

*A través de una campaña publicitaria*

# España intenta reactivar el consumo para acercarse a Europa

*Una de las conclusiones del primer estudio riguroso sobre el consumo de ornamentales en España fue que su crecimiento potencial es elevado*

El gran evento que ha marcado este año el sector ornamental en España ha sido la puesta en marcha de la campaña para la promoción del consumo de flores y plantas en España, que durante tres años supondrá una inversión aproximada de 700 millones de pesetas. El programa, el primero de estas características que se realiza en España y que ha sido impulsado por el sector acogiéndose a ayudas nacionales y comunitarias, tiene como objetivo incrementar el consumo a niveles europeos.

La campaña persigue sus objetivos no sólo a través de la publicidad sino con el desarrollo de una serie de acciones promocionales que apoyen el proceso de comercialización y contribuyan a desestacionalizar la compra.

*La campaña para la promoción del consumo de flores y plantas, la primera de estas características en España supondrá una inversión aproximada de 700 millones de pesetas durante un periodo de tres años*

La campaña fue diseñada en base a un riguroso estudio de mercado, que ha aportado interesantes novedades.

De los resultados de ella, se deriva que pese su crecimiento en los últimos años, el consumo de flores y plantas en España está muy por debajo de la mayoría de

los países comunitarios. Mientras que los suizos, los principales compradores de flores y plantas, se gastan 19.800 pesetas por persona y año, en España el gasto per cápita es de 4.763 pesetas. Tras Suiza, Dinamarca (13.350 pesetas), Alemania (12.600 pesetas), Austria (12.525) y Suecia (10.350) son los principales consumidores de la UE. Países más próximos a

España, como Francia o Italia, registran también un consumo superior al español y con un gasto de 7.650 pesetas la primera y 6.459 pesetas la segunda.

El bajo nivel de consumo en España permite estimar un elevado potencial de crecimiento, aunque se percibe que la demanda es muy sensible a los precios y al propio poder adquisitivo del comprador. Destaca la alta estacionalidad en las ventas, siendo la época estival el momento del año en que menos flores y plantas se adquieren.

Los españoles consumen más cantidad de flores que de



**El bajo nivel de consumo en España permite estimar un elevado potencial de crecimiento, aunque se percibe que la demanda es muy sensible a los precios y al propio poder adquisitivo del comprador**

plantas siendo el valor económico de las primeras superior al de las segundas. Madrid, Catalunya y las zonas Centro y Centro-Norte son las comunidades autónomas que consumen más plantas, mientras que el consumo de flor se concentra en Catalunya, Levante y la zona Sur.

La alta estacionalidad del consumo también se pone de manifiesto al analizar estos datos ya que en Madrid y la zona norte el consumo es más regular a lo largo de todo el año mientras que tiene una mayor estacionalidad en la zona centro-sur.

### Los hombres gastan más

Los datos no muestran diferencias suficientes como para afirmar que un sexo compra más que otro, pero los hombres gastan más que las mujeres en sus compras, especialmente los de edades entre 30 y 65 años, que tienen una capacidad adquisitiva alta. De todos modos, los ciudadanos que más

***Los jóvenes son los que más compran flor para regalar a terceras personas y menos para consumo propio. Esta tendencia va desapareciendo con la edad y se equilibra más, de forma especial entre los grupos de mayor renta***

gastan no son los que más frecuentan las floristerías. El perfil del consumidor de flores es el de un hombre de entre 51 y 65 años y, el del comprador de plantas, es el de un hombre un poco más joven, de entre 41 y 50 años. El español que habitualmente compra flores invierte 10.649 pesetas al año, mientras que el desembolso



del comprador de plantas es de 8.884 pesetas.

Tanto hombres como mujeres compran flores y plantas principalmente para regalar o decorar.

Sin embargo, los hombres compran más flores para regalo que para decoración, al contrario que las mujeres. El grupo de mayor renta compra preferentemente para decorar, mientras que el de menor renta, que es el que más motivos encuentra para regalar flores o plantas, compra principalmente para regalo.

### Vistosidad y frescura

La decisión de regalar flores y plantas responde a motivos similares entre hombres y mujeres: ambos creen que las flores gustan y que son agradables y bonitas, pero para las mujeres una flor es además fresca y alegre. Las cualidades que más se buscan en ambos productos son el color, la vistosidad y la frescura, aunque en las plantas se aprecia mucho la duración del productos, y entre los hombres, la adaptación al medio.

