

Distribución de productos ornamentales

Exportación de flores y plantas holandesas

Se llevó a cabo una investigación sobre los criterios de gastos y tiempo de transporte y oferta de exportación para la Oficina Holandesa de Flores

Linda de Jong

linda@ediho.es

Desde noviembre de 1997 hasta enero de 1998 Linda de Jong llevó a cabo una investigación sobre los criterios de gastos de transporte, tiempo de transporte y la oferta de exportación, para la Oficina Holandesa de Flores. La intención de esta investigación era mejorar estos criterios, de modo que también la MABA-análisis (Market Attractiveness Business-position Assessment-analysis) fuera más real. Por medio de este estudio se obtuvo un buen reflejo del sector de transporte de flores y plantas y de la amplitud de la oferta de exportación.

Oficina Holandesa de Flores

La Oficina Holandesa de Flores, encargada de la organización de marketing y promoción para las flores y plantas holandesas, es responsable de la promoción de la venta de los productos holandeses de floricultura. Está formada por el conjunto de comerciantes y cultivadores de Holanda. Realiza estudios de mercado y hace propaganda, dentro del país y en el extranjero, para fomentar el consumo de flores y plantas. La oficina participa en muchas ferias extranjeras y organiza prácticas y talleres para el comercio minorista extranjero. Además se facilitan conocimientos sobre el producto procedente de Holanda, mediante carteles, folletos y cuadernos.



Al fondo de la fotografía, el edificio del Bloemenveiling Aalsmeer (VBA), la subasta de flores de Aalsmeer

El presupuesto proviene de tasas que se aplican al sector de floricultura, tanto a comerciantes como a cultivadores y suma aproximadamente 30 millones de florines. Con un presupuesto como éste es imposible mantener una presencia completa

en todos los mercados. Por eso, la división anual del presupuesto se basa en un análisis extensivo de mercado, el MABA-análisis.

MABA-análisis

El «Market Attractiveness Business-position

- El MABA-análisis se lleva a cabo mediante una «matriz de actividades» con el objeto de fijar de una manera sistemática y estructurada los mercados que son más atractivos para promover los productos ornamentales holandeses. ●

Assessment-analysis» (análisis de la posición competitiva y el atractivo de mercado), el llamado MABA-análisis es un análisis que se lleva a cabo mediante una «matriz de actividades» con el objeto de fijar de una manera sistemática y estructurada los mercados que son más atractivos para promover los productos ornamentales holandeses.

El punto de partida de este análisis son unos criterios que fijan la posición de competencia de Holanda y el atractivo de mercado de los MABA-países. Los MABA-países son los países que se insertan en el MABA-análisis; estos son los países más importantes según la Oficina Holandesa de Flores. Por medio de unos criterios de atractivo de mercado y de posición competitiva, la Oficina Holandesa de Flores determina la posición de los MABA-países.

Los países que en cuanto al atractivo de mercado y a la posición de competencia consiguen marcas altas, son los llamados «países fuertes»; éstos reciben la parte más grande del presupuesto de actividades (85%). En estos países se realiza tanto la promoción dirigida al comercio como la promoción dirigida al consumidor.

En los «países moderados» -que consiguen marcas más bajas- hay sólo promoción dirigida al comercio y por ello para estos países se dedica una menor parte del presupuesto (10%).

Para las actividades en los «países débiles» la parte de presupuesto disponible es la menor (5%). Estos países consiguen las peores marcas en cuanto al atractivo de mercado y la posición competitiva de Holanda

No sólo la marca cuantitativa de los países en el MABA-análisis sino también el aprecio cualitativo es importante para dividir los MABA-países en tres gru-

pos (fuerte, moderado y débil)

El MABA-análisis se basa en once criterios. Según la importancia de cada criterio éstos reciben un valor del MABA-análisis. Para este estudio se ha utilizado sólo tres criterios de la posición competitiva de MABA-análisis: los gastos de transporte, el tiempo de transporte y la amplitud de la oferta de exportación.

