

GUIA DE ESTUDIO UNIDAD:

Producción y Comercialización Florícola Mundial y Nacional

1. Floricultura: concepto y caracterización

La **floricultura** es la disciplina de la horticultura orientada al cultivo de flores y plantas ornamentales en forma industrializada para uso decorativo cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de consumidor. Como en toda actividad comercial es importante el análisis de la oferta y demanda, para que esta actividad productiva sea rentable y sostenible en el tiempo.

Es importante conocer en detalle todo el desarrollo productivo, tecnológico, económico, comercial y social de las plantas ornamentales.

Los productores llamados floricultores, producen plantas en macetas, para jardín, para su uso por jardineros, paisajistas, decoradores de interiores. Las flores de corte y follaje se utilizan para la venta en floristerías o florerías, puestos callejeros o cementerios.

La floricultura es un tipo de producción que conlleva un uso intensivo de la superficie y de la mano de obra. Sus producciones se desarrollan en su mayoría bajo invernadero, y donde el clima lo permite a campo, como por ejemplo en Brasil (Fig.1).

Existen numerosas **clasificaciones** para las especies florícolas que difieren en el criterio a tener en cuenta, si consideramos el valor del producto. El producto puede ser la planta entera, la flor, la hoja, el follaje, el fruto o el cultivo en sí. A grandes rasgos esta clasificación contempla 2 grandes grupos: **flor o follaje de corte y plantas en macetas**. Otras clasificaciones se basan en los requerimientos ecológicos y las características morfológicas, **(anuales/bianuales, herbáceas perennes, bulbosas y leñosas)** y otras tienen en cuenta el tipo de producto. En la actualidad los mayores esfuerzos en la investigación están focalizados hacia mejoras genéticas de los cultivos y el desarrollo de nuevas tecnologías.

2. Mercado mundial

2.1. Países Importadores y exportadores

La floricultura mundial **ocupa un área de unas 190.000 hectáreas**. Para el año 2006-2007 se estimaba que la misma **movía valores de 60 mil millones de dólares al año y con demanda creciente** (Holland Flower Council, 2010).

La flor cortada ocupa el principal volumen de comercialización, seguido por las plantas en maceta. Esta actividad se desarrolla a lo largo de todo el mundo en más de 145 países

La **producción** está siendo cada vez más desplazada hacia países en desarrollo del Hemisferio Sur. África abastece principalmente el mercado europeo, Colombia y Ecuador exportan al mercado norteamericano y Oceanía y el Sudeste Asiático abastecen el mercado

japonés. Si agrupamos por superficie cultivada, África y Medio Oriente tienen un 1% destinado a floricultura. Europa un 10%, América 13% y Asia destina el 75% (Fig. 1).

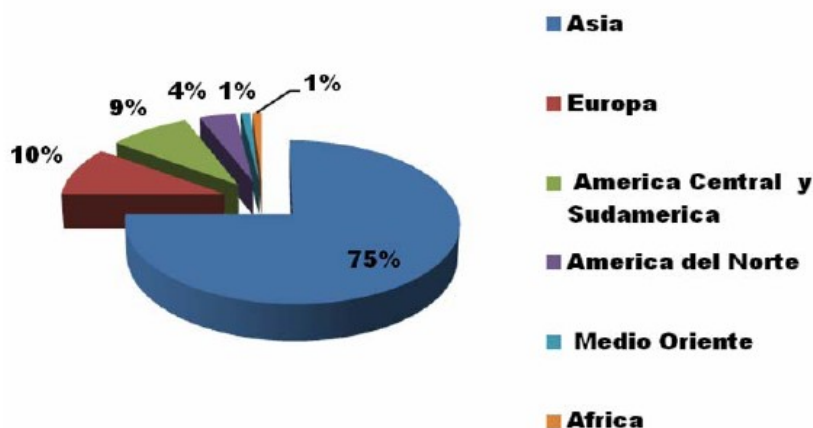


Figura 1. Producción mundial por aéreas cultivadas. Fuente: AIPH, 2008.

El **consumo** está concentrado en países desarrollados ubicados entre los 30° y 55° de Latitud Norte del Hemisferio Norte tales como EEUU, Holanda, Alemania y Japón. El consumo en los últimos 20 años ha sido muy dinámico y cambiante en cuanto a las tendencias (Fig. 3). Las principales especies que participan del comercio mundial son rosa, crisantemo, tulipán, liliium, gerbera, cymbidium, Fresa y anturio como flores de corte y en macetas phalaenopsis, anturio, kalanchoe , dracaena, begonia y ciclamen.

En todos los casos el desarrollo del sector ha sido el resultado de una sinergia público-privada, al desarrollo de recursos humanos profesionales en universidades y centros de investigación. Esto ha permitido no solo mejorar la tecnología de producción, sino también iniciar el mejoramiento de especies ornamentales, mejoras en la cadena de comercialización y en la gestión.

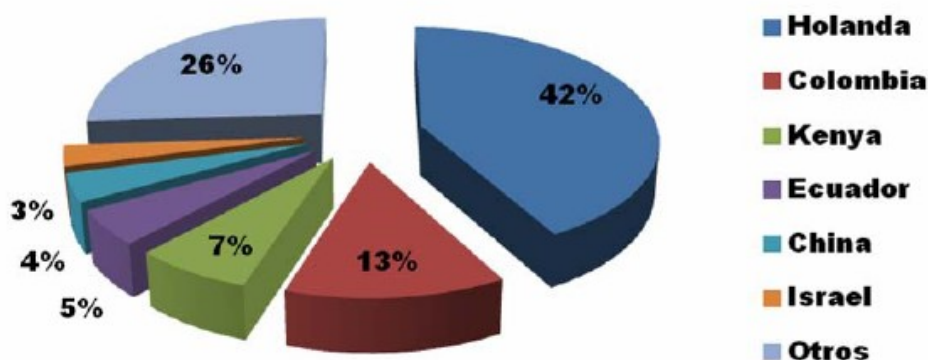


Figura 3. Producción mundial por valor exportado. Fuente: AIPH, 2008

Analizando el sector de las flores ornamentales, se puede destacar que la Unión Europea ha sido y es, por tradición, un importante mercado productor de flores y plantas ornamentales.

