

La flor cortada no debe marchitarse

II PARTE

Otra de las formas de plantear la comercialización mejor para la planta que para la flor, serán las ferias profesionales. Sin embargo, hay quien cree que este tipo de certámenes, deben perder cierto carácter escenográfico y ganar mayor participación expositora por parte de los cultivadores.



La gerbera está experimentando un crecimiento sostenido entre los programas de producción de flores de los agricultores españoles. En la foto, un cultivo sin suelo en saco de perlita.

Los canales de comercialización

Las principales figuras comerciales que operan en el sector de flores son: el agricultor, importador-exportador, transportista, mayoristas, detallista, comercio ambulante, representante y el corredor. En nuestro mercado interior el mayorista y detallista son las dos figuras de mayor importancia y el agricultor, en una buena parte de los casos, realiza funciones englobadas entre las otras figuras descritas dentro de la tarea de distribución.

La producción de flores que se consume en el mercado interior pasa por el detallista en un 65 por ciento, un 13 por ciento por la venta ambulante y el resto por medio de mayoristas.

En España la comercialización de flores a través de mercados solamente es mayoritaria en el Maresme,

donde son los mismos agricultores que actúan como vendedores de sus flores o como mayoristas de la producción de otros agricultores, desde las paradas habilitadas en los mercados: el municipal de Barcelona *Mercabarna* y el de Vilassar de Mar, *Mercat de Flor i Planta de Catalunya*. En Murcia, también tienen dos mercados de flores, *Florsureste* en Lorca y *Mercamurcia*. El otro mercado de ornamentales es *Mercaflor*, en Valencia.

Esta revista publica un informe del periodista especializado en horticultura **Edward Bent** en el que se explican los factores que intervienen en la racionalización de la distribución de las flores.

Otra de las formas de plantear la comercialización cara al futuro, mejor para la planta que para la flor, serán las ferias profesionales. Sin embargo hay quien cree que este tipo de

certámenes deben perder carácter «escenográfico» y ganar participación expositora de los cultivadores. Se trata de organizar «mini-exposiciones» de la producción ornamental en varias zonas y más de una vez al año, pero con mini-stand ocupados solo por expositores que sean cultivadores. En Estados Unidos, Holanda y últimamente en Italia, este tipo de «encuentros» tienen gran utilidad. Por ahora, el único certamen de prestigio y con carácter profesional en nuestro sector ornamental es **Iberflora**.

En términos generales el mercado español de flores y plantas ornamentales es escasamente transparente. Todo el mundo está de acuerdo con esto. Un mercado se considera transparente cuando los agentes que intervienen en el mismo tienen acceso a la información, en materia de cantidades, precios, y demás factores que condicionan dicho mercado.

Este oscurantismo mercantil de las flores está determinado por la falta de centros de contratación, pero sobre todo por la nula normalización de los productos y cuando existen, como es el caso de algún mercado de flores y también de las hortalizas, la mínima exigencia en su cumplimiento. En el comercio interior de ornamentales no hay normas de calidad.

Desde el punto de vista de los precios, en el mercado interior la flor cortada presenta grandes fluctuaciones a lo largo del año. El principal desequilibrio desde el punto de vista de los precios es la fuerte concentración de la demanda de flores en determinadas fechas y por otro lado, la falta de iniciativas del sector productor, mayorista y detallista de flores para animar la demanda y crear hábitos de consumo.



Arriba, Francisco Carrero en una de las plantaciones de clavel de las Marisma de Lebrija, S.C.A.
Abajo, carga al transporte frigorífico de «Aqua-pac» paletizados, en la finca Alabardero de A. Jada.
Para muchos, «la reconversión del clavel puede ser el mismo clavel» a base de una mejora continuada del nivel de calidad y los canales de distribución.

En el resumen final del libro de Hacienda que trata de flores y plantas, se estima que la eficiencia del sistema y la valoración general de los procesos de comercialización en nuestro país se realizan de forma satisfactoria. En el sector detallista es donde se mencionan el mayor número de deficiencias y se destaca la escasez de puntos de venta en muchas partes de nuestra geografía.

El comercio mundial de flores

Alguien dijo que en las flores como en los negocios, el requisito fundamental tiene que ser la prontitud. Para ir rápido, llegar a tiempo y no per-

derse, hace falta mucha información. A nivel mundial se están cultivando cerca de 110.000 Ha de flores. Esta superficie es menos de la cuarta parte de la plantada de hortalizas en España, y el valor de la producción mundial de ornamentales es de 560.000 millones de pesetas, de los cuales más de la mitad son flores.

