



INFORMATIVO

Abril de 2019 - ANO 10/ VOL. 93

Ibraflor



PALAVRA DO PRESIDENTE

Kees Schoenmaker



O Ibraflor completou 25 anos no dia 15/04/2019 e está com a energia de um jovem adulto sabendo que seu papel para o Setor Ornamental foi e será fundamental. **Parabéns para todos nós!** A Adriana vai relatar alguns tópicos memoráveis desta nossa jornada e gostaria de agradecer todos pelo enorme apoio que sempre tivemos em especial as **Cooperativas e Associações**.

Com a mudança do Governo as expectativas em relação à economia estavam otimistas e se falava num possível crescimento de até 3%. Passada a euforia e caindo mais na real as premissas foram mudando, mudando, mudando e hoje se fala que podemos estar satisfeitos com um crescimento do PIB de 1%. Todos nós sabemos que é pouco, ainda mais se comparado com a inflação que vai ficar ao redor dos 4%. Traduzindo: o nosso crescimento via aumento de faturamento vai ser pouco e a inflação deixa a desejar, ou seja, custos bem maiores. Desde já podemos prever que vai ser um ano novamente com muitos desafios para o nosso Setor. No lado da oferta dos produtos se fala num aumento robusto em quantidade o que aumenta ainda mais o nosso desafio.

Mesmo assim acredito que não há motivo para ficar preocupado ou desanimado. Isso porque nos últimos anos, mesmo com a economia andando de lado sempre obteve bons resultados quem mudou a sua forma de trabalhar. Isto é válido para quem produz como também para quem comercializa.

Podemos ter certeza que o mercado continua mudando e exigindo cada vez mais dos seus fornecedores seja em padronização, qualidade, regularidade, rastreabilidade e confiabilidade. Basta ver o que acontece nos EUA e União Europeia (incluindo UK) que sabemos que este processo não vai parar. Portanto, é melhor a gente não apenas se preparar para isso, mas se antecipar ao que está por vir.

Positivo é perceber que somos capazes de dar as respostas necessárias para que o mercado absorva este aumento de produção mesmo com a economia em baixa. Hoje de manhã ainda ouvi de um colega produtor da Holanda que anualmente vem para o Brasil, que estamos com muitos produtos e a qualidade que está sendo colocada no mercado é tão boa quanto na Europa. Além disso, ele percebeu que anualmente o nosso Setor está evoluindo! Mas..., não deixou de mencionar que não é assim com todos os produtos e nem com todos os produtores...

A qualidade, regularidade, padronização, apresentação, diferenciação e comunicação estão nas mãos de cada um de nós! Portanto, como será o ano depende em grande parte de nós mesmos!

Sucesso nesta caminhada de constantes melhoramentos!!! Vamos que vamos para os próximos 25 anos!!

Abraço cordial e ótimo mês,
Kees Schoenmaker - Presidente

AGENDA DE REUNIÕES EXECUTIVAS 2018

29 de Maio – Assembleia Geral Ordinária às 14h – Espaço Cultural Terra Viva
04 de Setembro – 8ª Edição do Seminário IBRAFLOR em Holambra/ SP – Esp. Cultural Terra Viva
05 de Setembro - Reunião Executiva às 08h30 em Holambra/ SP - Espaço Cultural Terra Viva
04 de Dezembro - Reunião Executiva às 14h em Joinville/ SC

AGENDA DE REUNIÕES DA CÂMARA – 2018 - 24/07 – 27/11

As Reuniões se iniciam sempre às 14h. em Brasília/ DF.
<http://www.agricultura.gov.br/camaras-setoriais-e-tematicas>

Prezados Associados,

O que temos para este mês: Pré Programação do nosso Seminário fechada e inscrições abertas (garanta já a sua... as vagas são limitadas), matéria do nosso colunista Augusto Aki sobre o mercado e suas mudanças e seus avanços, matéria sobre os 30 anos do Klok, matéria sobre o Veiling Marketing, Ações dos nossos Associados, Eventos Nacionais e Internacionais, uma matéria sobre um grupo de alunos da FGV (Fundação Getúlio Vargas) que realizou uma missão bastante produtiva em Holambra, Oportunidades, Notícias, e etc...

Conforme já comentado pelo nosso Presidente no Editorial o Ibraflor completou recentemente seus 25 anos. E eu estou a 23 anos participando ativamente de todas as ações realizadas, fui incumbida de relatar aqui algumas das ações e trabalhos de maior destaque do nosso Instituto. Farei aqui um breve histórico, pontuando alguns de maior relevância, vamos lá:



- Sua primeira ação marcante foi elaborar um Padrão de Qualidade para as 24 espécies mais comercializadas naquela época;
- Em seguida foram realizadas ações e projetos com o objetivo de abrir portas para o MERCOSUL;
- Após isso vieram os Programas de Exportação (FloraBrasilis), viagens Internacionais, destacando nossos produtos (tropicais principalmente) e Artistas Florais (naquela época: Alfredo Tilli e Tanus Saab – estávamos muito bem representados... não acham?);
- Participamos da criação da Câmara Setorial Federal onde ficou definido que todos os assuntos demandados pelo Setor via Ibraflor seriam destinados também para a Câmara (funciona assim até hoje);
- Sempre participamos dos maiores eventos do Setor;
- Realizamos ações efetivas e concretas ligadas ao aumento do consumo (Projeto + Flores);
- Coordenamos em conjunto com outras Instituições a elaboração do Diagnóstico do Setor (2015 – que o é o dado mais atual que temos), temos contato com toda a liderança atual do setor e com base nestes contatos buscamos sempre atualizar os dados gerais e estimativas (que tem dado certo);
- Todo ano realizamos um Seminário onde as grandes lideranças participam com todo o setor representado (Produção, Atacado, Garden, Floricultura, Varejo, Decorador, etc...) discutimos os gargalos de um tópico pré-definido – este ano, por exemplo, vamos falar de Informação e Comunicação;