Los jóvenes son los que más compran flor para regalar a terceras personas y menos para consu-

**La campaña "Pon Flores y Plantas en tu vida" ha tenido como objetivo incrementar el consumo**

mo propio, aún así, esta tendencia va desapareciendo con la edad y se equilibra más, de forma especial entre los grupos de mayor renta. La planta también se regala más a terceros entre la juventud, pero a partir de los 40 años se compra mayoritariamente para consumo propio. Especialmente entre la gente mayor poder adquisitivo.

Las flores que más aceptación tienen son las rosas, el clavel, las margaritas, los liliums y las gerberas. Las plantas favoritas son el poto, el ficus y el geranio. Estas preferencias por las flores más tradicionales se deben a un desconocimiento de la oferta existente.

La venta de flores y plantas en España va estrechamente unida a fechas muy concretas. La estacionalidad de las compras de ambos productos es tan acusada que durante las fechas clave se compra cerca de 85% de la facturación de flor y planta. Las puntas de consumo siguen siendo las tradicionales (Día de la Madre, San



<http://www.agrocomponentes.es>



**agrocomponentes**

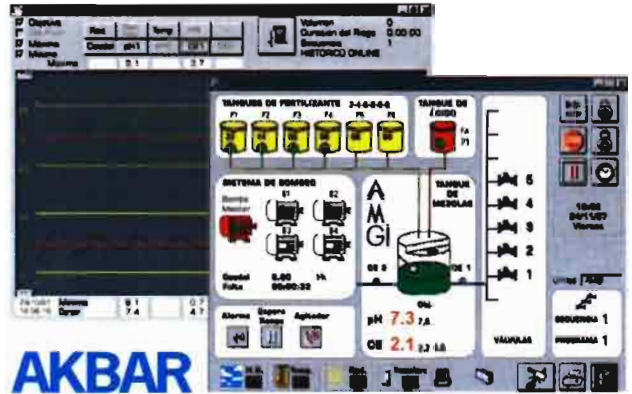
Ctra. Los Alcázares, Km. 2  
30700 TORRE PACHECO (Murcia)  
Tels.: 968 58 57 76 / 58 55 52 - Fax: 968 58 57 70  
e-mail: [info@agrocomponentes.es](mailto:info@agrocomponentes.es)

# KIT AKBAR

CONTROLADOR DE RIEGO Y FERTILIZACIÓN POR CONDUCTIVIDAD Y pH



**MODULAR:** 16 a 64 SECTORES  
**MULTITANQUE:** 4 ó 6 fertilizantes + ácido y base  
**RIEGO:** Por volumen y tiempo  
**BOMBEO:** 1 bomba master y 4 auxiliares  
**TELEASISTENCIA:** Telefónica y GSM



**AKBAR**

SISTEMA COMPLETO DE PROGRAMACIÓN DE RIEGO Y DE FERTIRRIGACIÓN EN FUNCIÓN DE pH Y CONDUCTIVIDAD, PROPORCIONAL O POR TIEMPO, RADIACIÓN SOLAR, ETC.

Especialmente indicado para cultivos hidropónicos o similares. Dispone de una pantalla gráfica de alta resolución que permite la visualización de datos y de gráficos.

Así mismo tiene la posibilidad de conexión a un ordenador PC tratando la información y programación en Windows.

## ANAK K1

Programador de riego hasta 64 estaciones. Con fertirrigación por tiempo o volumen de 4 tanques.

## AKBAR MIKRO

Programador de riego con control de pH y conductividad. 8 estaciones, 3 fertilizantes y 1 ácido.

**NOVEDAD**

## KATEK F2

Controlador de riego por tiempo. 6 estaciones, 2 fertilizantes, 1 agitador y 1 bomba.

**NOVEDAD**

## KATEK

Programador de riego y fertirrigación, por tiempo o volumen, de 4 a 8 estaciones.

## FILTROMIK

Controlador específico para la limpieza de filtros.

## KATEK DIESEL

Arrancador de motor diesel y programador de riego hasta 4 estaciones o unidad de limpieza de 5 filtros.

## ANAK DIESEL

Arrancador de motor diesel y programador de riego de 16 hasta 24 estaciones con 4 fertilizantes (proporcional o por tiempo)

## KCP K2

MAQUINA DE FERTIRRIGACION AVANZADA



**CONTROL DE pH, CE y Acido+2 Fertilizantes**  
Sustituye los sistemas convencionales de Fertirrigación con ventajas tanto técnicas como económicas.  
Apta para prácticamente todo tipo de cultivos. Desde invernadero hasta plantaciones de Frutales.



