

EL COMERCIO DETALLISTA DE FLOR CORTADA Y PLANTA ORNAMENTAL EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

José Daniel Gómez López

RESUMEN

El presente artículo analiza el desarrollo del comercio detallista de flor cortada y planta ornamental en la Comunidad Valenciana y particularmente en la provincia de Alicante.

La concentración de la demanda, renta elevada y la progresiva tendencia a comprar flor cortada y planta ornamental por parte de la población valenciana, incide eficazmente en la consecución de canales comerciales de nuevo tipo, más operativos y dinámicos, ajustados perfectamente a las disponibilidades económicas de la demanda.

Sin embargo, la consecución de incrementar la venta de productos florales, depende en gran medida de la creación y ejecución de políticas fiscales y crediticias de apoyo a la reconversión tecnológica del sector detallista que permite elevar la calidad del producto y estabilizar los precios.

ABSTRACT

The present article analyze development retail commerce of the cut flowers and ornamental plants cultivation in the Valenciana Community, and Alicante province particularly.

The concentration of demand high standard of life and the progressive inclination to buy cut flowers and ornamental plants for part of the valencian population, contribute efficaciously in obtain one commercial way of new type they more operative and dynamics, perfectly adapted into the disposability economic.

However, the attainment of increment for to sale flowers depend, in great part, of to create and to execute fiscal polities or pertaining to credit helping the reconversion technological refarent retail market, what permit to improve quality of product and stabilization in prices.

RESUMO

O presente artigo analisa o desenvolvimento do pequeno comercio varejista de flor e planta ornamental na Comunidade Valenciana e particularmente na provincia de Alicante.

A concentraçao da demanda, a elevada renda, e a progressiva elevaçao dos hábitos de

compra de flor e planta ornamental, por parte da população valenciana, tem logrado crear fluxos comerciais novos, mais operativos e dinâmicos, ajustados perfeitamente à disponibilidade econômica da demanda.

Para elevar os hábitos de compra de produtos florais é indispensável à criação e execução de políticas fiscais e de crédito de apoio à reconversão tecnológica de setor comercial varejista, permitindo assim elevar a qualidade do produto e a estabilização dos preços.

Introducción

El cultivo de flor para corte y planta ornamental en España y la Comunidad Económica Europea, constituye actualmente uno de los sectores productivos agrícolas más dinámicos en materia de uso tecnológico. Paralelamente al crecimiento de la producción en España, y particularmente en la Comunidad Valenciana, se están desarrollando canales comerciales de nuevo tipo, donde adquiere especial relevancia el comercio detallista de flor cortada y planta ornamental, también conocido como floristería. Generalmente estas floristerías, se encuentran emplazadas en núcleos urbanos, dependiendo su operatividad comercial en gran medida, del volumen de población, renta elevada y arraigados hábitos de compra por parte de la población. Cuando se trata de núcleos urbanos con elevado censo de población, los modelos de comportamiento comercial son muy diversos, debido a que éstos se establecen en función de la distribución de las rentas. Por lo tanto, las instalaciones y equipamientos comerciales, así como el producto vendido y el servicio ofrecido, se ajustan perfectamente a las disponibilidades económicas de la demanda.

En zonas urbanas de renta elevada, las floristerías ofrecen en exclusiva una variada selección de productos rigurosamente controlados en su vertiente fitosanitaria y varietal, para lo cual generalmente cuentan con personal altamente cualificado. El acopio del producto se procesa a través de proveedores mayoristas o empresas productoras de elevado prestigio. Entre los servicios anexos prestados a la clientela están los departamentos especializados para la confección y arreglos florales. La relación precio-calidad constituye en estos comercios, un fuerte estímulo, no sólo para preservar la clientela sino también para incrementar el potencial de ésta. Sin embargo, las floristerías situadas en ciudades o zonas urbanas donde la renta es muy variable, debido a condicionamientos externos, la venta de flores y plantas ornamentales constituye, en muchas ocasiones, un complemento comercial y no una especialización. En estos casos, los precios se ajustan en función de la fragilidad de la demanda y la calidad del producto. Se trata evidentemente, de comercios en que normalmente no existe una dedicación especial para potenciar su imagen comercial.