- Marketing Institucional – estamos trabalhando com uma pesquisa sobre a data Valentines Day ser realizada aqui no Brasil. Contratamos a ESPM Jr. e a mesma deverá entregar o trabalho ainda neste semestre;
- **Graças ao envolvimento direto do IBRAFLOR**, conseguimos a dispensa do uso do PTV e CFO para rosas e mais alguns produtos para todos os Estados onde foi comprovado oficialmente a existência da Mosca Negra. Significa um avanço enorme e uma grande redução nos custos para atacadistas e produtores! Há uma estimativa, feita pela CVH, que o custo para clientes e produtores (ligados a CVH) giravam em torno de R\$ 1.000.000.00 ao ano;
- **Minor Crops**, O IBRAFLOR tem participado ativamente deste assunto! Hoje o setor encontra grande dificuldade com o Registro de Defensivos e Projeto esta em reta final para ser aprovado. Uma grande conquista para o Setor;
- Temos hoje um bom relacionamento com a CNA, Confederação Nacional da Agricultura, que por muitas vezes tem nos ajudado com os Pontos da Câmara Setorial.

Temos muitos mais pontos de trabalho... penso que poderíamos em cada edição trazer uma matéria com fotos, descrição melhor dos fatos, com depoimentos Diretores que estavam naquele período. O que acham? Vamos fazer? Estarei trabalhando neste ponto! A coluna terá o título: 25 anos de Ibraflor!

No próximo mês temos Assembleia Geral Ordinária (29/05 veja Edital abaixo) com eleição de nova Diretoria que ficará com a Gestão até 2023. Venha e participe! Quer fazer parte da nossa Diretoria? Participar ativamente dos trabalhos? Alinhar os gargalos? Ações? Definir Planejamento Estratégico? O que Você acha disso? Há quanto tempo Você é o nosso Associado? Gostaríamos muito de poder contar com novas energias!

Boa Leitura! Espero que apreciem! A próxima edição será fechada após a Assembleia, mas estarei inserindo alguns textos/ notícias em nosso Site e encaminhando link por WhatsApp.

Grande Abraço e até o próximo,

Adriana Rosa - Coordenadora Executiva do Ibraflor



**EDITAL DE
CONVOCAÇÃO**

EDITAL DE CONVOCAÇÃO

O Presidente do **IBRAFLOR – Instituto Brasileiro de Floricultura**, **Kees Schoenmaker**, em conformidade com o seu Estatuto Social, pela presente, convoca todos os associados para a **Assembleia Geral Ordinária** que será realizada no dia **29 de maio de 2019**, às 13h30min horas, em primeira convocação com a presença não inferior a 1/3 (um terço) dos sócios efetivos quites, ou, em segunda convocação, às 14h00min horas, com qualquer número de sócios efetivos quites com a tesouraria do IBRAFLOR, no Espaço Cultural Terra Viva, na Av. Rota dos Imigrantes, 605 – Holambra SP, tendo como ordem do dia:

- Abertura;
- Apresentação do Relatório de Atividades/ Ações;
- Prestação de Contas;
- Eleição de Nova Diretoria (2019 a 2023) – Diretoria Executiva 12 membros (vide relação atual de cargos no link da Diretoria no nosso site) e Conselho Fiscal com 6 membros, sendo destes 3 suplentes;
- Outros assuntos de interesse geral.

Kees Schoenmaker
Presidente



04/09/2019 - Holambra/ SP
INFORMAÇÃO e COMUNICAÇÃO

LOCAL: ESPAÇO CULTURAL – HOLAMBRA SP

**INSCRIÇÕES
ABERTAS**

VAGAS LIMITADAS

08h:00 – Recepção.

08h:30 - Abertura – **Kees Schoenmaker - Presidente do IBRAFLOR.**

08h:45 – Palestrante PRINCIPAL – VERA LONGUINI – Jornalista e Assessora de Imprensa com grande experiência no Setor de Flores.

10h:00 – Coffee Break.

10h:30 – Apresentação e Discussão dos Elos, com base nas questões abaixo:

- 1) Como Você lida com a questão da **Informação** no seu negócio?
- 2) Que formas de **Comunicação** Você utiliza no seu negócio?

- **10h30 às 11h15: Produtor** – Daniel Boersen – Holambra SP
- **11h15 às 12h00: Outro Setor - Folhosas** – Márcio Hasegawa – <http://www.grupohasegawa.com.br>
- **12h00** – Almoço.
- **13h30 às 14h15: Garden** – Regina Célia Bazani, da Mil Plantas - <http://milplantas.com.br/>
- **14h15 às 15h00: Influencer** – Ananda Apple, Jornalista da Rede Globo
- **15h00** - Coffee Break.

Casos de Sucesso:

- **15h30 às 16h15: Dário Bergman**, da Agrícola da Ilha (Joinville SC) - <http://www.hemerocallis.com.br/>
- **16h15 às 17h00: Rachel Steltenpool**, da Steltenpool Flores e Plantas - <http://www.steltenpool.com.br/>

17h00: Considerações e Direcionamentos para o Planejamento Estratégico de 2020 – Por **Kees Schoenmaker**.