Los principales países productores (se incluyen los bulbos) son con gran ventaja sobre los demás, Holanda, con 22.000 Ha; Japón, 16.000; entre ambos, absorben el 40 por ciento de la superficie ornamental. Añadiendo Italia con 9.000 Ha, Francia con 6.000, el Reino Unido

El oscurantismo mercantil de las flores está determinado por la falta de centros de contratación, pero sobre todo por la nula normalización de los productos y la mínima exigencia en su cumplimiento.

La flor cortada no debe marchitarse

La I parte de este informe está publicado en el nº 63 de Nov-Diciembre del pasado año.

I PARTE

Introducción.

La horticultura ornamental en cifras.

La producción de flores en España: Cataluña; Murcia; Valencia; Andalucía; Canarias.

El consumo de flores.

Configuración de la oferta en flor cortada.

Nuestras flores en el comercio exterior.

Proyecto Fides-Iberia.

II PARTE

Los canales de comercialización.

El comercio mundial de flores.

Perspectivas para la floricultura española.

En la Comunidad, la producción italiana y francesa es estable y es desde España donde los porcentajes tanto de importación como de exportación de flores están variando continuamente sus cifras.



Hay datos de la AIPH y opiniones muy cualificadas que apuntan a que entre los países en vías de desarrollo, los de habla hispana en sudamérica y centroamérica, son los que cuentan con los mayores programas de expansión para las ornamentales, tanto en flores como plantas. Para las plantas son notorias las posibilidades de especies que requieren climas tropicales, en los países centroamericanos.

Estas nuevas producciones de ornamentales, en buena parte, buscan conquistar el mercado europeo, norteamericano y el Canadá.

con 5.800, Dinamarca 3.800 y Alemania con 3.500 Ha, se habrán puesto juntas las dos terceras partes de la superficie mundial de ornamentales excluyendo a los viveros.

España tiene 4.100 Ha en este tipo de cultivos y Europa es el continente con mayor superficie de flores y plantas ornamentales.

Si se hiciera un análisis por continentes, después de Europa se situaría Asia con Japón como país abandera-

do, pero tienen también su importancia Malasia, Singapur, Tailandia, Taiwan... En el Cercano Oriente, Israel destaca con 1.800 Ha dedicadas a ornamentales.

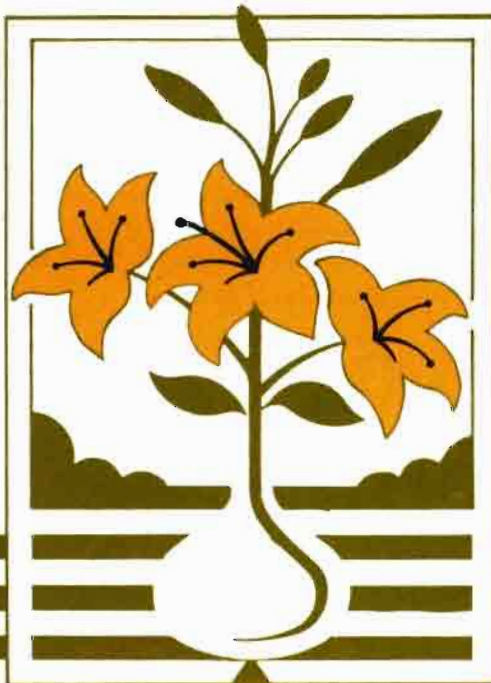
A continuación está América con las 8.000 Ha de EEUU y 6.400 de México, después vienen Costa Rica, 3.300; Colombia, 2.500, Brasil, Honduras, Guatemala... Este continente es el 20 por ciento de la superficie mundial.

Para acabar de hacer el perfil de los países productores de ornamentales señalar en África a: Zimbabue, Kenia, Etiopía, África del Sur, Costa de Marfil y Marruecos, y en Australia, a Nueva Zelanda.

En flor cortada y en verdes de corte el país con mayor peso específico es el Japón con 13.500 Ha, seguido por Italia con 8.300 y Holanda con 4.500.

En las flores, Holanda participa con un 60 por ciento del total de exporta-

Diversificar la gama de bulbos y plantas



BULBOS

GLADIOLOS • LILIUMS variedades para cada fecha y región

José Ramón Bosque Pedrós representante de la firma holandesa H. Van Kampen suministra bulbos y plantas de especies que permiten diversificar y ampliar los tipos de flores que demandan los consumidores de los años 90.

El cultivador puede elegir las mejores variedades de: Gladiolo, Liliium, Iris, Tulipán, Fresias, Anémonas, Liatris, Ranúnculos ... y todo tipo de bulbosas. También plantas como, Gypsóphila, Bouvardia, Alstroemeria, Aster, Solidaster, Statice, Limonium...