Los gastos y el tiempo de transporte

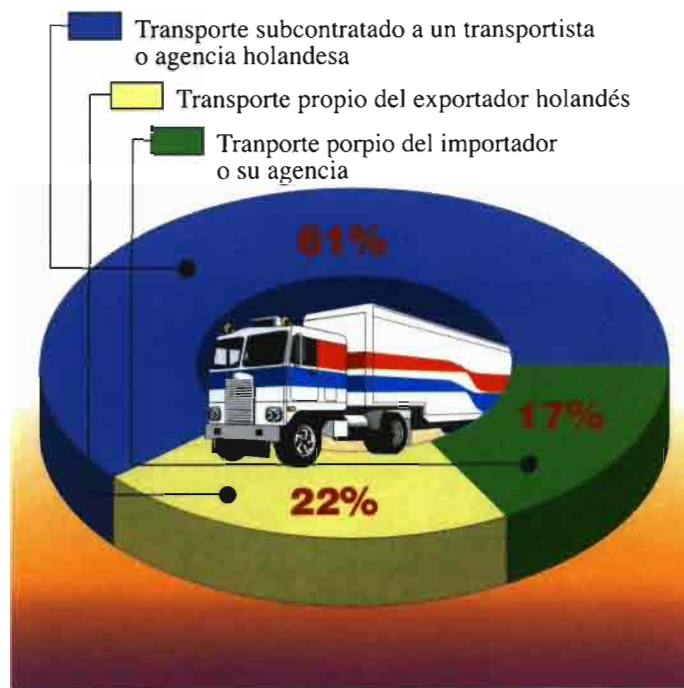
Flores y plantas son el tercer producto holandés de exportación con un valor de más de 7.000 millones de florines. La parte de Holanda en la exportación mundial de flores y plantas es del 64%. Es muy importante que un producto perecedero como las flores y plantas se transporte rápidamente y llegue en buen estado.

El sector holandés de transporte y distribución ocupa una posición prominente. Esto se confirma porque el 27% de los transportes por carretera cruzan la frontera. Esto es válido para el sector ornamental, teniendo en cuenta que las subastas de flores desempeñan un papel importante. Las subastas holandesas de flores son un centro de comercio y distribución mundial para flores y plantas. Cuanto más bajos son los gastos de transporte a un cierto destino, tanto mejor es la posición competitiva de Holanda. Esto vale también para el criterio «tiempo de transporte», cuanto menos tiempo se tarde a un cierto destino tanto mejor es la posición competitiva.

Tanto «gastos de transporte» como «tiempo de transporte» son los criterios importantes para la posición holandesa de competencia.

El problema para la Oficina Holandesa de Flores estaba en que no sabía si la información existente era co-

Figura 1:
División de las formas de transporte para los productos ornamentales holandeses en 1996



recta o no. Como la oficina de promoción de flores es una organización de marketing y promoción, no tenía información respecto al sector de transporte de flores y plantas. Por medio de entrevistas con exportadores, transportistas y agentes de transportes ha conseguido tener un reflejo muy actualizado del sector de transporte de productos ornamentales.

El transporte de flores y plantas se puede hacer de tres maneras. El exportador puede subcontratar a un transportista o agencia, transportar con sus propios vehículos o el importador se encarga del transporte. En 1996 la división de las formas de transporte era la que muestra la figura 1.

Notable es que los países cerca de Holanda, como Alemania, Bélgica, Inglaterra y Francia se suministran principalmente con el transporte del propio exportador holandés. Los clientes de la Europa Oriental frecuentemente se encargan ellos mis-

mos de ir a buscar sus productos, porque el transporte en estos países es más barato que en Holanda; estos transportistas son grandes competidores para los transportistas holandeses.

Existen algunos facto-

res que tienen una gran influencia en el transporte de flores y plantas, entre otras cosas el medio de transporte y la tara de carga. El medio de transporte más utilizado para los productos ornamentales es el camión o avión.