La producción de flores de la Unión Europea se acerca a 9.500 millones de euros.

Países Bajos es, por mucho, el mayor productor de flores de la Unión Europea, contando con el 40% del total, y es seguido por Italia, Alemania y Francia. El mercado europeo se caracteriza por el alto nivel de tecnología, productividad y calidad de la flor.

La producción de flores ornamentales también se ha visto afectado por el impacto de la crisis económica mundial y está decreciendo el área de producción. En Holanda, Reino Unido, Francia, Italia, España y Bélgica, el número de productores activos está decreciendo al igual que en Francia y Alemania. Pero los números de producción media de las empresas del sector si están aumentando. Se mejora, por lo tanto, en productividad y crece en cierta medida la competitividad de las empresas europeas del sector. Lo que sigue siendo un hecho es que la **Unión Europea consume más flores de las que produce**, con lo que resulta un mercado atractivo para los países productores de flores ornamentales y su tendencia de consumo va en aumento.

Según la Tabla 1, se puede observar que la tendencia en las importaciones de flores ornamentales del conjunto de la Unión Europea desde el resto del mundo en el periodo 2005-2009 es negativa (-3,41%). Esta cifra negativa está causada, en gran parte, por la disminución de las importaciones generalizada durante la **crisis económica mundial**, puesto que las importaciones de la UE hasta 2008 se mantenían en un ligero pero continuo crecimiento.

Código Producto	Descripción	Unión Europea	Alemania	España	Francia	Italia	Países Bajos	Reino Unido
Total		-3,41	-3,17	-7,68	2,97	-5,86	-2,21	-11,88
060311	ROSAS	1,05	-3,43	-1,25	0,37	-7,76	7,52	-5,12
060312	CLAVELES	-8,61	0,82	-10,33	-18,85	14,15	-5,05	-13,02
060313	ORQUÍDEAS	-4,43	-9,11	-8,70	11,92	-5,88	-5,82	-18,16
060314	CRISANTEMOS	-7,48	-10,20	-3,73	-3,19	-4,22	-15,55	-8,09
060319	LOS DEMÁS	-4,67	-4,49	-10,77	3,66	-5,66	-3,72	-17,20
060390	LOS DEMÁS	21,00	53,58	17,44	36,80	5,80	13,58	35,94
060410	MUSGOS Y LÍQUENES	-2,55	-3,50	-11,29	-14,86	-15,88	25,82	-9,73
060491	PARTES DE PLANTAS, SIN FLORES NI CAPULLOS PARA RAMOS O ADORNOS, FRESCOS	1,09	-4,64	7,03	13,33	8,95	-3,27	1,75
060499	LOS DEMÁS FOLLAJES, HOJAS, RAMAS Y DEMÁS PARTES DE PLANTAS SIN FLORECER	14,91	7,63	-10,57	19,56	-5,29	12,87	10,33

Tabla 1. Tendencia de las Importaciones de UE-27 desde el resto del mundo (TCMA 2005-2009).

Se estima que la Unión Europea consume más del 50% del mercado mundial de las flores, con un valor de mercado de 13 billones de euros. Su producción llega a cifras cercanas a los 9,5 billones de euros, **siendo Holanda con diferencia el mayor comercializador de la UE, al producir el 40% del total.**

En cuanto a importaciones, cabe destacar que la **Unión Europea es el mayor importador de flores del mundo, con valores que llegaron a 3,5 billones de euros en 2008.**

El bloque comercial de la Unión Europea está compuesto por 27 mercados que comparten características comunes en relación al consumo pero también presentan diferencias que hacen que unos mercados puedan resultar más atractivos que otros.

Un procedimiento abreviado y sencillo para identificar aquellos mercados de mayor interés para empresas latinoamericanas del sector flores ornamentales debe considerar los siguientes **parámetros**:

- Que la Unión Europea sea un mercado importador de flores ornamentales en niveles suficientes y que el volumen sea creciente.
- Que el área de América Latina y el Caribe sea exportadora en niveles suficientes a la Unión Europea y que el volumen de exportación de flores ornamentales también sea creciente.
- Que las barreras comerciales y no comerciales impuestas por la Unión Europea y los distintos mercados que la componen sean abordables.
- Que la estabilidad económica, social y política de los distintos mercados que componen la Unión Europea sea suficiente.
- Que existan canales de distribución aceptables y disponibles para que sean acometidos por las empresas latinoamericanas.

Los mercados de la Unión Europea pueden dividirse en tres grupos:

1. Los **mercados maduros** como Alemania, Italia, Francia, Países Bajos, Bélgica, Austria y los Países Escandinavos, caracterizados por su alto gasto per cápita en flores.
2. Mercados **en crecimiento** como Reino Unido, España, Grecia, Irlanda y Polonia. Son grandes mercados, con un gasto per cápita en flores y plantas que sigue creciendo.
3. Mercados **en desarrollo**: países del Este de Europa. Las flores y plantas ornamentales siguen siendo consideradas artículos de lujo, si bien el consumo está creciendo poco a poco.

De los seis mercados seleccionados (Alemania, España, Francia, Italia, Países Bajos y Reino Unido) se encuentran entre los diez principales importadores de flores ornamentales de la región.

Esto indica que el **mercado de la Unión Europea representa un enorme atractivo para América Latina y el Caribe.**

América Latina y el Caribe se ven en igualdad de condiciones que Kenia e Israel, los países que representan una competencia en el mercado europeo. Las empresas latinoamericanas beneficiadas con acuerdos comerciales y esquemas preferenciales como el Sistema

General de preferencias Plus (SGP+) pueden comercializar sus productos totalmente libres de arancel, a excepción de Argentina, a la que en algunos casos se le aplica el 5%.

