



Esta imagen muestra la importancia de la diversidad de verdes para corte en el Mercado de Abastos de la ciudad México, D.F.

Comercio intercontinental de flores

En los últimos años, la venta de flores entre continentes ha aumentado considerablemente. Las causas de este

mayor desarrollo se atribuyen a la mejora de la distribución y al empleo de técnicas de marketing.

“ La expansión del comercio intercontinental es un hecho. La venta de flores entre continentes ha aumentado gracias a la mejora de la distribución y el marketing. También se ha notado un mayor consumo mundial de flor cortada. Los países del hemisferio sur presentan condiciones climáticas favorables y relativamente bajos costes de mano de obra. A principios de los noventa, la Unión Europea ha pasado de ser exportadora a importadora de flor cortada. Paralelamente a la expansión del comercio de flor cortada, la competencia

ha ido aumentando. Por ejemplo, las grandes subastas holandesas han puesto restricciones al crecimiento de la importación de flores. Los productores de Estados Unidos han frenado la creciente importación de rosas colombianas. El tercer mercado consu-

midor, el Sudeste de Asia, es todavía un mercado cerrado pendiente de ser definitivamente conquistado por los países exportadores de flores.

La compañía **V.E.K. Adviesgroep B.V.**, un grupo de asesores en horticultura con sede central en Holan-

da, presentó un estudio sobre el comercio intercontinental de flores cortadas en la Feria Internacional NTV de Holanda de 1995.

Para tal ocasión, editó un opúsculo, basado en datos de 1992, donde se informa de las transacciones comerciales entre continentes; se analizan los principales países importadores y exportadores y se complementa con las perspectivas.

Ediciones de Horticultura dispone de esta información a través de Comet Consultores, la filial de

“ Los Estados Unidos son el mercado de flores más grande de América. El consumo de flores por cápita es relativamente bajo. Si éste aumenta, América Central y Sudamérica serán los más beneficiados. ”

Figura 1:

Movimiento intercontinental de flor cortada (x1.000.000\$)



esta compañía, V.E.K., en España.

Comercio Intercontinental de flor cortada

Este análisis del comercio intercontinental de flor cortada comprende siete áreas, desde el punto de vista de la producción de flores:

- I- Europa
- II- América del Norte (Canadá, Estados Unidos)
- III- Centro y Sur de América (de México a Argentina)
- IV- África
- V- Asia (excluyendo el Oriente Medio)
- VI- Oriente Medio (Israel)
- VII- Oceanía (Australia, Nueva Zelanda)

Del mapa se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- 1. El comercio intercontinental representó 977 millones de dólares en 1992.
- 2. Las cuatro corrientes

intercontinentales principales son:

- De América Central y Sudamérica hacia Norteamérica
- De América Central y del Sudamérica hacia Europa
- De Oriente Medio hacia Europa
- De África hacia Europa

3. América Central y Su-

“ Los futuros países productores de flores se encuentran en el Hemisferio Sur: Zambia, Malawi, Tanzania y Uganda en África; Ecuador en Sudamérica; China, India e Indonesia en Asia. ”

damérica son los principales suministradores intercontinentales de flor cortada (462 millones de dólares).

4. Europa representó la mitad de la importación

intercontinental de flores cortadas (524 millones de dólares), seguida por Norteamérica (353 millones de dólares) en 1992.

5. Los continentes importadores son Europa, Norteamérica y Asia. Por otro lado, Centro América y América del Sur, África, Oriente Medio y Oceanía

son continentes exportadores, con un volumen de importación relativamente bajo (menos de 7 millones de dólares).

6. Oceanía tiene menor importancia en el comer-

cio intercontinental.

Además del comercio intercontinental, hay que tener en cuenta el **comercio intraregional**. Las principales áreas consumidoras de flor cortada son Europa, Japón y Estados Unidos. El consumo total llegó a los 24 billones de dólares en 1992. Europa y Japón son bien conocidos como los mayores productores de flores. Los Estados Unidos dependen mucho de la importación de flores. Así pues, el comercio intraregional es muy importante en Europa y Asia.