17h:30 – Encerramento e Coquetel servido até às 19h00.

Inscreva-se Já!

O Sócio Ibraflor tem isenção da taxa

PARA QUEM NÃO É ASSOCIADO:

Taxa no valor de R\$ 100,00.

Depósito em conta: Banco do Brasil
Ag. 3143-7 C/C 15061-4

Enviar comprovante por **e-mail:** ibraflor@ibraflor.com
ou **WhatsApp:** (19) 99102-6014

A/C Adriana Rosa



Projeto 'Uma flor por um dia melhor' já atingiu mais de mil pessoas na capital e ABC Paulista

Chega a ser impossível um Fiat Idea prateado se destacar em meio ao mar de veículos no trânsito da Grande São Paulo, porém o que ninguém faz ideia é o que acontece dentro do carro de Ademir Sousa Costa, de 42 anos. O motorista de aplicativos tomou conta da internet ao promover seu projeto "Uma Flor Por Um Dia Melhor" nas redes sociais, conquistando passageiros e internautas de todo o Brasil. Faturando cerca de R\$ 2 mil por mês com as corridas, Ademir gasta R\$ 600 com as flores, o que equivale a 30% de seu salário. O motorista separa 40 flores por dia no carro, enquanto outras 80 ficam guardadas na geladeira de sua casa.



"Dar flores sempre foi um hábito particular para demonstrar o quanto as pessoas são especiais na minha vida", começa Ademir em conversa exclusiva ao Destak sobre seu projeto, que consiste em entregar uma rosa para cada passageiro que solicitar uma corrida em seu carro. De acordo com ele, as pessoas entravam muito aborrecidas e quietas no carro, até que ele teve uma ideia de "quebrar o gelo" e proporcionar uma corrida agradável para os passageiros. "Resolvi levar o projeto depois de 30 dias trabalhando por aplicativo, depois de perceber que o amor ao próximo não existe mais. As pessoas esquecem que são seres humanos: entravam no veículo, davam bom dia, boa tarde ou boa noite e o assunto acabava ali."

"Mulheres, principalmente. Quando uma passageira entrava no carro, ficava encolhida no banco, com medo do motorista, e percebi que a violência estava tomando conta de todo mundo", contou Ademir, que está desempregado e dirige carros de aplicativo há cinco meses. Porém, essa abordagem de Ademir ainda causa uma certa desconfiança das passageiras no início da corrida. "Achei que ia ser assediada ou algo do tipo, mas essa impressão foi logo quebrada assim que ele me contou do projeto dele", comentou Erika Tatiane Souza, de 31 anos, que solicitou uma corrida com Ademir em fevereiro. "Eu estava num dia muito difícil e entrei no carro dele chorando, até cheguei a ser mal educada de tão nervosa que eu estava", relembrou a analista comercial. "No fim da corrida eu até já tinha esquecido porque estava triste."

No Instagram, "Uma Flor Por Um Dia Melhor" alcançou um pouco mais de 1.200 seguidores, além de Ademir já ter distribuído mais de mil rosas pela capital. "A pessoa entra no veículo, eu cumprimento e pergunto como está sendo seu dia. Então eu apresento o projeto, falo quem eu sou e conto do "Uma flor para um dia melhor", em que recepciono todos os meus passageiros com flores para, de alguma forma, melhorar o dia das pessoas."

A iniciativa chegou a alcançar pessoas no exterior. "Chegou em Nova Zelândia, através de um conhecido de duas passageiras de Belo Horizonte que passeavam por São Paulo", relembra Ademir, sobre um jovem ter compartilhado seu perfil no Instagram. "Todo mundo começou a conhecer o meu trabalho, eu recebo apoio diariamente."

Fonte: https://www.destakjornal.com.br/cidades/sao-paulo/detalhe/motorista-de-aplicativo-gasta-30-da-renda-com-flores-para-passageiras?fbclid=IwAR1g1_GJdN13MG0mLT8iZlIc6qDnMCRF9avUvi7IMCAJZYAJT9yKpyxCOY

Tem
**NOVI
DADE**
pra você!



Você já ouviu falar em kokedama?

A mais nova sensação de arranjo sem vaso conquista adeptos pela simplicidade, beleza e facilidade na manutenção.

Que tal ter em casa uma técnica japonesa de criação de arranjos de plantas ornamentais sem vaso e que encanta pela simplicidade e por ser diferente? A kokedama é uma bola de musgo e substrato onde se coloca orquídeas, suculentas e folhagens. O interessante é que é desnecessário o plantio em vaso. Ela pode ficar pendurada ou mesmo sobre a mesa ou um móvel qualquer, em um prato.

Esta variante do Bonsai oferece todo um charme para o ambiente porque, pendurada, dá a impressão de estar flutuando. O detalhe é que a Kokedama pode ficar ao sol ou à sombra. Se for ao sol, o ideal é plantar suculentas. Se à sombra, orquídeas e folhagens são uma bela opção.

A kokedama, quando suspensa, é toda amarrada por fios e isso traz um pouco da natureza pra dentro de casa. As varandas ficam com um toque descontraído e a decoração toma um ar descolado. Essa bola de musgo está fazendo um sucesso por causa do pouco trabalho que dá em termos de manutenção. Para regar, é preciso apenas borrifar água. Quando muito seca, é bom mergulhar a bola de musgo na água por uns 5 minutos para hidratá-la. Sempre deixar escorrer o excesso de líquido antes de colocar a kokedama de volta ao seu lugar.

