



**En España existen unas 6.375 hectáreas destinadas al cultivo de flores y plantas, con un valor de producción cercano a los 100.000 millones de pesetas y un volumen de negocio interior de más de 200.000 millones de pesetas. A nivel europeo, España es el segundo país en el comercio de flores, y uno de los de mayor proyección internacional en plantas. A pesar de estas cifras, los españoles figuran entre las últimas posiciones en el ranking de consumo de ornamentales en Europa.**

**Si aumenta el consumo interior y a la vez se confirman las buenas expectativas de cara al aumento de las exportaciones, los cultivos ornamentales pueden ser una buena alternativa de cultivo en general. Dejando de lado los aspectos puramente productivos, en los que deberán sobre todo contemplarse los aspectos cualitativos, la mejor herramienta a la que puede aferrarse el sector es el marketing.**

**Viveros ornamentales, ...  
Objetivo: aumentar el consumo**



Por: **Anna Vilarnau**

Foto: Plásticos ODENA

**E**n algunas de las páginas de esta revista se tratan diversos aspectos del sector ornamental en España. El tema puramente productivo parece estar resuelto para todos aquellos que deseen utilizar hasta las más sofisticadas tecnologías y emplear el mejor material vegetal de base. En la actualidad el gran debate del sector se centra en el comercio y consumo: se debe poder llegar a todas partes, con la máxima rapidez posible y con los mejores medios de transporte, con el fin de que los productos ornamentales lleguen a destino en perfectas condiciones para la venta minorista.

¿Cómo aumentar las cifras de consumo? Probablemente sólo exista una respuesta: el marketing. Si paralelamente al aumento del consumo interno aumentan las exportaciones ¿el sector viverístico será una buena alternativa de cultivo para todas aquellas superficies agrícolas con serias dificultades para salir adelante? La verdad es que son muchas las preguntas que se plantean y por el momento pocas las respuestas seguras.

El sector productor y comercializador de flor cortada y planta ornamental, tiene un elevado potencial de crecimiento, genera un importante número de empleos y presenta un importante volumen de negocio interior que contrasta con el bajo nivel de consumo de los españoles.

### El sector viverístico en España

El sector viverístico español tiene un grave problema de fundamento que no es otro que el de la falta de información al respecto. No se sabe exactamente cuántos viveros existen, ni en qué superficies, ni cifras exactas de producción y aún menos de comercio. Sólo se dispone de datos muy genéricos que engloban el sector de una forma poco específica en cuanto a las especializaciones.

Según los últimos datos facilitados por FEPEX -Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas-, la superficie de cultivo ornamental en España es de 6.375 hectáreas, de las que 2.535 ha corresponden a flor cortada y 3.840 ha a planta ornamental. El valor total de producción asciende a 94.494 millones de pesetas, con un volumen de negocio interior de 206.918 millones de pesetas.

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

La producción viverística y de flores y plantas en España se encuentra dispersa a lo largo la geografía. De todas formas existe una gran concentración productora, aproximadamente del 70%, en cuatro comunidades autónomas: Andalucía, Canarias, Valencia y Catalunya.

Gracias a su clima benigno y a la diversificación de la producción en cuanto a especies y variedades, actualmente las ornamentales españolas tienen un amplio calendario productivo que les permite ofertar a lo largo del año, una oferta para un mercado interior que absorbe el 70% de la producción. El restante 30% es precisamente el que ha convertido a España en el segundo exportador europeo de flores y, a juzgar por las previsiones, lo sitúan en el país con mejor proyección en el terreno de la exportación de plantas ornamentales.

En cifras de comercio, en 1997 España exportó 88.333 to-

neladas de flores y plantas, que alcanzaron el valor de 28.369 millones de pesetas. Estas cifras, respecto a 1996, representan un crecimiento del 43%. Analizando el comercio de los últimos cinco años, el valor de lo que exporta España en ornamentales se ha duplicado, situando al país en el número 10 del ranking del comercio mundial de flores y plantas ornamentales.

De todas formas y continuando con los datos de comercio de flores y plantas, debe destacarse que el 95% del volumen exportado tiene

mencionado en el apartado anterior España ocupa la sexta posición en superficie de cultivo.

Holanda es el país que encabeza el ranking en número de viveros. Según datos de 1996 en este país existen 4.170 viveros en una superficie total de 17.000 ha, de las cuales 7.000 ha son de cultivos ornamentales. Las principales zonas productoras se encuentran en Boskoop para cultivos forestales y plantas para el paisaje, en Limburg para frutales y rosales, y en la región de Opheusden para la

producción de árboles de alineamiento y ornamentales.

En Francia no se dispone de datos recientes, y según las últimas cifras de 1992 existen unos 3.700 viveros en una superficie de cultivo de 13.700 ha, de las cuales unas 10.000 ha son de ornamentales. De este número existe una alta proporción de pequeños viveros que explotan superficies inferiores a 1 ha, a pesar de que los datos pueden ser más o menos fiables, los observadores del mercado afirman que cierto número de empresas han desaparecido, una desaparición que se ha visto

Sajonia, Schleswig-Holstein y Rin del Norte-Westfalia. Las regiones productoras alemanas destacan en general por sus grandes superficies de cultivo (una media de 10 ha) explotaciones muy mecanizadas y a la vez especializadas.