JOSÉ RAMÓN BOSQUE PEDRÓS, S. A.: C/ Mosén Febrer, 12
Tel. 378 12 76 - Fax: 377 67 97 - 46017 VALENCIA
Sede Central: H. VAN KAMPEN, B.V.: Frederikslaan, 10
2182 DD HILLEGOM (Holanda)



[®] Folicur Combi cosecha sin botritis

Controlar adecuadamente la Botritis es ahora posible, gracias al nuevo preparado de Bayer Folicur Combi.

Folicur Combi, a base de Tebuconazol y Diclofluanida, en los numerosos y amplios ensayos llevados a cabo en la campaña 1989-1990, en las zonas hortícolas más importantes del país, donde, debido a las condiciones climáticas imperantes, los ataques de Botritis fueron especialmente intensos, en todo momento puso de manifiesto su elevada eficacia contra esta enfermedad.

Pero Folicur Combi es, al mismo tiempo, algo más que un excelente preparado contra la Botritis, porque Folicur Combi controla también el Mildiu, la Alternaria, el Oídio y otras importantes enfer-



medades de los cultivos de huerta.

Folicur Combi tiene además efecto secundario acaricida.

Folicur Combi, el nuevo preparado Bayer para mantener las cosechas sin Botritis.

Bayer 

Fitosanitarios

Pau Claris, 196, 08037-Barcelona



Grupo de técnicos y cultivadores charlando en una finca de Librilla. Abajo, reunión de floricultores en la subasta de MercaMurcia. Algunos técnicos colaboradores de esta publicación, creen que el cultivo de la flor en España, si estuviera bien orientado debería ver el futuro con un claro optimismo.



En la Comunidad entre los doce, la producción italiana y francesa es estable y ha sido desde nuestro país donde los porcentajes han variado en mayor grado tanto en cifras absolutas como relativas. Sin embargo, todos los análisis indican que las exportaciones desde Holanda aumentan continuamente. Entre los terceros países, Israel, es un importante exportador hacia la comunidad.

ciones mundiales, Colombia del 8 al 13, Israel del 6 al 8 e Italia, del 5 al 7. Los países europeos son los principales receptores de las flores que produce este comercio mundial.

En Europa tanto entre los doce, como con el resto de países que no están en la Comunidad, el comercio de ornamentales intracomunitario tiene una gran importancia. Entre nosotros la estructura de las importaciones es muy similar a la de las exportaciones, predominando las importaciones de flor cortada -46,3 por ciento del total- por sólo el 28 por ciento de las plantas en maceta.

El comercio exterior de Estados Unidos es deficitario en el sector de flores y plantas ornamentales y su principal producto de importación es la flor cortada. Los países centroamericanos y los de América del Sur son sus principales proveedores. Sin embargo, la CEE suministra el 38

por ciento de las flores que importan los norteamericanos.

Explicar la situación mundial de las flores que se producen en el mundo y quién las consume es una cosa, adivinar las perspectivas de futuro, otra muy distinta. Un estudio reciente del «Servicio holandés de plantas», organismo que preside **Jan van Doesburg** propone la cuestión de quién sabrá aprovechar los previsibles aumentos de consumo de flores previstos para 1993.

En estos últimos años se han producido bastantes cambios en el reparto de esta tarta de flores entre los países: productores y los que se denominan como consumidores.

En la comunidad entre los doce, la producción italiana y francesa es estable y ha sido desde nuestro país donde los porcentajes han variado en mayor grado tanto en cifras absolutas como relativas. Sin embargo todos los análisis indican que las exportaciones desde Holanda aumentan continuamente. Entre los terceros países Israel es un importante exportador hacia la comunidad.

Según los resultados de estudios de marketing hechos públicos en enero de este año por el *Floriculture Quarterly Report*, a medio y largo plazo se producirá un rápido aumento del consumo de flores en norteamérica. Los Estados Unidos, se convertirán de largo, en el mercado más importante de flor cortada. Japón será el segundo gran mercado. por el contrario entre los países comunitarios el crecimiento será más lento. Al referirse a estos países debe tenerse en cuenta el hecho de que en Estados Unidos y Japón los precios de las



Sala de clasificación de flores en una empresa exportadora de Andalucía.

flores son bastante más elevados que los europeos. En cambio las diferencias en el número de tallos consumidos por un europeo, japonés o norteamericano no es muy distinta, medida en términos medios por habitante.