Movimiento entre continentes y comercio interregional en Europa

Europa juega un papel dominante en la importación y exportación de flor cortada. Colombia e Israel son los exportadores líderes hacia Europa (27% de la importación cada uno),



En Alemania, la feria Plantec organizó un seminario-exposición denominado «Mundo-Flora». La internacionalización del comercio ornamental mundial es una realidad.



seguidos por los países africanos como Kenya (que primero vendía en las subastas holandesas; luego se orientó hacia Suiza, Inglaterra y Alemania), Zimbabue y Marruecos (suele exportar a Francia). El comercio de flores cortadas de Tailandia se basa principalmente en las orquídeas. El importe de flores cortadas hacia la Unión Europea ha mostrado un aumento del 70% en el período de 1990-94.

Los países de Europa Occidental representan más de la mitad del consumo mundial de flores. Los principales centros de consumo son Italia, Alemania y Francia. Holanda tiene el mayor consumo de flores cortadas por cápita y puede considerarse un mercado mundial líder en el comercio internacional de flor cortada (60% de la participación del

mercado). Con respecto al comercio intercontinental, Norteamérica y Japón son los lugares más importantes de destino. Otros destinos son Hong Kong y Taiwán. Francia e Italia son exportadores intercontinentales relativamente pequeños.

Los cultivadores europeos suministran la mayor parte de las flores cortadas que se consumen en Europa. Por ejemplo, en 1994, más del 80% de las exportaciones holandesas de flor cortada se quedaron en la Unión Europea.

El total del comercio intraeuropeo fue de 2.281 millones de dólares en 1992 (ver Figura 2). Los principales productores europeos son Holanda, Italia y España. Alemania absorbe casi la mitad del volumen de flores cortadas

Bulbos, los holandeses mandan

Según el último estudio realizado por el **Internationale Bloembollen Centrum** de Holanda, la superficie cultivada de bulbos aumentó para la mayoría de los principales tipos de bulbos (tulipán, azucena, jacinto, lirio, azafrán) en la temporada 1993-94, observándose una disminución respecto a la temporada 1991-92 en gladiolos, narcisos y dalias.

La superficie del producto más importante, el tulipán, ha aumentado un 2%, básicamente como resultado de la expansión de la superficie de los tulipanes «triumph», que pasaron de 148,2 a 3.136 ha, representando casi el 40% del total de la superficie de tulipanes.

Las pocas variedades de tulipán tempranas aumentaron su superficie, mientras que los tulipanes tardíos y los botánicos (Kaufmanniana, Greigii y Gosteriana) disminuyeron.

La importancia de los veinte tulipanes más cultivados (encabezados por Monte Carlo, Golden Apeldoorn, Prominence, Christmas Marvel) radica en que con un área de casi 3.900 ha representan casi la mitad del total de la superficie holandesa de tulipanes.

Si ordenamos los veinte cultivares más importantes por color, se observa un incremento en los tulipanes rosa.

La superficie del Christmas Marvel rosa y Blenda han aumentado considerablemente, así como la del tulipán rojo.

Viendo la gran demanda de tulipanes rojos, esta expansión está justificada. Las superficies de los rojos Prominence, Cassini y Arma son los que más incrementaron. Sin embargo, la superficie cultivada de tulipanes amarillos y blancos disminuyó. Últimamente se ha observado una mayor demanda de tulipanes naranjas.

En cuanto a novedades, las últimas variedades de bulbos introducidas en el mercado (Purple Prince, Barcelona, Ben van Zanten y Sevilla) están progresando poco a poco.

La superficie cultivada de narcisos ha disminuido otra vez, como el año pasado. En cambio, la de jacintos ha aumentado, registrando los colores más importantes (azul, rosa) los mayores crecimientos.

