

Hay en el mundo tres grandes regiones consumidoras de flor cortada: los EE.UU, Japón y Europa occidental. Un análisis desde esta última perspectiva

Caminos para las flores

DR. MIGUEL MERINO PACHECO
drmerino@ediho.es



Existen en el mundo tres grandes regiones consumidoras de flores: los Estados Unidos de América, Japón y Europa occidental. El consumo se nutre de la producción interna y de las importaciones. El presente análisis se centra en el comercio internacional de flores desde una perspectiva europea occidental. Hablar de este comercio desde esta perspectiva es hablar del comercio intraeuropeo - por costumbre se trata este comercio como internacional, aunque a los efectos jurídicos es comercio interno a partir de 1992 -, de la producción y exportaciones de los principales socios comerciales extraeuropeos - Colombia, Ecuador, Kenya y - ,

El final del camino de las flores: en el mercado de flores de Amsterdam, los clientes seleccionan un producto del cual exigen calidad, buen precio y producción socialmente responsable.

del papel de Alemania como gran consumidor y de la particular posición de los Países Bajos como grandes productores, grandes importadores y grandes reexportadores - o sea, como señores del comercio mundial de estos productos. Dado que el objetivo de estos comentarios es dar una visión global de estos intercambios comerciales, se incorporan a los mismos nuevos aspectos de tecnología del transporte y planteos éticos relativamente recientes en relación con protección medioambiental y el trato de los trabajadores que están afectando seriamente las posibilidades comerciales de numerosos países exportadores.

La exportación Ecuador

Ecuador es el tercer exportador de flor cortada del mundo, siendo la especie que domina estas exportaciones la rosa. Las flores son - medido en valor - el cuarto renglón de exportaciones de este país, por detrás del petróleo, las bananas y las gambas.

Este país tiene una población de 12 millones de habitantes y un producto bruto de 21.750 millones de euros. La economía de Ecuador es altamente dependiente de su comercio exterior, dado que la suma de sus importaciones y exportaciones asciende al 50% de su producto bruto. Existen unas 2.800 ha en 375 explotaciones de-

dicadas a la floricultura, que generan 197 millones de euros de exportaciones. De estas 2.800 ha, 1.800 están dedicadas al cultivo de la rosa, las que a su vez aportan 135 millones de euros a esas exportaciones. El mercado más importante son los Estados Unidos de América, hacia donde se destinan el 73% de las mismas. Holanda, el gran comerciante mundial, absorbe el 7,53% de las exportaciones ecuatorianas, Rusia el 4,3% - tendencia irregular - y Alemania el 3 %.

La industria de la flor emplea directamente a unos 35.000 trabajadores, en su mayoría mujeres, pero se estima que sus efectos multiplicadores son mucho mayores, alimentando de esta forma a unas 250.000 familias. El costo de la mano de obra ecuatoriana ha sido, hasta la fecha, bajo, siendo éste uno de los factores que impulsaron el desarrollo de una actividad como la floricultura, suma-

La alta productividad ecuatoriana ha debido ser financiada, no obstante, con importantes riesgos. Los productores de flores han debido endeudarse fuertemente

mente intensiva en horas de trabajo. Debido a recientes medidas económicas, no obstante, ese costo se ha elevado de 99,3 euro/operario/mes a 150 euro/mes. Esto se mantiene por debajo del costo salarial comparable de su principal competidor - Colombia - donde la suma asciende a 242 euros; pero sin duda afectará seriamente a la estructura de las empresas en los próximos meses.

La alta productividad ecuatoriana ha debido ser financiada, no

obstante, con importantes riesgos. Los productores de flores han debido endeudarse fuertemente, alcanzando este endeudamiento una cifra de 121.400 euros/ha. Ésto se ha convertido en una pesada carga en la atmósfera de crisis en que ha caído la economía ecuatoriana en los últimos meses.