**AMGI**

**AMGI**

**FABRICACIÓN DE AUTOMATISMOS  
AUTOMATIZACIÓN DE RIEGOS**

BENAVENT, 18 BAJOS  
08028 BARCELONA (SPAIN)  
TEL.: +34-93 411 17 84  
FAX: +34-93 411 14 04

E-mail: [amgi@amgisa.com](mailto:amgi@amgisa.com)  
WEB: <http://www.amgisa.com>

Valentín, Navidad) y las fechas señaladas, situándose alrededor de un 15% la cifra de autoconsumo. La estacionalidad de estos productos se refleja claramente durante los meses del período estival, en los que la ausencia de eventos o fechas claves conlleva un importante descenso de las ventas.

Las fechas que registran un mayor índice de ventas de flores son el Día de todos los Santos, el Día de la Madre y San Valentín. La venta de plantas, por su lado, se concentra en el Día de la Madre y Navidad. El seguimiento de las

las flores sueltas y el bouquet. Por su parte, la planta que más se vende es la planta con flor, seguida de la verde. Las ventas de plantas con flor suponen casi la mitad del total, mientras que las verdes representan casi un 40% de las ventas.

**Producción**

Por lo que respecta a la producción, la superficie de cultivo ornamental en España es de 6.375

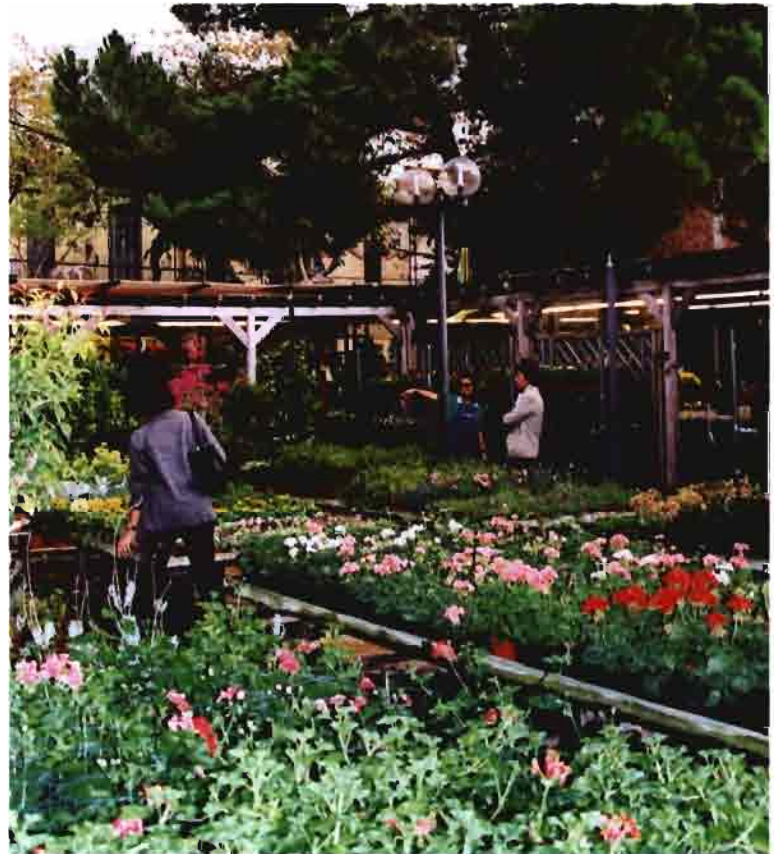
hectáreas, de las que 2.535 corresponden a flor cortada y 3.840 a planta ornamental. El valor de la producción de flores y plantas en España asciende a 94.494 millones de pesetas y el volumen de nego-

*La planta que más vendida es la planta con flor, que representa la mitad del total, seguida de la verde, que supone el 40%*

ventas a lo largo de un año muestra un aumento sostenido de las ventas desde enero hasta mayo, tras el cual se produce un descenso, que no empieza a recuperarse hasta el mes de septiembre y sube considerablemente en noviembre.

Las floristerías siguen siendo los puntos de venta a los que acuden mayoritariamente los compradores, especialmente en la compra de flores, a pesar de que los Garden Centers están adquiriendo cada vez mayor importancia.