Esta temporada, la variedad líder del lirio, Blue Magic, aumentó considerablemente (50 ha). En relación a 1993, la superficie de lirios aumentó un 4%, lo cual se debe a los cultivares de lirios orientales (Acapulco, Marco Polo) y también a los híbridos asiáticos.

La superficie de gladiolos aumentó, con la excepción de los de color rojo pálido y púrpura.

Como conclusión diremos que el valor total de las exportaciones holandesas de bulbos de flores (1993-94) fue de 1.215 millones de florines holandeses y que los países exportadores más importantes son Alemania y Estados Unidos.

de Europa. Francia, Reino Unido y Suiza son también grandes consumidores.

En conclusión, la exportación entre continentes es relativamente pequeña en comparación con el comercio intraeuropeo.

América del Norte depende mucho de la importación intercontinental de flores cortadas.

Colombia es el país que exporta más flor cortada a América del Norte, pero ha de competir con Ecuador, México y Costa Rica. En el futuro, Guatemala y Perú abastecerán también este mercado. Holanda es el segundo suministrador, aunque su participación de mercado en Estados Unidos sigue siendo modesta.

Los Estados Unidos son el mercado de flores más grande de América del Norte. El consumo de flores cortadas por cápita es relativamente bajo. Si éste aumenta, América Central y Sudamérica serán los más beneficiados.

La producción de flor cortada se concentra en el mercado nacional aunque también se realizan pequeñas exportaciones a Japón, México y algunos países europeos.

El comercio intercontinental de América Central y del Sur hace referencia a la exportación de flor cortada hacia Norteamérica y Europa.

América Central y Suda-



En la ciudad de México, el consumo per cápita es bajo, sin embargo, el enorme potencial de 30 millones de habitantes permite grandes posibilidades de crecimiento.

mérica son los mayores productores de flores cortadas. Obviamente, Estados Unidos es el principal mercado exportador. La exportación hacia Europa

va a Reino Unido, Francia y Holanda. España, Austria y Suiza son mercados importantes; Japón y Hong Kong lo serán en el futuro.

El comercio de flores in-

“ En Europa Occidental, la zona total de producción se estabiliza mientras que la productividad se incrementa. El consumo anual de flor cortada y el abastecimiento, también han aumentado. ”

terregional no está desarrollado en América Central y del Sur. La importación de flores cortadas es insignificante.

La mayoría de la producción africana de flor cortada (70-80%) se exporta hacia Europa, donde las subastas holandesas tienen un papel destacado. Gracias a la combinación de condiciones climáticas favorables, mano de obra barata y buena administración (extranjera), la exportación se ha expandido mucho.

La producción para el mercado regional es muy reducida. Los pequeños volúmenes de importación vienen de Holanda, Francia y España.

En Asia, el comercio intercontinental de flores cortadas es bajo todavía; básicamente interregional.

Japón, Taiwán y Singapur son los principales consumidores de flores. Más de la mitad de las flores cortadas se importan de Holanda; el resto de Nueva Zelanda y Australia.

Sólo una pequeña parte de la producción se exporta, básicamente a Italia, Alemania y Holanda. Tailandia exporta flores cortadas (orquídeas) a Estados Unidos.

En cuanto a Oriente Medio, Israel es el mayor proveedor de flores cortadas para Europa. Los principales países consumidores (e importadores) en Oriente Medio son Omán, Arabia

Saudí, Kuwait y los Emiratos Arabes Unidos.

Australia y Nueva Zelanda desempeñan un papel insignificante en el comercio intercontinental. La zona tiene una baja densidad de población y, por tanto, el consumo de flor cortada también es bajo. La producción se destina al mercado regional y a la exportación. La mayoría de la exportación de flor cortada se lleva a Asia, la importación es muy baja.

Conclusiones y perspectivas

A continuación se analiza el futuro del comercio intercontinental en lo que a mercados, producción y tendencias se refiere.