Quiénes serán los proveedores más beneficiados de los aumentos de con-

sumo de flores previstos para los próximos años. En lo que concierne a Estados Unidos los datos señalan según los estudios más fiables, que países como Colombia, otros vecinos suyos de la América del sur y central, no dejarán pasar esta oportunidad de ampliar sus posibilidades para producir flores «exportables». En

Los cultivos españoles de flores que estén bien orientados, pueden ver el futuro con un claro optimismo. A pesar de ello, la actual situación por la que está atravesando el sector de producción de flores es de crisis, y en muchos de los análisis que vienen haciéndose, los árboles del pesimismo no dejan ver un esplendoroso bosque

estos países hay mano de obra suficiente, climas favorables y gobiernos decididos a apoyar las economías de exportación.

El comportamiento del dólar durante el último año afecta también a las exportaciones europeas de flores hacia Estados Unidos y con un dólar a la baja frente a la «cesta» de mone-

GENERADORES DE AIRE CALIENTE

**Nuestros generadores
de aire caliente
son el mejor seguro
para su cosecha**



C/ Santa Eulalia, s/n (esq. Avda. del Vallès)
Apdo. 104 - 08223 TERRASSA (Barcelona)
Telf.: (93) 785 67 29 - Telefax 34-3-785 96 20
Télex 56137 Cocit-E Att. TURBOCALOR

Se puede defender la institucionalización de una «marca» que prestigie la flor española por el extranjero, pero sin homologar los niveles de calidad todo esto podría ser de difícil credibilidad.

das europeas, se incrementa la competitividad de las flores procedentes de terceros países como Colombia.

Ante esta situación, últimamente Israel ha maniobrado rápidamente, ampliando la gama de especies de flores y con esta política de nuevos cultivos refuerza su posición en el mercado americano.

En Japón también aumentaron las importaciones de flores y sus principales suministradores están en Tailandia para enviarles orquídeas, los Estados Unidos manda grandes cantidades de helechos (*Aspidium capense*), Taiwan les vende crisantemos y gladiolos mientras desde Holanda los japoneses reciben el específico muestrario de flores.

A los ojos de los japoneses las flores están entrando en su país demasiado fácilmente, esta opinión contrasta con la de su liberalismo económico para conquistar mercados extranjeros con productos industriales. Según datos procedentes de las subastas holandesas, el mercado japonés está modificando sus costumbres y flores que hasta ahora eran consi-

deradas como de segunda fila como freesia, nerine y liliun, están alcanzando los más altas cotas entre la demanda japonesa. Sin duda, debe ser por la influencia holandesa sobre este mercado.

El freno a la expansión de las exportaciones de flores hacia el Japón ya está echado, según la asociación de subastas holandesas de flores. La distribución es complicada y cada vez se le añaden mayores trabas a los trámites de importación. Estos factores no permiten adivinar el comportamiento futuro de las importaciones japonesas de flores.

A los ojos de los sectores mejor informados de la horticultura ornamental holandesa la evolución del mercado europeo es que habrá más consumo de flores en todos los países. Particularmente en Alemania, Italia, Gran Bretaña, Francia y España. Este incremento de la demanda no lo van a cubrir solamente las producciones de flores con nuevas especies y variedades de holandeses y españoles -señala el informe de la asociación de subastas- sino que puede adi-

POLYANE® TRICOUCH®

CELLOFLEX® 4 SF

Evite deformaciones • Gane luminosidad
Ahorre energía • Plástico de larga duración



El Celloflex 4SF es un film coextrusado copolimero de etileno y EVA, esta estructura le confiere una excelente transparencia y opacidad frente a los infrarrojos de onda larga emitidas por el suelo durante la noche, la presencia del agente anti-UV asegura su durabilidad hasta 4 campañas.



POLYANEX® 4

Especial para invernaderos
Doble pared • Excelente luminosidad



TRES CAPAS - CUATRO EFECTOS:

- Evita que los poros se obturen de polvo.
- Buen efecto térmico • Anti-goteo.
- Gran difusión de la luz.

DIVISION DE PLASTICOS AGRICOLAS:

prosyn polyane

Z. I. La Clos Marquet - B.P. 174 - 42403 ST-CHAMOND Cedex
Telf. 33 / 77 31 10 10 - Télex 380 726 - Fax 77 31 10 29



P. KOOIJ & ZONEN B.V.



tecniplant



ELEGANCIA, PRESTIGIO... CALIDAD

Argentera, 29-6^a 1^a
43202 Reus (Tarragona)
Tel.977/320315 - Fax: 977/317456
Tlx: 56876 SBP-E

Hornweg, 132 - Postbus, 341
1430 AH Aalsmeer (Holanda)
Tel.(0)2977 - 24085 - Fax: (0)2977-42358
Tlx: 18720 kooij nl

