

Informe EXTRA

PRODUCCION Y CONSUMO ORNAMENTAL

REVISTA HORTICULTURA
Nº 132 - OCTUBRE '98

 Informe
EXTRA

Mejorando campaña tras campaña

Producción, distribución y consumo ornamental

La producción, distribución y consumo de flores y plantas ornamentales en Europa sigue incrementando y mejorando. España, sin embargo, se encuentra en el último lugar del ranking de consumo



España ha invertido grandes esfuerzos por potenciar un sector que necesita ante todo un incremento en el consumo interior, además de elevar las cifras de exportación, dominadas hasta el momento por Holanda, sin olvidar que nuestro país tiene una clara y tradicional vocación exportadora con su mirada fija en los cercanos países europeos

En la variedad está el gusto, y en cuanto a flores y plantas no se puede hacer la excepción. Muy al contrario, el incremento en el consumo de estos productos durante los últimos años se ha debido principalmente a una diversidad creciente en la oferta, distinta a los productos tradicionales, junto al aumento del poder adquisitivo, el crecimiento de la población


Sumario

Producción, distribución
y consumo ornamental
Pág. 33

Flor cortada y planta
de maceta en Almería
Pág. 38
JERONIMO GONZALEZ

La bulbicultura
del año 2000
Pág. 41
JOSE MIGUEL SORIANO

Ornamentales para todos
Pág. 44
ANNA VILARNAU



El informe sobre «Producción y consumo ornamental» ha sido coordinado por: Anna Vilarnau, Rebeca Tomás, INDE y Pere Papaseit de Ediciones de Horticultura

y una mejora y ampliación en cuanto a número de centros de compra. En España, no obstante, nos encontramos muy lejos de las cifras de consumo presentadas por el resto de países de la Unión Europea, aunque se asegura que nuestro país muestra un enorme potencial de crecimiento. Según datos del FEPEX, el consumo de flor cortada y planta ornamental en España ha experimentado un crecimiento muy importante en los últimos años, pasando de 800 pesetas per cápita en 1985 a más de 3.800 en 1996.

El sector de las plantas vivas y de la floricultura en España respecto a la producción está ya fuertemente consolidado, y compite con el resto de países de la UE en cuanto a exportación. En especial las plantas vivas de interior y exterior y, dentro de los productos de floricultura, el clavel y la rosa, son los productos que juegan más fuerte en el comercio ornamental español.

El apartado de producción y comercio ornamental en España ha invertido grandes esfuerzos por potenciar un sector que necesita ante todo un incremento en el consumo interior, además de elevar las cifras de exportación, dominadas hasta el momento por Holanda, sin olvidar que nuestro país tiene una clara y tradicional vocación exportadora con su mirada fija en los cercanos países eu-



Entre las razones del aumento del consumo de flores y plantas ornamentales se encuentra la gran diversificación de variedades. En la fotografía, la Estación Experimental de Royal Siuis en la provincia de Barcelona

ropeos. Pero es precisamente la baja diversificación de productos uno de los grandes problemas a la hora de competir, junto a la estructura productiva, que en algunos casos se podría clasificar de «familiar». Además, la inexistencia de una política eficaz de financiación de inversiones en las estructuras agrarias de producción impide la adaptación del sistema para competir con países como Bélgica u Holanda.

Producción y distribución de flores en España

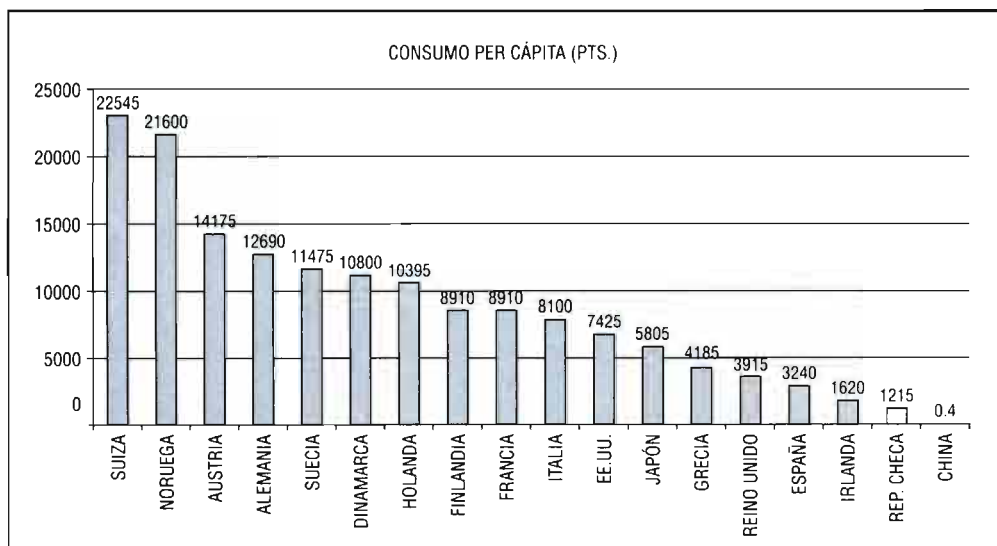
El cultivo por excelencia en nuestro país es el clavel, que su-

puso en 1996 el 47% del total de producción de flores y plantas ornamentales, aunque en la década de los 90 ha sufrido un claro descenso. Las rosas cuentan con el 10% de la producción. Al clavel le sigue la planta ornamental, con un 30% del total, para completarse con el resto de flores que equivale a un 13% de la producción.