Otra variedad comercial de reciente implantación en España, y más concretamente en la Comunidad Valenciana, son los *Garden Centers* o Centros Comerciales de Jardinería, que combinan en muchos casos la función de comercio mayorista y minorista de flor cortada y planta ornamental. Generalmente los *Garden Centers* se localizan en los cinturones periféricos de las grandes ciudades o en las proximidades de alguna vía de comunicación que una dos importantes núcleos urbanos. El desarrollo de éstos puntos de venta está estrechamente ligado al crecimiento de las urbanizaciones o a la generalización de la segunda vivienda fundamentalmente para vacaciones (IRESCO., 1981, p, 11).

En la provincia de Alicante, existen Centros de Jardinería que además de ofertar una extraordinaria y completa variedad de flores y plantas ornamentales, cuentan con secciones especializadas en determinadas especies florales exóticas, importadas exclusivamente para una seleccionada clientela.

Comercio y consumo de productos florales

El consumo de flor cortada y planta ornamental en España es relativamente bajo, en relación a otros países de la Comunidad Económica Europea. Sin embargo, los establecimientos comerciales de flor cortada y planta ornamental se han incrementado notablemente en España. En el año 1982 se cifraban en 3.453, evolucionando hasta los 6.500 existentes en el año 1988. La distribución espacial de éstos comercios especializados en la venta de productos florales, está repartida desigualmente. Cinco ciudades españolas concentran el 51,2 por ciento del total de establecimientos: Madrid 18 por ciento; Barcelona 16,7; Valencia 7,3; Las Palmas 5,2 y Alicante 4,6 por ciento (FLOR & COMERCIO, 1990, p. 5).

Cuadro I

CONSUMO PER CÁPITA DE FLOR Y PLANTA ORNAMENTAL EN LOS PAÍSES DE LA COMUNIDAD EUROPEA. (pesetas/habitante)

País	Año	Consumo	País	Año	Consumo
Países Bajos	1988	11495	Francia	1989	4215
Italia	1986	9214	Bélgica	1987	3959
Dinamarca	1985	6630	R. Unido	1988	2692
Alemania	1986	6161	España	1988	1908

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda, 1990. Eurostat, varios años.

En la Comunidad Valenciana, el destino de la producción de flor cortada y especialmente de planta ornamental, experimentó en los últimos años un cambio sustancial (figura 1). La provincia de Alicante, que en el año 1987 destinaba el 46 por ciento de su producción de planta ornamental al mercado interior de la Comunidad, ha incrementado considerablemente este porcentaje, alcanzando el 67 por ciento en 1990. La provincia de Castellón en el mismo período pasó del 30 al 37 por ciento, y la provincia de Valencia disminuye ligeramente el porcentaje, ya que pasó del 35 al 34 por ciento en el período analizado. La tendencia a interiorizar el comercio de productos florales, se debe en gran medida al incremento de las rentas familiares, a la progresiva concentración de la demanda y al aumento de los residentes extranjeros, habituales consumidores de estos productos.

La excesiva atomización de los agentes comerciales abastecedores del mercado detallista, y la inexistencia de un centro que agrupase la oferta y demanda del producto, dieron origen a Mercaflor, primer mercado de flor y planta ornamental de la Comunidad Valenciana. Inaugurado en el año 1987 en el polígono de Mercavalencia, sus instalaciones ocupan una parcela de 45.561 metros cuadrados de los que 7.045 son cubiertos. Mercaflor pertenece a la red de comercialización Mercasa, y entre sus principales objetivos destaca el concentrar la oferta y demanda de productos florales, e impulsar fórmulas de comercialización futuras como subasta e intermediación. El mercado tiene una sala de venta directa con una superficie de 1.786 metros cuadrados, almacenes para flor cortada compuesto de doce módulos cuya superficie total es de 1.300 metros cuadrados, invernadero comercial de 300 metros cuadrados y sala de subasta con superficie total de 840 metros cuadrados.

