



La producción ornamental de España, contempla una pequeña cifra, desde la perspectiva de la superficie agrícola española cultivada. De todas formas, este sector es uno de los más importantes si se analiza desde el punto de vista del negocio: en 1993, 5.283 Ha produjeron por un valor de 48 mil millones de pesetas. La explotación de productos ornamentales

de nuestro país, en término medio, representa a pequeñas empresas de carácter familiar, pero el alto nivel de tecnificación que poseen muchas de ellas, las ha situado a un interesante nivel: por un lado por la mano de obra directa que emplea, y por otra la indirecta, ya que son numerosos los servicios de que precisan -desde los esquejes, pasando por cualquier elemento de la tecnología hortícola disponible, hasta la comercialización. En la fotografía superior, plantas arbustivas (Cupresus y Thuja) en contenedor sobre una malla opaca -Hors Sol-. En la otra fotografía, detalle de una excelente y uniforme plantación de crisantemos en la finca de Vicenç y Genís Vinyals en Cabrera de Mar (Barcelona).

## El mercado ornamental español

ANNA VILARNAU

### Situación del sector de la flor y planta ornamental en España

La superficie cultivada de flores y plantas vivas se situó en España, durante 1993, en 5.283 hectáreas con una producción de 48.000 millones de pesetas. La cifra es pequeña en relación con el total de la superficie agrícola cultivada, no obstante este sector es importante dado el alto nivel de tecnificación con el que cuenta, la especializada mano de obra con que dispone y la gran producción final por hectárea que se genera.

Las mayoría de explotaciones son pequeñas empresas de carácter familiar que, frecuentemente, viven en exclusividad de los ingresos de la actividad hortícola, a diferencia de otros sectores agrarios en los que se da una actividad agrícola a tiempo parcial.

La producción está repartida por todas las Comunidades Autónomas, siendo las principales zonas productoras: Canarias, Cádiz/Huelva, Almería/Málaga, Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia y Cataluña. El destino de los productos es tanto el mercado nacional como la exportación,

principalmente hacia la UE.

Este sector, genera numerosos puestos de trabajo: directamente en la producción y el comercio, indirectamente en el área de suministros y servicios. Además, el buen nivel técnico empleado, el fuerte nivel de inversiones, la gran profesionalización y especialización del sector productivo de flores y plantas ofrecen un gran atractivo a los jóvenes, lo cual es una garantía de continuidad por parte de las nuevas generaciones.

También es importante destacar, que esta tecnología empleada por el sector favorece la adaptación de los sistemas productivos a nuevas técnicas enfocadas al respeto del medio ambiente, como son por ejemplo los sistemas de recogida y reciclaje de las aguas de riego y fertilizantes, aprovechamiento de la energía utilizada para la calefacción de los invernaderos, cultivo sin suelo

**Cuadro 1:**  
**Superficies de producción de flor y planta ornamental (en hectáreas)**

Comunidad autónoma	Flor cortada	Planta ornamental (2)	Total (1)
Andalucía	1.141	180	1.321
Canarias	290	185	475
Com. Valencia	185	840	1.025
Murcia	180	198	378
Galicia	190	55	245
Cataluña	316	698	1.014
Otras comunidades	175	650	825
Total	2.477	2.806	5.283

1. Incluye cultivos protegidos y al aire libre
2. Planta ornamental incluye árboles y arbustos

## Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya

La base del comercio ornamental en este mercado se distribuye en un 55% de flor cortada, un 40% de planta y el 5% restante de verdes de complemento.

En las ventas de planta, predominan las variedades de interior, excepto en primavera que es cuando aumenta el surtido de planta de temporada, sobre todo plantas mediterráneas (petunias, vincas, celosia, alegrías, gazanias, albahaca) que son las que tienen más aceptación. La planta arbustiva se comercializa durante todo el año, aunque el porcentaje que representa del global de planta no supera el 10%.