Colombia

Colombia es el competidor inevitable de Ecuador en los mercados internacionales de flor cortada. Es, por supuesto, un país mucho más grande (41 millones de habitantes; producto bruto de 100.000 millones de euros) y cuya dependencia del comercio exterior es menor que la de su vecino. La suma de sus exportaciones e importaciones cubren el 27% de su producto bruto.

La superficie dedicada al cultivo de la flor es de 4.700 ha y el valor total exportado asciende a unos 607 millones de euros. La



Seed-Cas



◆ Contamos con las mejores casas de semillas del mundo, por eso garantizamos buena germinación y mejor resultado final.



◆ No dude en consultar todo tipo de variedades y consejos de cultivo. Le informaremos sin ningún compromiso.

**Apartado 324
12 080 Castellón
Tel. 636 988 557
Fax. 964 242 284
e-mail: vipesi@telollno.es**




Direc-TS

TECNOLOGIA DE SUSTRATOS

Más que un Consulting

el Departamento de I+D que su empresa necesita

Aprovechamiento de Residuos Orgánicos:
Investigación, análisis e informes técnicos sobre compostaje y residuos.

Sustratos, Tierras y Enmiendas
Experimentación, análisis, formulación y desarrollo de nuevos productos.

DESARROLLO, INFORMACION, INVESTIGACION, EXPERIMENTACION Y CONTROL DE CALIDAD EN TECNOLOGIA DE SUSTRATOS Y XEROJARDINERIA

Xerojardinera
Jardinera sostenible, asesoramiento y estudios de jardines de bajo consumo de agua.

Cultivos Hortícolas
Ensayos de cultivos, diagnósticos, recomendaciones y nuevas técnicas de cultivo.

Direc-TS C/ Badal 19-21, B entlo. 1.º 08014 BARCELONA (SPAIN)
Tel. +34 93 331 27 63 Fax +34 93 331 52 89
e-mail: direc-ts@act.icinet.es web: http://www.sustratos.com

mano de obra directa utilizada por esta industria es de unos 75.000 trabajadores y, al igual que Ecuador, su principal mercado de exportación es los Estados Unidos de América.

Colombia tiene frente a Ecuador la importante ventaja de tener una industria de la floricultura más madura, con un andamiaje de más de treinta años, lo que se refleja en menores niveles de endeudamiento (unos 22.000 euros/ha). También, por su proximidad al mercado y menores tasas de exportación, goza de menores costos de transporte aéreo hasta Miami y Amsterdam, los dos principales destinos de la flor de estos países.

Kenia

La floricultura aportó a Kenia unos 110 millones de euros en 1999, creando 100.000 empleos directos y 70.000 indirectos. Esta suma coloca a los pro-

El predominio holandés en el comercio floral se cimienta en la capacidad de innovación de empresas como la mayorista Intergreen, que entrega material preparado para el punto de venta.



ductos de horticultura ornamental en tercer lugar de los renglones de obtención de divisas - por detrás del turismo y del té. Más del 90% de la producción de flor cortada de este país se exporta a Europa. 65% de estas exportaciones son rosas.

La producción se lleva a cabo sobre 1.860 ha (60% en invernadero). La industria está coordinada por la Autoridad para el Desarrollo de Cultivos Hortícolas (HCDA), donde se encuentran registrados unos 280 exportadores de flores, aunque se dice que no

Equipo AKBAR-MIKRO

Unidad de riego y fertilización por conductividad y pH..

Fácil Instalación

Sistema de inyección incluido.
Multitanque: 4 fertilizantes + ácido
Riego: Por volumen o tiempo
Bombeo: 1 bomba de agua
Teleasistencia: Convencional y GSM

FABRICACIÓN DE AUTOMATISMOS

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

E-mail: amgi@amgisa.com
 WEB: <http://www.solplast.com>

Plásticos Solplast:

La más amplia gama de productos para dar solución a las exigencias agrícolas actuales.

