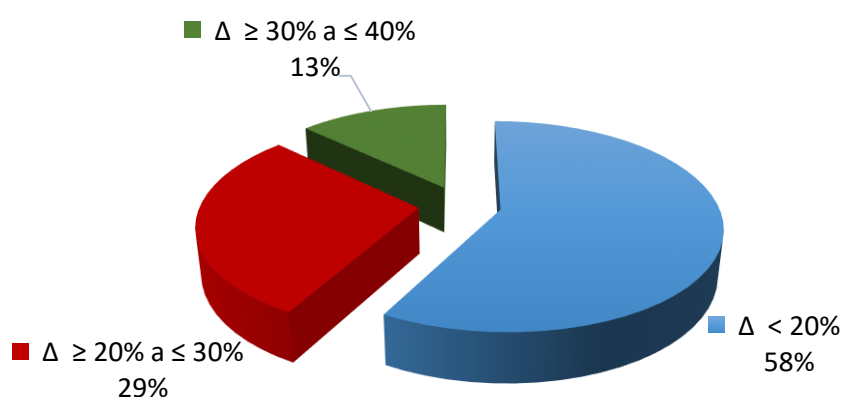


Figura 3. BRASIL. Impacto da atuação dos supermercados na redução das vendas de flores pelas floriculturas e outras empresas do varejo para o Dia de Finados de 2016.

Fonte: Sindiflores /Hortica Consultoria, pesquisa de campo, outubro de 2016.

Cabe destacar, ainda, que as políticas adotadas pelo poder público para combater a proliferação do mosquito transmissor da dengue (*Aedes aegypti*), que resultaram na proibição do uso de vasos com água para a disposição de flores e folhagens cortadas, são apontadas como redutoras do potencial de vendas das floriculturas. Na prática, tal medida reduz as opções de consumo às flores envasadas, segmento no qual as floriculturas, feiras livres e outros formatos

de varejo não conseguem competir em preços com os supermercados. Além deste segmento, rosas e outras flores cortadas mantêm sua penetração apenas nas formas de coroas fúnebres, pequenos arranjos e buquês, ou no caso das rosas, como botões solitários.

Promoções

Na tentativa de superar parte dos problemas apontados e para incentivar as compras de flores para o **Dia de Finados de 2016**, 50% das empresas entrevistadas informaram que pretendem implementar algum tipo de ação promocional em suas lojas e equipamentos de varejo para as vendas da data. As principais iniciativas serão aquelas centradas em competitividade de preços (60%) – especialmente viabilizadas pelo aumento das compras a vista e em dinheiro, que crescem significativamente para a ocasião –, seguidas por promoções do tipo pague 3 e leve 2, oferta de *mix* de produtos típicos e específicos para a data, colocação de cartazes e *banners* alusivos e anúncios na mídia impressa, além de ações de telemarketing. A proporção de empresas interessadas em ofertas e promoções subiu 5 pontos percentuais em relação ao ano passado.

As flores preferidas para homenagear os mortos

Os crisântemos lideram historicamente a preferência de compra dos consumidores no momento de prestar homenagens aos parentes e amigos falecidos em cemitérios de todo o Brasil. Segundo a pesquisa do Sindicato do Comércio Varejista de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo (Sindiflores) e da Hórtica Consultoria e Inteligência de Mercado, para o **Dia de Finados de 2016**, essas plantas chegarão a representar 64% das vendas setoriais no varejo para a data. Desse total, uma parcela de 52,5% será composta por crisântemos de corte, enquanto que os restantes 47,5% serão representados pelos crisântemos em vasos. Comparativamente ao ano anterior, a participação dessa flor nas homenagens póstumas elevou-se de 42% para 64%, evidenciando a disposição do cliente em reduzir seus gastos nesta ocasião, uma vez que os crisântemos são as opções mais econômicas e duráveis do mercado.

Aos crisântemos se seguirão as rosas, aplicadas em arranjos, coroas de flores e buquês, ou como botões solitários, com 22% das preferências. No caso dessas flores, o percentual obtido é idêntico ao encontrado no ano anterior, apontando para a estabilidade desse nicho específico de consumo na data.

Outras flores envasadas em geral, exceto crisântemos, com destaque para os kalanchoes, calandivas e margaridas ficarão com 7% das compras, índice sensivelmente inferior aos 18% verificados para o Dia de Finados de 2015. Note-se que as orquídeas, presentes entre as opções de 2014 e 2015, agora desaparecem, confirmando a tendência de busca do consumidor por itens economicamente mais acessíveis.

Outras flores de corte, também utilizadas isoladamente representarão 5% das vendas, ante 11% do ano anterior, com destaque para gérberas, lírios, cravos e copos de leite. Por sua vez, as opções das coroas de flores, arranjos ou buquês ficarão com apenas 2% das vendas, índice sensivelmente inferior ao do Dia de Finados de 2015, quando ficaram com 7% (Figura 4).

