



## Venda de flores no dia dos namorados em 2013

**Antonio Hélio Junqueira \***  
**Marcia da Silva Peetz \*\***

O Dia dos Namorados, como já se sabe, representa uma das mais importantes datas de venda para o setor varejista no Brasil, em especial para o comércio de flores.

Diferentemente de boa parte do mundo, especialmente dos EUA e de muitos países europeus, por aqui, esta comemoração não ocorre no Dia de São Valentim (14 de fevereiro). Entre nós, a instituição do Dia dos Namorados, no mês de junho, se deveu a uma jogada de marketing criada e implementada por João Dória (1919-2000), em 1949, através da agência Standard Propaganda. A necessidade de criar um estímulo para as vendas varejistas tradicionalmente fracas na metade do ano, levou à ideia de criar uma nova data que impulsionasse o consumo, logo muito bem recebida e incentivada pelo mercado.

A data escolhida coincide com a véspera do dia consagrado a Santo Antônio, considerado o santo casamenteiro e o padroeiro do enamoramento, do amor e da paixão.

Segundo as pesquisas da Serasa Experian sobre as Ex-

pectativas de Vendas para o Dia dos Namorados, as flores têm significado, em média, 12% das intenções de compras para presentear nesta data. Pela série histórica de dados destas pesquisas, é possível constatar que em anos nos quais o endividamento dos consumidores no cartão de crédito e as taxas de inadimplência andam mais elevadas, a participação das flores entre as opções de compra aumentam significativamente, como ocorreu em 2008 e 2009, quando a intenção de presentear com flores elevou-se para 16% e 18%, respectivamente. Em 2013, tal fato voltou a se repetir, haja vista que o endividamento e a inadimplência dos consumidores encontram-se em alta.

Entre as flores preferidas para compra nesta data, as rosas vermelhas dominam completamente o mercado, tanto em unidades, quanto em buquês de seis ou 12 hastes. No Brasil, há pouca flexibilidade do consumidor para incluir rosas cor-de-rosa ou de outras colorações nesta data, diferentemente do que ocorre no mercado norte-americano, por exemplo, onde estas encontram larga penetração. Tentativas anteriores de importadores em trazerem rosas nestas colorações

alternativas (cor-de-rosa, branca, mistas e outras) resultaram em grande fracasso de vendas.

Para o ano de 2013, a falta, já prevista, de rosas para o adequado abastecimento do mercado no Dia dos Namorados acabou provocando forte pressão de preços em toda a cadeia, que resultou em elevação das cotações da ordem de 30% sobre o mesmo período do ano anterior, impactando o mercado global da floricultura.

### As principais razões para a queda na oferta de rosas para a data foram as seguintes:

1) Redução da oferta de rosas oriundas do mercado interno, em função de importantes problemas climáticos ocorridos nas regiões produtoras do Ceará e de Minas Gerais ao longo dos primeiros cinco meses do ano (especialmente em abril e maio). No Ceará, a forte seca que atingiu a região da Serra de Ibiapaba fez despencar a produção de flores, especialmente a das rosas, para apenas 132 mil hastes, ante a previsão anterior de 188 mil que deveriam ser obtidos nos 70 hectares cobertos com estufas presentes na região. Já em Minas Gerais,

na região de Andradas, os problemas foram devidos ao frio e ao excesso de chuvas, que chegou a reduzir a produção em cerca de 35%. Com a presença de muitos dias nublados, faltou calor e luz, fatores essenciais para a produção e a qualidade das rosas.

2) Redução da oferta e da qualidade das rosas disponíveis para a importação brasileira no mercado internacional (da Colômbia e Equador), em função da relativa recuperação do mercado norte-americano, para onde as rosas são dirigidas com prioridade;

3) Endividamento do consumidor brasileiro no cartão de crédito e aumento da inadimplência, o que provocou menor procura por presentes duráveis e de maior valor unitário, comprados a prazo, abrindo, assim, maior espaço para a entrada das flores.

Além disso, a proximidade das duas principais datas de consumo: Dia das Mães (segundo domingo do mês de maio) e Dia dos Namorados (12 de junho), deixa pouca margem para a organização estratégica de produção e de abastecimento por parte dos produtores.

Em decorrência de fenômenos como estes, que atingem notadamente a oferta de rosas, os mercados para flores alternativas, especialmente os vasos de orquídeas (*Phalaenopsis*) e de antúrios, vêm, ano a ano, se expandindo para a data, tendência que deverá se acentuar já no futuro próximo.

Em 2014, poderão voltar a ocorrer, ou não, problemas de abastecimento semelhantes a esses. Porém, uma coisa já está decidida: será um Dia dos Namorados muito diferente e que provavelmente reduzirá o foco nos presentes, pois coincidirá com a partida inaugural da Copa do Mundo de Futebol, no Brasil.

\*Engenheiro agrônomo, doutorando em Ciências da Comunicação (ECA/USP), mestre em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), pós-graduado em Desenvolvimento Rural e Abastecimento Alimentar Urbano (FAO/PNUD/CEPAL/IPARDES), sócio administrador da Hórtica Consultoria e Treinamento.

\*\*Economista, pós-graduada em Comercialização Agrícola e Abastecimento Alimentar Urbano, sócia-administradora da Hórtica Consultoria e Treinamento.