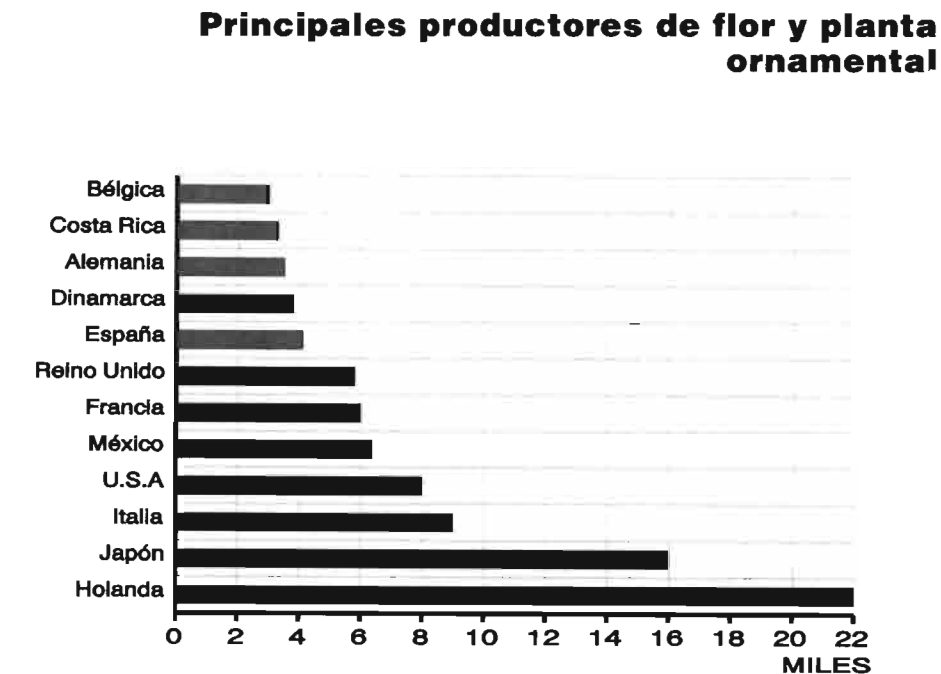
Otra parte de la cuestión es si entre los cultivadores españoles hay formación profesional suficiente para abordar la incorporación de nuevas especies en los programas de producción de flores y las respuestas recogidas por nosotros, dicen que ésta es una cuestión que se podría reclamar a las administraciones públicas. Una mejor especialización en los servicios agrarios que trabajan en I + D.

vinarse un crecimiento de la importación europea de flores provenientes de Israel, América Central, del Sur y de Africa.

Perspectivas para la floricultura española

A la hora de encarrilar el desafío que representa para los europeos el año 93, entre los profesionales de la floricultura española hay opiniones para todos los gustos. Sin embargo, los técnicos mejor informados -muchos de ellos colaboradores habituales de esta publicación- creen que los cultivos españoles de flores que estén bien orientados pueden ver el futuro con un claro optimismo. A pesar de ello, la actual situación por la que está atravesando el sector de producción de flores es de crisis, y en muchos de los análisis que vienen haciéndose, los árboles del pesimismo no dejan ver un esplendoroso bosque.

Con la crisis del clavel «se ha tocado fondo», señala **Mariano Piñero** mientras enumera la larga lista de empresas que han dejado las flores durante el último año, no solo en Almería, Cádiz y Sevilla, sino también en Cataluña. Según él, «al agricultor pequeño se le utiliza y las empresas comercializadoras siempre ganan». Es lo que ha pasado en Chipiona, donde según muchos de los técnicos



Fuente: A.I.P.H.

consultados, es donde más falta hace estructurar una comercialización verdaderamente transparente. En la comercialización de flores «con nuestros sistemas, al que no le queda nada es al que lo cría», opinaba **Piñero**, antes del verano, mientras destacaba que las soluciones deben venir pronto para aprovechar «esta campaña 90-91 en la que las flores deben valer dinero». Acertó de pleno con esta previsión.

La floricultura lo que necesita es una puesta a punto. La situación del

sector hace dos años no era tan buena como se dijo, por eso ahora tampoco es tan mala. Entre algunos de los mejores técnicos españoles en flor cortada esta revista distribuyó un cuestionario de cinco puntos sobre las medidas a tomar para mejorar los canales de distribución de flores, las nuevas especies de flores y sobre el nivel de formación hortícola de los cultivadores.

