

## PERFIL DE MERCADO

# FLORES



**Enero 2011**

## Índice

### Sumario

1. Introducción .....	1
1.1. Descripción del producto.....	1
1.2. Partidas arancelarias.....	2
1.3. Metodología .....	3
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.....	4
3. Principales mercados importadores en el mundo .....	5
4. Principales Competidores .....	7
5. Tendencias en el mercado.....	8
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento.....	8
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento .....	10
5.3. Tendencia en la distribución y la estructura de comercio .....	13
5.4. Tendencias en los segmentos .....	17
5.5. Desarrollo de los precios.....	20
6. Tendencias en el producto .....	22
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación .....	22
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto.....	24
6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos. ....	28
7. Puntos críticos de acceso a mercados .....	32
7.1. Requisitos Generales de Exportación .....	32
7.2. Requisitos específicos.....	32
7.3. Aranceles .....	34
8. Oportunidades .....	35
9. Ferias y sitios de comercio virtual .....	37
9.1. Ferias .....	37
9.2. Sitios de comercio virtual.....	37
10. Cómo podemos ayudarlo.....	38
Fuentes de información .....	39
Fuentes fotográficas .....	39
Anexo.....	40

### Sumario

#### **Colombia y Ecuador, dos sudamericanos que lideran las exportaciones de flores en el mundo**

Colombia por un lado, exporta USD1.049 millones (205.460 toneladas), siendo los principales productos de exportación; las demás flores y capullos frescos (40%), las rosas (33%), claveles (18%) y crisantemos (9%). Por otro lado Ecuador, que exporta solamente un poco más de la mitad en comparación con Colombia (es decir, USD507,8 millones), la producción ecuatoriana tiende a crecer en los próximos años.

#### **Alemania, el principal país comprador de flores en el mundo**

Alemania es el mayor importador mundial de flores con un valor de USD1.043 millones y una cantidad de 164.868 toneladas (para el año 2009), sin embargo, se puede notar un crecimiento negativo del 13% respecto al año 2008. Alemania, junto a países como el Reino Unido, los Países Bajos, Francia y Bélgica importa en su mayoría la categoría denominada "las demás flores y capullos frescos".

#### **Paraguay, el principal mercado boliviano de las exportaciones de las "rosas frescas" y "los demás claveles"**

Para el año 2010, dentro de todas las clases de flores exportadas, el principal producto fue las "rosas frescas", con un valor de USD30.253 con destino al mercado de Paraguay (principal país que puede ser explicado por la cercanía geográfica). El segundo producto más exportado fue "los demás claveles", con un valor de USD2.100.

#### **Ventajas y desventajas de exportación vía sistema de subastas o vía directa**

Es vital entender la importancia de las subastas holandesas como un centro de distribución internacional para productos desde países en vías de desarrollo. Sin embargo, el comercio por la vía directa ofrece también numerosas ventajas y está ganando importancia.

#### **El consumidor cada vez más preocupado por el medio ambiente y el trabajador**

Los consumidores están cada vez más conscientes de su influencia sobre las condiciones de trabajo para los empleados en las granjas de flores. Etiquetas y certificados como Max Havelaar, el ETI, FLO (Comercio Justo) y MPS Calificado, son maneras de garantizar los buenos tratos en el trabajo. Los consumidores tampoco están sólo interesados en la forma, color o aroma de las flores y plantas, si no también en la forma en que han sido cultivados, puesto que se han dado cuenta de que las generaciones futuras tienen también el derecho a un medio ambiente sano.

#### **Cómo podemos ayudarlo**

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

**Persona de contacto:** Claudia Lino Castro

**Cargo:** Investigadora de Mercados

**E-mail:** [investigadora@ibce.org.bo](mailto:investigadora@ibce.org.bo)

**Teléfono:** (591-3) 3362230

**Fax:** (591-3) 3324241

**Dirección:** Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

## Introducción

Si bien las flores no son un producto de primera necesidad (son más bien un artículo de lujo), ha logrado ser una de las principales preferencias de los consumidores por sus favorables usos y beneficios que han logrado tener a lo largo del tiempo. Entre todos ellos, la importancia que tiene al momento de expresar un cariño hacia otra persona, el beneficio visual estético que una persona tiene al momento de verlo como adorno ya sea en la casa o en la oficina, el aroma que desprenden son signos de pureza y descanso en la vida humana, entre muchos otros usos y beneficios que presente.

Las flores forman parte de la floricultura, motivo por el cual se ha desarrollado de manera masiva la producción de flores a lo largo de los últimos años en países como Colombia y Ecuador destinados especialmente hacia Norte América y en menor escala a Europa.

Por otro lado la industrialización de las flores ha significado el desarrollo de distintos productos, desde arreglos florales, productos cosméticos para cuidados de piel hasta esencias que pueden ayudar a restaurar el equilibrio emocional de una forma cuidada y sana.

Por estos motivos y más, es importante conocer y estudiar el potencial desarrollo de la industria de las flores en nuestro país y las oportunidades que tiene en el mundo entero.

### 1.1. Descripción del producto

Todas las flores son diferentes, ya sea por su color, por su forma o por el olor que desprenden. Pero todas ellas generan vida tanto en los jardines, casas, en las personas, en la alimentación, entre los varios beneficios que puede tener.

Las flores simbolizan la expresión anímica de la naturaleza humana. Dependiendo de la cultura, éstas pueden representar diferentes cualidades de las personas, según su especie botánica.

Las flores también pueden ser comestibles, la mayoría de las flores se comen crudas y se las encuentra en todo tipo de ensaladas, como condimento y decoración de guisos y sopas. Los pétalos es la única zona comestible, y la técnica para presentar al comensal exige que se elimine el pistilo y la pequeña fracción blanca de sabor amargo que se encuentra adherida a la corola. Bebidas, postres y hasta el plato principal de una cena, pueden encontrar en las virtudes de las flores el toque que marque la diferencia, y es que, definitivamente, su utilización no conoce límites.

Las flores también pueden ser vistas de manera industrial. El cultivo de flores ornamentales presenta un uso decorativo. Los productores llamados floricultores, producen plantas para jardín, para su uso por jardineros, paisajistas, decoradores de interiores, venta de flores cortadas en floristerías o florerías, o para su uso final en florero. Es necesario entender a la floricultura como emprendimientos de producción masiva de plantas a diferencia de la jardinería. Estos últimos son quienes hacen uso de las producciones de los floricultores.

Las principales flores de corte son: Rosas, Claveles, Orquídeas, Gladiolos y Crisantemos, que rivalizan en color y perfume. La Rosa, "la reina de las flores", se

desarrolla mejor en zonas templadas. El Clavel crece normalmente en invernaderos, está favorecida por su variedad de colores y aroma, se cultivan durante 2 años. La Orquídea se caracteriza por tener flores grandes y vistosas, es de zonas tropicales. El Gladiolo, símbolo de la victoria, se caracteriza por su inflorescencia en espiga, que se forma entre las 4 y 6 semanas después de plantado. El Crisantemo, símbolo de una vida larga, es una de las más cultivadas de todo el mundo.

### 1.2. Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en el presente estudio son:

#### Para Estadísticas de Exportación de Bolivia

Las partidas que exporta Bolivia son las siguientes:

- **0603.11.00.00:** Rosas frescas cortadas para ramos o adornos.
- **0603.12.90.00:** Los demás claveles frescos, cortados para ramos o adornos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.19.90.00:** Las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.90.00.00:** Las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.

#### Para Estadísticas Internacionales (SA 6<sup>1</sup>)

- **0603.11:** Rosas frescas cortadas para ramos o adornos.
- **0603.12:** Claveles, cortadas para ramos o adornos, frescos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.13:** Orquídeas, cortadas para ramos o adornos, frescos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.14:** Crisantemos, cortadas para ramos o adornos, frescos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.19:** Las demás flores y capullos cortadas para ramos o adornos, frescos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
- **0603.90:** Las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.