Según la Tabla 2, se puede observar que la tendencia en las exportaciones del conjunto de los países latinoamericanos hacia la Unión Europea del total de flores ornamentales en el periodo 2005-2009, es positiva (26,85%). Todos los países seleccionados, con excepción de Alemania y el Reino Unido, han incrementado sus compras de flores ornamentales provenientes de América

Latina y el Caribe. Es importante considerar que dichas cifras toman en cuenta el impacto de la crisis financiera internacional: en el período 2006-2008, las exportaciones de los países latinoamericanos hacia la Unión Europea aumentaron.

En Sudamérica, **Colombia y Ecuador, son los mayores exportadores**, ocupando además el segundo y tercer lugar respectivamente, entre los mayores exportadores de flores del mundo.

El caso de México y Brasil es diferente, pues como en Argentina, nace en base a un mercado interno consumidor. Brasil, en la década de los setenta era superada por la floricultura argentina, sin embargo hoy, el valor de su producción supera los 1.000 millones de dólares, con exportaciones de flores de corte, follaje y flores tropicales por 30 millones de dólares (2005).

Código Producto	Descripción	Unión Europea	Alemania	España	Francia	Italia	Países Bajos	Reino Unido
Total		26,85	-4,9	36,96	42,38	36,26	188,32	-1,23
060311	ROSAS	182,42	128,94	80,1	2181,29	408,74	449,16	48,33
060312	CLAVELES	-6,52	-22,77	4,96	54,27	8,13	157,68	-13,77
060313	ORQUÍDEAS	-6,46	-	-100	-	-21,83	-	-
060314	CRISANTEMOS	110,93	41,42	955,46	-13,66	-10,11	-	249,64
060319	LOS DEMÁS	48,23	23,36	43,45	2,75	105,9	948,68	-8,77
060390	LOS DEMÁS	35,17	4,94	97,04	17,77	107,35	35,5	-1,2
060410	MUSGOS Y LÍQUENES	-17,89	-52,39	-100	-	-10,07	-33,13	-
060491	PARTES DE PLANTAS, SIN FLORES NI CAPULLOS PARA RAMOS O ADORNOS, FRESCOS	-0,3	-31,22	48,59	-46,7	2,28	-49,25	-24,28
060499	LOS DEMÁS FOLLAJES, HOJAS, RAMAS Y DEMÁS PARTES DE PLANTAS SIN FLORECER	-29,57	-63,84	151,92	-56,58	-31,41	-33,46	489,49

Tabla 2. Tendencias de las Exportaciones de América Latina y el Caribe a UE-27 (2006 - 2009)

En Chile el esfuerzo conjunto del sector productivo, de investigación y el apoyo del sector público a través de Fundación para la Innovación Agraria, del Ministerio de Agricultura, CORFO (Cooperación de Fomento de la Producción) y otros organismos han llevado a extender la producción que se concentraba en el centro del país hacia todo el territorio, y

llevar la exportación que era inexistente hasta la década del noventa a más de 7 millones de dólares FOB en flores y de 28 millones en bulbos (Prochile, 2010).

En todos los casos el desarrollo del sector ha sido el resultado de una sinergia público privada, al desarrollo de recursos humanos profesionales en universidades y centros de investigación. Esto ha permitido no solo mejorar la tecnología de producción, sino también iniciar el mejoramiento de especies ornamentales, mejoras en la cadena de comercialización y en la gestión.

La industria de la floricultura en Kenia ha llegado a ser tan importante como proveedora de la Unión Europea, que en la subasta de flores FloraHolland de Almeer existe un "día de Kenia".

Kenia presenta ventajas en el costo de mano de obra y en el clima. El Consejo de Floricultores de Kenia, mantiene un fluido contacto con grandes centros comerciales de Holanda y otros de Europa. El 65 % de los tallos florales exportados se venden a través de las subastas holandesas.

Además hay un incremento de ventas directas, que no pasan por las subastas. Sus principales compradores son: Holanda, Gran Bretaña (UK), Alemania, EUA, Rumania, Bélgica, Finlandia, Polonia, Japón, entre otros. Cifras del corriente año informan que los Países Bajos llevan el 69%, el Reino Unido 18% y Alemania 7% del volumen exportado desde Kenia.

2.2. Canales de comercialización

Dentro del mercado de flores podemos encontrar básicamente tres sectores: quienes controlan el negocio desde la producción hasta la distribución, los subastadores y otros intermediarios, y los financistas. Entre los primeros se encuentran, por ejemplo, Dole Food Company, Inc., The Queen's Flowers y Florimex. Dedicadas exclusivamente a la distribución están grandes importadoras y comercializadoras, entre ellas, la holandesa FloraHolland, que hace parte de la Federación de Subastas de Flores de Holanda (VBN, por su sigla en holandés).

La Dole, empresa estadounidense, es la mayor productora y comercializadora de frutas y verduras frescas del mundo y uno de los más grandes cultivadores de flores de corte de América Latina, las cuales vende en un 90% en los Estados Unidos, principalmente a distribuidores mayoristas y a pequeñas floristerías. Tiene presencia en 90 países. Florimex International B.V. tiene negocios en más de 50 países, principalmente europeos (Holanda y España); Estados Unidos; Centro América y Sudáfrica; ella misma señala que es la más grande compañía de su género en el mundo. Importa, exporta, empaca y participa en los mercados mayorista y minorista de flores y plantas verdes.

La más grande importadora y comercializadora del mundo es la holandesa FloraHolland, fruto de la fusión de las dos más grandes comercializadoras, llamadas subastas: la propia FloraHolland y Bloemenvailing Aalsmeer. Posee seis sedes con más de dos millones de metros cuadrados de instalaciones; 1.600 muelles de cargue y descargue; más de 100 mil transacciones al día; 5.000 empleados; cerca de 10 mil proveedores y más de 5 mil comerciantes; y una facturación anual de más de 4.000 millones de euros, de los cuales 621 corresponden a importaciones, destacándose las de Kenia con un 36% del total.

