



EXPECTATIVAS DE VENTA DE FLORES EN EL DÍA DE LA MADRE DE 2010

El Día de la Madre en Brasil se juega el éxito comercial del año

Antonio Hélio Junqueira
Marcia de Silva Peetz

el Día de la Madre tradicionalmente en Brasil representa la segunda fecha más importante en ventas para el comercio minorista en general, siendo apenas superada por la Navidad. Sin embargo, para el sector de flores y plantas ornamentales es la principal oportunidad comercial, siendo que en este período las ventas acostumbran a ser de tres a cuatro veces más que el promedio de las restantes semanas del año.

Se encuentra justificada así la gran atención puesta en esta fecha, que condiciona significativamente el comportamiento de la cadena productiva de la floricultura. Desde el productor, pasando

por comerciantes mayoristas y minoristas, hasta fabricantes de accesorios y floristas, todos están empeñados en obtener el mejor resultado comercial posible, visto que, de los resultados económicos de este pequeño período, dependerá parte buena del éxito de sus negocios.

En 2010, el Día de la Madre se conmemoró el 9 de mayo. Para el comercio, sin embargo, las ventas se distribuirán en un período de tiempo mayor que extiende del 26 de abril (lunes de la quincena anterior a la fecha conmemorativa), hasta el 16 de mayo (primero domingo siguiente).

Muchas floristerías, orquidarios, mayoristas y minoristas de flores y plantas or-

namentales preparan fiestas y festivales temáticos especialmente para la fecha, con vistas a estimular el consumo y fortalecer el hábito de regalar flores y plantas a madres, abuelas, esposas y suegras. Estas iniciativas se acompañaron de cursos, talleres de arte floral y cultivo de orquídeas y otras flores, muestras y exposiciones, concursos y distribución de regalos, entre otras actividades promocionales.

En Brasil una de las fuentes de referencia más consideradas para evaluar las previsiones de venta del comercio minoristas

Según los datos de la Cámara Electrónica de Comercio, de los 10,5 billones de dólares de facturación del año pasado, la venta de flores en Internet alcanzó el 1% de las transacciones de 17,2 millones de consumidores.



destacan entre otras opciones de regalos. Después de todo, son artículos de valor unitario más pequeño, normalmente de pago inmediato, o a plazos menos comprometidos para

en las principales fecha del consumo, es la Investigación de Expectativa Comercial, llevada a cabo por Serasa Experian desde 2006. Para el Día de la Madre, realizaron un estudio en 936 comerciantes en todo el País, entre los días 6 y 15 de abril, revelando una estimación de crecimiento en el valor de ventas del orden de 5,3% respecto a la misma fecha de 2009.

Las flores ocuparon de nuevo, como ya pasó el año pasado, la segunda posición en la clasificación jerárquica de las preferencias de los consumidores, con 18% de las respuestas obtenidas. En 2009, las respuestas fueron del 19% de las opciones. Es importante destacar esto, una vez más, superaron las expectativas de compra de los teléfonos móviles (16%), electrodomésticos (14%) perfumería y cosmética (8%), electrónica (6%), joyas y relojes (2%), chocolates y dulce (1%), utensilios domésticos (1%), decoración y mobiliario (1%), CD's, DVD's y libros (1%), viajes (1%) y otro (1%)³. Este estudio señalaba también que el 52% de las ventas serán en pago directo y el 48% a plazos, la misma relación que en 2009.

El crecimiento proyectado de ventas está justificado por los buenos indicadores de la economía brasileña que está permitiendo el aumento de la confianza del mercado y el crecimiento del consumo. Entre esos factores positivos destaca: la sustentación de la oferta de crédito directo para los consumidores a bajo interés y largo plazo; el aumento de los niveles de empleo y renta de la población. Se nota, sin embargo, que para ser más favorable que el año pasado, los consumidores se reservan en general a asumir nuevas deudas. Esta es la principal razón de que artículos como ropa, zapatos y accesorios sean los primeros en la preferencia de los consumidores durante el Día de la Madre, tuviera un 31% de las respuestas, así como las flores que

las finanzas personales.