#### Nota explicativa de la partida 0603.90

Esta partida comprende no solo las flores y los capullos simplemente cortados, sino también las cestas, coronas y artículos similares de flores o capullos, tales como los ramilletes y las flores de ojal. No se tienen en cuenta las materias que forman los accesorios (cestas, cintas, puntillas de papel, etc.), siempre que las cestas, coronas, etc., conserven las características esenciales de artículos de floristería.

<sup>1</sup> El Sistema Armonizado (SA; en inglés HS Harmonized System) es un modelo para la nomenclatura de productos desarrollado por la Organización Mundial de Aduanas.

Las ramas de árboles, arbustos, matas que tengan flores o capullos (tales como la magnolia, ciertas rosas), se consideran flores o capullo de esta partida.

### 1.3. Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el comercio de las flores. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de un año, del 2008 al 2009, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.



### 2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

Las exportaciones de rosas que contienen diversos usos y beneficios, con una demanda cada vez mayor en el mundo entero, tuvo su auge en Bolivia a finales de los años 90, cuando se exportó un valor de USD3 millones. Sin embargo, entrando a la nueva década empezó a decaer por diversas razones, llegando en el año 2005 a exportar un valor de USD43,7 mil y para el año 2009 aproximadamente USD10 mil. Sin embargo, durante el año 2010, las exportaciones alcanzaron aproximadamente USD30 mil.

Además, las exportaciones totales de los productos de flores, especificados anteriormente, representaron durante el año 2010 un total aproximado de USD32 mil en valor y 11 toneladas en volumen. No obstante, a pesar del crecimiento de varios productos durante los tres años anteriores, en general se tuvo una disminución del 10% en la tasa de crecimiento.

Las exportaciones registradas para el año 2010, de las distintas clases de flores bolivianas muestran los siguientes destinos:

**Cuadro N° 2.1**  
**Principales países importadores de flores bolivianas en el año 2010**  
**expresados en dólares y kilogramos**

Países destino	Valor (USD)	Volumen (kg)	Tasa de Crecimiento (2008-2010)
<b>Total Flores</b>	<b>32.437</b>	<b>10.834</b>	<b>-10%</b>
<b>ROSAS FRESCAS</b>			
Paraguay	30.253	9.666	707%
<b>LOS DEMÁS CLAVELES</b>			
Paraguay	2.100	1.130	133%
<b>LAS DEMÁS FLORES Y CAPULLOS, CORTADOS PARA RAMOS O ADORNOS FRESCOS</b>			
Estados Unidos de América	84	38	-508%

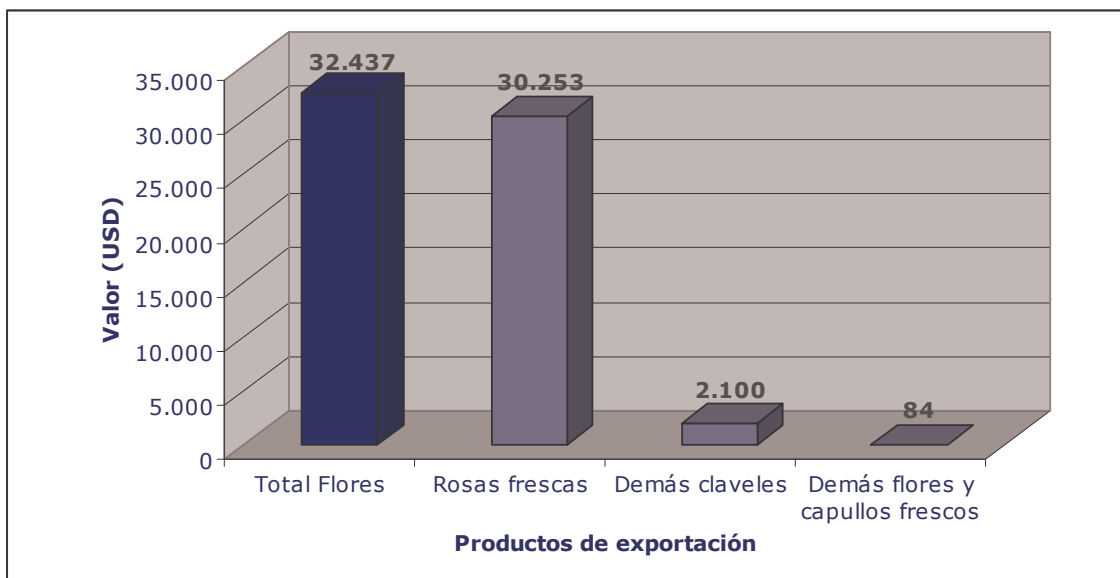
Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (enero 2011)

Cabe hacer notar, que las exportaciones de "rosas frescas" y "los demás claveles" han alcanzado buenas cifras el año pasado, llegando a crecer en 707% y 133% respectivamente. Sin embargo, se han reducido las exportaciones de "las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos", además de que durante el año 2010, cesaron las exportaciones de "las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos, secos, blanqueados, tejidos, impregnados o preparados de otro forma".

Aunque actualmente el país no desarrolla en gran medida la exportación de flores, este producto tiene un mercado potencial en Europa.

Las flores bolivianas salen tradicionalmente a Estados Unidos, pero países como Reino Unido, Alemania e Italia, entre otros, demandan especies que Bolivia podría proveer, sin dejar de lado los mercados latinoamericanos que requieren variedades exóticas.

**Gráfico N ° 2.1**  
**Principales productos de flores bolivianas exportadas en el año 2010**  
**expresadas en dólares**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (enero 2011)

Observando en gráfico, el producto de mayor exportación de Bolivia, referente a las flores, son las "rosas frescas", las cuales alcanzaron un total aproximado de USD30 mil durante el año 2010. De tal manera, se conoce que las exportaciones de "rosas" son el segundo producto más exportado en el mundo en relación al comercio de flores. Y su incremento en la producción y exportación, junto a otras potenciales variedades de flores llegaría a ser una buena oportunidad por la demanda en crecimiento mundialmente.

### Empresas bolivianas exportadoras de flores

#### Flores Bolivianas

Dirección: Quillacollo, Zona Martina  
Teléfonos: (591 4) 4262790, 4361101  
Fax: (591 4) 4262790  
Contacto: Ramón Rada Velasco (Gerente General)  
Cochabamba- Bolivia

#### Flores Del Sur Ltda.

Dirección: Zona La Violeta, Tiquipaya  
Teléfonos: (591 4) 4296856, 4288501  
Fax: (591 4) 4296763  
E-mail: [floresdelsur@hotmail.com](mailto:floresdelsur@hotmail.com)  
Contacto: Ricardo Rojas Harrison (Gerente General)  
Cochabamba- Bolivia

#### HH Flor

Dirección: Vivero: Provincia Quillacollo, Zona el Paso/Oficina: C. 25 de Mayo N° 580 ent. Calama y L. Cabrera  
Teléfonos: (591 4) 4223231, 4288444  
Fax: (591 4) 4115240  
E-mail: [hhflor@hhflor.com](mailto:hhflor@hhflor.com); [ventas@hhflor.com](mailto:ventas@hhflor.com)  
Contacto: Hortencia O. de Ramirez (Gerente de Exportaciones)  
Cochabamba- Bolivia

#### Growers International

Dirección: C. Nataniel Aguirre N° 0232, Quillacollo  
Teléfonos: (591 4) 4265190, 4361256  
Fax: (591 4) 4265190  
E-mail: [growers@supernet.com.bo](mailto:growers@supernet.com.bo)  
Contacto: Roberto Candia Espinoza (Gerente de Exportaciones)  
Cochabamba- Bolivia



### 3. Principales mercados importadores en el mundo

No queda duda que el continente que se caracteriza por ser el principal importador de flores en sus distintas categorías (rosas, orquídeas, claveles, crisantemos, etc.) es el continente europeo. Con una participación de casi dos terceras partes (65%) a nivel mundial en el año 2009 y un mercado de cerca de 500 millones de consumidores potenciales, sus importaciones han significado un valor de USD4.450 millones, teniendo como principales países importadores a Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Francia entre otros, con un participación de importación dentro del continente del 25%, 22%, 27% y 12% respectivamente.