Actualmente están instaladas en el propio recinto 35 empresas, de las cuales 19 son de flor cortada; 11 de planta ornamental y 5 de elementos auxiliares. Además de la propia labor de subasta, Mercaflor ejerce un trabajo formativo con cursos básicos y de perfeccionamiento

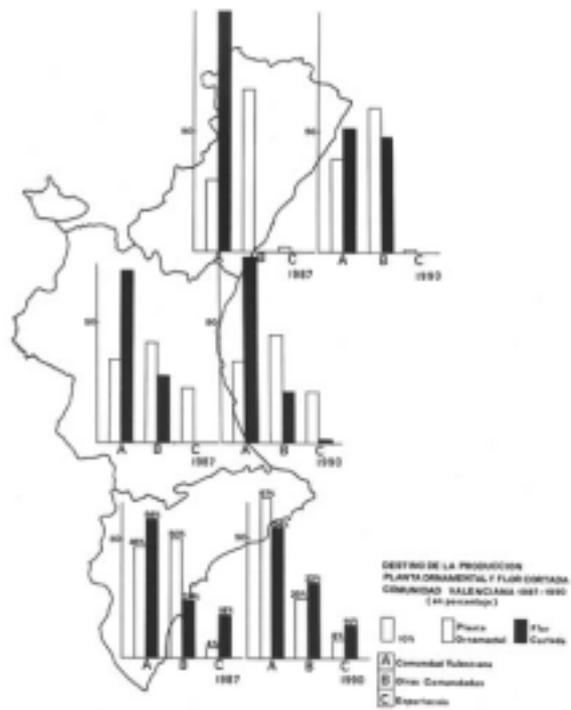


FIGURA 1

para floristerías, impartido por profesionales valencianos y extranjeros que buscan impulsar y potenciar el nivel profesional del detallista.

Cuadro II
EVOLUCIÓN MENSUAL DEL NÚMERO DE COMPRADORES DE VENTA DIRECTA EN MERCAFLOR

Mes	1988	1989	1990
Enero	182	566	816
Febrero	332	676	1.087
Marzo	521	825	1.158
Abril	399	783	969
Mayo	535	1.027	1.400
Junio	424	710	1.028
Julio	344	658	815
Agosto	384	615	916
Septiembre	632	925	
Octubre	819	1.260	
Noviembre	514	846	
Diciembre	810	1.258	

Fuente: Mercaflor.

Además de Mercaflor, los flujos comerciales establecidos por el productor valenciano para abastecer el propio mercado interior, son extremadamente variables, y dependen en gran medida del producto comercializado. En el caso de la flor cortada, generalmente el productor establece contratos directos con el detallista. Estos convenios permiten al floricultor mantener la actividad productiva durante el transcurso del año, y al detallista sostener el abastecimiento regular de su comercio, especialmente en fechas muy señaladas del año como el día de Todos los Santos.

Cuadro III
CANALES COMERCIALES UTILIZADOS POR EL PRODUCTOR VALENCIANO PARA ABASTECER EL PROPIO MERCADO INTERIOR, 1989 (en porcentaje)

Producto	Consumidor	Comerciante Ambulante	Detallista	Mayorista	Total
Flor cortada	13,1	2,8	62,2	21,9	100,0
Planta ornamental	20	25,6	22,9	31,5	100,0
Árboles y arbustos	16	3,5	8,1	72,4	100,0

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda, Subsecretaría de Estado de Comercio, 1990.