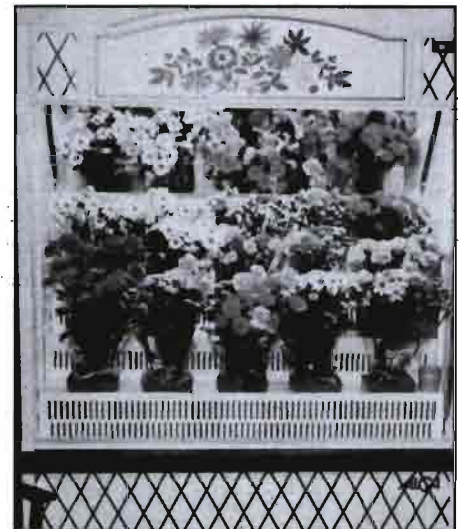
Se puede defender la institucionalización de una «marca» que prestigie la flor española por el extranjero, pe-

Cuadro 1: Distribución porcentual de las ventas detallistas de flores y plantas ornamentales

Fiestas	Flor Cortada	Plantas Maceta	Semillas y bulbos	Arboles arbustos
Todos los Santos	19,6	15,1	4,5	3,5
Navidad, Año Nuevo y Reyes	9,6	20,4	2,1	41,5
Fiestas locales	8,9	11	1,8	4,1
Semana Santa	6,2	8,4	24,2	4,1
Día de la Madre	17	25	24,2	5,7
Día de San Valentín	14	14,3	2,9	4,4
Resto del año	24,7	5,8	40,3	36,7
Total	100	100	100	100



Tres aspectos de la distribución de ornamentales en España. Al lado, las «paradas» del Mercat de Vilassar en un día de mercado; en las otras dos fotos, un puesto de venta al detall de ramos de flores preparados. Abajo dcha., un expositor frigorífico especialmente diseñado y acondicionado para flor cortada.



ro sin homologar los niveles de calidad todo esto podría ser de difícil credibilidad. En realidad, señalan proveedores de bulbos y plantas para el cultivo de flores como *Tecniplant* «nos encontramos en un impasse, el sector aún no ha dicho lo que va hacer después de la crisis».

Frente a una cosecha tan precedera como las flores hay otro producto agrario, que se caracteriza por todo lo contrario y también está en crisis. Los agricultores de avellanas ahora ya entienden que estos frutos secos «no van a sacos, sino en kilos». Ahora negocian subvenciones que les permitan salir adelante. Del mismo modo, cuenta **J. Alcaine** de la coo-

perativa *Florimar* en España estamos aprendiendo que los claveles «no van ni por hectáreas, ni por kilos sino por tallos» Es decir, uno a uno.

Entre las opciones para mejorar los canales de distribución de flores hay una opinión mayoritaria a favor de la creación de mercados en origen. Con este remedio, puede ocurrir aquello de que «agricultores del Maresme pierdan las tardes en Vilassar y las noches en Mercabarna». Con tanto esmero por atender las ventas en la parada, estos cultivadores de hecho se van «olvidando de plantar». De ocurrir algo de este tipo, aunque se pierda un floricultor, se ganan mayoristas conocedores del producto or-

Hay cosas que están cambiando rápidamente.

Durante el otoño pasado y en la última edición de Iberflora, los agricultores del sector ornamental van poniendo en manifiesto con su oferta que pretenden beneficiarse del tirón en el consumo de flores y plantas ornamentales.

Un Gran Surtido de Híbridos

COLONNE F1
ACROPOLIS F1
LUNET F1
CITADEL F1
RAMPART F1

*Le Garantiza
su Exito*



RAMIRO ARNEADO

s.a.



ROYAL SLUIS

ENKHUIZEN - HOLANDA

PRODUCCION - IMPORTACION - EXPORTACION

APARTADO 21 - TEL. (941) 131250 - TELEGRAMAS: TELEX 37045 RAMI-E
26500 CALAHORRA (La Rioja) TELEFAX (941) 13 56 01

Sucursales en: ALMERIA - MURCIA - SEVILLA

namental, que igual les da vender flores de Holanda como de Andalucía en los dos mercados catalanes cercanos a Barcelona.