El segundo continente con mayor importación de flores en el año 2009 es el Americano, con un valor de USD1.123 millones que representa el 16% de las importaciones mundiales. Entre los países de este continente, el principal comprador y por bastante diferencia, es el de Estados Unidos de América, que importa un valor de USD960 millones concentrando en el continente el 90% de las importaciones. También se encuentran países como Canadá y Chile que representan mundialmente en participación el 2% y 0,1% respectivamente.

Para tener mejor apreciación de las importaciones de flores en el mundo, en el cuadro que se muestran a continuación, se detallan los principales productos de importación de los países con mayor valor de importación de las distintas clases de flores (rosas, orquídeas, claveles, crisantemos, entre otros):

**Cuadro N° 3.1**  
**Principales países importadores de flores en el año 2009**  
**expresados en miles de dólares y toneladas**

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Tasa de Crecimiento (2007-2009)	Principales productos importados (%)
<b>Total</b>	<b>6.862.084</b>	<b>963.781</b>	<b>Nd</b>	<b>Demás flores y capullos frescos (40%)</b> <b>Rosas (35%)</b> <b>Crisantemos (9%)</b> <b>Claveles (7%)</b> <b>Demás flores y capullos secos (5%)</b> <b>Orquídeas (3%)</b>
Alemania	1.042.551	164.868	-13%	Demás flores y capullos frescos (56%) Rosas (29%) Demás flores y capullos secos (6%) Crisantemos (4%) Claveles (4%)
Estados Unidos de América	960.404	121.925	-6%	Rosas (41%) Demás flores y capullos frescos (39%) Crisantemos (10%) Claveles (7%) Orquídeas (3%)

## Perfil de Mercado de las Flores

Países Importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Tasa de Crecimiento (2007-2009)	Principales productos importados (%)
Reino Unido	877.690	123.381	-17%	Demás flores y capullos frescos (43%) Rosas (20%) Crisantemos (19%) Claveles (11%) Demás flores y capullos secos (6%)
Países Bajos (Holanda)	711.073	86.836	-13%	Rosas (66%) Claveles (26%) Orquídeas (6%)
Francia	544.031	74.766	-8%	Demás flores y capullos frescos (49%) Rosas (31%) Demás flores y capullos secos (9%) Crisantemos (5%) Orquídeas (5%)
Federación de Rusia	500.407	51.009	-10%	Rosas (50%) Crisantemos (21%) Demás flores y capullos frescos (19%) Claveles (9%)
Japón	302.215	38.519	8%	Crisantemos (30%) Orquídeas (20%) Claveles (20%) Demás flores y capullos frescos (15%) Demás flores y capullos secos (8%) Rosas (7%)
Bélgica	233.680	37.291	22%	Demás flores y capullos frescos (60%) Rosas (27%) Demás flores y capullos secos (9%)

Nd: Datos no disponibles

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (enero 2010)

Mediante este cuadro se observa a los ocho principales países que en el año 2009 importaron flores a nivel mundial. Entre todos se resalta Alemania por ser el mayor importador mundial con un valor de USD1.042 millones y una cantidad de 164.868 toneladas, sin embargo, se puede notar un crecimiento negativo del 13% respecto al año 2008. Alemania, junto a países como el Reino Unido, Francia y Bélgica, importan en su mayoría la categoría denominada "las demás flores y capullos frescos<sup>2</sup>", con porcentajes de representatividad con respecto a cada importación del país de 56%, 43%, 49% y 60% respectivamente en el producto mencionado.

Otro producto perteneciente a las flores, son las rosas, donde países como Estados Unidos de América y la Federación de Rusia se caracterizan por concentrar las mayores importaciones que cualquier otro país. Estados Unidos de América por un lado importa el 41% del total de las importaciones de flores que realiza, mientras que la Federación de Rusia destina la mitad (50%) de sus importaciones a las rosas con un valor de USD250,2 millones.

<sup>2</sup> Su explicación se encuentra en la nota explicativa del apartado 1.2 (pág. 2)

### 4. Principales competidores en el mundo

En esta oportunidad son dos principales países pertenecientes a Sudamérica dentro de las exportaciones de flores en el mundo, son el caso de Colombia y Ecuador. Colombia por un lado, exporta USD1.049 millones, siendo los principales productos de exportación "las demás flores y capullos frescos" (40%), "rosas" (33%) y "claveles" (18%). Sin embargo, los Países Bajos continúa siendo el principal país exportador de flores mundialmente, exportando cerca de USD3.620 millones, representando aproximadamente el 50% de las exportaciones mundiales en el año 2009.

**Cuadro N° 4.1**  
**Principales países exportadores de flores en el año 2009**  
**expresados en miles de dólares y toneladas**

País Exportador	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Tasa de Crecimiento (2008-2009)	Principales productos importados (%)
<b>Total</b>	<b>7.276.105</b>	<b>1.406.725</b>	<b>Nd</b>	<b>Demás flores y capullos frescos (40%)</b> <b>Rosas (29%)</b> <b>Demás flores y capullos secos (12%)</b> <b>Claveles (9%)</b> <b>Crisantemos (8%)</b> <b>Orquídeas (3%)</b>
Países Bajos (Holanda)	3.620.269	610.771	-13%	Demás flores y capullos frescos (52%) Rosas (28%) Demás flores y capullos secos (4%)
Colombia	1.049.225	205.460	-4%	Demás flores y capullos frescos (40%) Rosas (33%) Claveles (18%) Crisantemos (9%)
Ecuador	507.811	93.101	-10%	Rosas (87%) Demás flores y capullos frescos (9%)
Kenya	421.484	113.800	-5%	Claveles (57%) Demás flores y capullos secos (42%)
Zimbabue	334.117	3.817	80%	Demás flores y capullos secos (65%) Demás flores y capullos frescos (34%)
Bélgica	167.716	26.293	61%	Demás flores y capullos frescos (63%) Rosas (32%)
Etiopia	177.814	31.572	26%	Rosas (100%)
Israel	97.497	12.485	45%	Demás flores y capullos secos (81%) Demás flores y capullos frescos (19%)

Nd: Datos no disponibles

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (enero 2011)

Durante el año 2009, las exportaciones de todo este conjunto de exportaciones representa un total aproximado de USD7.276 millones en valor y cerca de 1,5 millones de toneladas en volumen, teniendo a "las demás flores y capullos frescos" y "rosas" como los productos de mayor exportación mundial. Observando el cuadro anterior, se puede notar que algunos países en vías de desarrollo forman parte de los principales exportadores, lo cual incentiva la comercio de flores como un producto potencial de exportación y gran demanda internacional.

### 5. Tendencias en el mercado

#### 5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento

##### El consumidor y sus motivos de compra

Si bien se consumen flores durante todo el año, Alemania y el resto de los países europeos, producen flores solamente en verano. Por consiguiente es en invierno cuando aumenta el nivel de importaciones. El período de mayor importación es desde fines de año hasta junio. El período más bajo es en agosto. El 65% de los consumidores de flores cortadas en Alemania compra flores para regalar. Otros motivos de compra son para ocasiones especiales y un porcentaje menor para decoración del hogar. En los meses de mayor consumo de flores se encuentran las siguientes fechas importantes a festejar:

- 14 de febrero, Día de los Enamorados
- 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer
- 2 de noviembre, Todos los Santos
- 24 de diciembre, Navidad
- 31 de diciembre, Año Nuevo

##### La calidad, un factor importante pero no suficiente para los consumidores

Para los consumidores la calidad de las flores está determinada por tres factores: colores, variedad y duración. Es importante como productor observar los cambios en los patrones de consumo. Los consumidores están dispuestos a innovar. Existen colores, tamaños y tipos de flores que en cierta época se encuentran más de moda que en otros. En el sitio Web [www.blumentrend.de](http://www.blumentrend.de), se puede encontrar información sobre las tendencias de flores para cada estación del año en Alemania.