El detallista es un elemento clave en el desarrollo del comercio interior de flor cortada y planta ornamental, pues dentro del organigrama comercial, es él quien establece el contacto directo con el consumidor. El trabajo previo a la venta del producto, consiste en realizar una serie de servicios específicos, tales como la conservación, selección, clasificación,

y preparación de las plantas, labor esta que requiere algunos gastos adicionales en equipamiento comercial. La confección de ramos y los arreglos florales, además del reparto a domicilio, asimismo demandan una cualificación profesional, aparte de cuantiosa inversión en capital fijo. En este sentido, los comercios detallistas de la Comunidad Valenciana se encuentran entre los más desarrollados tecnológicamente de España, principalmente en lo que se refiere a equipamientos comerciales.

Cuadro IV
PORCENTAJE DE DETALLISTAS QUE DISPONEN DE EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO
- 1989

Comunidad Autónoma	Sistemas de humidificación	Sistemas de iluminación	Cámaras de conservación	Número de vehículos
Valencia	13,2	2,6	96,8	0,7
Madrid	12,8	-	12,8	0,6
Cataluña	8,6	2,9	14,3	0,9

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda, Subsecretaría de Estado de Comercio, 1990.

La capacidad comercial del establecimiento detallista medida a través de las ventas globales en el transcurso de un año, es sustancialmente reducida en la Comunidad Valenciana, especialmente comparándolas con el comercio detallista de Madrid y Cataluña. En estas Comunidades y particularmente en Madrid, un alto porcentaje de establecimientos detallistas obtiene anualmente un volumen de ventas superior a los diez millones de pesetas declaradas. Esto se debe en gran medida, a que la demanda y oferta se concentra preferentemente en su capital, mientras que en la Comunidad Valenciana y Cataluña los establecimientos detallistas se reparten más equilibradamente por todo el territorio.

Cuadro V
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR VOLUMEN DE VENTAS Y MANO DE OBRA EN EL
COMERCIO DETALLISTA DE FLOR Y PLANTA ORNAMENTAL - 1989

	C. Valenciana	Madrid	Cataluña
Establecimientos pequeños (menos de 5 millones de pesetas de venta anual declarada)	88,9	51,1	81,2
Establecimientos medianos (de 5 a 10 millones de pesetas de venta anual declarada)	11,1	14,9	10,1
Establecimientos grandes (más de 10 millones de pesetas de venta anual declarada)	-	34	8,7
Número de trabajadores			
Ninguno	-	2,1	2,9
Uno	81,6	91,5	68,6
Dos	15,8	4,3	15,7
Más de dos	2,6	2,1	12,8

Fuente: Ministerio de Economía y Hacienda, Subsecretaría de Estado de Comercio, 1990.

Es importante destacar que en la Comunidad Valenciana aunque el comercio detallista mueve un escaso volumen de ventas anuales, en relación a Cataluña y Madrid, su nivel de contratación de mano de obra es relativamente alto. Este hecho se debe a la variedad de productos florales ofertados en los establecimientos detallistas. En este sentido, la manipulación, normalización y venta de flor cortada demandan considerable mano de obra y especialmente de aquella más cualificada. Según datos del Ministerio de Economía y Hacienda, correspondientes al año 1989, la flor cortada ocupa el primer puesto de los productos vendidos en los comercios detallistas de la Comunidad Valenciana, con un 42,2 por ciento, seguido de planta para maceta con un 36,3; árboles y arbustos 6,7 y bulbos, semillas y otros el 14,8 por ciento. Los porcentajes para la Comunidad de Madrid y Cataluña son: flor cortada 26,2 y 27,1 respectivamente; planta para maceta 68,8 y 53,2; árboles y arbustos 0,4 y 1,9, y por último bulbos, semillas y otros el 4,6 y 17,8 por ciento.

Distribución espacial del comercio detallista en la provincia de Alicante

El comercio detallista de flor cortada y planta ornamental en la provincia de Alicante representa, según los últimos datos disponibles referidos al año 1988, el 4'6 por ciento existente en España. Se trata a todas luces de una cifra sustancialmente elevada, ocupando esta provincia el quinto lugar en importancia, después de Madrid, Barcelona, Valencia y Las Palmas.