El super e hipermercados

Las grandes redes de super e hipermercados estimaron un crecimiento de las ventas de entre 15% y 25% respecto al año anterior. En aquellas tiendas enfocadas en los consumidores de rentas medias-altas, las mayores expectativas recayeron en ocho-diez opciones: bouquets preparados, ramos de rosas, gerberas, alstroemerias, orquídeas envasadas como Phalaenopsis, Cymbidium, Cattleya y otras flores de reconocida preferencia en la cultura brasileña. Para las tiendas más populares esperaban mayores índices de venta en begonias, lirios, crisantemos y ciclámenes.

Venta on-line

Se estima que el comercio electrónico moverá 13,6 billones de dólares y el día de madre debe contribuir a alcanzar estas cifras. También en el ciberespacio, la fecha se comporta como la segunda oportunidad más grande de ventas, simplemente superada por Navidad. En 2009, el Día de la Madre alcanzó 440 millón de dólares en las ventas electrónicas. Del total, dominaron las ventas los electrodomésticos, móviles, libros, perfumes, ropa y accesorios en general que todos los años crecen, pero también la búsqueda de ramos y arreglos de flores.

Según los datos de la Cámara Electrónica de Comercio, de los 10,5 billones de dólares de facturación del año pasado, la venta de flores en Internet alcanzó el 1% de las transacciones de 17,2 millones de consumidores.

En abril de 2010, las principales compañías de comercialización de flores en Internet divulgaron al mercado sus proyecciones de venta para el Día de la Madre. Las expectativas apuntaban hacia índices de crecimiento del 20-40% respecto a 2009. Contribuyeron a este au-

mento las constantes inversiones en marketing digital, la participación de empresas virtuales en redes sociales y el aumento de la confianza del consumidor en la compra por Internet.

La llegada del consumidor de menor poder adquisitivo al mercado digital también se celebra en las floristerías on-line. Para ese público, las principales compañías del segmento prepararon las ofertas especiales, arreglos más sencillos y de precio asequible, además de la posibilidad de pagos en cuotas para los pagos con tarjeta del crédito.

La producción y el comercio mayorista de flores y las plantas ornamentales en el suministro del mercado durante el Día de la Madre 2010.

El verano lluvioso que castigó las principales áreas productoras de flores y plantas durante los primeros tres meses del año, coincidiendo con frentes fríos en varios momentos del mismo período, acabó por comprometer la regularidad de la oferta y el aprovisionamiento del mercado. El cultivo de rosas, particularmente, experimentó la mayor incidencia de enfermedades fúngicas (mildiu y oídio, entre otros) y la reducción tanto de la producción, como de la calidad de los botones, marcó el ritmo de suministro del mercado sensiblemente. Ya se notó la carencia de oferta de rosas en el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo) y sus reflejos se extenderán hasta el Día de los Amantes (12 de junio). Los principales mercados minoristas tuvieron un reducido movimiento y, por consecuentemente, los precios se elevaron.

En el Mercado de Flores y las Plantas Ornamentales de CEAGESP – en el Término de Entrepuesto de São Paulo, el volumen comercializado de flores y plantas ornamentales entre los meses de enero a marzo decayó un 8,0% frente al mismo período de 2009 y los precios ascendieron un 3,3%. Como resultado, el movimiento financiero global de la sección mostró un valor 4,9% inferior al valor del primer trimestre del año pasado. De manera general, en todos los mercados mayoristas, los productos que tenían el aprovisionando más comprometido fueron las flores cortadas, destacando rosas y Gypsophila. Las flores y plantas envasadas tuvieron mejor suerte y, en muchos casos, se había extendido la oferta.

Aunque ya se puede observar las primeras tendencias de la recuperación y regu-

larización en el suministro del mercado, el fuerte aprovisionamiento típico a los días previos a la Madre puede provocar la presión sobre el comercio mayorista y el incremento de los precios.

Cooperativa que Vela Holambra (CVH). En este mercado, la comercialización más intensa tiene lugar desde el 26 de abril extendiéndose hasta el 8 de mayo. Durante este período, deberán venderse 14 millones de unidades de productos, o el equivalente a 54 mil carros repletos de flores y plantas ornamentales de corte y envasadas. Tal cantidad debe representar un incremento alrededor del 10% en volumen, comparado con el mismo período de 2009 y un 20% en la facturación global de la cooperativa hasta la fecha.