El Reino Unido, con unos 2.000 viveros dispone de una superficie de unas 8.500 ha de las cuales se destinan unas 5.000 a cultivos ornamentales. En general se trata de pequeñas explotaciones repartidas a lo largo del territorio sin dominancia de ninguna región



destino a la Unión Europea, representando sólo el clavel el 80% 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 estos productos que se comercializan sobre todo en Alemania y Francia

### El sector viverístico en Europa

De forma global, la producción ornamental de vivero crece en toda Europa de forma global y como ya se ha

**El sector productor y comercializador de flor cortada y planta ornamental, tiene un elevado potencial de crecimiento, genera un importante número de empleos y presenta un importante volumen de negocio interior que contrasta con el bajo nivel de consumo de los españoles**

compensada por el crecimiento, en superficie y volumen de producción, de las actuales empresas en expansión. Los viveros ornamentales en Francia se reparten a lo largo de todo el territorio, aunque existen 7 grandes núcleos: Anjou, Orleans, Bretaña, Ille-de-France, Normandía, Provenza y Aquitania.

En Alemania existen unos 2.500 viveros en una superficie aproximada de 27.000 ha, de las cuales se estima unas 14.000 son de cultivos ornamentales. Las tres cuartas partes de estos viveros se encuentran entre las regiones de la Baja

productora.

En Italia pasa un poco como en España no existen cifras oficiales. Los datos disponibles en cuanto a número de viveros y superficies de explotación son de 1986, por lo que resulta difícil hacer una descriptiva del sector en este país. Lo cierto es que existen cierto número de empresas muy importantes según el reconocimiento internacional, que de alguna forma son la imagen de este sector italiano. En Italia destacan las regiones productoras de Pistoia, Lombardía y Emilia-Romana.

Bélgica es otro interesante productor europeo,

con unos 950 viveros se explotan una 4.000 ha de las cuales la mitad aproximada es de cultivos ornamentales. El 85% de los viveros belgas se concentran en Flandes, principalmente en la región de Wetteren.

### El sector en el mundo

Según datos facilitados por FEPEX, a nivel mundial, el país que concentra la mayor superficie de flor y planta es EE.UU., seguido de Holanda, Alemania y Japón. Paralelamente, también debe destacarse que Europa concentra la mayor parte de la

superficie cultivada, ya que además de Holanda y Alemania, son importantes los otros países de los que se acaban de describir sus explotaciones productoras - Francia, Italia, Reino Unido y Bélgica- incluso destacan otros países como Dinamarca. En este contexto, España representa el 4,5% de lo que se produce en Europa.

En 1995, el comercio mundial se cifró en 5.376 millones de dólares, de los que un 58,6% pertenecen a flor cortada, un 8,9% a verde de corte, y un 32,4% a la planta ornamental. El 64% de este

ptas.), Alemania (12.600), Austria (12.525) y Suecia (10.350), que son los principales consumidores de la UE. Francia e Italia están más próximos a España con sus consumos del orden de las 7.650 ptas. el primero y 6.450 los segundos.

Según un reciente estudio realizado en España para el planteo de la Campaña de Promoción que se anuncia al final de estas líneas, el bajo nivel de consumo en España hace prever un elevado potencial de crecimiento, aunque se ha estudiado que la demanda es muy sensible a

desde luego es un punto que se pone de manifiesto cuando se analizaron los datos, ya que el consumo en ciudades como Madrid y zona Norte es más regular a lo largo de todo el año, mientras que en la zona Centro-Sur la estacionalidad es mayor.

### El marketing

Según un artículo publicado en la revista italiana Flortecnica de el pasado mes de diciembre, John Pouw, director de Florpartners, empezaba su escrito con las siguientes palabras «La historia, el presente y el futuro del



**A la izquierda, vista de un vivero especializado en grandes ejemplares de coníferas cultivadas al suelo. En la fotografía central una imagen habitual en muchas poblaciones españolas: el centro de jardinería, una señal del barómetro que indica el aumento del consumo de flores y plantas. A la derecha, vivero de plantas especializado en el cultivo en contenedor**

comercio mundial se concentra en Holanda (52%), Colombia (8%), y Dinamarca (4%).

### Consumo europeo

El consumo de ornamentales aumenta en la mayoría de los países europeos.

En España, pese al crecimiento de consumo, todavía se está por debajo de la mayoría de países comunitarios. Mientras que los suizos gastan 19.800 pesetas por persona y año -lo que les convierte en los principales compradores de flores y plantas-, en España el consumo per cápita ronda las 4.763 pesetas. Detrás de Suiza está Dinamarca (13.350

los precios y al propio poder adquisitivo del comprador. En España destaca la alta estacionalidad de las ventas, siendo la época estival el momento del año en que menos flores y plantas se adquieren. Además, los españoles consumen más cantidad de flores que de 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 sobre todo en Catalunya, Levante y la zona Sur. La estacionalidad

marketing de flores y plantas en 20 minutos: 30 segundos sobre el pasado, 1,5 minutos para el presente y 18 minutos sobre el futuro».