La EXPERIENCIA en COEXTRUSION TRICAPA es SEGURIDAD

GARANTÍA 12 años de experiencia en el sector

SOLPLAST

Polígono Industrial de Lerca - Apdo. Correos, 323
 30800 LORCA (Murcia) ESPAÑA
 Telf.: +34 968 46 13 11 • Fax: +34 968 47 10 54
 e-mail: comercial@solplast.com
 e-mail: info@solplast.com
 Web: www.solplast.com

Plásticos para la Agricultura



más de la mitad están activos. De éstas, no obstante, solo una veintena son significativas por su volumen, siendo responsables por 54% de las exportaciones.

Kenia es el quinto exportador de flor cortada hacia Europa y el segundo proveedor de las su-

bastas holandesas. Al comienzo de este "boom" floral predominaba la producción de clavel, pero desde que hace unos diez años se eliminaron las tarifas aduaneras para la importación de invernaderos, fue posible incrementar la capitalización de las empresas y pasar a la producción más rentable de rosas.

Prácticamente todas estas exportaciones se realizan por vía aérea, por lo cual la disponibilidad de aviones y de infraestructura de aeropuertos es clave para el desarrollo de la industria. Actualmente, prácticamente cualquier aeropuerto europeo puede ser servido diariamente, siendo Amsterdam, Londres y París los más importantes. Frankfurt ha perdido importancia en los últimos años. Los costos de producción son bajos por estándares europeos, pero por supuesto las tarifas de transporte aéreo no son bajas (de 1,8 a 2,0 euros/kg).

El mercado europeo

El consumo de flores en Europa ha aumentado aceleradamente en los últimos años. El consumo total estimado en 2000 ronda los 12.500 millones de euros, un incremento del 12,5% en relación a 1995. En la medida que el consumo de los países de Europa oriental se incrementa, el mercado total europeo se convertirá en el más importante del mundo. La capacidad de consumir flor de Europa occidental se está saturando a pasos agigantados, por lo cual en los próximos años el consumo del Este será de importancia central.

Los mercados importadores principales dentro de Europa son Alemania, los Países Bajos, Francia y el Reino Unido. A su vez, el mayor exportador del mundo de productos hortícolas ornamentales son los Países Bajos - un 65,4% de las exportaciones mundiales-, lo que confiere a este país esa pe-



PROTEGEMOS SUS CULTIVOS

INDUSTRIAS ELS MOLINS, S.A. ofrece una amplia gama de productos al servicio de la agricultura y horticultura:

- Mallas protección lluvias, escarcha y heladas: cítricos
- Mallas sombreo: agrotexiles de protección solar. Gama que ofrece protección a partir del 30% hasta el 90%
- Mallas antitrip: agrotexiles de protección frente a insectos
- Malla suelo: agrotexiles para el revestimiento del suelo
- Mallas cortavientos: agrotexiles protección viento y salinidad
- Mantones: agrotexiles para la recolección de frutos -almendra, aceituna, etc.-, con una extensa gama de tamaños.
- Mallas antigrenizo

**INDUSTRIAS
ELS MOLINS S.A.**

Poligono Industrial, s/n
46869 ADZANETA DE ALBAIDA
(Valencia) - Spain
Tels.: +34-96 235 90 01
235 90 05
235 70 17
Fax: +34-96 235 70 57





cular doble característica de gran exportador y gran importador, causa y consecuencia a la vez de su posición dominante en esta clase de mercados. La mayor parte de esas importaciones son reexportadas a otros países Europeos.

Europa occidental representa aproximadamente la mitad de la producción mundial de flor cortada. La mayor superficie cultivada, tanto al aire libre como protegida, se encuentra en los Países Bajos. Otros grandes productores europeos son Italia, Alemania, el Reino Unido, Dinamarca, España y Francia. La mayoría de estos países están incrementando su superficie dedicada a la floricultura, con excepción de Italia y Francia.