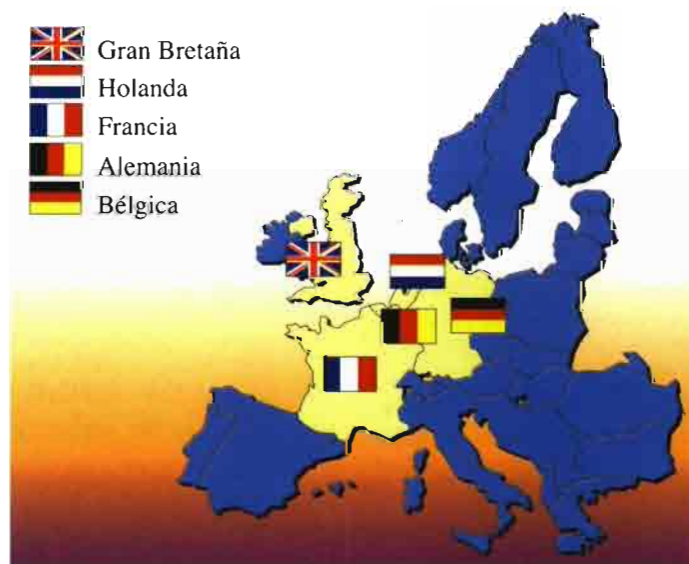
Transporte con camión y eventualmente también con barco

Como los gastos de transporte en avión son más caros que los de camión, en todos los países de Europa se hace el transporte normalmente en camión. También una travesía en barco puede formar parte del viaje en camión. Generalmente en este caso los productos van con el camión en el barco.

Al tratar con productos perecederos, el tipo de camión para el transporte de flores y plantas es normalmente un camión frigorífico. También por este aspecto, el transporte en algunos países se hace normalmente con dos chóferes, por ejemplo desde Holanda a España o Italia, porque si no la calidad de los productos acaba por ser inferior.

Si el transporte se acaba realizando con dos chóferes,

Figura 2:
Países «fuertes»



los gastos son notablemente más altos, lo que es causado por los gastos de salario. Por contra, el tiempo de transporte con dos chóferes es menor. Si el transporte es sólo de plantas, es posible transportarlas con un chófer, porque son menos perecederas que las flores. Una gran parte de los transportes de productos ornamentales combinan plantas y flores; por tanto, se transporta con dos chóferes.

En el sector de productos ornamentales los camiones no están llenos todo el año. La tara de carga media es 80%. En un período muy ocupado para el sector de productos ornamentales, como el día de la madre, la tara de carga es muy alta, algunas veces 105% (se llega a casi cubrir la parte que ha de quedar de ventilación dentro del container de las plantas y flores, la cual se deja para que distribuya el aire de ventilación que las mantiene frescas). Pero en la temporada baja hay días con una tara de carga del 30%. No es suficientemente baja como para decidir no suministrar a los clientes, porque de este manera el exportador perde-

● **El sector holandés de transporte y distribución ornamental ocupa una posición prominente. Esto se confirma porque el 27% de los transportes por carretera cruzan la frontera ●**

ría sus clientes. Los gastos se calculan en base a un camión cargado en un 80%.

Los productos ornamentales se transportan en cubos y cajas, dentro de carros o paletas para el destino respectivo. El embalaje, las cajas y las paletas que por la exportación van a parar al extranjero, se deben devolver a Holanda; lo que implica que también haya unos gastos (aunque menores) por el retorno de los embalajes a Holanda.

La competencia en este sector es grande; por eso no hay mucha diferencia entre las tarifas de transporte de varias empresas. En los últimos dos años, las tarifas de transporte con camión para productos ornamentales no se han modificado debido a esta competencia encarnizada, mientras que los gastos han aumentado. Las tarifas de transporte son muy altas para la competencia de Holanda.

Se espera que este año las tarifas aumentarán, porque tanto los gastos como el flete en barco han incrementado. Se desconoce de cuánto será este aumento; esto dependerá de lo que haga la primera empresa, las otras la seguirán.

Lo anterior vale en general para todo el transporte de productos ornamentales. Hay también algunas situaciones específicas en algunos países. Por ejemplo para España hay tarifas diferentes; a saber una tarifa de verano y una tarifa de invierno. Puesto que en el verano no hay mucha carga de vuelta, las tarifas son aproximadamente un 30% más que en el invierno, en que sí lo hay.