Onde encontrar?

Você mesmo pode fazer sua kokedama ou simplesmente comprá-la prontinha para colocar em casa. A Agapanthus Floricultura Curitiba oferece arranjos dos mais simples aos mais elaborados. Preços a partir de R\$ 32,00. Isso vai depender da planta que você vai querer colocar dentro da sua bola de musgo. Dá uma olhada lá no site <https://www.agapanthus.com.br>



Alunos da FGV descobrem novos caminhos no mercado de Flores e Plantas Ornamentais

Ao Visitarem as duas maiores Cooperativas do Brasil, Área de Produção e também conversar com grandes Líderes, os estudantes conhecem os desafios do mercado e encontram vocações.

Na Cooperativa Veiling Holambra



Visitando o Grupo Terra Viva



Há mais ou menos uns dois meses atrás recebi uma ligação do Professor Marcos Fava Neves pedindo minha ajuda para montar uma agenda de visitas para um grupo de alunos da FGV (Fundação Getúlio Vargas) para um Projeto da Faculdade intitulado como: Diferenciação e Inovação no Agronegócio - Imersão na Cadeia de Flores. Achei a ideia bastante positiva e promissora, montamos uma agenda com visitas as Cooperativas (Veiling e Cooperflora), visita ao Campo de Produção entendendo todo o processo (Grupo Terra Viva), e finalizamos com um bate papo mostrando para os alunos os números reais do Setor.

A visita serve como complemento da disciplina ministrada pelo Professor Marcos Fava Neves. Os alunos conhecem a realidade vivida do Setor desde a produção ate a sua comercialização. **“Acredito que este tipo de ação seja fundamental para o desenvolvimento de alunos e futuros profissionais do mercado. Percebemos um alto nível de interesse e de perguntas muito pertinentes, que até para nós do ramo nos faz refletir sobre alguns pontos, portanto agrega para todos”**, declara Jorge Possato – Gerente de Logística da Cooperativa Veiling Holambra SP.

“Essas visitas nos trazem uma experiência que pode ser utilizada até mesmo numa entrevista de emprego, pois vou ter uma visão melhor de como funciona todo o processo e clarear minhas ideias”, conta uma das alunas. Outro estudante afirma que é muito importante, conhecer todas as etapas de produção do produto que será disponibilizado no mercado: “Além de analisar os dados, podemos melhorar o resultado final de um produto e corrigir algum problema que venha a surgir durante seu processo de produção”.



Agradecemos por compartilharem conosco este momento importante, de conquistas e planejamento para estes alunos que são hoje parte do futuro do nosso Setor, esta atividade de imersão na cadeia trouxe para todos eles uma clara ideia da realidade atual do Setor de Flores e Plantas no Brasil. Hoje a **Estruturação do Setor** é o nosso maior desafio, e este tipo de trabalho que a Faculdade teve a iniciativa de realizar só tem a somar com os nossos objetivos! Já deixamos um convite oficial para que este tipo de ação tenha continuidade!

Os Alunos irão realizar um trabalho de conclusão o qual teremos acesso e vamos divulgar!

Abaixo deixamos algumas imagens da visita.

Kees Schoenmaker – Presidente do Ibraflor

Na Cooperflora



No Espaço Cultural Terra Viva



Em debate



Apresentando os Resultados (2 dias após a visita)





Produção elevada em 2019/20 pode manter preço em menor patamar

Após registrar produção recorde na temporada 2018/19, o Brasil deve colher uma boa safra em 2019/20, conforme indicam pesquisadores do Cepea (Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada), da Esalq/USP. Apesar da bialidade negativa em grande parte dos cafezais de arábica nesta temporada, o clima tem favorecido o desenvolvimento das lavouras, o que pode elevar a produtividade dos cafezais. Nesse cenário, os preços interno e externo do arábica podem seguir em patamares inferiores aos observados em outros anos de bialidade negativa.

Além do contexto positivo para o arábica, a produção de robusta também deve ser elevada em 2019/20. As chuvas volumosas a partir de agosto de 2018 favoreceram a recuperação dos cafezais após a colheita e também as floradas e o pegamento dos chumbinhos – que foram considerados excelentes. Algumas lavouras das regiões do Espírito Santo e de Rondônia, inclusive, já estavam na fase de enchimento de grãos em dezembro. Assim, muitos agentes esperam produção semelhante ou superior à de 2018/19.

Vale lembrar que boa parte dos países compradores do café nacional se abasteceu em 2018/19, devido à maior safra no Brasil e nas demais nações produtoras. Segundo o USDA (Departamento de Agricultura dos Estados Unidos), a temporada 2018/19 deve registrar novo recorde, de 171,16 milhões de sacas. A Colômbia deve produzir 13,8 milhões de sacas de arábica em 2018/19 e o Vietnã, 30,4 milhões de sacas de robusta. Com isso, os estoques globais podem se recuperar, terminando a temporada em 32,82 milhões de sacas, quantidade 11,6% maior que a da safra anterior.

Apesar da oferta elevada em 2018/19 e das boas expectativas para 2019/20, alguns fatores ainda podem impulsionar as cotações nos próximos meses. Além da influência do El Niño no início de 2019, tanto no Brasil quanto em outros países produtores, a possível maior incidência de broca nas lavouras e de menor qualidade da safra brasileira em 2019/20 podem reduzir a pressão sobre as cotações neste ano. Porém, esses impactos serão dimensionados apenas após o enchimento dos grãos. Além disso, o USDA estima aumento dos consumos nacional (em 3,1%) e mundial (em 2,8%) de café em 2018/19, também limitando as desvalorizações.