Según estimaciones del sector, la superficie cultivada en España es de 5.300 hectáreas entre flor cortada y planta ornamental. Por comunidades autónomas, Andalucía representa el 25% del total de la superficie dedicada a este cultivo; le sigue la Comunidad Valenciana y Cataluña con el 20%; Canarias con el 10%, Murcia presenta un 7% y Galicia otro 7%.

Andalucía, y más concretamente las provincias de Cádiz y Sevilla, concentran la mayor producción de clavel de España y Europa. En cuanto a la rosa, la producción se concentra en las Islas Canarias, que son los principales exportadores de este producto después de Holanda. El resto de producción de flor cortada, que incluye entre sus principales cultivos el crisantemo y el gladiolo, se

Figura 1:
Consumo mundial de flores y plantas (ptas/habitante)



reparte en las zonas anteriormente citadas.

La mayor parte de la producción se centra en explotaciones familiares, con infraestructuras mínimas; lo mismo ocurre en la fase de distribución y venta, donde siguen predominando los canales de comercialización tradicional. El 15% de la producción interna se encauza a través de mercados centrales y centros de contratación.

Los mercados mayoristas, formados por productores locales que ofertan sus productos en las paradas del mercado, y son principalmente los que realizan la distribución desde las zonas productoras hasta los mercados de consumo. No obstante, hoy día existen productores que intentan entrar en el canal comercial acercando su producto hasta los minoristas e incluso hasta el consumidor.

Los mercados mayoristas, relativamente nuevos y ubicados en las principales zonas de producción españolas han comprendido la necesidad de la unión, creando así la Asociación de Mercados Mayoristas de Flores y Plantas (ASOFLOR), que presta su apoyo para la promoción del consumo de flores.

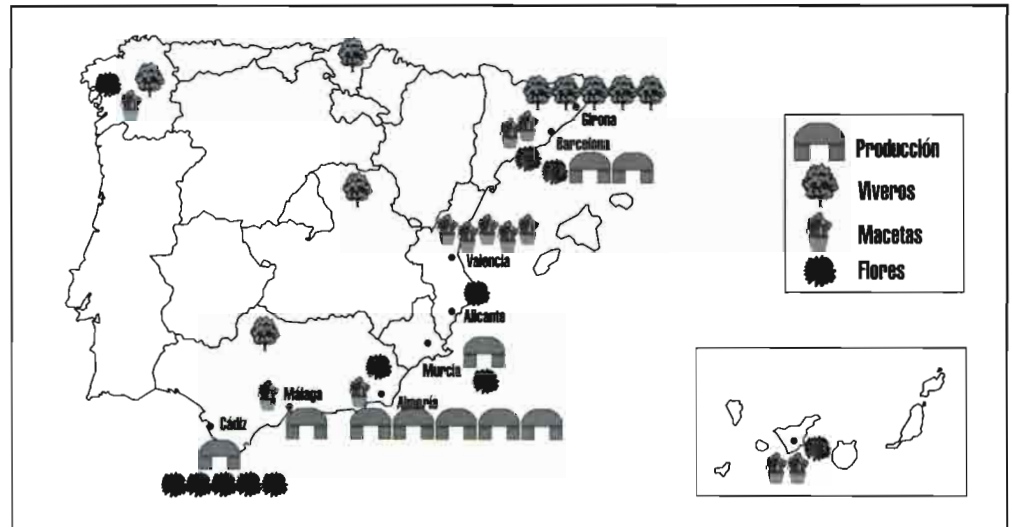
A pesar de su importancia productiva, Andalucía es la única de las principales zonas de producción que no cuenta con un mercado mayorista; en cambio, en la costa son cinco los centros de este tipo: el Mercado de Flor y Planta Ornamental de Vilassar de Mar y el Mercado Central de la Flor en Mercabarna, ambos en Cataluña; Mercaflor en Mercavalencia, y los Mercados de Flores y Plantas en Mercamurcia, junto al reciente Mercalicante.

Comercio exterior en la UE

La gran competencia existente en este sector se crea principalmente por dos razones: la competencia procede de todos los continentes y además algunos de ellos muestran condiciones favorables para la reducción de costes en producción y comercialización, tal es el caso de los países de la ACP.