Posee seis sedes ubicadas en las localidades holandesas de Aalsmeer, Naaldwijk, Rijnsburg, Bleiswijk y Eealde. Allí se tratan desde grandes lotes para exportadores o

cadenas de supermercados de todo el mundo hasta pequeños paquetes para distribuidores minoristas.

Así básicamente contamos con dos tipos de distribución:

2.2.1. Distribución en Subastas: la distribución a través de subastas representa el 30-40% del mercado europeo. Es importante comprender el papel de las subastas holandesas como centro mundial de distribución de estos productos cuando proceden de países en desarrollo. A pesar de ser un canal de distribución con un gran peso en el mercado, sólo Alemania acompaña a Países Bajos en esta modalidad de distribución.



Figura 4. Subasta de Holanda.

Para participar en este tipo de comercio, el proveedor debe informar sobre la ubicación, tipo y costos de la mercancía que entra al sistema de subasta. La venta se realiza a través del “reloj de subasta” o de la Oficina de Intermediación. (Fig. 4) Este sistema consiste en empezar una puja con un precio alto que luego va bajando, y el comprador que obtiene la mercadería es aquel que para el reloj pulsando su botón. La compañía posee 13 salas de subasta en las cuales están ubicados 39 relojes. (Fig.5) Por su parte, la Oficina de Intermediación pone en contacto a vendedores y compradores. La subasta de flores fue creada en Holanda en 1902.

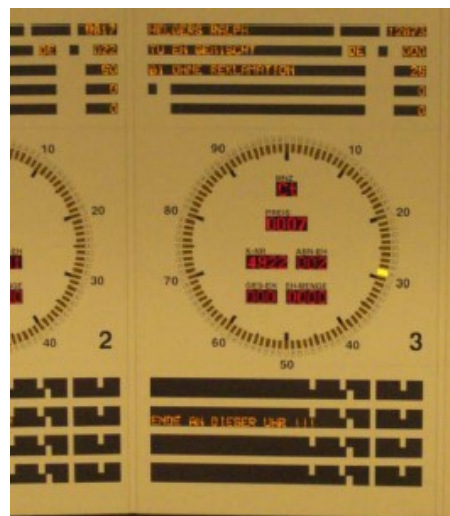


Figura 5. Reloj de la subasta en Holanda

2.2.2 Distribución Directa: La distribución directa es más indicada para productos dirigidos a la venta minorista, por ejemplo en supermercados. Esta distribución suele hacerse a través de proveedores de flores.

A continuación observamos las ventajas y desventajas de cada una de estas opciones:

A través de subastas	Directamente, eludiendo el sistema de subastas
Ventajas	
Gran cantidad de clientes y, por tanto, demandas de varios tipos y variedades de flores	Relación personal directa con los clientes, que permite desarrollar servicios adicionales a la venta del producto.
Esta cantidad de clientes permite la venta a distintos segmentos de mercado en todos los países de la UE.	La búsqueda de clientes de un segmento específico del mercado permite concentrarse a la hora de hacer esfuerzos específicos de marketing.
Ajuste de precios neutral y transparente, basados en la oferta y la demanda.	Precios fijados regularmente, lo que ofrece una expectativa de mejora de precios.
Garantías de pago: los servicios financieros ofrecidos por la subasta suponen una menor gestión financiera a elaborar por el exportador.	Los pequeños volúmenes (productos especiales) pueden ser consolidados.
Desventajas	
Dificultades para dirigir los esfuerzos de marketing hacia segmentos específicos del mercado	El número de países de destino es limitado
Volatilidad de los precios	La negociación de los contratos requiere una minucioso balance de los gastos y beneficios
El exportador debe ser capaz de afrontar grandes y consistentes volúmenes de pedido.	Los volúmenes tienen un máximo. El exportador ha de buscar más de un comprador para aprovechar su capacidad productiva
Las subastas impiden anticiparse a los posibles cambios que soliciten los mayoristas	Las operaciones de la empresa deben ser capaces de adaptarse con rapidez a los cambios repentinos en los requisitos del mayorista

Tabla 3: Ventajas y desventajas de los sistemas de distribución.

2.3. Tendencias del sector

Estas son algunas tendencias del sector de las flores ornamentales:

□ Las flores son compradas principalmente como regalo esto hace que en la actualidad compitan con otros artículos de regalo, tales como juegos, libros, etc. Es por esto, que la participación de las flores como regalos en el mercado está disminuyendo levemente.

□ Otra importante tendencia en el negocio de las flores es la **creciente demanda** de los consumidores por una variación en los regalos personales y nuevos y sorprendentes artículos. Es por esto que algunas empresas en el sector de las flores están respondiendo a esta demanda ofreciendo las flores en formas de empaquetado especiales u ofreciéndoles en combinación con otros artículos. El desarrollo de variedades diferentes y novedosas es otra respuesta a esta demanda creciente. Una tendencia que resulta poco beneficiosa para el sector de las flores es la tendencia hacia el **individualismo** y la aparición de hogares conformados por una sola persona. Esta tendencia tiene un impacto negativo en la comercialización de flores, debido a que este segmento consume menos flores. Este segmento a menudo pasa menos tiempo en casa y da una menor importancia a la decoración a la misma.

En contraste, el número creciente de **gente de la tercera edad** tiene un impacto positivo en las ventas de flores. Este segmento del mercado pasa más tiempo en casa y tiene, relativamente, más dinero para gastar, dado que ya no tienen responsabilidad en la crianza de sus hijos y ya han pagado sus casas.