Outro fator a se considerar em 2019 é o menor poder de compra do produtor frente aos insumos utilizados nas lavouras. Até o momento, o maior reflexo desse cenário tem sido o atraso das aquisições e a troca por marcas mais baratas – porém, produtores seguem realizando, mesmo que parcialmente, os tratos nas lavouras.

Outras informações sobre as pesquisas do Cepea a respeito do mercado de café: www.cepea.esalq.usp.br/ e por meio da Comunicação do Cepea (19) 3429-8836 ou 8837 e cepea@usp.br





Augusto Aki é consultor do SEBRAE e trabalha com foco na INOVAÇÃO DO MODELO DE NEGOCIO. Tem graduação em Ciências Contábeis pela USP, Pós-graduação em marketing pela PUCC, Pós Graduação em varejo pela FEA/USP e MBA em E-business pela FGV.

É autor de 20 livros e de 15 cursos em DVD. Foi responsável pela área Administrativa e pela área de marketing do Veiling Holambra, onde criou o ENFLOR e foi ainda responsável pela Expoflora. Articulista na Revista Plasticultura e no Boletim Sindiflores.

SUA LOJA PRECISA SAIR DA ERA DO “O QUE FAZEMOS” PARA ERA DO “PORQUE FAZEMOS” NOSSOS MALES TÊM RAIZ NA ERA DE OURO DAS FLORES

www.negocioscomflores.com.br

A década de 90 foi à era de ouro da floricultura no Brasil. Nunca nesse mercado experimentamos um crescimento tão expressivo, e nunca mais isso se repetiu nessas proporções. O que justificou isso foi:

- O mercado era pequeno (assim qualquer crescimento representa um percentual muito alto de aumento);
- Havia pouca produção, poucas lojas e por isso dificuldade de acesso às flores – logo a abertura de lojas encontrou um consumidor havido por comprar;
- O consumidor estava saindo da década perdida (anos 80) e pela primeira vez em muitos anos podia pensar em algo mais que suas necessidades básicas – o que remetia para o consumo emocional e simbólico.

Decorrente disso, no nosso subconsciente coletivo (das lojas de flores) a razão de existir de uma floricultura era “vendo flores”. Isso está presente até hoje, pois quando você dá uma olhada nos slogans das lojas sempre verá frases que remetem para o que elas fazem – “flores de qualidade”, “flores e emoções” e coisas desse tipo. Isso caracterizou o que te trouxe até aqui, a era do “o que fazemos”. **AI ENTRAMOS SEM PERCEBER NA ERA DO EXCESSO DE OFERTA.**

Como qualquer outro setor da economia, a pressão da demanda gera mais oferta. Assim, a oferta cresceu, o número de lojas cresceu e os tipos de canais de vendas de flores também cresceram. Além disso, outros setores também cresceram (eletrônicos, roupas, cosméticos, lazer). Tudo isso significou uma grande pressão de oferta para o consumidor, um excesso de informações e uma desvalorização das lojas como um todo. O consumidor com mais alternativas criou filtros que bloqueiam as comunicações, tornou-se mais exigente no valor dos produtos e passou a ser infiel, se colocando como centro do universo. Isso faz muito sentido, pois também somos consumidores, e nada nos agrada mais do que poder decidir como gastar bem nosso dinheiro.

Como a lagoa diminuiu, leva vantagem quem tem um poder de visibilidade melhor e é por isso que se sobressaem os autosserviços, a venda pela web e os concorrentes de preço. Todos esses canais são de difícil competição para as lojas tradicionais, que infelizmente tem optado por fechar as portas e atuar como decoradores autônomos ou se apequenam, passando a vender mais preço e com isso se tornar mais genérico ainda. Isso não gera renda para investimento e nem uma perspectiva de crescimento para o negócio ou para seu dono.



QUO VADIS (PARA ONDE IR?)

Há esperança. Você tem que entender a nova pergunta chave e ela é: “POR QUE SUA LOJA EXISTE?”. A maior parte das pessoas responderá intuitivamente que é para atender os clientes com flores. Essa é a herança da era de outro. Mas está errada agora. VOCE EXISTE PARA RESOLVER UM PROBLEMA DO CONSUMIDOR e sua definição de negócio tem que estar alinhada com isso (seu slogan deve refletir isso). Por exemplo – “Ajudamos você a fazer feliz quem mais ama” (notaram a diferença, colocamos a necessidade do consumidor em primeiro plano).

E como chegar lá? Para te ajudar a refletir sobre esse “up grade”, listo abaixo alguns passos e reflexões que ajudarão muito a descobrir sua razão de existir:

