

Los floristas esperan el soplo de "oxígeno" de San Valentín para sus ventas



Noticias

Tanto los mayoristas como las floristerías encaran el 14 de febrero con expectativas moderadamente buenas y confían en que la crisis ya haya tocado fondo

Los floristas esperan que San Valentín, Día de los Enamorados, insufla "oxígeno" en sus cuentas y mantener las ventas al menos al mismo nivel que el año pasado por esta época, la más importante para el comercio de flores.

Tanto los mayoristas como las floristerías encaran el 14 de febrero con expectativas moderadamente buenas y confían en que la crisis ya haya tocado fondo, después de vivir en 2013 una mala campaña por la subida del IVA (hasta el 21 %), que redujo notablemente el consumo, "hundió" al sector y provocó cierres de negocios.

San Valentín **supone entre el 10 % y el 15 % de la facturación anual de los floristas** y es su fecha principal, porque les sirve "para oxigenar un poco las cuentas", según ha declarado el vicepresidente de **Interflora**, Antonio Martínez Navarro.

Es la primera festividad (salvo Cataluña, por San Jordi), seguida por el Día de la Madre, Todos los Santos y la Navidad, pero el vicepresidente de Interflora ha resaltado en que este orden se nota sobre todo en las ciudades.

En localidades de hasta 20.000 habitantes, San Valentín pasaría al tercer lugar, ya que es mucho más importante la tradición de Los Santos y el segundo puesto lo ocuparían santorales diversos de la zona o el Día de la Madre. En cualquier caso, hoy será un día clave a escala mundial para el consumo y gasto de flores.

El director comercial del **Grupo Verdnatura**, Curro González, ha explicado que esa circunstancia es un inconveniente, porque en España hay escasez en el abastecimiento floral y "lamentablemente la producción de rosa roja es muy pequeña, no podemos hacer que se multiplique". La firma mayorista Verdnatura -con sedes en España y en Holanda- espera incrementar un 21 % sus ventas por San Valentín este año, porque ha expandido su número de clientes, pero González ha recordado en que el gasto por consumidor no ha subido, ha caído un 4 %.

Pero pese a la crisis, y a que en la actualidad las ventas son un 40 % inferiores a las facturadas hace cinco años, el responsable de Interflora ha considerado que el sector tiene futuro.

Mayoristas y floristas coinciden en que el hecho de que San Valentín caiga en viernes influirá, pues las ventas son superiores cuando se celebra entre semana, y también han resaltado la expansión de encargos por Internet, incluido el uso de redes sociales.

Interflora -red que agrupa a 1.700 floristas-, hace el 70 % de sus ventas por web o por teléfono; el número de pedidos por Internet experimenta un crecimiento del 10 % anual.

En cuanto a las preferencias, la rosa roja es la flor favorita, sobre todo la ecuatoriana, según González. Sin embargo, para Martínez Navarro ha habido un cambio de tendencia, porque hace años triunfaban ramos y centros muy grandes y ahora "es al contrario, se buscan composiciones más

naturales, pequeñas y románticas, en las que la calidad de la flor es indispensable".

En este sentido, ha apuntado que los españoles "nos estamos volviendo más europeos", por optar por "bouquets" (ramos) con más flores silvestres, "más tulipanes o jacintos", de un tamaño "cómodo" para llevar y "buscando la parte natural, intentando evitar plásticos en los adornos, eligiendo rafias o papeles naturales".

La mayoría de los clientes por San Valentín son hombres, con una edad comprendida entre los 35 y 55 años. No obstante, desde Interflora han notado que cada vez hay más mujeres que regalan flores a su pareja y las clientas son más exigentes que ellos, y ha subido la compra entre los jóvenes con más de 16 años.

Según el sexo del destinatario, los "trabajos" son distintos: para mujer, los colores son más suaves; para hombre, las opciones son flores exóticas o más tropicales e incluso con una base de agua o con mantenimiento más cómodo, porque ellas tienen más disposición que ellos a cuidar un ramo o a cortar el tallo.

Redacción