Mercado

Se puede afirmar que la mayoría de movimientos de flores están orientados sur-norte. América Central y del Sur abastecen los Estados Unidos; Europa Occidental es suministrada por África, Oriente Medio y América Central y Sudamérica. Como consecuencia, los mercados consumidores europeos muestran signos de saturación de algunas variedades de flores. Además, la mayoría de operaciones comerciales sur-norte no reciben apoyo de los mercados nacionales o regionales. Los mercados de los Nuevos Países Industrializados son, a menudo, descuidados. Los envíos hacia estas regiones proceden normalmente de Europa Occidental.

Las subastas holandesas son muy importantes. La mayoría de productores holandeses llevan sus flores a las subastas. El 70% de la producción del país se exporta. Alrededor del mismo porcentaje de flor importada es reexportada. Esto significa que los productos cultivados en Ken-

ya pueden ser transportados a Holanda, vendidos por las subastas holandesas y exportados a los Estados Unidos. La reexportación de flores es un típico fenómeno holandés.

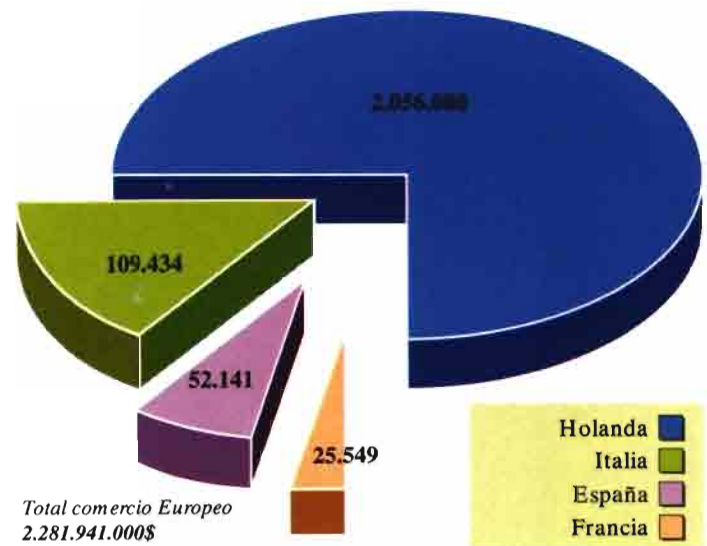
En 1992, más del 35% de la importación europea se destinó a Holanda; alrededor del 60% de las importaciones se comercializa a través de las subastas holandesas. Esto implica que el 20% de la importación europea se vende a través de las subastas holandesas.

Aspectos de producción

Desde el punto de vista de la producción, factores como el clima, el suelo y el riego son básicos para la viabilidad de la producción de flores. Los lugares ideales para la producción están situados en zonas (tierras altas) con clima templado con una temperatura entre 15 y 25°C. Las regiones más prósperas en la producción de flores (Kenya, Colombia, Ecuador, Israel) cumplen estos requisitos. Los futuros países productores se encuentran en el hemisferio sur: Zambia, Malawi, Tanzania y Uganda en África; Ecuador en Sudamérica; China, India e Indonesia en Asia. Junto a las condiciones del lugar de producción, hay que tener en cuenta otros aspectos, como por ejemplo los técnicos: sistemas de riego e instalaciones de invernaderos.