1. Você precisa destinar para interagir com o consumidor, gratuitamente, num processo investigativo que aponte as principais angustias que o movem hoje... (as pessoas estão recebendo mais em casa, as pessoas estão comemorando mais as pequenas bodas, as pessoas estão comemorando mais os aniversários de 1 a 7 anos, as pessoas estão mais preocupadas com seu primeiro círculo de relacionamentos);
2. Para dedicar esse tempo para essa atividade, você precisa ter processos internos mais eficientes, que não tomem seu tempo (operacional e gestão). Você deve ter como meta 50% para eles e 50% para fazer a atividade 1;
3. Você precisa ter canais de relacionamento e visibilidade para facilitar essa investigação e por isso a presença digital é tão importante. Como os recursos estão curtos, você precisa se capacitar para fazer isso pessoalmente. Você precisa de disciplina para usar as redes em prol do seu negócio e não navegar nelas sem destino (e desperdiçar seu tempo);
4. Você precisa produzir conteúdo de valor (montagem de produtos, retaguarda das lojas, casos de clientes, simbologia de flores, dicas de oportunidades para presentear com flores, etc). Você precisa gerar MOEDAS SOCIAIS (lição – pesquise sobre esse termo na web);
5. Você precisa cadastrar seus seguidores para personalizar as conversas, humanizar os conteúdos e fazer propostas mais certeiras;
6. Você precisa integrar suas ações promocionais entre o virtual e o balcão, para potencializar seu negócio. Invista mais em criar uma história com seu cliente. As vendas virão naturalmente. Crie ambientes mais bonitos/ acolhedores, tenha promoções que premie o cliente apenas por vir à loja ou compartilhar seus momentos nas mídias da loja. Seja um amigo emocional para seu cliente!

Um exemplo muito bacana que segue esse modelo e que será a próxima onda de transformação nesse mercado são os COFFE FLOWERS, um modelo de negócio que reúne experiência de consumo e venda de produtos, baseado em um relacionamento contínuo e não em uma data de pico.

Se você entender a sutileza dessa mudança, não há autosserviço, concorrente de preço ou loja na web que represente risco para seu negócio. Você irá herdar a terra onde jorra o leite e o mel!

Quem desejar pode solicitar o GAME DE MARKETING, uma brincadeira gratuita onde você responde perguntas sobre seu negócio e ganha uma previsão sobre seu futuro. É grátis!

Augusto Aki – Consultor de modelos de negócios
www.negocioscomflores.com.br



RADAR – O que os nossos Associados estão fazendo?



INFORMATIVO Ibraflor

Uma combinação linda entre flores e frutas, esta foi a proposta do produtor Sítio São Jorge que usou melão com Aphelandra para compor este arranjo maravilhoso!

A Páscoa vem aí... Já imaginou uma mesa linda destas para receber seus convidados?

blogueirapenoaltar



Vocês já usaram o Cactus Coral em algum projeto ou trabalho? Já o conheciam? Temos no Granflora/ Holambelo.

holambelo



Atacado de Flores, Plantas e Acessórios
Fone: (19) 3902-9080
Email: contato@granflora.com.br
De segunda à sexta das 07:00 às 17:00
e sábados das 08:00 às 12:00 horas.



19º. Veiling Market indica boas expectativas para o mercado de flores e plantas em 2019

Andre Van Kruijssen – Diretor Geral



A 19ª. edição da Feira de negócios Veiling Market, realizada nos dias 20 e 21 de março nas dependências da Cooperativa Veiling, encerrou com um saldo positivo, apontando aquecimento do setor para 2019 e as melhores expectativas de investimentos para o mercado. A edição ainda contou com o lançamento da Univeling – a Universidade Cooperativa Veiling e o início das comemorações dos 30 anos do sistema Klok no Brasil. Cerca de 800 pessoas, representando mais de 500 empresas da cadeia produtiva e comercial de flores e plantas prestigiaram a 19ª. edição da Feira Veiling Market, realizada nos dias 20 e 21 de março na Cooperativa Veling.

Abrindo o calendário de eventos do setor, o tradicional encontro de produtores, clientes e profissionais do segmento de flores e plantas, prospectou negociações e contratos a médio e longo prazo direcionados principalmente para o primeiro semestre, e apontou tendências e novos produtos que estão chegando ao mercado atacadista neste início de ano.

A feira marcou ainda o início das comemorações dos 30 anos da instauração do Klok, sistema de leilão reverso holandês no Brasil e o lançamento da Univeling – a Universidade Cooperativa Veiling, que possibilitará qualificação e desenvolvimento para seus colaboradores, cooperados e clientes, tendo à disposição diversos programas de aprendizagem, inclusive capacitação e graduação à distância - EAD.

Contando com mais de 140 empresas expositoras, consultores, e parceiros comerciais, entre outros profissionais ligados ao meio, à feira é um verdadeiro celeiro de ideias e informações, conectando os diversos elos da cadeia produtiva e comercial do setor, promovendo também a interação dos profissionais e a aproximação comportamental do mercado.

Segundo Thamara D'Angieri, gerente de Marketing e Comunicação da CVH “O Veiling é uma instituição de referência, não só para produtores e clientes, mas também para toda a cadeia de flores e plantas, envolvendo profissionais e empresas direta ou indiretamente ligadas às diversas atividades do setor, por isso consegue promover diversas pontes e ligações entre estes segmentos de atuação e seus profissionais, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento do próprio segmento e a identificação de novas oportunidades”, observa.

“Com a abertura da Univeiling, este dinamismo e conhecimento do mercado, potencializará ainda mais a atuação da Cooperativa em prol da cadeia como um todo, fortalecendo e dando suporte aos nossos *stakeholders** (grupo de pessoas interessadas e envolvidas direta ou indiretamente junto à CVH)”. Comenta a gerente.

Durante a realização desta edição foram realizadas diversas palestras, dando início à atuação da Univeiling, e também em parceria com o Gran Flora um workshop sobre Decoração Aérea, Flores e Cenografia com os artistas florais Harley Vix e Michel Benevenute, apresentando técnicas, dicas e criatividade na elaboração de grandes arranjos suspensos.