Por lo que se refiere a la flor, la oferta es continua durante todo el año, con incrementos importantes en fechas concretas de mayor venta, que repercuten en la oscilación del precio. Los productos mayoritarios son, en flor: clavel standard y mini, gladiolo, crisantemo, gerbera,

rosa, liliun, limonium y statice; en planta: geranios, caléndulas, mes-sens, gazanias, claveles, ágata, margaritas, dracenas, petunias, aromáticas, begonias, bouganvilleas y poinsettia (en Navidad). La planta de temporada procede de productores de la zona y la planta de interior tropical procede en un 50% de países cálidos (como Costa Rica), el otro 50% es de producción nacional. La planta de interior procede de otros países como Holanda o Bélgica y una gran parte (ficus, hibiscus, potos, spatiphilium, sterlitzias, etc) se produce en el Maresme (Barcelona).

El mercado, situado en Vilassar de Mar, se localiza en pleno centro de la comarca del Maresme, una zona en la que se cultiva prácticamente toda la oferta de flor y verdes -excepto el leder- que se puede encontrar en el Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya, completándose la oferta en

fechas puntuales de gran demanda con flor procedente de otros países y regiones españolas (Colombia, Holanda, Israel y regiones del sur de España).

Los productos ornamentales comercializados en la venta directa del Mercat van destinados a los mayoristas y floristas del área de influencia del mercado (Cataluña, Zaragoza, Huesca, Sur de Francia, Navarra,...) y los mismos mayoristas de la zona que abastecen el mercado nacional.

Los días más señalados en la venta de flores son: San Valentín, San José, Semana Santa, San Jorge, Santa Montserrat, Día de la Madre, San Juan, Ntra. Sra. del Carmen, Ntra. Sra. de la Merced, Ntra. Sra. del Pilar y Todos los Santos.

Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya  
Ctra. N-II. 08340-Vilassar de Mar (Barcelona)  
Tel.: +34-(9)3-759 48 00  
Fax: +34-(9)3-750 11 98

mediante banquetas, sistemas de lucha integrada para el control de plagas, etc.

### Cómo actúa el profesional

El pasado mes de octubre de 1993, durante la celebración de la feria de Iberflora en Valencia, el equipo director de este certamen, encargó a la empresa de Investigación de Mercado y Comercialización, INMERCOS, la investigación del visitante que acude a la feria. El informe elaborado de este estudio, Iberflora lo hará público el próximo mes de octubre coincidiendo con la próxima edición de 1994.

A Ediciones de Horticultura, se le han facilitado algunos de los datos del informe, lo suficientemente válidos, 95.5% de nivel de confianza y límite máximo de error del 4.5%, como para sacar conclusiones acerca del comportamiento del sector ornamental en nuestro país, dado que Iberflora representa la manifestación más importante, en número de expositores y visitantes, del sector ornamental español.

De la respuesta de a los profesionales entrevistados sobre el concepto de plantas y verdes, destaca una clara conciencia de que los productos ornamentales dirigidos al mercado son percibidos con características femeninas. Profesionales y no-profesionales coinciden plenamente en que las flores y verdes indican un nivel de vida elevado y transmiten una imagen de riqueza.

Al hablar de mercados de distribución, el sector profesional considera que las flores y verdes son productos próximos, de fácil acceso para el consumidor. Sin embargo, para ellos es menos próximo que para el no-profesional, pues espera poder acercarlo más al mercado en general.

Al preguntar por el coste de estos productos, en general, el sector de la producción y comercio de ornamentales coincide en que los precios pagados son baratos, mientras que

entre consumidores existe disparidad de opiniones en función de la edad: los menores de 25 años son quienes consideran más caro el producto, mientras que los mayores de 60 lo consideran muy ajustado en precio.