El **mercado institucional** está creciendo también. Aunque las compras de grandes empresas han disminuido, éstas han sido reemplazadas por las compras de empresas pequeñas. De forma anual el Consejo Holandés de Flores (www.flowercouncil.org) publica las nuevas tendencias del sector. Las floristerías de muchos países en la Unión Europea usan estas nuevas tendencias para la creación de sus bouquets. Aunque estas tendencias en sí misma no suministran información a los productores, sí brindan una idea general de las tendencias en colores de moda y formas. Los colores fuertes y saturados han ganado popularidad y mercado en los años recientes. Sin embargo, las flores de colores suaves siguen teniendo su importancia en el mercado y también lo han hecho durante 2010. En ese año, los siguientes colores tuvieron una amplia presencia: el verde en sus tonos más bien mates, como verde alga, caqui, verde tilo y verde oscuro. Los tonos marrones: barro y chocolate, los tonos morados como malva y violeta, y tintes gris oscuro.

Según **la European Floral & Lifestyle Suppliers Association (EFSA)** la tendencia de la primavera-verano de 2011, se puede organizar según diversos ambientes:

- Hippy Rhapsody. Flores exóticas estilizadas: acacias, camelias.
- Magic Kitchen Garden. Homenaje a las verduras de la huerta.
- Sugared Spring. Espíritu de herbolario: margaritas, caléndulas,
- Sunny Blossom. Flores románticas y frescas: margaritas, tulipanes, claveles.

Figura 6: Arreglo floral de Flora Holland.

Uno de los principales mercados para las flores es el de las bodas. Las tendencias en flores para 2011 son claras:

- Se tiende al empleo de una única flor de manera masiva en los ramos. Este efecto hace que el ramo de flores parezca muy opulento y permite un uso de flores tradicionales y bonitas de una manera moderna. Incluso, se puede incluir follaje puesto que mejora la presentación. Variedades, tales como lirios, girasoles y aves del paraíso son ideales. Estos ramos más pequeños resultan ser rentables y elegantes.
- Una tendencia que recientemente ha crecido en popularidad es el de los bouquets y arreglos florales con texturas. Más que los tonos pastel, muchas parejas se deciden por fuertes colores y verdes manzanas.

3. Mercado Argentino

3.1. Características generales

La floricultura comercial en Argentina comenzó a principios del Siglo XX. Inmigrantes japoneses y alemanes comenzaron en la zona norte del Gran Buenos Aires a producir plantas en macetas.

A partir de la década del 30 comenzó la producción a flores de corte. Hasta la década del setenta la floricultura Argentina era la más desarrollada de Latinoamérica, pero la falta de políticas oficiales, la inadecuada gestión y la falta de ajuste de la producción al nuevo contexto mundial han limitado su desarrollo.

En las últimas décadas sin embargo, el mercado del sector en nuestro país ha crecido considerablemente (Di Benedetto, 2004), siendo las causas entre otras, el cambio de las pautas de consumo de la población. Por ello, resulta de mucho interés el desarrollo de este sector agropecuario como una alternativa más de diversificación de ingresos dentro de la actividad agrícola.

En Argentina, hay 2500 hectáreas cultivadas de flores (25% bajo invernadero) y unas 1700 de estas se encuentran en La Plata y en el segundo y tercer cordón del conurbano bonaerense, en la zonas de Escobar, Florencio Varela y Pilar. Según la dirección de Economías Regionales de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (Came), 58% del terreno cultivado está en la provincia de Buenos Aires, 12% en Santa Fe, 6,8% en Corrientes y 22% en el resto del país.

Comparando a Argentina con los países europeos, antes de la devaluación la posición de Argentina ocupaba el octavo lugar en relación a los países seleccionados de la Unión europea. Pero después de la devaluación, pasó a ocupar el 11 lugar con un valor de producción de 159 millones de dólares (Tabla 4).

N° Orden	País	Millones de USD	
1	Países Bajos	2.802	
2	Alemania	1.268	
3	Francia	1.013	
4	Italia	907	
5	Reino Unido	431	
6	España	438	
7	Dinamarca	397	
8	Austria	254	
9	Suiza	253	
10	Bélgica	219	
11	ARGENTINA	159	2002
12	Finlandia	81	

Tabla 4: Posición relativa del sector florícola Argentino. Datos INTA 2002.

El **99,6%** de la producción se destina a mercado interno y solo el 0,4% lo hace al mercado externo. Las exportaciones son de peonías que se producen en la Patagonia y algunas especies arbóreas. Sin embargo, el intercambio comercial, que también incluye flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos o secos, sigue siendo negativo para la Argentina. Un informe de la consultora Abeceb.com, sobre cifras del Indec, revela en el último año un saldo negativo de US\$ 4.224.858. En 2011, la Argentina exportó 607.219 kilos de flores y plantas, que representaron ingresos por US\$ 573.002, mientras que al mercado ingresó casi el doble, 1.126.825 kilos, equivalentes a unos US\$ 4.797.860.

En los primeros siete meses del año, la tendencia se mantuvo. La exportación alcanzó los 53.243 kilos (US\$ 115.339) y la importación 475.942 kilos (US\$ 2.019.367). Los productores están conscientes de que, sobre todo en invierno, la importación se incrementa por el clima, pero confían en la fortaleza de las variedades locales para vender más allá de la primavera.

El **mercado Argentino** a pesar de tener casi un siglo de producción comercial, se encuentra **escasamente diversificada**, lo que atenta tanto para el crecimiento del mercado interno como para el externo. En flores de corte predominan en el mercado local poco más de 30 especies en el AMBA, cuando en el mundo hay más de 100. En el interior del país se cultivan en total 20 especies, de las cuales crisantemo y clavel son las principales. La producción de follaje de corte, flores tropicales y bulbosas en la Argentina es casi inexistente

por lo que estas especies constituyen una gran posibilidad de diversificación de la producción. Esto podría potenciar el mercado local y a mediano plazo ser una alternativa de exportación considerando que son productos de gran demanda internacional.

Los productores argentinos no se especializan a una sola actividad, en su mayoría complementan diferentes cultivos.