Con respecto al carácter perecedero de flores y plantas, la mayoría de productos ornamentales para Italia se transporta vía Suiza (Chiasso). Por eso son necesarios documentos de exportación

para exportar a Italia.

Una parte de los productos ornamentales para Estonia, Letonia y Lituania se transportan desde Holanda a Tallinn (Estonia). Los importadores de Letonia, Lituania van a buscar los productos en Tallinn. La otra parte se transporta directamente desde Holanda para el destino, o los importadores van a buscar estos productos a Holanda.

Transporte con avión

El transporte por avión se utiliza normalmente sólo para los países que no pertenecen a Europa. Con referencia de los MABA-países, sólo hacia Estados Unidos y Japón el medio de transporte es en avión.

Debido al carácter perecedero de los productos ornamentales, el transporte en avión es normalmente en un vuelo directo, por ello la calidad queda garantizada. Los vuelos con escalas pueden dar problemas con la sobrecarga en aeropuertos extranjeros donde frecuentemente las temperaturas son altas. No todos los aeropuertos, como por ejemplo Schiphol (Países Bajos) se han equi-

Figura 3:
Países «moderados»

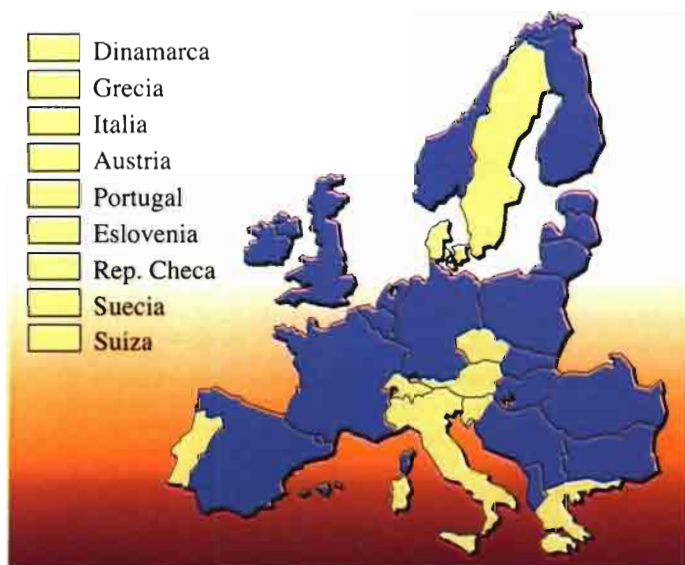
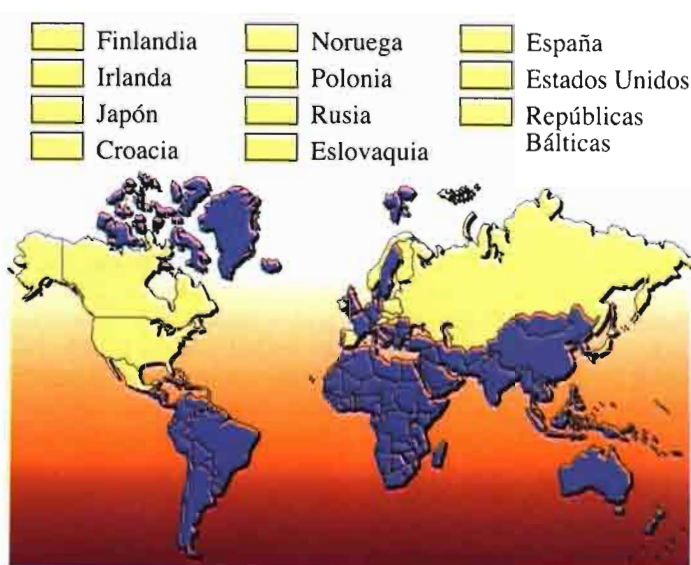


Figura 4:
Países «débiles»





Linda de Jong es una estudiante holandesa del Colegio Agrícola Internacional, Holanda

pado con modernos sistemas de refrigeración para enfriar la mercancía antes de la partida, si el punto de partida es a Schiphol o para enfriarlas de nuevo si Schiphol es sólo un aeropuerto de escala.