El papel de Holanda

El secreto de la gran competitividad de los Países Bajos en los mercados de flor cortada radica en la tecnología y en rápidos procesos de innovación. Por ejemplo, los rendimientos por unidad de superficie en Holanda son 70% más altos que en Italia, y esto no se debe enteramente a una mayor proporción de cultivo en invernadero, sino directamente a una superior tecnología.

Una fuerte integración vertical, rápida respuesta a las deman-

Frankfurt del Meno continua siendo una importante plaza de importación de flor. En la sede de Florimex, importante mayorista ubicada a escasos minutos de este importante Aeropuerto, Hartmut Fischer, jefe de compras de esta importadora, enseña orquídeas llegadas de Centroamérica.

das de consumidores y comerciantes al por menor, cadena logística eficiente y prácticas de producción acordes con exigencias medioambientales también juegan un papel importante en estos éxitos. Los holandeses también tienen sus desventajas, como escasez de mano de obra y un clima que obliga a hacer uso intensivo de energía en la producción, pero las compensan con una mayor productividad. De esta forma, no son dependientes de bajos costos de materia prima o de mano de obra para continuar compitiendo. Se espera que la fracción holandesa de los mercados internacionales continúe creciendo aun por algunos años, alcanzando 4.750 millones de euros en 2003 para el total de ornamentales.

El mercado alemán

Alemania, con sus 80 millones de habitantes de alto poder adquisitivo y una cultura que predispone al disfrute de la naturaleza, es el mayor importador del mundo de flor cortada. No obstante, las ventas de este producto se han estancado en los últimos años, entre otras razones debido a campañas de grupos ecologistas y sociales que han acusado a países exportadores - principalmente a Colombia - de producir con tecnologías dañinas para el medio ambiente y, sobre todo, de utilizar mano de obra bajo condiciones socialmente inaceptables. Se atribuye a estas campañas que la flor cortada haya perdido un 20% del mercado de los obsequios personales.

El mercado se ha alterado también con la irrupción de los supermercados en un sector de ventas que anteriormente estaba dominado por pequeños puntos de venta artesanales.

El consumo por persona y por año de flor cortada se mantiene estable en 37,6 euros, solo superada por Bélgica (40,8 euros) y Suiza (82,1 euros).

La producción doméstica suministra solamente el 15% de la flor cortada consumida; el mercado de importación tiene un valor total de 1.270 millones de euros.

los principales proveedores son por supuesto los Países Bajos (con importantes re-exportaciones), Italia, Kenya, Tanzania, África del Sur y Ecuador. Hasta hace unos seis años, Colombia suministraba el 12,5% de la flor cortada consumida en Alemania, pero esta fracción ha caído hasta solo un 1,7%, desde que los grupos de presión ecologista comenzaron a difundir informes sobre presuntas malas condiciones en que se trabajaba en las empresas de ese país, sobre todo en lo que se refiere al trato dado a los trabajadores. La campaña se realizó sin ninguna clase de disimulos; carteles ubicados en los puntos de venta informaban a los consumidores que los trabajadores colombianos estaban siendo explotados y que su salud se encontraba en peligro debido a que no recibían protección durante la aplicación de fitosanitarios. Esto llevó a un completo derrumbe de las exportaciones colombianas. Otro factor que contribuyó a estas pérdidas fue que las exportaciones colombianas estaban muy centradas en clavel, un producto que se pasó de moda en algún momento. Posteriormente se realizaron campañas publicitarias para mejorar esta imagen, con lo cual se espera que las ventas de claveles se recobren.

En general, se predice que las ventas de flores procedentes de países no miembros de la Unión Europea alcanzarán un máximo en los próximos años, controlando los segmentos de mercado de producto masivo, de bajo precio, mientras que la producción holandesa y de otros países europeos se ubicará en los segmentos superiores del mercado. Esto es, por lo menos, el objetivo de los productores y comercializadores europeos; el lograr una segmentación efectiva del mercado y lograr diferenciar su producto, de forma tal que el consumidor no lo perciba como un objeto de consumo masivo. La competencia, como siempre, está abierta.