En cuanto a la **tecnología** en la década de los noventas el contexto económico favoreció la introducción de tecnología como el fertirriego, modelos de invernáculos modernos, producción de plántulas en bandejas multiceldas, nuevas variedades de rosas y claveles y sustratos comerciales entre otras. Muchas de estas tecnologías, sin embargo, requieren aún experimentación y ajuste a las condiciones locales y capacitación de los productores sobre su uso, acompañado de un cambio en la gestión de los establecimientos florícolas. Esto ha atentado, entre otras cosas, contra la calidad.

Los claveles, las rosas y crisantemos son las variedades que más se cultivan y, según datos del INTA, representan el 50% de la producción, pero van en aumento nuevas especies, como lisianthus, liliium, gerbera, alstroemeria, gypsophila, fresia, follaje y flores tropicales.

Como mercados comercializadores más importantes de flores podemos mencionar a Mercoflor y el mercado que se encuentra también en Buenos Aires, donde funciona la Cooperativa Argentina de Floricultores Limitada fundada en 1940 por un grupo de treinta y dos cultivadores de origen japonés. Actualmente brinda servicios a más de 2000 asociados (Fig.8).



Figura 8. Cooperativa Argentina de Floricultores.

3.2. Zonas de producción

Argentina es un país con un gran potencial para la producción de flores y plantas ornamentales (Fig. 9). Sin embargo, esto requerirá de una decisión tanto del sector productivo y público tanto en organización como en gestión de políticas de investigación y desarrollo. Sin embargo hoy el valor bruto de la producción florícola se calcula en poco más de US\$ 200 millones por año (Morisigue; 2013). Con una producción anual de unos 3,5 millones de paquetes de flores de corte.

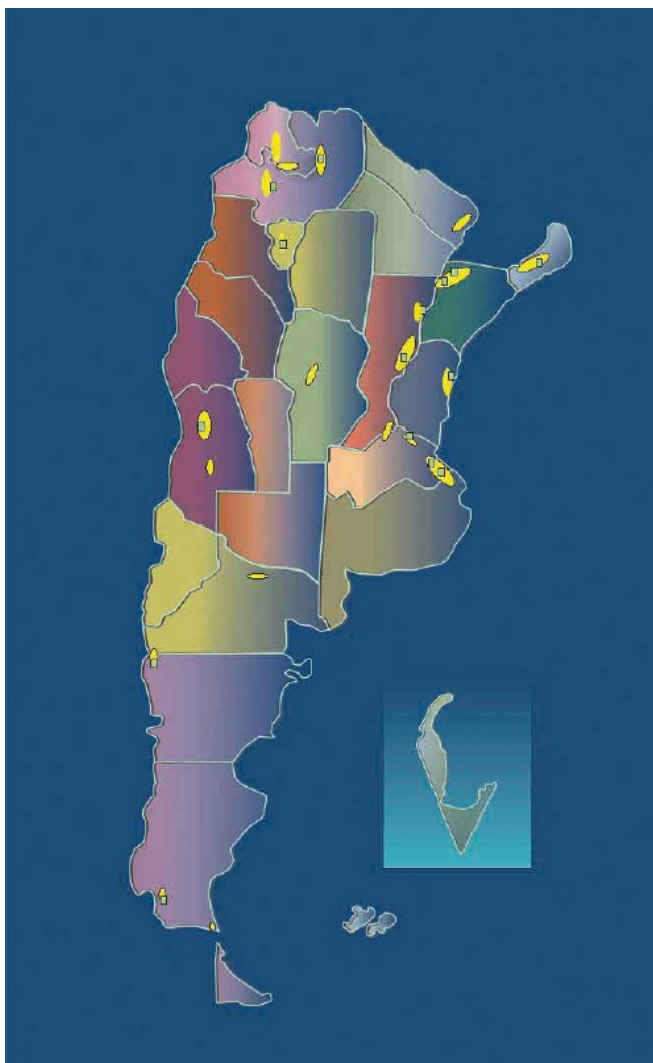


Figura 9. Principales zonas de producción de flores y plantas ornamentales.
Fuente: INTA 2012.

Buenos Aires y Santa Fe son las principales provincias productoras del país (Tabla 6). Por lo tanto los principales centros de comercialización se encuentran en las mismas provincias.

Provincias	Superficie en m ²			
	Cultivada	Cubierta	Campo	Umbráculo
Buenos Aires	9.112.619	1.166.613	7.749.417	196.589
Catamarca	196.680	15.802	176.920	3.958
Chaco	102.230	32.960	68.120	1.150
Chubut	168.540	4.970	163.570	-
Corrientes	1.667.055	600.255	989.700	77.100
Córdoba	646.870	235.286	396.904	14.680
Entre Ríos	404.620	71.180	203.530	129.910
Formosa	1.105.670	294.208	802.825	8.637
Jujuy	433.944	13.694	419.250	1.000
Mendoza	619.113	240.123	370.640	8.350
Misiones	753.772	89.492	624.140	40.140
Salta	156.544	28.039	115.445	13.060
San Luis	318.990	13.150	305.620	220
Santa Cruz	21.920	2.160	19.760	-
Santa Fe	2.962.070	584.071	2.360.099	17.900
Tierra del Fuego	15.500	2.150	13.350	-
Tucumán	719.443	66.426	639.832	13.185
TOTAL	19.405.580	3.460.579	15.419.122	525.879

Tabla 6. Distribución de la superficie dedicada a Floricultura.

3.2.1. Caracterización de la producción por zonas

□ Noroeste

En la Provincia de Jujuy se destacan 2 grandes zonas de producción: la Quebrada en el centro y los Valles al sur, donde se producen principalmente flores de corte desde hace más de 30 años.

La zona del Ramal, al este de la provincia, se destaca como una zona potencial de producción ya que presenta características climáticas apropiadas para la producción de cultivos ornamentales, en especial para la producción de flores y follajes tropicales.