Este artículo se introduce remontándose 75 años atrás cuando las producciones de flores y plantas eran escasas, tenían cierta demanda pero sólo en ciertos sectores altos de la sociedad, una sociedad muy conformista en este aspecto porque cuando reclamaba porque unas flores habían durado poco en el jarrón, o cierta planta se había muerto, el florista se quedaba «tan fresco» respondiendo que la culpa era del consumidor que

---

**«La historia, presente y futuro del marketing de flores y plantas en 20 minutos: 30 segundos sobre el pasado, 1,5 minutos para el presente y 18 minutos sobre el futuro». En una frase se resume la situación actual del marketing en el sector ornamental**

---

**La cadena productiva debe funcionar de principio a fin. Sólo se obtendrán buenos productos de vivero si se parte de un buen material vegetal de base y el manejo es el adecuado**

no sabía cuidar las flores y/o plantas. «La profesionalidad del cultivador y la ignorancia del mundo externo eran los ingredientes de una mezcla de marketing».

Esta situación ha cambiado, existe una gran oferta, que reclama una gran demanda, para ello se analizan varias premisas:

- Si la gran distribución se organiza, el producto ornamental será vendido. Para ello deben funcionar todos los eslabones de la cadena, empezando por el hibridador, el proveedor del material vegetal, los proveedores de cultivo -riego, abonos, etc.-, el cultivador, el transportista, el mayorista y el minorista. Si uno de ellos falla, todos van a perder.

- ¿Qué quiere el consumidor exigente? Cuando se quiere hacer un regalo son muchas las cosas que pueden competir: desde chocolatinas, libros, CD, hasta un ramo de flores o una planta. Las flores y las plantas aunque son lo que pueden mostrar más sensibilidad, también son las que pueden representar más problemas. El nivel de expectativas es bajo mientras el nivel de fidelidad no haya sido estimulado en el comprador y/o consumidor.

- ¿Qué quiere otro consumidor exigente?

Quiere ser seducido a llevarse a casa una planta o ramo de flores a bajo precio. De esta forma, el momento de la oferta es esencial para la venta por impulso, pero también debe satisfacerse la expectativa: si un ramo de flores



a bajo precio le han durado 10 días, la próxima compra ya no será una seducción sino una seguridad.

Aspectos como estos, entre otros muchos son los que deberán ser analizados, y llevada a la práctica su resolución a fin de llegar con éxito en el mercado.

**En 1995, el comercio mundial ornamental se cifró en 5.376 millones de dólares, de los que un 58,6% pertenecen a flor cortada, un 8,9% al verde de corte, y un 32,4% a la planta ornamental. El 64% de este comercio mundial se concentra en Holanda (52%), Colombia (8%), y Dinamarca (4%)**

Un siglo después de la historia, el consumidor es el «Rey», y el consumo debe servirse en «bandeja».

### **La Campaña de promoción en España**

El pasado 21 de septiembre se iniciaba la tan esperada Campaña de Promoción de Flores y Plantas en España. El primer plato de la Campaña se inició con la emisión de 110 spots en 10 días, en una cadena privada de televisión.

Las iniciativas que se emprenderán en la campaña son numerosas y variadas. Aparte de la publicidad en televisión y en las principales revistas de carácter cotidiano, también se ha preparado un pack de publicidad repartido entre los puntos de venta que incluye posters, adhesivos, folletos informativos acerca del cuidado de las flores y plantas, material de promoción y decoración diverso, etc.

Una acción novedosa será la de puesta en ruta de

un autobús promocional, tipo inglés con dos pisos, especialmente preparado para visitar grandes superficies. En él se regalarán flores y plantas, camisetas, calendarios, imanes de nevera, relojes, tarjetas rasca-rasca con diversos premios, etc. Este autobús está previsto que visite varias ciudades como Madrid, Pamplona, Zaragoza, Lleida, castellón, Valencia, y Barcelona.

Finalmente y en esta primera fase de la Campaña, la novedad se centrará en una prueba piloto en las ciudades de Pamplona y Valencia, con el «Día de la Flor y la Planta». Esto consistirá en que todos los martes se aplicará un descuento del 10% en las compras de flores y plantas que no supongan ningún arreglo o composición. Si esta acción cumple con los objetivos marcados, durante la segunda fase de esta Campaña se extenderá a nivel estatal y con carácter permanente.

Esperemos que a partir del 21 de septiembre crezcan las ventas de flores y plantas en todos los pueblos y ciudades de España.



### **Para saber más...**

- FEPEX

e-mail: fepex@isid.es

- Asociación Española de Centros de Jardinería.

Tel: 96-352 43 26

- Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya

Web: www.sefes.es/mercatflor

e-mail: mercatflor@sefes.es

- The International Floriculture Trade Statistics

Web: www.pathfast.com

- Flortecnica

Web: www.promo.it/aceint

e-mail: Flortec@promo.it

- L'Horticulture Française Magazine. Dossier Pépinières. Abril 1998.

Fax: +33-04 78 35 03 63