Puede resultar positivo entregar nuevos productos al mercado, ya que por nuevas especies o colores los consumidores están dispuestos a pagar más. La tendencia actual, por el lado de la producción, es hacia flores de muy alta calidad. Esto implica que las flores estén libres de plagas y enfermedades, sin daño visual, que los botones se abran cuando corresponda y con un manejo post cosecha que permita mantener las flores un tiempo prolongado en el florero, sin marchitarse.

##### Los consumidores piden producción respetuosa por el medio ambiente

Los consumidores se han vuelto más preocupados por el medio ambiente. Grandes grupos de consumidores se han dado cuenta de que las generaciones futuras tienen también el derecho a un medio ambiente sano. Ellos están, por lo tanto, haciendo crecer estas demandas respecto en la manera en que estos productos son producidos. Los consumidores no están ahora sólo interesados en la forma, color o aroma de las flores y plantas, si no también en la forma en que han sido cultivados. Asumen que las plantas y flores que compran han sido cultivadas con la más pequeña cantidad posible de cultivos de agentes de protección, energía y fertilizantes y generando la menor cantidad de residuos. Esta tendencia en particular se puede observar en los países del Noroeste de la UE, donde varias cadenas de supermercados como Tesco, IKEA, Marks & Spencer, Sainsbury, Migros, Coop Schweiz, Carrefour y el Botánico de Francia han hecho la participación en el régimen de medio ambiente MPS un criterio de compra para sus proveedores. Tenga en cuenta que el interés en la certificación orgánica es todavía limitada.

### Los consumidores exigen condiciones de trabajo justas

Los consumidores están cada vez más conscientes de su influencia sobre las condiciones de trabajo para los empleados en las granjas de flores. Los informes sobre bajos salarios de los estándares locales y de condiciones peligrosas han conmocionado a los consumidores. Etiquetas y certificados como Max Havelaar, el ETI, FLO (Comercio Justo) y MPS Calificado Socialmente, se han convertido en instrumentos para garantizar productos socialmente responsables y estándares para el cumplimiento de la salud y seguridad en el Trabajo (OHS) para los trabajadores del campo.

### El certificado MPS garantiza flores y plantas sostenibles (UE)

Los consumidores valoran cada vez más los productos sostenibles. Es lógico, porque aún el consumidor puede disfrutar más de las flores y plantas si éstas han sido cultivadas y comercializadas con atención para el hombre y el medio ambiente. El sector holandés de la horticultura ornamental lleva años luchando por una producción y un comercio sostenible.

MPS (Programa Medioambiental de la Horticultura Ornamental) desempeña un importante papel en la sostenibilidad de las flores y plantas. Iniciado como un proyecto regional de cultivadores, portavoces e investigadores, MPS se ha convertido mientras tanto en una organización internacional influyente que desarrolla certificados con los que los empresarios pueden introducir la sostenibilidad en sus empresas.



### Flores y plantas con el sello FFP

Los consumidores se vuelven cada vez más críticos en lo que respecta al medio ambiente. Y con razón, pues el mundo en el que vivimos cambia con asombrosa rapidez. Ha llegado el momento de tomar conciencia y de poner más cuidado en el ser humano y el medio ambiente.

Los consumidores también pueden contribuir a ello, comprando, por ejemplo, flores y plantas con el sello Flores y Plantas Justas (FFP). Las flores y plantas provistas de este sello han sido cultivadas en empresas cuya gestión cumple estrictos requisitos en el ámbito medioambiental y social.

Los productos FFP se comercializan a través de comerciantes y detallistas participantes en FFP. Todos los eslabones de la cadena (cultivador, comerciante y minorista) cumplen los requisitos de Flores y Plantas Justas (FFP) y son controlados al respecto. A partir de ahora se puede comprar, flores y plantas que esconden toda una historia. Y eso es una buena noticia, tanto para los seres humanos, como para el medio ambiente.

### El consumidor y la creciente fascinación por la naturaleza

Las flores están siempre de moda. Por supuesto, las tendencias de color y de forma pueden cambiar, pero las personas siguen siendo atraídas por las flores. Las flores acercan a la naturaleza. O, dicho de otra manera, traen la naturaleza a nuestras casas y oficinas.

### Las flores secas en la UE - Búsqueda de un mayor tiempo de vida

El mercado de preparado de flores cortadas es un buen nicho de mercado. Se estima que el preparado de flores cortadas representa menos del 5% del total del mercado de flores cortadas. La mayoría de las flores preparadas son secas, blanqueadas, teñidas, impregnadas y otras flores preparadas tienen un mercado muy pequeño.

Muchos consumidores en la UE consideran que la corta vida de flores frescas cortadas como un importante inconveniente. Las flores secas no sufren de este problema. Por lo tanto, responden a las necesidades del consumidor y han ganado una cuota de mercado significativa. Buenos ejemplos de los tipos de secado en las flores usadas en la Unión Europea son proporcionados por los sitios Web de Lino Droogbloemen ([www.linodroogbloemen.nl](http://www.linodroogbloemen.nl)) y Hogewoning de Holanda ([www.hogewoning.com](http://www.hogewoning.com)).

El surtido de flores secas es grande. Sin embargo, el surtido se compone principalmente de las flores con cuotas pequeñas en el mercado de flores frescas cortadas. Ejemplos de ello son Echinops, Lavendula, Protea y Triticum.

Las flores son teñidas para producir colores que aún no han sido desarrollados por los criadores. Buenos ejemplos de los colores y las opciones para teñir las flores son proporcionados por los sitios Web de G. De Koning ([www.gdekoning.nl](http://www.gdekoning.nl)) y Multi Flores Color ([www.multicolorflowers.nl](http://www.multicolorflowers.nl)).

En el Este de Europa, los consumidores prefieren los colores brillantes, mientras que en el Sur de Europa, los consumidores prefieren los colores pastel. Rosa Azul es muy popular en Italia.

La demanda de flores cortadas es, en gran medida, sujeta a las tendencias y los días especiales. La exigencia es especialmente importante durante la temporada navideña, cuando los consumidores utilizan coronas de flores secas y flores teñidas en color plateado o dorado, con purpurina o nieve artificial, para decorar su casa. Las flores teñidas son también utilizadas para responder a la demanda de flores en la tendencia de colores, que no están disponibles en el mercado de flores frescas. El color negro y blanco son importantes colores de moda. Los colores de moda derivan principalmente de la moda y la decoración interior.

La demanda de preparados de flores cortadas presenta un fuerte competidor de flores artificiales de bajo precio, que se producen principalmente en China.

### 5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

#### El comportamiento de la oferta en temporada de vacaciones con temperaturas elevadas en los países de la UE<sup>3</sup>

##### Comportamiento de los Países Bajos, Francia, Alemania e Italia

En el caso de los Países Bajos, las cifras de la subasta de flores cortadas del mes de junio del año 2010 se publican de la siguiente manera: El volumen de negocios de junio aumentó un 3,2% en comparación con el mismo mes del año pasado, a pesar de una oferta menor de 0,6%, resultando en un precio promedio total de todas las flores juntas de €0,19 (€0,18 fue el año pasado) por tallo. Los productos que trajeron mayores precios fueron: rocío y crisantemos estándar, lirios, gerberas, eustoma

<sup>3</sup> Información actualizada a los meses de julio y agosto del año 2010

(lisianthus) y zantedeschia (cala). Los precios bajos fueron para peonías, hortensias y flores fresia.