Las compañías aéreas tienen para cada tipo de carga unos precios diferentes. Una carga de flores y plantas tiene una tarifa más alta que una carga de por ejemplo cerillas. Las flores y las plantas son perecederas por lo que la compañía corre más riesgo que con otro tipo de mercancía. Normalmente dos veces por año se adaptan las tarifas y éstas difieren entre cada compañía aérea.

Las tarifas se calculan por precio/kg a partir de una escala en la que el precio/kilogramo va disminuyendo según aumenta el peso de la carga enviada (por ejemplo, podemos suponer que para

100 kg correspondería 15 pts/kg, mientras que para 200 kg la tarifa sería 10 pts/kg). Por esto el avión es utilizado cuando los partidas son muy grandes y el transporte en camión sería muy caro.

La amplitud de la oferta de exportación

Este criterio refleja para qué países desde Holanda se destina un surtido amplio y a cuales Holanda exporta un surtido estrecho. Cuanto más amplia es la oferta holandesa de exportación para un destino determinado, tanto mejor es la posición de Holanda en este país referente a la exportación de flores. Cuando se exporta un surtido estrecho, Holanda depende más de lo que suceda con el comercio de estos pocos productos; por eso los países con un surtido estrecho son para Holanda más arriesgados que los que disponen de un surtido amplio.

Por medio de estadísticas de productos se ha obtenido un buen reflejo de la

amplitud de la oferta de exportación para cada MABA-país. Estas estadísticas contienen información sobre la composición de la oferta de exportación para los países destinatarios de flores.

En general, Holanda exporta para los países de Europa oriental un surtido pequeño, excepto para Eslovenia y Croacia, países a los que se exporta una oferta amplia. Eslovenia y Croacia son, respecto a la importación de flores, los precursor-

son países muy atractivos con respecto al criterio de amplitud de oferta de exportación. Allí tiene Holanda una posición buena de competencia en cuanto a este criterio.

Los países donde Holanda suministra un surtido de flores amplio son Alemania, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Italia, Croacia, Eslovenia, Austria y Portugal. Normalmente de un año a otro el surtido de exportación de un cierto país

- **En general, Holanda exporta para los países de Europa oriental un surtido pequeño, excepto para Eslovenia y Croacia, países a los que se exporta una oferta amplia** ●

res de Europa Oriental. Para los otros países de Europa Oriental la oferta de exportación aumentará en un futuro no lejano, ya que estos países están en pleno desarrollo económico. Holanda exporta también a España una oferta pequeña, lo que es debido a la posición de España en el sector de las flores. El consumo per capita de flores y plantas no es muy alto y, además, España produce muchas flores y plantas. Por eso la importación de España es sólo un suplemento al surtido local.

Grecia importa también una oferta estrecha, porque el crisantemo y la rosa son muy populares allí, pero la amplitud de oferta tiene perspectivas de ampliarse a través de la demanda de otras flores.

Para Noruega, Suiza y Suecia exporta un surtido de especialidades. Las especialidades son las flores que no se negocian frecuentemente en el comercio mundial de flores y plantas, como Syringa, Nerine y Euphorbia. Estos países de especialidades y los países donde los exportadores holandeses venden un surtido amplio

no diferirá mucho, pero estas situaciones son dinámicas y pueden ir variando poco a poco y a medio plazo puede volverse una oferta más amplia o más estrecha.



Para saber más...

- Linda de Jong es una estudiante holandesa del «Larenstein», Colegio Agrícola Internacional, Holanda. Estudia el último año de la carrera Comercio Internacional Agrícola (nivel de ingeniería técnica). Especializada en Management Logístico y Marketing Internacional.

Las prácticas en empresas forman una parte integrada e importante de la carrera. Ha realizado diversos trabajos en Estados Unidos, Francia y Holanda, todos con empresas en el sector de Horticultura.

Desde febrero de 1998 hace el último período de prácticas de la carrera con Ediciones de Horticultura, España, colaborando en el desarrollo de un proyecto dentro de la Plataforma Horticom.

- Bloemenveiling Aalsmeer
<http://www.vba-aalsmeer.nl>