Las diferencias de edad entre los consumidores de flores y plantas, marcan algunas diferencias que al sector de la distribución puede interesar. Por un lado están los menores de 25 años ven las flores y verdes como un producto menos cotidiano que los individuos de más edad; por otro lado, los mayores de 60 años consideran que los puntos de venta están muy alejados de ellos, valoración que seguramente está en función de sus condiciones físicas, dado que esta no parece una cuestión primordial para los más jóvenes. En un punto donde sí están de acuerdo los consumidores de todas las edades, es en la distribución de los productos, que aun pareciendo contrario a lo anteriormente destacado sobre los puntos de venta, los segmentos de mayor edad analizados, coinciden en la valoración adecuada de esta distribución a pesar de sus limitaciones para el desplazamiento hasta el punto de venta.

## Mercamurcia

El Mercado de Flores y Plantas de Mercamurcia comenzó su andadura a finales de 1986 y nació con un doble objetivo. Por una parte, servir de punto de concentración y expedición de la oferta murciana de flores. Por otra, destino de flores, plantas y complementos de distintas provincias y países para ofrecer un correcto abastecimiento a las floristerías de la zona.

Desde su puesta en marcha, este mercado ha ido incorporando poco a poco nuevos servicios e instalaciones. Actualmente dispone de zona de almacenes, situado de productores, invernaderos, zona de subasta, servicio de intermediación y cash-flor.

De los datos extraídos de la memoria anual de 1993 sobre la comercialización de flores, destaca: en el mercado existen diferentes formas de comercialización, subasta de flores y plantas y venta directa de productores y mayoristas. Los productos comercializados en la su-



basta, proceden en su mayoría de la región de Murcia y una pequeña parte del sur de la provincia de Alicante y Almería.

Los productos se destinan al mercado local, al nacional y se realizan exportaciones de poco volumen a Francia, Italia y Austria.

La época de mayor movimiento de Mercamurcia es la comprendida entre los meses de septiembre a mayo, coincidiendo

con la mejor calidad de los productos.

En el mercado operan mayoristas y productores de planta ornamental; pero, desde el mes de octubre pasado, se celebra semanalmente una subasta de planta.

Mercamurcia  
Ctra. Mazarrón, km 2.  
30120 El Palmar (Murcia)  
Tel.: +34- (9)68-86 91 30  
Fax: + 34-(9)68-86 6123

## Mercado de Flor y Planta de Almería

Los tipos de productos base del comercio ornamental son, básicamente, la planta ornamental de interior y la flor cortada. Dentro de las plantas ornamentales predominan las dracenas, yucas, potos, sansevieria, ficus, helechos, etc. La producción mayoritaria de flor cortada se centra sobre el clavel standard, clavel spray, gypsophila, gladiolo, crisantemo, statice, limonium, liliun y liatris. Los verdes de complemento más frecuentes son el helecho de cuero y

esparraguera.

La procedencia de estos productos terminados es de origen nacional, concretamente de la provincia de Almería.

El destino de los productos es, igualmente, el mercado nacional. En relación a la planta ornamental, se envía a Alicante, Valencia, Murcia, Madrid, Galicia, Asturias, Comunidad Vasca y Baleares. También a Andalucía que, además, absorbe el 60% de la producción de poinsettia. Respecto al geranio, hay ex-

portaciones significativas de esquejes hacia Alemania.

El destino de la flor cortada es también el mercado nacional, fundamentalmente Barcelona, Madrid, Valencia y Andalucía. Una parte importante de la *Gypsophila Paniculata* se dedica a la exportación hacia Holanda y Alemania.

Las épocas de mayor venta en planta interior se centran en primavera y otoño. La poinsettia en Navidad y la hortensia para el Día del Padre y de la Madre. Se ob-

serva una tendencia a la pérdida de estacionalidad en las ventas, si bien hay una bajada significativa de éstas en los meses de verano. Respecto a la flor cortada, los días más señalados de venta son los previos a la festividad de Todos los Santos, el Día de la Madre y San Jorge.

Mercado de Flor y Planta de Almería  
C/Pampanico Bajo, 168.  
04700-El Ejido (Almería)  
Tel.: +34-(9)50-48 39 88  
Fax: +34-(9)50-48 58 16