Sin embargo, el comportamiento tanto de los Países Bajos, Francia, Alemania e Italia, a lo largo de la temporada de verano fue bastante similar. La primera semana de julio, el mercado de las flores cortadas ya se había reducido, sobre todo cuando se compara con el mes de junio, que aún terminó de manera positiva. Sin embargo, durante la segunda semana del mes todos los productos disminuyeron al mínimo absoluto. Los precios bajaron drásticamente, a pesar de que las cantidades ofrecidas no eran tan grandes, y fueron también inferiores en comparación con el año anterior, durante la semana comparable. El comienzo de la temporada de verano de flores acaba de terminar, mientras que la segunda ola de los tipos y variedades de flores tardías apenas comenzaba. La cantidades ofertadas de productos de cultivo en casas invernadero, no estaban en exceso. Sin embargo, los precios disminuyeron al nivel más bajo del año, especialmente para los productos: ásteres, eustoma, crisantemo, liatris, limonium, pequeñas y medianas rosas, rosas spray y solidago.

Los precios en algunos productos eran todavía aceptables, incluso buenos, para productos como: delphinium, Gypsophila, hypericum, helianthus y Ornithogalum. La tercera semana del mes fue la más baja de las semanas de julio. Los precios bajaron al nivel más bajo, a pesar de que las cantidades suministradas no fueron demasiado grandes. Era sólo una cuestión de la menor demanda, de acuerdo a los comerciantes.

A lo largo de la cuarta semana, el mercado mejoró y los precios volvieron a aumentar, especialmente para las rosas, incluso en un 30-50%; sin embargo, hay que señalar que, para que los precios aumentaran del nivel más bajo a un nivel más o menos normal, es para sí mismo una gran mejora. Se espera que el mercado vaya mejorando más durante las próximas semanas, cuando el tiempo de vacaciones de verano haya terminado.

### **El comportamiento de la industria en el Reino Unido**

El mercado de las flores cortadas durante las dos primeras semanas de julio no fue realmente desastrosa, ni tampoco especial y definitivamente no muy positiva. En la oferta del mercado, existían bastantes productos y cantidades disponibles, ya sea de la producción interna o de la producción de los Países Bajos (el más grande proveedor para el Reino Unido). Las flores procedentes de la Países Bajos fueron extremadamente baratas, pero tampoco ayudó a los importadores y mayoristas en gran medida, porque con precios tan bajos, estas flores eran muy competitivas con todas las otras flores importadas de países de ultramar. La mayor escasez se notó en los claveles colombianos, puesto que los precios eran demasiado altos para la situación de la demanda actual.

A partir de mediados del mes de julio las vacaciones de verano realmente comenzaron, lo que no ayudó a aumentar la demanda. A lo largo de la últimas dos semanas del mes, el mercado de flores cortadas estaba en su nivel más bajo del año. Por suerte, el total de las cantidades de importación suministradas no fueron demasiado grandes, por lo que el equilibrio entre la oferta y la demanda se pudo mantener con bastante facilidad.

En general, parecía que el mercado de flores cortadas como conjunto había mejorado ligeramente, en lo que va del año. Sin embargo, por comerciante, mayorista o florería se podían oír historias muy diferentes. Algunos dijeron que era un mejor negocio, mientras que otros no reportaron nada de especial en lo absoluto. De todos modos,

todos los precios de compra de julio de importación para las flores fueron bajas, especialmente para todas las flores procedentes de los Países Bajos.

### **Hábitos de consumo del Reino Unido**

Si bien el consumo es estacional y concentrado principalmente en el 'día de la madre', el 'día de San Valentín' y la 'Navidad', la industria comercializadora de flores trabaja para cambiar estos hábitos y hacer de las flores un producto no sólo para regalar, si no que también para "regalarse". La mayor disponibilidad de flores en el mercado, la mejor calidad de las mismas y la amplia variedad de la oferta, favorece la compra impulsiva, y es así como las flores cortadas empiezan a ser compradas con mayor regularidad para toda ocasión o sin razón especial.

### **Comportamiento de la floricultura en Estados Unidos de América**

El valor de venta al por mayor del año 2009 de los cultivos en la floricultura tuvo una disminución del 7 por ciento desde la revisión de la valuación del año 2008. El valor total de la cosecha al por mayor para el programa Estado-15 para todos los productores con 10.000 dólares o más en ventas se estimó en USD3,83 mil millones para el año 2009, comparado con los USD4,11 mil millones en el año 2008.

California continúa siendo el Estado líder, con cultivos valorados en USD935 millones, pero se ha reducido un 12% del valor del año 2008. Florida, el siguiente productor mayor, en USD696 millones se ha reducido un 9% del año anterior en el valor al por mayor. Estos dos Estados representan el 43% del total del valor de los 15 Estados. Para el año 2009, los principales cinco Estados fueron; California, Carolina del Norte, Florida, Michigan y Texas, que representaron el USD2,53 mil millones, o 66%, de los 15 Estados.

### **Sector de las flores en Kenia es optimista en el año 2010**

La industria de la horticultura en Kenia está disipando temores de que el sector pueda verse afectado por la crisis del euro en Europa argumentando que la situación estaba mejorando a su favor.

El Dr. Stephen Mbithi, jefe ejecutivo de la Asociación de Productos de Exportadores Frescos (FPEAK), dijo que aunque la situación era grave cuando el euro cayó durante la temporada alta, había signos de recuperación. "Estábamos un poco preocupados cuando cayó, pero estamos viendo que el euro se está fortaleciendo lentamente. En el momento en que fue baja estábamos teniendo dificultades para pagar entradas debido a las fluctuaciones de la moneda", dijo el Dr. Mbithi. Los analistas financieros habían previsto tiempos difíciles para el sector debido a la reducida demanda del consumidor.

Para poder apreciar mejor el desarrollo de la industria floricultura, el Centro de promoción de importaciones desde países en vías de desarrollo (CBI) presenta un video titulado: "Kenia, esperanza a través de las flores", cuyo link es: <http://cbi.eu/videos/hope-through-flowers.php>

### **Etiopía recibe USD188 millones de la exportación hortícola**

La Agencia para el Desarrollo de Horticultura en Etiopía dijo que el país ha obtenido más de USD188 millones de ingresos de exportación por productos de horticultura en este año fiscal. El director general de la agencia, Haileselassie Tekie, indicó que la apertura del taller de concientización de exportación de Horticultura en la ciudad de



Bishoftu, permitió ingresos provenientes de 1,8 mil millones de flores cortadas y 20.000 toneladas de verduras, frutas y hierbas. Dijo que la exportación de horticultura ha demostrado un crecimiento de un 20 a 30% en los últimos cinco años debido a la atención primordial del Gobierno al sector. Dijo además que el Gobierno ha dado un lugar especial para la creación de capacidad de inversores que puedan suministrar productos de calidad en la horticultura a granel en los próximos cinco años. El Gobierno también está dispuesto a ofrecer diversos incentivos, incluidos tierra y servicios de préstamos, a los inversionistas interesados para participar en la horticultura de exportación en diversas partes del el país, indicó.

Según Haileselassie, más de USD289 millones de ingreso se obtuvo de la exportación de horticultura durante los últimos dos años solamente. Dijo que se está tratando de exportar directamente productos de la horticultura a Rusia, Alemania y otros países además de los Países Bajos. Más de 172 inversionistas entre extranjeros y locales están participando actualmente en el desarrollo de actividades de la horticultura en Etiopía.

### **La importancia de la cooperación para poder ofrecer mejores servicios al cliente**

Los seleccionadores, los cultivadores, la subasta y el comercio holandés cooperan cada vez más estrechamente. El objetivo: afrontar nuevos retos y desarrollar continuamente nuevos productos, garantizar una calidad y servicio constantes y compartir entre ellos toda la pericia disponible.

Esa cooperación puede plasmarse de muchas maneras. Por ejemplo en las múltiples iniciativas para atender con un producto "pequeño" un "gran" mercado. Pongamos por caso la Bromelia Brigada y el Bromelia Specialist, dos asociaciones de cultivadores de bromelias que completan su propio surtido con plantas de otros multiplicadores de bromelias. De esta manera, el cliente finalmente puede elegir entre todo el surtido, entre todos los colores y tamaños. Así también se garantiza la seguridad de entrega y la continuidad.