En la zona de la Quebrada, si bien la producción se realiza mayormente a campo, en los últimos años se ha comenzado a producir bajo invernáculo. Por las características del clima

y por tratarse mayormente de producción a campo, la producción en general se desarrolla entre los meses de Noviembre y Abril. El sector en esta región está compuesto por pequeños productores que utilizan mano de obra familiar. Las especies más producidas son siempreviva, statis, crisantemo, godetia, clavel, lágrima y reina margarita. En menor proporción le siguen gypsophila, clavelina de poeta, gladiolo, conejito, alelí, virreina, penacho, fresia, nieve, marimonia, azucena, aster, nardo y rosa.

En la Provincia de Salta la producción se concentra en el centro de la provincia. La zona del Chaco Salteño presenta características climáticas apropiadas que la convierten en una región con alta potencialidad para el cultivo de especies ornamentales de flores y follajes tropicales.

Entre las especies de flores de corte que se producen se destaca el clavel. También, parte de esta producción ha abastecido a otros mercados incluyendo a Buenos Aires. Otras especies que se producen en la zona son liliium, lisiantus, rosa, gypsophila y statis.

En la Provincia de Tucumán, la producción se ha localizado en los alrededores de la ciudad capital, con pequeños productores de flores de corte y productores pequeños y medianos de plantas ornamentales.

En la zona Centro Sur ha sido tradicional la producción de rosa y crisantemo bajo invernáculo y en la zona piedemonte la producción a campo de jazmín del Cabo en gran escala, además de viveros de plantas ornamentales.

□ **Noreste**

En la Provincia de Corrientes se concentra la mayor producción de plantas de interior del país, especialmente en el noroeste de la provincia. Esto se debe a la ausencia o baja ocurrencia de heladas en la zona que permite una producción a bajo costo al no ser necesario el uso de calefacción. Recientemente, en la misma zona, se ha difundido la producción de flores de corte de mayor valor y de mayor demanda en el mercado como rosa, gerbera, liliium y lisiantus. La baja probabilidad de heladas, la mayor temperatura del otoño-invierno respecto a otras zonas y la relativa cercanía a los mayores centros de consumo, posicionan a esta provincia como la mejor para la producción de plantas de interior como también de flores de corte.

En la Provincia de Misiones, también se dan condiciones para la producción de plantas de interior y flores de corte. Pero además existen zonas con características agroclimáticas óptimas para la producción de orquídeas y flores y follajes tropicales.

En la Provincia de Entre Ríos, especialmente en la zona de Concordia se concentra la producción más importante de azaleas y camelias.

□ **Centro**

En la Provincia de Santa Fe, las principales zonas de producción se encuentran en los alrededores de Rosario y en el Centro-Norte de la provincia. La zona del gran Rosario ha sido junto con la de Buenos Aires, las pioneras en el desarrollo de la producción de flores de corte del país. La zona Centro-Norte, especialmente en los alrededores de la Ciudad de Santa Fe, desde la década del 50 se constituyó en uno de los principales centros de producción de bulbos de gladiolo, llegándose a las 300 hectáreas de producción. En los últimos años ha surgido la producción de flores y plantas ornamentales en la zona Norte de la provincia debido a un crecimiento del mercado local y regional.

En flores de corte se producen crisantemo, clavel y rosa como especies principales y le siguen jazmín a campo, follaje (Asparagus, Eucaliptus), liliium, gypsophila y gerbera. En cuanto a plantas en maceta, hay producción de plantas de interior y de jardín en los alrededores de Rosario y Santa Fe, pero el volumen de la producción no consigue satisfacer toda la demanda.

La **Provincia de Córdoba** produce flores de corte y plantas ornamentales. La producción se concentra en los alrededores de la ciudad de Córdoba y alrededores. La producción de flores de corte se basa en especies como rosa, crisantemo, clavel y lisiantus. En cuanto a la producción de plantas en macetas se destacan las especies florícolas para jardín y florales en macetas.

Producción de estrella federal, Crisantemo, Begonia y Ciclamen en Córdoba Capital.

□ **Cuyo**

En la Provincia de Mendoza la principal zona de producción se desarrolla alrededor de la ciudad Capital, especialmente en los departamentos de la zona sur y este. La principal especie cultivada es el crisantemo, tanto a campo como bajo invernadero. La producción a campo ha sido la tradicional en especies como alelí, aster, gladiolo, caléndula, stasis, narciso, nardo, clavelina, margarita, limonium, siempre viva, gypsophila, godetia y marimonia.

Sin embargo, en los últimos años se ha difundido el cultivo bajo invernáculo permitiendo el cultivo de especies de mayor valor como liliium y gerbera, y la producción en períodos invernales que tienen mejor precio en el mercado. En plantas ornamentales se destaca la producción de plantas florales anuales para jardín, cuya demanda ha aumentado en la última década con el auge de emprendimientos urbanísticos. También es importante la producción de especies nativas, especialmente aquellas de bajo requerimientos de agua.

□ **Patagonia**

En la zona cordillerana se distinguen la zona de Bariloche (Provincia de Río Negro), Trevelín(Provincia de Chubut) y Los Antiguos (Provincia de Santa Cruz) con antecedentes en la producción de bulbos de tulipán y liliium. También recientemente, la zona de Trevelín ha mostrado ser una zona apta para la producción de flores de peonía, destinada a la exportación.

En la zona de Río Gallegos (Provincia de Santa Cruz) hay producción de flores de corte, especialmente de clavel y crisantemo bajo invernáculo.

□ **Buenos Aires**

La Provincia de Buenos Aires es la zona tradicional de producción, tanto de flores de corte, como de plantas en macetas.

Hoy en día el grado de avance del sector ha llevado a la formación de organizaciones de productores y de varios mercados zonales, tanto de flores de corte como de plantas en macetas.

En los alrededores de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra alrededor de la mitad de los productores del país. También, se destacan en esta región, los productores de plantas ornamentales que se localizan en las grandes ciudades, donde parte de la producción la complementan con productos de la zona del Gran Buenos Aires.

3.3 Características de la cadena de flores y plantas ornamentales

La cadena de flores y plantas ornamentales de la Argentina se compone de 4 eslabones principales: provisión de insumos, producción, comercialización y consumo.