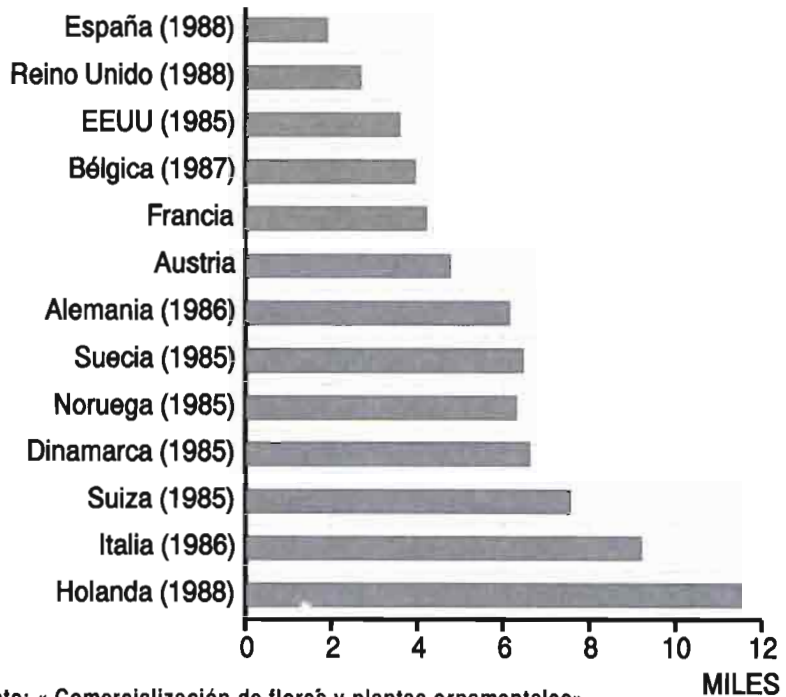
Por parte de **José Sosa, de Barberet Blanc**, se muestra partidario que en los centros de contratación de flores se cuente con personal especializado en el control de calidad y que haya algún tipo de inspección oficial como por ejemplo la del SOIVRE. Para **Gerard Van Went** de la casa *West Steck*, para mejorar la comercialización hay que proveerse de «organización, cordialidad y confianza». La organización entre el agricultor y la subasta, la cordialidad entre los cultivadores para juntar información y confianza entre comprador y vendedor, significando ésta que «las flores se pagan al contado».

Para el técnico **Francisco Guerrero** experto en crisantemo de la empresa *Fides Iberia*, podrían crearse centros regionales para controlar producciones y variedades de flores, que «informaran periódicamente a los agricultores sobre mercados y consumos exteriores e interiores». **Guerrero**, también es partidario de los mercados con subasta. En cambio **Miguel Spiniak**, propone mercados en origen o «abrir oficinas de venta en otros países extranjeros para no seguir dependiendo de los grandes importadores holandeses o alemanes», siempre buscando una venta de las flores por variedades, recibiendo cada una su precio.

Descartando clavel, crisantemo, gladiolo y rosas, nos propusimos desde esta redacción buscar la opinión de los técnicos sobre qué especies de flores habrá demanda en el futuro más próximo y al proponernos cuantificar las respuestas nos hemos encontrado que muchas de las posibilidades de diversificar la producción de flores en España, están encima de nuestra mesa. Para **Francisco Guerrero** hay buena demanda de liliun, liatris-aster, freesias, tulipán y las flores llamadas de verano. Según **Miguel Spiniak**, a éstas añade *Gypsophila paniculata* y los verdes de corte (helechos, esparragueras y eucaliptus).

Para *West Steck, Barberet Blanc y Tecniplant*, la gerbera puede ser una flor con buen futuro. A todas estas flores añaden algunos el limonium, la alstroemeria... La recomendación a la crisis de la flor está servida, am-

Consumo per cápita de flores y plantas ornamentales en algunos países (ptas/cápita)



Fuente: « Comercialización de flores y plantas ornamentales » del Ministerio de Economía y Hacienda.

Cuadro 2: Comercio exterior comunitario de flores y plantas ornamentales (1)

Países	Exportaciones (E)		Importaciones (I)		Saldo Neto (I-E)
	000 ECUS	%	000 ECUS	%	
Bélgica-Luxemburgo	165.364	5,3	115.676	4,1	+ 49.688
Dinamarca	249.117	8,0	75.989	2,7	+ 173.128
Alemania	109.743	3,5	1.258.625	44,7	- 1.148.882
Grecia	2.500	0,1	10.281	0,4	- 7.781
España (2)	55.118	1,7	45.383	1,6	+ 9.735
Francia	57.695	1,8	465.631	16,6	- 407.936
Irlanda	1.639	0,1	12.686	0,5	- 11.047
Italia	162.572	5,2	258.969	9,2	- 96.397
Holanda	2.300.984	73,5	248.316	8,8	+ 2.052.668
Portugal	1.659	0,1	5.788	0,2	- 4.129
Reino Unido	23.330	0,7	314.569	11,2	- 291.239
Total CEE - 12	3.129.721	100	2.811.913	100	+ 317.808

Fuente: Elaboración del M. de Economía en base a Eurostat. Comisión de las Comunidades Europeas. (1987).

(1) El sector de flores y plantas ornamentales se ha configurado incluyendo los capítulos del Arancel Aduanero Común: 06.01, 06.03, 06.04 y 06.02, con exclusión de esquejes y plantas de viña, de árboles y arbustos de frutales y plantas de hortalizas y fresas.