### **5.3. Tendencia en la distribución y la estructura de comercio**

#### **Comercio por subasta versus comercio directo en la UE**

Las flores pueden seguir un rango variado de rutas distintas desde el productor hasta el consumidor. Una distinción vital puede ser hecha entre las flores comercializadas a través de subastas y flores que no pasan por el sistema de subastas.



La siguiente tabla muestra los principales beneficios y desafíos de ambos canales de comercio.

**Cuadro N° 5.1**  
**Beneficios y desafíos entre distintos canales de comercialización**  
**(Vía subasta y directa)**

Vía Subastas	Comercio directo pasando de alto el sistema de subastas
<b>Beneficios</b>	
Base de clientes grandes y por lo tanto demanda de distintos tipos y variedades de flores	Mayor relación personal con el cliente, permite desarrollo conjunto de servicios y productos
Base de clientes grandes permite ventas a varios segmentos de mercado en todos los países de la UE	Base del cliente encaminada hacia un mercado en específico, que permite esfuerzos de marketing enfocados.
Precios neutrales y transparentes basados en la oferta y la demanda	Precios arreglados (mensual o semianual). Expectativas de mejores precios.
Crecimiento de volúmenes de oferta puede fácilmente ser absorbido	Volúmenes pequeños (productos especializados) pueden ser consolidados.
Garantía de pago: servicios financieros provistos por la subasta significa menor administración financiera para el exportador	
<b>Desafíos</b>	
Los esfuerzos de marketing para hacer frente a las necesidades de segmentos específicos del mercado se ven obstaculizados	El número y la composición de países destino es limitado.
Volatilidad de los precios	Contratos de negocio requieren un cuidadoso balance entre el costo y beneficio.
Los exportadores tienen que estar dispuestos a ofrecer una considerable y consistente volumen de oferta	Los volúmenes tienen un máximo. Los exportadores tienen que encontrar otros compradores para el excedente en la capacidad de producción
Comercio por subasta no permite directamente anticipar cambios en los requisitos de los mayoristas individuales	Operaciones de la compañía tiene que poder adaptarse rápidamente para cambios repentinos en los requisitos de los mayoristas.
Altos costos generales de la subasta por el costo estructural del sistema de reloj	Costos de marketing directo alto: necesidad de mayor esfuerzo en marketing y ventas (gerente de exportaciones)
	Inexistencia de precios transparentes
	Pagos a largo plazo y riesgos crediticios
	Inexistencia del control de calidad

Fuente: Estudio de Mercado realizado por el CBI, "El mercado de las flores cortadas en la UE"  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (agosto 2010)

Es vital entender la importancia de las subastas holandesas como un centro de distribución internacional para productos desde países en vías de desarrollo. Sin embargo, el comercio por la vía directa ofrece numerosas ventajas y está ganando importancia. El comercio por la vía directa es más importante para productos dirigidos a cadenas de minoristas. No obstante, productos dirigidos a floristas pueden también seguir canales de comercio directos.

### **Cadenas de ventas al por menor**

Los supermercados han ganado una participación de mercado en el sector minorista de las flores. En la mayoría de los casos, los supermercados no están (todavía) competentes para comprar flores ellos mismos. Por lo tanto, especializados mayoristas, también llamados "proveedores de flores", les suministran. Los proveedores de flores han sido dados con mucha responsabilidad por los

supermercados y en parte han asumido la función de la categoría de gerentes de los supermercados. Como los supermercados necesitan cantidades fijas a precios fijos, los proveedores de flores no pueden confiar en el comercio del día a día en las subastas. Compran grandes cantidades de los mayoristas más importantes e importan directamente, lo que genera economías de escala suficientes para pasar por alto los intermediarios. Como consecuencia, el comercio directo se ha desarrollado especialmente en torno a productos estandarizados, que pueden ser suministrados en grandes cantidades a precios relativamente bajos.

### Canales de comercio mayoristas

Cuatro diferentes tipos de actores se encuentran activos en el comercio de flores en la UE: las subastas, mayoristas, agentes y minoristas.

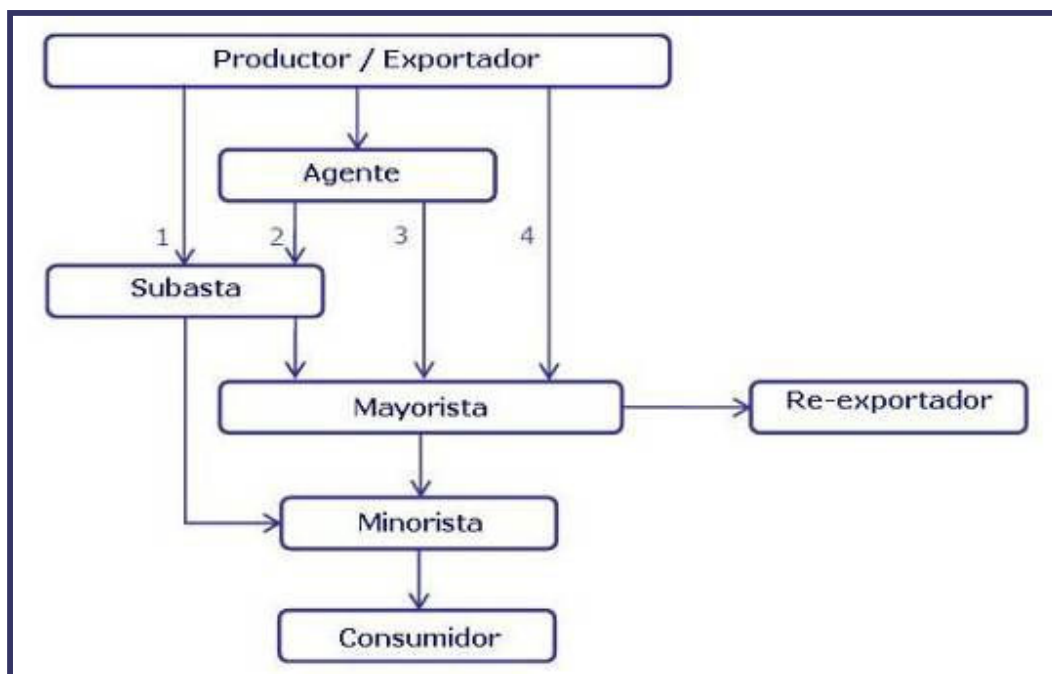
El siguiente esquema muestra los canales comerciales más comunes para las flores cortadas de los países en vías de desarrollo:

1. *El exportador suministra una de las subastas:* los productos son entregados a las subastas realizadas en una base CIF (el exportador se encarga del transporte a la subasta y seguros). El departamento encargado del manejo de la subasta saca las flores de las cajas (que contiene una cantidad predeterminada de flores) y se prepara para la subasta de los productos poniéndolos en cubos, que se ponen en carritos.
2. *El exportador entrega a un agente, quien hace entrega a las subastas:* los productos son entregados al agente en una base FOB o CIF (cualquiera ya sea el exportador o el agente quien organiza el transporte y seguros). El agente toma las flores de las cajas y prepara los productos para la subasta colocándolos en cubos, que se colocan después en carros.
3. *El exportador entrega a un agente, que a su vez entrega a un mayorista:* los productos son entregados a un agente, quien reenvía los productos importados (con o sin preparación) para un mayorista.
4. *El exportador entrega a una empresa mayorista de importación (también llamado importador):* los productos son entregados a la empresa mayorista de importación en una base FOB o CIF (ya sea un exportador o el agente quien se encarga del transporte y seguros). Dependiendo de los deseos de sus clientes, el mayorista o bien deja las flores como son y los coloca en cajas, o saca las flores de las cajas y prepara los productos para sus clientes (clasificación, selección, recortado, mangas, etc.). La preparación también puede incluir el montaje de ramos de flores.