La provincia de Alicante cuenta con un sector comercial de flor y planta ornamental muy dinámico. Contribuye a este hecho, el aumento del turismo especialmente de carácter residencial, la propia dinámica de la población y el crecimiento de la renta disponible. Igualmente es importante para el desarrollo del sector detallista, disponer de centros de producción próximos, lo que facilita un abastecimiento regular en el transcurso del año. En este sentido, la provincia de Alicante posee una sólida infraestructura productiva de flor y planta ornamental. En el año 1987, existían en esta provincia un total de 37 productores de

Cuadro VI
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE HABITANTES POR FLORISTERÍA EN LAS COMARCAS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Comarcas	1987	1990
Vinalopó Mitjà	8596	6958
L'Alcoià	8.351 (1)	4720
Baix Vinalopó	7828	6263
L'Alcantí	6484	5619
Bajo Segura	4.899 (2)	3175
Alt Vinalopó	4260	3905
El Comtat	3194	3194
Marina Baixa	3072	2749
Marina Alta	2003	1931

Fuente: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación. Delegación Provincial del I.N.E. Elaboración propia.

Obs.: (1) no se incluye el municipio de Alcoy.

(2) no se incluye el municipio de Orihuela.

planta ornamental y 22 productores de flor para corte. Estas cifras se habían incrementado notablemente en el año 1990, cuando el sector productivo de planta ornamental alcanza la cifra de 56 productores y 35 de flor cortada (Conselleria d'Agricultura, 1990).

Datos facilitados por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la provincia de Alicante, referidos al año 1987, cifraban el número de establecimientos detallistas de flor cortada y planta ornamental en 252 comercios activos (figura 2), excluidas las ciudades de Alcoy y Orihuela, donde se carece de datos para ese año.

En el año 1990, el total de comercio detallista de productos florales en la provincia de Alicante, incluidos los municipios de Alcoy y Orihuela, es de 311 establecimientos con una tasa media de 4.075 habitantes por floristería (figura 3). La comarca de la Marina Alta, durante los dos años analizados, sustenta la tasa media de habitantes por floristería más baja de la provincia. Esto se debe en gran medida, a la existencia de una alta concentración de turistas residentes en sus municipios, quienes son habituales compradores de productos florales. Es importante destacar que a nivel comarcal, existen determinadas ciudades que concentran más del 50 por ciento de la oferta de flor y planta ornamental. En la comarca del Baix Vinalopó, en el año 1990, la ciudad de Elche concentra el 85'7 por ciento de los establecimientos detallistas. La ciudad de Alicante y Villena en la comarca de L'Alacantí y Alt Vinalopó el 75 por ciento, respectivamente, y la ciudad de Alcoy en la comarca de L'Alcoià el 52'2 por ciento. Las restantes comarcas mantienen una distribución equilibrada a nivel municipal del comercio detallista.

Entre los principales factores que determinan el consumo de flor y planta ornamental, es de señalar la renta familiar disponible. La provincia de Alicante según datos de la Caja de Ahorros del Mediterráneo y referidos al año 1985, la media de renta familiar disponible en municipios de más de 1.000 habitantes era de 584.010 pesetas. Para aquéllos municipios cuya población es inferior a 1.000 habitantes, la renta media familiar era de 520.908

Cuadro VII

MUNICIPIOS CON RENTA FAMILIAR SUPERIOR A LA MEDIA PROVINCIAL Y NÚMERO DE HABITANTES POR FLORISTERÍA

Municipio	Renta familiar en pesetas- 1985	Número de floristerías-1990	Habitantes/Floristería
Benidorm	986.123	18	2.233
Teulada	795.453	11	476
Jávea	739.214	7	2.013
Alfaz del Pi	701.132	2	3.836
Calpe	689.342	5	2.242
Denia	670.512	12	2.075
Alicante	670.216	45	5.869
Torreveija	657.208	9	2.302
Vergel	649.370	2	1.842
Elda	614.281	8	7.130
Altea	611.105	10	1.259
Campello	594.508	3	3.482
Muro Alcoy	592.497	3	2.158
Cocentaina	590.741	5	2.099

Fuente: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación, 1990. Caja de Ahorros del Mediterráneo, 1989. Elaboración propia.