Cabe destacar la evolución positiva que están teniendo las exportaciones españolas, siendo

Figura 2:
Producción ornamental en España



España el segundo exportador de flores y plantas de la UE, detrás de Holanda. En los últimos años ha crecido casi un 40%. Entre las razones de este crecimiento se encuentran las buenas condiciones de nuestro país para el cultivo de productos de gran calidad, el aumento de la competitividad de las empresas, el cultivo de nuevas variedades y la participación en

***El comercio exterior
de la Unión Europea
frente a terceros países
es importador en cuanto
a flor cortada y follaje,
y a favor de la UE
en lo que respecta a bulbos
y plantas vivas***

las ferias tanto nacionales como internacionales.

El comercio exterior de la UE frente a terceros países es importador en cuanto a flor cortada y follaje, y a favor de la UE en lo que respecta a bulbos y plantas vivas.

Desde 1987, para los países de Israel, Marruecos, Chipre y Jordania, han existido concesiones por parte de la UE, en especial para flor cortada. A partir de 1993

se adoptó una reducción de derechos arancelarios del 0 por 100.

A parte de Israel, que es el primer país suministrador de flor cortada de la UE, entre los principales países suministradores de flor cortada aparecen Kenia y Zimbabwe. Debido a las concesiones otorgadas a los países ACP mediante el Convenio de Lomé, estos países se benefician del SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas), aprovechando esta oportunidad para exportar a la UE produciendo con muy bajos costes. Entre estos países cabe destacar Ecuador, en quinto lugar como suministrador de flor cortada a la Unión Europea.

Consumo ornamental

La Unión Europea presenta unos altos índices de consumo de productos ornamentales. A la cabeza encontramos a Noruega, que de acuerdo con datos facilitados por FEPEX, muestra en 1996 un consumo 5,2 veces superior al de España: 20.000 pesetas de consumo per cápita/año en Noruega frente a las 3.800 de los consumidores españoles. Le sigue Suiza, con 18.000; Suecia, con 14.000; Alemania, con 12.200 pts/año; Austria, Italia y Holanda consumen 11.000, 10.300 y 9.400 respectivamente. Por último quedan Francia, Grecia y Reino Unido, con 8.200, 4.700 y 4.000 pts/año respectivamente para el consumo de flores y plantas, apareciendo



La UE presenta unos altos índices de consumo de productos ornamentales. A la cabeza en consumo están Noruega, Suiza, Suecia y Alemania

España en el último lugar.

A este respecto, y para aumentar el consumo de los productos de floricultura, la Comisión Europea acaba de crear un programa mediante el R(CE) nº 803/98 por el que se aprueban las medidas específicas en el sector de las plantas vivas y de los productos de floricultura con participación financiera de 14.886.296 ecus (alrededor de 2.500 millones de pesetas). De esta cantidad a España le corresponde 693.694 ecus, cantidad mínima con respecto a miembros como Países Bajos, con 4.444.444 ecus, Alemania, a la que corresponden 2.587.129 o Italia, con

2.587.129, por poner algunos ejemplos.

Mil razones para comprar... o no

Según datos facilitados por el FEPEX, entre los motivos para comprar flores, predomina el del regalo antes que para consumo propio, es decir, decorar. En cuanto a las plantas, la tendencia es a la inversa.

Las razones que motivan la compra de flores y plantas para regalo están asociadas al gusto, la belleza, y la frescura. En una planta, los consumidores buscan que dure, mientras que en las flores el objetivo es el color y la vistosidad. La frecuencia de compra de plantas es mayor que la de flores; el principal destino de estas últimas es para terceras personas, mientras que las plantas se compran para consumo propio.

Entre las flores preferidas por la mayoría de consumidores se encuentran el iris y las rosas; por lo que respecta a las plantas las tendencias son el geranio, el potto y el ficus.

Las flores se siguen comprando en los establecimientos «tradicionales». Los puestos de mercado y los kioscos se escogen en segundo lugar. Para la compra de plantas, el establecimiento preferido son las floristerías, pero en menor proporción que las flores, porque los viveros y los Garden Centers juegan un papel muy importante.

En el momento de realizar la compra, los factores más importantes son la calidad, la atención al cliente, la variedad y el precio del producto. La mujer consumidora es la que más valora la atención que recibe de los empleados de los establecimientos.

Entre las razones por las que no se consumen flores y plantas está el precio, que muchas veces frena la compra. El grupo de mujeres y el de clase media demuestra ser más sensible a este factor. En el caso de las plantas, se da la razón de que necesitan cuidados. Entre los principales competidores de las flores y plantas se encuentran los discos y los libros, sobre todo entre los jóvenes.



Para saber más...

- Albardíaz, M^a Antonia. "Importancia del mercado de flores y plantas ornamentales" en «Distribución y Consumo», octubre/noviembre 1997
- "Análisis del consumo de flores y plantas". Informe realizado por FEPEX
- Revista Horticultura. Informe Extra: Agricultura Ornamental. Nº 124 Octubre 1997
- Maluenda García, M^a José. "El comercio exterior de plantas vivas y flores" en «ICE, Boletín Económico. Información Comercial Española», nº 2581
- Plataforma Horticom
- Valero, Maika. "Flor cortada y planta ornamental. Incremento del consumo a través de una mejor comercialización" en «Distribución y Consumo», octubre/noviembre 1997