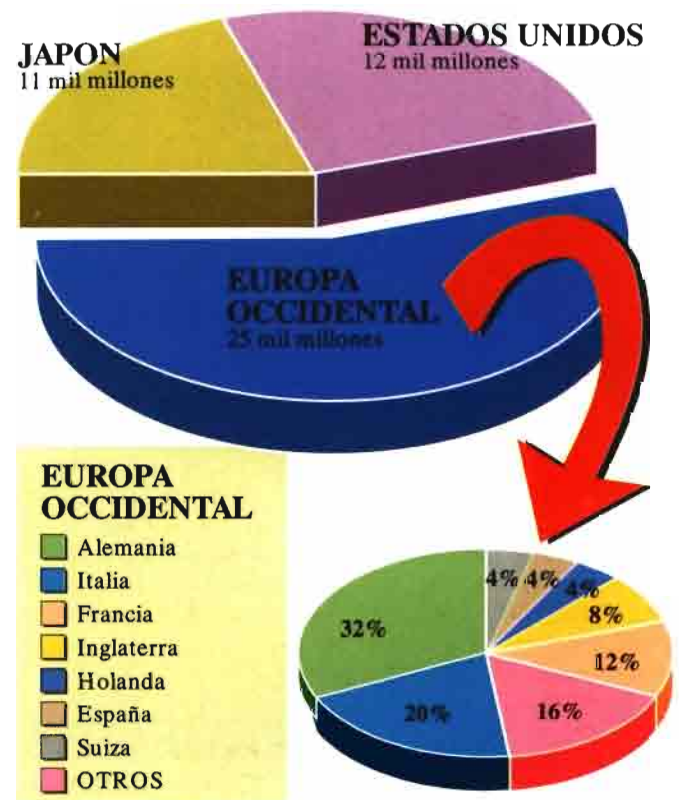
En Europa Occidental, la zona total de producción se estabiliza mientras que la productividad se incrementa. El consumo anual de flores cortadas ha aumentado y el abastecimiento de este mercado también. Así pues, el suministro de rosas sobrepasó la demanda y, consecuentemente, los precios bajaron.

Figura 2:
Ventas Intraeuropeas
de flor cortada en 1992 (x1.000\$)



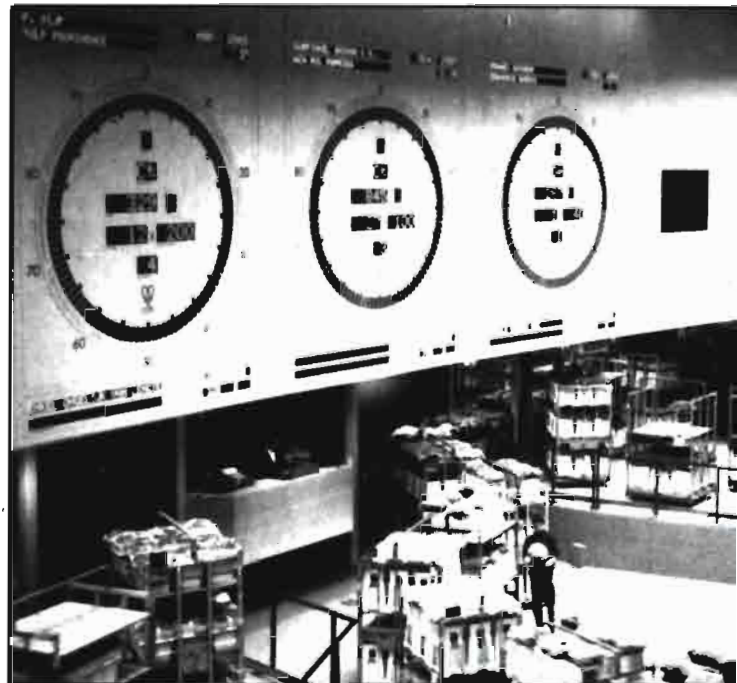
Fuente: A.I.P.H.

Figura 3:
Consumo mundial de flor cortada
(en marcos alemanes)



En la Figura 2, vemos como Holanda es el principal proveedor intraeuropeo de flor cortada, muy por delante de sus competidores.

Figura 3. Estados Unidos, Europa y Japón son grandes consumidores de flor cortada.