O próximo encontro já tem data marcada, acontece em setembro nos dias 25 e 26. Se você é profissional da área ou atua neste segmento, não pode perder.

Serviço: Criada em 2010, o **Veiling Market** ganhou notoriedade no cenário comercial se tornando uma das principais feiras de negócios do segmento atacadista de flores e plantas ornamentais em âmbito nacional. Hoje desponta como um dos eventos mais importantes para o segmento profissional, apresentando lançamentos em produtos, apontando tendências e priorizando as negociações comerciais em médio e longo prazo.

Cooperativa Veiling Holambra - Departamento de Marketing e Comunicação
(19) 3802-9203 - comunicacao@cvh.com.br - www.veiling.com.br





**Veiling®
Holambra**

FLORES E PLANTAS ORNAMENTAIS

Leilão Holandês complete 30 anos

INFORMATIVO **Ibraflor**



Leilão holandês completa 30 anos no Brasil

Três décadas de evolução marcam a trajetória deste sistema que se mistura à história do desenvolvimento de produtores e empresas que integram a cadeia de flores e plantas no Brasil.

No último dia 3 de abril, o Klok Veiling completou 30 anos de atuação em solo brasileiro. Trazido por imigrantes holandeses no final da década de 80, o sistema reverso de leilão, o conhecido Klok holandês mudou o jeito de se comercializar flores e plantas no Brasil.

Em trinta anos de atividades, e milhares de lances concluídos, o Klok Veiling Holambra testemunhou inúmeras histórias de vida de seus clientes, produtores e colaboradores. Mesclando sua evolução com o próprio desenvolvimento da cadeia de flores e plantas em nosso país.

No vai e vem do ponteiro, hoje totalmente digitalizado, muitas pessoas e empresas se estabeleceram e se profissionalizaram, ajudando a consolidar todos os elos e segmentos deste setor. Uma história de sucesso e desenvolvimento que se mistura a história de cada um dos seus quase 400 produtores e dos mais de 600 clientes que hoje integram uma das mais importantes cooperativas comerciais agrícolas do Brasil.

Referencia mundial, o leilão de flores holandês (sistema reverso), chegou ao Brasil através de pequenos produtores - imigrantes estabelecidos na antiga Fazenda Ribeirão que por volta dos anos 1950, durante o pós-guerra, trouxeram na bagagem além de esperança, também conhecimento na produção e comercialização de flores e plantas.

Um misto de confiança e apreensão talvez tenha tomado àqueles homens e mulheres que na época, abril de 1989, já negociavam seus produtos em várias cidades da região. Todavia, seja por necessidade ou determinação, tiveram a coragem de trazer e implantar este curioso sistema, totalmente desconhecido deste lado do atlântico.

Esse jeito diferente de se comercializar flores em pouco tempo conquistou os brasileiros, e já em seu segundo ano de atuação chegava a Cooperativa o primeiro Klok, doado pelo Veiling de Bemmell, uma típica cidade holandesa situada a cerca de 100 km a leste da capital holandesa, Amsterdã. Um feito incrível para a época, uma vez que o “relógio” veio todo desmontado e foi necessário encontrar profissionais que desvendassem o quebra-cabeça para pô-lo em funcionamento.

Em 1997, chegaram os Kloks digitais e em crescente avanço, logo o leilão ganharia um novo aliado, a inovação tecnológica. Com o avanço tecnológico o mercado floricultor brasileiro prosperou, tanto em produtividade, aumentado o volume produzido, quanto em qualidade, padronizando os produtos e tornando a Cooperativa um referencial de mercado.

Ao mesmo tempo em que se fazia necessário o aumento na capacidade de atuação dos Kloks, devido ao aumento no mix e na produção de produtos, o desenvolvimento de toda a cadeia comercial também demandava novos processos, se fazendo necessário também uma adequação física para melhor atender a clientes, produtos e serviços. Surgia então o novo Complexo Veiling Holambra.

Inaugurado em 2009, o novo Veiling possibilitou o crescimento e desenvolvimento do segmento em diversas frentes na consolidação do setor. Um crescimento inerente à implantação do próprio sistema comercial diferenciado, moderno, dinâmico e de resultados. Uma infraestrutura que permitiu colocar em práticas inúmeros avanços em serviços e implementos ligados ao meio comercial, financeiro, administrativo e logístico da Cooperativa.

A nova tribuna, agora equipada com três Kloks projetados e com o dobro do tamanho (podendo comportar até 5 kloks no futuro), trouxe também maior velocidade e comodidade aos clientes. Visualizando melhor os produtos e as informações, podiam analisar com mais confiança e definir melhor suas estratégias comerciais na hora dos lances.

Mas a evolução não parou por aí. Também o imenso painel de LED de 17 metros, instalado em 2013, foi outro feito inédito. Superando em tecnologia e inovação os maiores leilões de flores e plantas do mundo, a CVH foi novamente pioneira trazendo a tecnologia HD para dentro do sistema Klok e seu pioneirismo dentro da cadeia comercial se consolidou ainda mais.

A reestruturação dos procedimentos técnicos que envolveram o leilão nestas três décadas de atuação, integrados a todo o desenvolvimento produzido, conferiu ao Veiling suporte e *know-how* suficientes para transformar a cadeia comercial de flores e plantas no Brasil, resultando em maior confiabilidade e referência dentro do segmento e junto aos profissionais que a integram. “Contar a trajetória do Klok é falar de nós mesmos, afinal, o relógio reverso faz parte de nossa história. Nossa história se fez a partir do Klok!”