(2) Las estadísticas referidas a España no incluyen a las Islas Canarias, que como es sabido no estaban incluidas hasta hace muy poco en la Unión Aduanera Comunitaria.

Cuadro 3:
Quantificación de los principales circuitos seguidos por las flores y plantas ornamentales en España

Canales seguidos por:	Sector ornamental en su conjunto	Flor cortada	Rosa	Clavel
1) La producción nacional destinada al mercado interior:				
- Productor - mayorista - detallista - consumidor.	41	54,2	68,6	55,3
- Productor - detallista - consumidor.	23,6	25,6	23,2	24,5
- Productor - mayorista - comerciante ambulante - consumidor.	5,9	2	1,2	5,4
- Productor - comerciante ambulante - consumidor.	7,7	3,3	0,7	3,5
- Productor - mayorista - consumidor.	8,4	6,6	5,1	6,9
- Productor - consumidor.	13,4	8,3	1,2	7,9
Total consumo interno proveniente de producción nacional	100	100	100	100
% que pasa por mayorista.	55,3	62,8	74,9	67,6
% que pasa por detallista.	64,6	79,8	91,8	79,8
% que pasa por comerciantes ambulantes.	13,6	5,3	1,9	8,9
2) Las exportaciones:				
- Productor-exportador.	48,8	65,1	90,9	56,7
- Exportación directa de agricultores.	36,4	28,8	3,2	42,3
- Producción propia mayorista-exportador.	5,4	0,2	0,1	0,1
- Producción propia exportador.	9,3	5,9	5,8	0,8
Total exportado	100	100	100	100
3) Distribución de las importaciones en el mercado interior:				
- Importador - consumidor.	4,8	0,3		
- Importador - detallista - consumidor	59,1	63,4		
- Importador - mayorista.	36,1	36,3		
Total importado	100	100		

Fuente: Encuestas Epagro. (1989).

Muchas de las posibilidades de diversificar la producción de flores en España están ya iniciadas. Entre las especies previstas tendrán mayor demanda en el futuro aquellas que sólo haga falta difundir las prácticas culturales para su cultivo.

pliación de la oferta y conquista del comprador.

Hay cosas que están cambiando rápidamente. Durante la Iberflora de este año, los agricultores de nuestro sector ornamental, han puesto de manifiesto con su oferta y la de las asociaciones profesionales que están vertebrando, que pretenden beneficiarse del tirón en el consumo de ornamentales. Para ello la mayor parte de cultivadores de flores y plantas tienen muy claro que la solución a sus problemas no les va a venir de fuera. No vendrán de parte de los operadores norteeuropeos que utilizan sus estructuras de distribución y

marketing principalmente a favor de sus intereses. Nuestros cultivadores ya saben que tendrán que competir en los próximos años.

Otra parte de la cuestión es, si entre los cultivadores españoles hay formación profesional suficiente para abordar la incorporación de nuevas especies en los programas de producción de flores y las respuestas recogidas por nosotros, dicen que ésta, es una cuestión que se podría reclamar a las administraciones públicas. Una mejor especialización en los servicios agrarios que trabajan en I+D. Desde todos los ángulos se apuntan calificaciones de insuficiencia para la formación agronómica media de los agricultores que hacen flores, hace falta mejor información entre los empresarios agrícolas.

Para alcanzar mayores cotas de especialización de los agricultores de flores hay propuestas que señalan la posibilidad de crear grupos de estudios con un máximo de 10 personas y liderados por un técnico, otra propuesta es la de los cursos intensivos con un profesorado de especialistas. Hay también ideas más ambiciosas y que profundizan más en las causas de la crisis por la que atraviesa el sector de flores. Entre estas ideas sacadas de las respuestas al cuestionario planteada a técnicos de empresas suministradoras de material vegetal para el cultivo de flores, hay una que apunta a la falta de medios, organización y rigor -o lo que será a peor, poco interés- entre la investigación oficial agraria para los temas de ornamentales. La otra cuestión, desde hace muchos años se sigue planteando con reiteración por los más variados autores y articulistas de esta revista, se trata de las insuficiencias agronómicas de los invernaderos que disponen los agricultores.

La información de la horticultura profesional, puede mejorar. Divulgar tecnología apropiada para una horticultura mediterránea eficaz y rentable, es parte del empeño de una publicación especializada para los agricultores y técnicos que eligieron los cultivos ornamentales como medio de vida. La recomendación a la crisis de la flor está servida, ampliación de la gama de especies cultivadas y conquista del comprador.