En la fotografía superior izquierda, Enrique Tenorio Ramírez, floricultor mexicano de la zona de Xochimilco (izquierda) junto a Alexandre Galí. Debajo, Claudio Lijalad, nuestro habitual autor (derecha) junto a Bernardini, productor de planta de crisantemo más importante de Argentina. En la otra fotografía superior, compartida con la página siguiente, perspectiva de una de las subastas de flores holandesas -en Holanda, la mayoría de los productores de flores comercializan sus productos a través de las subastas, y el 70% de la producción del país se exporta-



men que, al mismo tiempo que se dan bajos precios, haya un incremento de los costes. Se espera que los importadores intercontinentales ganen mercado en Europa; las restricciones en materia de importación que han implantado las subastas holandesas no podrán evitarlo. En vez de esto, las compras y ventas de flores tendrán lugar directamente en los países consumidores de flores.

El mercado de flores de los Estados Unidos puede considerarse un mercado potencial. Hablando de surtido, la producción es tradicional. Respecto al futuro, los productores colombianos temen la competencia creciente de los otros países productores de América Central y Sudamérica (Ecuador, México, Costa Rica, Brasil, Argentina). Para Holanda, segundo exportador en el mercado de los Estados Unidos, es bastante difícil obtener una cuota de mercado más elevada.

El Lejano Oriente y sus Nuevos Países Industrializados parecen ser un mercado consumidor interesan-

Este tipo de producto es muy perecedero. Por este motivo se necesita una infraestructura bien organizada. En la práctica esto significa proximidad a las grandes ciudades y aeropuertos internacionales.

La floricultura es un sector complejo. La optimización de los procesos de marketing, logística y producción precisan una buena gestión profesional.

Tendencias

La competencia entre productores locales e internacionales es fuerte. Simultáneamente a la importación de flores cortadas

de África, América Central, Sudamérica y Oriente Medio la producción europea ha aumentado. Los productores holandeses te-

“ La floricultura es un sector complejo. El marketing y la distribución parecen adquirir importancia en el comercio intercontinental de flores cortadas. Se espera una expansión del consumo de flores en Estados Unidos, Sudeste de Asia y el mercado europeo. ”



Quien quiera vender a Europa, debe ir a Europa. Este es un lema que podría adjudicarse a Rivera Flor, la comercial de flor cortada más importante de España. Fotografía superior, en un stand de la feria de Aalsmeer, en Holanda, el pasado mes de noviembre. En la foto central, Pere Papaseit (izquierda) -director de Ediciones de Horticultura- junto a José da Silva, un importante productor argentino de flor cortada ante un excelente cultivo de lilium para vender en Buenos Aires. En la fotografía inferior, el empresario argentino Siqueir, con una bandeja de plantel de limonium «Olimpic» importado de Inorsa -empresa que seleccionó y actualmente comercializa esta variedad, que formaba parte de todos los ramos entregados a los ganadores de los Juegos Olímpicos de Barcelona, el pasado año 1992-.

te y creciente. Aunque hay una producción local tradicional y altas restricciones fitosanitarias (especialmente en Japón y Corea), las exportaciones hacia estos países están aumentando. El surtido no será el factor más crítico puesto que estos países se están desarrollando desde el punto de vista de la floricultura. Sin embargo, la calidad en relación con los fitosanitarios y los productos perecederos son cruciales. Como resultado, los requisitos técnicos para los exportadores potenciales a estos países son relativamente altos. Las áreas productoras del sur (Oriente Medio, Africa, América Central y del Sur) pueden conquistar este mercado.

El marketing y la distribución parecen adquirir importancia en el comercio intercontinental de flores cortadas. Se espera una expansión del consumo de flores, especialmente en Estados Unidos y el Sudeste de Asia, mientras que el mercado europeo muestra un fuerte aumento. Debido a la optimización de la distribución, la producción y el marketing, el comercio intercontinental se ampliará en el futuro cercano. „

CARME PIÑOL (*)

() Texto elaborado a partir de la información facilitada por VEK, a través de su filial española Comet Consultores.*