Los formatos de flores que más se venden son, en primer lugar, el paquete y, en segundo,



Si bien las floristerías siguen siendo los puntos de venta a los que acuden mayoritariamente los compradores, especialmente en la compra de flores, los Garden Centers están adquiriendo cada vez mayor importancia

**Cuadro 1:**  
**Exportaciones españolas de flores y plantas.**

	Alemania	Francia	Italia	P. Bajos	Portugal	R. Unido	Total UE	Mundo
Esquejes	1.298.211	184.580	62.514	127.469	229.212	81.985	2.050.982	2.367.996
Planta exterior	3.255.669	1.063.902	313.545	431.658	349.842	139.388	2.998.282	3.255.669
Planta interior	186.520	705.415	71.730	362.275	178.250	1.524	1.586.310	1.650.177
<b>Total pl. viva</b>	<b>2.031.120</b>	<b>2.189.046</b>	<b>534.138</b>	<b>949.670</b>	<b>669.650</b>	<b>235.088</b>	<b>7.169.198</b>	<b>8.018.314</b>
Clavel	506.279	594.311	180.376	4.846.073	87.661	2.303.046	8.702.183	9.132.139
Rosa	150.803	15.064	1.660	8.696	13.040	9.523	222.590	274.502
Crisantemo	433	4.950	1.699	1.263	20.869	595.123	625.041	630.095
<b>Total flor cort.</b>	<b>736.832</b>	<b>833.214</b>	<b>261.267</b>	<b>5.034.915</b>	<b>227.181</b>	<b>3.341.683</b>	<b>10.647.069</b>	<b>11.178.928</b>
<b>Total global</b>	<b>2.857.556</b>	<b>3.082.734</b>	<b>806.752</b>	<b>6.042.173</b>	<b>950.473</b>	<b>3.594.110</b>	<b>18.125.525</b>	<b>19.539.093</b>

Datos elaborados por FEPEX. Primer semestre de 1998. En miles de pesetas.

cio interior es de 206.918 millones.

España es el sexto país de Europa en superficie de cultivo, por detrás de Holanda, Alemania, Reino Unido, Italia y Francia, genera más de 31.000 puestos de trabajo, lo que supone un 3% del conjunto de población ocupada del sector agrario y contribuye con un 3,5% a la producción vegetal fina.

La producción por comunidades autónomas se concentra en un 70% de la superficie total, en Andalucía, Canarias, Valencia y Catalunya.

España tiene actualmente un amplio calendario de producción

gracias a su beneficiosa climatología y a que durante los últimos años se ha diversificado la producción en cuanto a especies y variedades. Este motivo ha hecho que las flores y las plantas se encuentren entre los siete productos más importantes del comercio exterior hortofrutícola del país.

Aunque el mercado nacional absorbe el 70% de la producción, el otro 30%, que España comercializa en el exterior la convierten en el segundo exportador europeo de flor cortada y en uno de los países de mayor proyección en cuanto a exportaciones de plantas ornamentales. En 1997 se exportaron 88.333 toneladas de flores y plantas alcanzándose un valor de 28.369 millones de pesetas y se registró un crecimiento, respecto al año anterior, de un 43%. Solamente en los últimos años, el valor de lo que España exporta se ha dupli-

cado, con lo que nuestro país se ha situado en el número diez del ranking del comercio mundial.

El 95% del volumen de lo que España exporta lo hace a la Unión Europea. El clavel producido mayoritariamente en Chipiona, es el producto estrella, ya que su-

*Aunque el mercado nacional absorbe el 70% de la producción, el otro 30%, que España comercializa en el exterior la convierten en el segundo exportador europeo de flor cortada, y en uno de los países que la exportación de planta tiene más futuro*

pone aproximadamente un 80% del valor de las exportaciones de flor que se destina a los mercados de los Países Bajos y el Reino Unido. En Planta viva, el producto más exportado es la planta mediterránea, siendo la Comunidad Valenciana la mayor exportadora de exportadora de estos productos que se comercializaron en Alemania y Francia.

### Exportaciones

En los últimos años la exportación de flores y plantas ha crecido casi un 40% en volumen, pasando de 44.238 toneladas en 1989 a 61.739 toneladas en 1996. Las razones de para este incremento se debieron a las condiciones propias de España que han permitido el cultivo de productos de gran calidad. También al aumento de la competitividad de las empresas, al dinamismo de los productores que ha comenzado a cultivar nuevas variedades y a comercializarlas y al mayor conocimiento de las producciones españolas debido al alto grado de iniciativa que ha asumido las empresas del sector con la participación en las ferias internacionales más importantes.



Las plantas compran los consumidores son el poto, el ficus y el geranio, porque son las más conocidas, aunque el abanico se va ampliando