Los canales de comercio 1 y 2 pasan a través del sistema de subastas, mientras que los canales 3 y 4 pasan por alto las subastas (a menudo denominado "comercio directo").



**Esquema N° 5.2**  
**Canales de comercialización en la UE**  
**(Vía subasta y directa)**



Fuente: Estudio de Mercado realizado por el CBI, "El mercado de las flores cortadas en la UE"  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (agosto 2010)

### **El transporte ferroviario es utilizado por la industria de la floricultura en Europa**

El año pasado (2009) GreenRail demostró que existen perspectivas sostenibles y económicas para el transporte intermodal en el sector de frescos. Más de 170 proveedores de servicios logísticos, instituciones del conocimiento, exportadores, productores y cargadores de todo el mundo de diversos sectores asistieron a un seminario en junio en el que subrayó la importancia de este desarrollo logístico. Los resultados, conocimientos adquiridos y sobre todo el futuro del transporte de frescos y productos con tiempo crítico por vía ferroviaria fueron discutidos en detalle en este seminario.

El transporte de plantas ornamentales por ferrocarril se convirtió en una realidad en el mes de junio del año 2009, cuando los primeros contenedores llegaron a su destino final en Italia. Desde entonces, GreenRail ha llevado a cabo el transporte ferroviario semanal de plantas ornamentales, así como las frutas y hortalizas, a Italia y Rumania. "El transporte ferroviario ofrece una solución a la necesidad cada vez mayor entre minoristas y mayoristas para el desarrollo sostenible de su empresa, a las limitaciones de la infraestructura y al precio de los combustibles en constante aumento. Al mismo tiempo empuja los límites de accesibilidad", indica Michiel van Veen, consultor de la cadena FloraHolland y gerente de proyectos de GreenRail. GreenRail ha demostrado que el transporte ferroviario es más amigable con el medio ambiente (-50% de las emisiones de CO2), más barato y fiable. El 95% de los contenedores eran entregados a tiempo, al igual que la calidad de productos transportados por carretera.

GreenRail ha demostrado que transportando plantas y otros productos frescos por ferrocarril es una opción viable como parte del sistema de logística. La brecha entre el sector asustadizo por el tren "lento" y el "rápido" comercio de productos frescos ha sido definitivamente entrelazada. "Mejor coordinación entre organizaciones de comercio y la comercialización hace al ferrocarril una modalidad muy conveniente para los productos frescos", explica el Prof. Dr. Lorike Hagdorn, empleado por TNO y profesor de la Universidad de Ámsterdam VU.

### **Holanda posee un excelente sistema de distribución**

Holanda juega un rol primordial en el mercado de las flores cortadas. Posee la mayor superficie bajo producción de flores en la Unión Europea y los productores más eficientes e innovadores dentro de la industria. Esto gracias al apoyo en "investigación y desarrollo" que obtienen. Además, Holanda posee un excelente sistema de distribución apoyado por buenas conexiones de transporte terrestre y aéreo. Y por último, debido a que es ahí donde el mayor número de flores se comercializan, a través de sus casas de subasta, es que son ellos los que definen el precio de las flores a nivel mundial. Las cifras estadísticas reflejan esta particularidad del mercado de flores europeo. Alrededor del 90% de flores frescas importadas a Alemania proviene de Holanda. Esto se debe al hecho que Holanda es el principal centro de subasta para el mercado europeo y gran porcentaje de flores que se importan a Holanda luego son reexportadas a través de los centros de subastas a Alemania.

### **5.4. Tendencias en los segmentos**

El comportamiento de compra de los consumidores en la UE ha creado diferentes segmentos de mercado. Los requisitos de los consumidores difieren entre estos segmentos. Las ventas exitosas en cualquier segmento en particular requieren cada vez más, un enfoque integrado a la cadena de valor. Es importante entender el comportamiento de compra de los consumidores con el fin de identificar los diferentes segmentos del mercado.

#### **Propósitos de compra**

La primera condición que debe cumplirse antes de que un consumidor decida hacer una compra es una necesidad para las flores cortadas. En general, se distinguen dos propósitos: los regalos para otros y para uso personal.

##### **1) Segmento de regalos y ocasiones especiales**

La mayoría de las flores cortadas se compran como regalos (en torno al 50-60%). Otro 20% se compra para bodas y los funerales. Sin embargo, estas cifras varían mucho entre países. En general, la proporción de compra de flores como regalo es mayor en mercados menos desarrollados.

#### **Símbolo de la emoción**

El consumidor europeo no considera una flor sólo como un regalo ordinario, sino que también simboliza emociones y sentimientos que son expresados mediante las flores. La razón de un regalo puede ser por felicitaciones (cumpleaños), una disculpa (argumento, la torpeza), una conmiseración por el dolor de alguien (la muerte, accidente), o un signo de amor o afecto por alguien especial (día de San Valentín).

Muchas compañías también dan flores a sus empleados flores como regalo para su cumpleaños y aniversario.

### **Días festivos**

Los días festivos tienen una incidencia importante en la demanda de flores cortadas. En el día de San Valentín, Navidad, Día de la Madre y el Día de la Secretaria, hay picos importantes en las ventas de flores. Además de las fiestas de renombre internacional, la mayoría de los países tienen sus propios días festivos. En el anexo se enumeran los principales días festivos de Europa.

### **Decoración de la Tumba**

Otro propósito es la compra de flores para la decoración de la tumba. En muchos países de la UE, es costumbre depositar flores sobre las tumbas en el Día de Todos los Santos.

La compra de flores en el segmento de regalos está planeada. Los consumidores saben cuándo quieren comprar flores, cuánto gastar y en muchos casos, que esperar a cambio de su dinero. Floristas están generalmente en la mejor posición para atender las necesidades de los consumidores. Ellos tienen tiempos fiables de apertura (en contraste con el mercado de calle), una amplia variedad de flores de alta calidad (a diferencia de los supermercados) y ofrece servicios adicionales tales como, ramos de flores atados a mano y la posibilidad llevar una tarjeta con un mensaje personal. Los consumidores están generalmente dispuestos a pagar un extra por las ventajas ofrecidas por los floristas.

## **2) El segmento para uso propio**

Alrededor del 20% de las flores cortadas se compra para uso propio. Las compras de flores para uso propio, son en particular, gran parte del mercado en los países donde existe un alto nivel de consumo y poder adquisitivo y una gran parte de los supermercados vendiendo flores. Este último no es sólo el aumento de la demanda de flores por parte del consumidor, sino que también estimula la demanda y provoca una expansión del mercado de las flores cortadas. Los supermercados desempeñan un papel especialmente importante en la expansión del segmento de mercado para las flores cortadas para uso propio.

Las compras de flores para uso propio están hechas a menudo con la intención de iluminar más la casa y crear un ambiente agradable. Muchas compañías (locales comerciales, restaurantes, hoteles, etc.) compran flores para un propósito similar. Se utilizan las flores para decorar y realzar sus lobbies y restaurantes con el objetivo de reflejar un entorno profesional y, a veces, sólo para crear un ambiente más agradable de trabajo.

Las compras de flores para uso propio pueden ser planificados o espontáneos (compradores impulsivos). Empresas, que típicamente contabilizan el 10-25% de las ventas de flores, sólo hacen compras planificadas. En consecuencia, compran en su mayoría de floristerías, que usualmente entregan las flores a la empresa. Los consumidores, sin embargo, también realizan compras espontáneas. La conveniencia de la venta de flores en supermercados ha aumentado considerablemente el número de compras espontáneas de flores. Los consumidores pueden ahora comprar flores, junto con sus víveres. Más encima, los supermercados pueden ofrecer precios bajos, gracias a las economías de escala y una alta tasa de circulación. Las altas tasas de

circulación resultan en costos más bajos de residuos. Los bajos precios estimula la compra para uso propio, como los consumidores en general, techos presupuestarios bajos para la compra de flores para ellos mismos.