FIGURA 2. Número de establecimientos detallistas de flor cortada y ornamentos.

pesetas. En este sentido la provincia de Alicante cuenta en el año 1985 con catorce municipios que superan la renta media familiar provincial.

En el año 1990, existen 65 municipios en la provincia de Alicante que cuentan al menos con un establecimiento detallista de flor cortada y planta ornamental. La distribución de las floristerías en los municipios está íntimamente asociada a la renta familiar. Los 14 municipios que en el año 1985 superaban la renta familiar media provincial, en 1990 concentran el 45 por ciento del total de floristería existentes en la provincia.

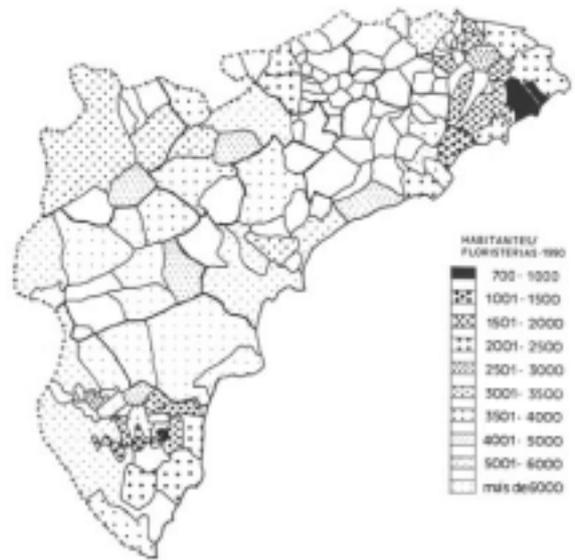


FIGURA 3. Relación de habitantes por floristería

Conclusión

El principal desafío que actualmente se plantea el sector comercial detallista de la Comunidad Valenciana, es el incremento de los hábitos de compra de productos florales por parte de la población. Para su consecución, las actuaciones tienen que estar dirigidas especialmente a la creación de circuitos distributivos transparentes, potenciando fundamentalmente los mercados en origen. La agrupación de la oferta a través de la creación de mercados o subastas, y la estabilidad de los precios, constituyen un capítulo importante en la ordenación de los circuitos comerciales y en la promoción del consumo. La creación de

medidas fiscales o crediticias de apoyo a la reconversión tecnológica del sector detallista, permitiría elevar la calidad del producto y ejercer éste la doble función de ser cada vez más, un receptor de una cuota importante de la producción, y servir de estímulo al crecimiento de la demanda.

Bibliografía

- BRIZ ESCRIBANO, J.; BERNALDO DE QUIRÓS, A. G.; JIMÉNEZ MEDINA, F.: «Estudio del mercado de flores en el área de Madrid», *Estudios Agrosociales*, n.º 120, Madrid, 1982, pp. 131-152.
- BRIZ ESCRIBANO, J.; BERNALDO DE QUIRÓS, A. G.; JIMÉNEZ MEDINA, F.: «Análisis del mercado de plantas ornamentales», *Estudios Agrosociales*, n.º123, Madrid, 1983, pp. 115-125.
- BENEDICTO, J. L: *Canales de comercialización de la flor en España*, Madrid, INIA-MAPA, 1985, 58 pp.
- CONSELLERIA D'AGRICULTURA I PESCA: *Catálogo de flores y plantas ornamentales*, Valencia, 1990, 75 pp.
- FLOR & COMERCIO: «Comercio detallista en España», *Flor & Comercio*, n.º1, Almería, 1990, p. 5.
- IRESO: *Centros comerciales de jardinería*, Madrid, 1981, 47 pp.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA: *Comercialización de flores y plantas ornamentales*, Madrid, 1990, 574 pp.