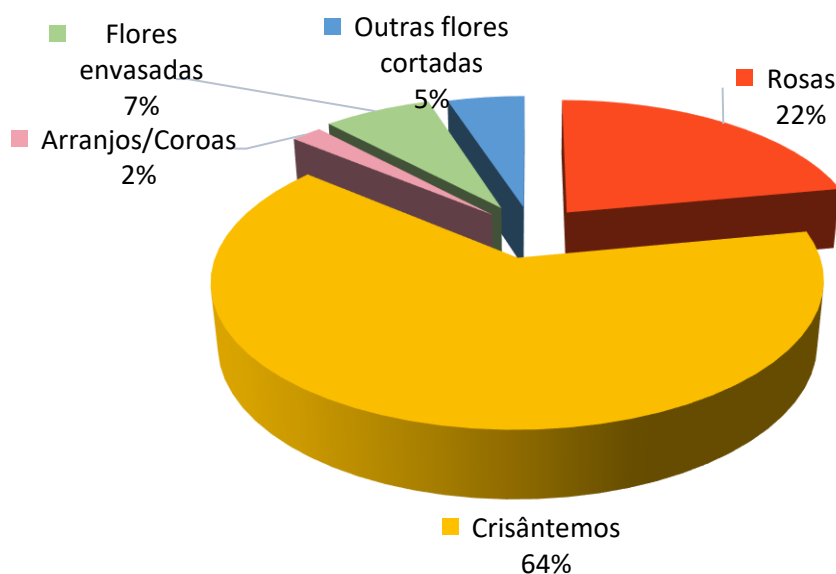


Figura 4. BRASIL. Flores preferidas para a celebração do Dia de Finados de 2016.

Fonte: Sindiflores / Hórtica Consultoria, pesquisa de campo, outubro de 2016.

Tíquete médio de compras de flores para o Dia de Finados de 2016 será de R\$ 27,83

O consumo de flores para o **Dia de Finados 2016**, segundo as empresas entrevistadas, deverá ficar em R\$ 27,83, o que representará um acréscimo de 47,24% em relação ao ano passado e que praticamente restabelece o patamar já gasto há dois anos atrás, quando o gasto com flores para homenagear amigos, cônjuges e parentes falecidos ficou em R\$ 25,12.

A maioria das empresas entrevistadas (44%) acredita que o tíquete médio de vendas de flores para a celebração dos mortos em 2016 ficará entre R\$ 15,00 e R\$ 30,00. Uma fatia de 28%

delas aposta em valores per capita de compra de até no máximo R\$ 15,00, enquanto duas outras parcelas de 18% e de 10% apostam, respectivamente, em vendas entre R\$ 30,00 e R\$ 60,00 e de mais de R\$ 60,00 (Figura 5).

A observação das vendas de baixos valores reflete diferentes fatores condicionantes, tais como: a) consumo centrado em crisântemos, considerado uma verdadeira *commodity* na cadeia produtiva, cujos preços são altamente competitivos com outras espécies ornamentais tanto para corte, como para vaso; b) baixa penetração de espécies de alto valor agregado, como as orquídeas, nas celebrações da data; c) temor do consumidor de que as flores naturais deixadas nos cemitérios serão roubadas, favorecendo a opção por flores artificiais e d) proibição do uso de vasos e recipientes com água, que restringe a penetração das flores de corte em geral, que tendem a possuir maior valor unitário de vendas, entre outros.

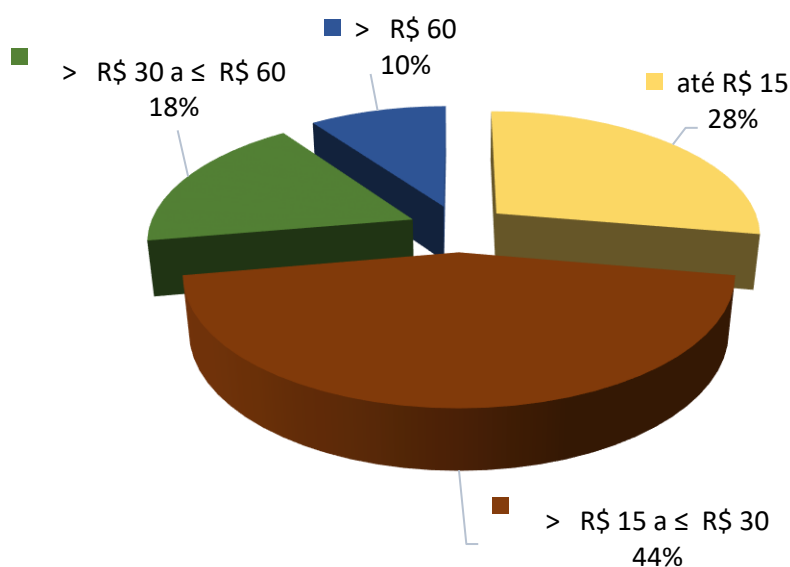


Figura 5. BRASIL. Tíquete médio previsto nas compras de flores e plantas ornamentais para o Dia Finados de 2016, no comparativo com o ano anterior.

Fonte: Sindiflores /Hórtica Consultoria, pesquisa de campo, outubro de 2016.

Para o Dia de Finados de 2016, as vendas serão pagas majoritariamente em cartão de crédito (76,2%), seguidas por pagamento em dinheiro (19,1%) e boleto bancário (4,7%).