Las rosas mantienen el liderazgo del ranking de preferencia de consumo. El mercado será abastecido por la recuperación de la oferta del producto nacional que, sin embargo, debe enfrentarse a la fuerte competencia de las rosas colombianas importadas, con grandes botones y colores fuertes e intensos - otra marcada preferencia del consumidor brasileño.

En la Cooperativa Veiling Holambra las flores envasadas representan el segmento que más crece entre las opciones de regalos durante el Día de la Madre, siendo la sustentación principal para el crecimiento global de la compañía. Están esperándose mayores índices de crecimiento de ventas para orquídeas - sobre todo Phalaenopsis - seguido por kalanchoes, crisantemos, azucenas y begonias.

CEASA de Campinas. Con la llegada del Día de la Madre, el promedio de visitantes del Mercado de Flores debe incrementarse de 800 a 1.600 personas al día aproximadamente. La semana anterior a la fecha se esperan 10.000 clientes, prin-

cipalmente el lunes y jueves días de funcionamiento más intenso del mercado y con un horario especial para los compradores registrados.

Se espera un aumento de ventas del orden del 5% respecto al mismo período del año anterior. En mayo de 2009, el volumen de comercialización global de flores y plantas en vaso aumentó un 20%, comparado con el mismo mes del año anterior, y el volumen de rosas subió un 15%. En el mes de mayo de 2009, las ventas de rosas - favoritas del consumidor - consiguieron alcanzar entre 2,0 y 2,5 millones de botones, con un crecimiento del 8% en los resultados de 2008. Otras flores que tienen el consumo extendido en el período son Lisianthus - sin duda, influenciado por la similitud de la forma de sus pétalos con las rosas - gerberas y flores envasadas como las orquídeas, begonias, violeta y prímulas. Los crisantemos se encargan tradicionalmente para las madres, suegras y esposas ya fallecidas.

CEAGESP / Término de Entrepuesto en São Paulo

La semana que precede al Día de la Madre, la expectativa es que se comercialicen cerca de 3.000 toneladas, contra un volumen de sólo 800 a 1.000 toneladas en otras semanas del año. El movimiento financiero global en el período será de 12 millones de dólares, con preferencia de rosas y Lisianthus entre las flores cortadas y orquídeas, begonias, crisantemos, azucenas y ciclámenes en el segmento de envasadas.

El público visitante también debe crecer bastante, pasando de un total de 5-8 mil compradores por día a cerca de 25 mil cada día de comercialización.

Ceasa de Gran ABC. Se esperan aproximadamente 3000 compradores en el período. En el mercado de flores de este al-

macén mayorista, el promedio mensual de ventas es de 52 toneladas. Durante el Día de la Madre, las ventas aumentan el 45%.

El suministro de productos importados

El crecimiento que se verifica en el mercado consumidor de flores y plantas ornamentales, en general, ligado a los problemas climáticos que limitaron la oferta de producto nacional a lo largo de los primeros meses del año, están manteniendo una fuerte expansión de la importación de flores, sobre todo de rosas de Colombia y Ecuador. Para el promedio de las compañías activas en el segmento, la compra de productos extranjeros se ha sosteniendo a un ritmo superior al del año pasado en por lo menos 30%, conducta que deberá extenderse también durante el Día de la Madre.

De enero a marzo de 2010, fueron importados por Brasil 708mil de dólares de rosas frescas principalmente de Colombia (80,64%), Ecuador (19,30%) y Holanda (0,06%). Aunque los precios en el mercado internacional son estables desde el año pasado, se esperan subidas en el mercado interior por la demanda y falta de oferta del producto nacional, pero también debido al hecho de que la mercancía importada de Colombia - también registra pérdidas mayores por el exceso de lluvia y humedad en el área de origen. ✿

Los autores agradecen la valiosa colaboración prestada por todas aquellas empresas y profesionales que han hecho posible la redacción de este informe.

VerdiBook
LIBRERÍA VERDE

Ctra. de los Motores, 121 - 04720 Aguadulce, Almería, España T (+34) 950 34 74 74 / 75 - F (+34) 950 34 74 76 E verdibook@verdiland.com

Catálogo on-line
Libros de Arte Floral
Flores, Plantas, Jardinería, Horticultura...

¡VISÍTANOS!
<http://www.verdibook.com>