Figura 10. Cadena florícola de Argentina.

Fuente: Elaboración propia

La **provisión de insumos** a su vez se puede subdividir en provisión de agroquímicos, de tecnología, de material genético, de infraestructura y otros. Estos son provistos por empresas especializadas en uno o más tipos de productos. En el caso del desarrollo o ajuste de tecnologías y de creación de variedades, además de empresas hay también productores que tienen estructura de empresa y organismos públicos y privados como el INTA y las Universidades que tienen un rol protagónico en esta materia.

La **provisión de infraestructura**, especialmente lo relacionado a invernáculos, ha sido desarrollada en el país a través del sector de flores y plantas ornamentales y luego fue difundido a otros sectores como el hortícola. Tanto en estructuras como en bienes relacionados como calefactores, sistemas de riego, polietileno, automatizaciones y cámaras de poscosecha/germinación/conservación, inicialmente el origen fue importado, pero luego surgieron empresas nacionales.

Lo mismo ocurrió con las fábricas de macetas y de bandejas de germinación así como con la provisión de materiales para la elaboración de sustratos.

El **eslabón de la producción** está compuesto por:

- Productores de flores y/o follajes de corte.
- Productores de plantas anuales en macetas para jardín.
- Productores de plantas florales en macetas.
- Productores de plantas de interior en macetas.
- Productores de plantas arbustivas/árboles.
- Productores de plantines a partir de semillas.
- Productores de plantines a partir de esquejes.
- Productores de bulbos o semillas.

En algunas zonas del interior es común la existencia de productores con una producción mixta, como por ejemplo producción de plantas anuales para jardín, plantas florales y de interior. Esto es consecuencia de la comercialización individual y de la competencia con otros productores.

El **eslabón de la comercialización** se subdivide en mayorista y minorista. La comercialización mayorista involucra a:

- Mercados de venta mayorista de plantas en macetas.
- Mercados de venta mayorista de flores de corte.
- Venta mayorista directa del productor.
- Productor distribuidor mayorista.
- Distribuidor mayorista.

Estos dos últimos segmentos, a su vez pueden abastecerse de la producción y de los mercados mayoristas. Los mercados mayoristas son organizados por grupos de productores en carácter de socios y allí pueden comercializar sus productos. Pueden participar de estos mercados además productores no asociados, en carácter de consignatarios. En el caso de algunos mercados de flores de corte, además de los productores comercializando directamente su producción, existen vendedores que comercializan los productos de otros productores.

La comercialización minorista involucra a los siguientes actores:

- Mercados regionales.
- Viveros al público.
- Florerías.
- Kioscos de flores y plantas.
- Diseñadores florales.
- Paisajistas.
- Jardineros.
- Hiper y supermercados.
- Venta callejera.
- Locales multi-rubro de regalos.

El **último eslabón de la cadena es el consumidor final**, que tradicionalmente en la Argentina ha sido el individual y es a su vez el motor del sector.

En las últimas dos décadas y a tono con la tendencia del consumo mundial ha aumentado el consumo institucional, empresarial y social, de tal forma que hoy la flor y/o la planta está presente en todo tipo de eventos.

3.4. Tendencias del mercado Argentino

Argentina se caracteriza por el consumo de colores vistosos, en donde su comercialización se concentra en tres fechas principales, la primavera, día de la madre y San Valentín.

Aproximadamente 1800 productores de flores y plantas de la Argentina organizan su producción y cosecha para la primavera.

Sólo en el Mercado de Flores de la Cooperativa Argentina de Floricultores, en Barracas, se llegan a despachar unos 200.000 paquetes de flores, el doble de lo habitual para la primavera.

En el país, el sector florícola vive netamente del consumo interno, que en el último tiempo se ha visto impulsado por cambios en los hábitos del consumidor. Ahora el consumidor compra una planta o una flor para tener en su casa, antes era sólo para una fecha especial (López;+ 2012).

El consumo se ve alentado por la venta de arreglos florales para eventos sociales y empresariales, los nuevos desarrollos urbanísticos, como los barrios cerrados o countries, un nuevo concepto de decoración en ambientaciones, y los techos y terrazas verdes sustentables.

La promoción del consumo y la difusión de las nuevas especies y variedades producidas, con el sistema actual de comercialización limitan una mayor expansión del mercado. Se necesita de una mayor integración de la cadena para que la producción, especialmente de especies nuevas llegue al gran público consumidor, y no quede relegado a nichos específicos.

4. Bibliografía

Abu Kargbo,A.; Mao, J.y Wang, C. 2010. The progress and issues in the Dutch, Chinese and Kenyan floriculture industries. African Journal of Biotechnology Vol. 9(44), pp. 7401-7408.

3º Congreso argentino de Floricultura. 8º Jornadas Nacionales de Floricultura. Resúmenes. La Plata, 7 10 denoviembre, 2006/ Organizado por Fac. Cs. Agrarias y Forestales, U.N La Plata; MAA; Buenos Aires; INTA San Pedro – 1º ed. – Bs Aires: Inst. Nacional de Tecnología Agropecuaria –INTA, 2006. 494 p.

XXXV Congreso Argentino de Horticultura: Hacia una producción responsable/ Compilado por Cáceres Sara; Colombo, María del Huerto; Aguirre, Alcides; Obregon,Veronica ; Beltran, Víctor Manuel ; Pacheco Roberto; Veron, Rodrigo. – 1 ed. – Corrientes: Asociacion Argentina de Horticultura. 2012. 550p

IASCAV, 1996. Boletín informativo.

INTEA. 2003. Estudio sobre la caracterización de la producción florícola en la República Argentina. INTA-JICA.

López, B. 2010. Análisis de diagnóstico del sector florícola de Mendoza.IDR

Morisigue, Daniel E.; Mata Diego A.; Facciuto, Gabriela; Bullrich, Laura. 2012. Pasado y presente de la Floricultura Argentina. Ediciones INTA GEyC. 40 pp.