Cooperativa Veiling Holambra - Departamento de Marketing e Comunicação
(19) 3802-9203 - comunicacao@cvh.com.br - www.veiling.com.br

Pátio do Leilão



Em ritmo de Páscoa, as flores de hoje são amarelas. A mais bela boca de leão amarela florida no meio da plantação, da Fazenda Lagoa Dourada @gruporeijers, no sul de Minas Gerais.



ATENÇÃO, temos novidade: *Statice Silver* - branca com miolo rosa, linda de viver! Com alta durabilidade, essa florzinha com ares de "flor do campo" é extremamente durável e fica linda também desidratada. Produzida por: Hendriks e Lagoa Dourada, @gruporeijers, em Holambra e Andradas respectivamente.



**NOVIDADES
CHEGANDO...**

Já sabem que a temporada de tulipas corte começou? Esse vaso lindo está reinou na 10a edição da nossa Feira de Oportunidades!

Produtor: @planten.holambra

Porque para ser especialista em flor, tem que ter novidade sempre!

#novidadesempre #especialistemflor #tulipas#decoracao #floresnobres #tulipacolorida #buques



Para colorir seu dia, nossa linda *Celósia Cristata* nas cores vermelho, verde e amarelo da Fazenda Lovely Red @gruporeijers, no Ceará.

Suas flores são muito elegantes e coloridas com visual intrigante, muito usada em buquês, composições e arranjos.



Mais Informações: <https://www.agrishow.com.br>



26ª Feira Internacional de tecnologia agrícola em ação

AGRISHOW

29 ABRIL | 2019
a 3 MAIO | DAS 8H ÀS 18H
RIBEIRÃO PRETO - SP - BRASIL

AGRISHOW.COM.BR




CURSO DE EMBALAGENS
COM STANS SCHELTINGA

30 de abril
8H30 ÀS 15H30

Local: Gran Flora Velling



INVESTIMENTO: R\$ 200,00 (R\$ 150,00 REVERTIDOS EM COMPRAS)
Informações e Inscrições: adriely@granflora.com.br | (19) 97169-8989

DECORAÇÃO

na *Ponta do Lápis*
Com Raphael Soares

29 de Maio
10h às 17h

R\$ 399,00
em até 6x no cartão



Rua Heliópolis, 121 - Vl. Leopoldina - SP | 11 3641.7272



26ª HORTITEC

Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas

dias 26 e 27 das 9h00 às 19h00 | **de 26 a 28 de Junho 2019** | Holambra-SP




28ª **enflor & garden fair**
16ª

14 a 16 de Julho de 2019
Dias 14 e 15 das 9h00 até as 19h00
e dia 16 das 9h00 até as 17h00
Holambra - SP





EVENTOS INTERNACIONAIS – 2019

INFORMATIVO **Ibraflor**



Chicago - EUA
18 a 20 de Junho
Floriculture Expo
www.floriexpo.com/

FLOR MART

26.27.28 SEPTEMBER 2019
PADUA EXHIBITION CENTRE – ITALY

INTERNATIONAL EXHIBITION OF HORTICULTURE, LANDSCAPE ARCHITECTURE AND GREEN INFRASTRUCTURES

70TH EDITION

FIERA DI PADOVA

AIPH
PADOVA FIERE | GEO

flormart.it



Angers - França
19 a 22 de Junho/ 2019
Salon du Végétal
Salão de Horticultura Ornamental
www.salonduvegetal.com/pro/en/

Passion for green

1-3 OCTOBER 2019

IBERFLORA FERIA VALENCIA

Feria de Horticultura, Jardinería y Forestal
<http://iberflora.feriavalencia.com/>



Proflora 2019

Oct. 2nd - 4th, Bogotá - Colombia
The Best Flower Trade Show

IFTF®

International Floriculture & Horticulture Trade Fair

Amsterdam – Holanda - 6 a 8 de Novembro/ 2019
HortiFair - International Flower Trade Show



PARCERIAS



Bayer CropScience



DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Kees Schoenmaker (SP)
Vice Presidente: Walter Luis Winge (RS)
Secretário: William Barsanulfo Gomide (MG)
Tesoureiro: William José de Wit (SP)
Diretoria Técnica: Manoel Oliveira (MG)
Diretoria de Comunicação e Marketing: Renato Opitz (SP)
Diretoria de Mercado: Roger Scholten (SP);
Diretoria de Legislação: Sílvia Sartorelli (SP);
Diretoria Região Sul: Rene Afonso Mahnke (SC);
Diretoria Região Sudeste: Newton Erbolato Jr. (SP);
Diretoria Região Norte e Nordeste: Thomaz Reeves (CE);
Diretoria Região Centro Oeste: Paulo Yoshida (DF).

COORDENADORA EXECUTIVA: *Adriana Rosa (Campinas/ SP)*

Informativo IBRAFLOR - Publicação IBRAFLOR
Projeto Gráfico: GT Marketing IBRAFLOR
Diagramação e Editoração: Adriana Rosa

O **Informativo IBRAFLOR** é uma publicação digital do **Instituto Brasileiro de Floricultura**, que tem como objetivo divulgar informações sobre o mercado de flores para os nossos Associados e demais interessados. Este veículo de comunicação possui periodicidade mensal, com visualização gratuita e circulação livre na WEB. As opiniões aqui expressas não refletem necessariamente a Visão do IBRAFLOR.


DEIXE *as* **FLORES**
COLORIREM O *seu dia*


 **Cooperflora**
especialista em flor

| **somoscoop**