### Segmentación por las preferencias de los consumidores

**Cuadro N° 5.3**  
**Criterios de compra en la UE**

Criterios de compra:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tamaño del brote</li> <li>○ Daño del brote (pétalos rotos o desviaciones del color)</li> <li>○ Cantidad de hojas y amarillamiento de la hoja</li> <li>○ Tamaño y fuerza del tallo</li> <li>○ Vida del florero</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Especie (ej. Rosa o Dendranthema)</li> <li>• Color               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipo (ej. Rojo o amarillo)</li> <li>○ Brillo</li> </ul> </li> <li>• Uniformidad y nivel del abierto del brote</li> <li>• Esencia</li> </ul>

Fuente: Estudio de Mercado realizado por el CBI, "El mercado de las flores cortadas en la UE"  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (agosto 2010)

Es importante mencionar que los criterios varían considerablemente entre países.

### Segmentación demográfica Mujeres versus Hombres

De acuerdo con encuestas a los consumidores, la persona con mayor frecuencia de compra de flores suele ser una mujer mayor de más de 45 años de edad, que vive en una aglomeración urbana donde hay ingresos medios o altos. Sin embargo, hay muchas ocasiones especiales, como el Día de San Valentín y Día de la Madre, que causan un aumento de las compras por parte de los hombres.

### Jóvenes versus personas mayores

Las ventas de flores cortadas a los jóvenes menores de 30 años de edad son relativamente pequeñas por las siguientes razones:

- Los hogares jóvenes a menudo están formados por que trabajan y por lo tanto pasan menos tiempo en casa. Como consecuencia, tienen menos oportunidades y tiempo para comprar flores. Además, compran menos flores, porque no pueden disfrutar de las flores, ya que no están a menudo en casa.
- Los jóvenes tienen menos disponibilidad de dinero para las flores cortadas, ya que tienen otras prioridades.
- Los hogares con niños pequeños no compran flores, a menudo debido a razones prácticas (por ejemplo, jarrones que se rompen).
- Los jóvenes dan menor importancia emocional a las flores que las personas mayores.

### Segmento formalizado

Los consumidores han adoptado un enfoque más impredecible y exigente, obligando a los exportadores a hacer una distinción más clara entre los productos del mercado en cantidad a bajo precio y productos exclusivos. Ya no es suficiente ofrecer al consumidor un producto bastante bueno con un precio razonable.

### Mayor diversidad en variedades para todo el año

Los consumidores en los mercados más desarrollados se han acostumbrado a mayores variedades y disponibilidad del año completo. Los productores hoy en día son capaces de mantener una producción mucho más continua, garantizando la disponibilidad durante todo el año de la mayoría de los productos. Esto ha contribuido a aumentar las compras de flores no tradicionales.

La creciente demanda de nuevas flores y exclusivas, ha sustituido en parte la demanda de flores tradicionales, como el clavel. Clavel se convirtió en un poco pasado de moda a los ojos de los consumidores. Las nuevas variedades populares podrían contribuir a aumentar el interés por clavel en general.

Los consumidores quieren expresar su personalidad y el individualismo. Muchos mayoristas y minoristas están combinando ramos de flores con otros artículos y ofreciendo un empaquetado personalizado, para responder a la necesidad de los consumidores por una mayor variación en los regalos personales. Hay una creciente competencia con otros artículos de regalo, resultando en una constante disminución de la importancia relativa de las flores como regalo.

### El creciente interés en las flores perfumadas

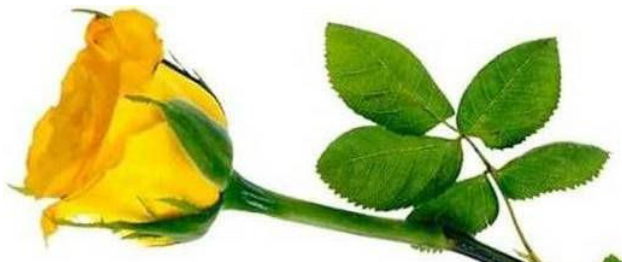
Uno de los nichos de mercado emergentes dentro del comercio de rosas, es el mercado de la fragancia de rosas. Una encuesta realizada en el año 2007 por UCFlor en el Mercado de Flores de Sanremo en Italia mostró que el 15% de los comerciantes está manejando perfume de rosa cortada como respuesta a la demanda del mercado. La principal dificultad en este nicho de mercado es el de desarrollar la rosa con una larga vida y un fuerte y placentero aroma. Se espera que la fragancia de rosa, sea más competitiva en precios que los precios de la rosa perfumada.

### 5.5. Desarrollo de los precios

#### Precios de referencia al por menor y al mayorista, en el mercado europeo

El mercado de flores frescas es un mercado altamente volátil y con muy poca seguridad con respecto a los precios. Dado que tanto la producción como el consumo de flores está influido por muchos factores es posible que los precios (mayorista y minorista) experimenten variaciones considerables a corto plazo. Factores que determinan el precio de las flores son:

- Tiempo y clima en los diferentes lugares de producción.
- Estación y eventos con consumo alto de flores como por ejemplo: Día de los Enamorados, Navidad, Pascuas, Día de la Madre, etc.
- Zona donde vende el minorista por el poder adquisitivo de los consumidores.





## Perfil de Mercado de las Flores

**Cuadro N° 5.4**  
**Precios de las flores cortadas desde "todos los países" (Incluido Países Bajos) e "importaciones" (excluye a Países Bajos) en cantidad (Tallos) y precio en euros**

Flores cortadas - Todos los países				Flores Cortadas - Importaciones			
Nombre del grupo	Nombre del producto	Cantidad 2010	Precio 2010	Flores cortadas	Total		
Flores cortadas	Total	180.987.831	0,17	Flores cortadas	Total	48.615.968	0,14
Alstroemeria	Total	4.467.121	0,15	Alstroemeria	Total	0	
Ammi majus	Total	208.280	0,13	Ammi majus	Total	64.000	0,14
Anemone	Total	11.610	0,07	Anemone	Total	9.850	0,05
Anthurium	Total	1.592.288	0,31	Aster	Total	3.000	0,13
Aster	Total	444.475	0,2	Carnations	Total	425.990	0,09
Carnation Spray	Total	834.660	0,13	Carnations Spray	Total	427.320	0,22
Carnation Stan	Total	1.609.200	0,21	Stan.	Total	427.320	0,22
Carthamus	Total	646.385	0,1	Carthamus	Total	12.430	0,11
Chrysant. Spray	Total	23.850.888	0,15	Chrysant. Spray	Total	0	
Delphinium	Total	969.783	0,2	Delphinium	Total	650	0,14
Eustoma	Total	2.899.800	0,26	Eustoma	Total	6.150	0,24
Gerbera Large	Total	3.575.010	0,13	Gerbera Large	Total	0	
Gerbera Mini	Total	14.787.185	0,08	Gerbera Mini	Total	118.720	0,07
Gladiolus Big	Total	3.366.994	0,15	Gladiolus Big	Total	0	
Gypsophila	Total	2.041.280	0,23	Gypsophila	Total	1.614.675	0,23
Helianthus	Total	3.116.981	0,17	Helianthus	Total	76.960	0,1
Hypericum	Total	2.151.410	0,18	Hypericum	Total	1.239.310	0,19
Leucadendron	Total	127.680	0,12	Leucadendron	Total	127.680	0,12
Liatris	Total	85.353	0,15	Liatris	Total	3.650	0,14
Lilium Asiatic	Total	1.050.228	0,2	Lilium Asiatic	Total	6.480	0,19
Lilium LA	Total	2.102.221	0,2	Lilium LA	Total	0	
Lilium Longiflor	Total	768.602	0,32	Lilium Longiflor	Total	0	
Lilium Oriental	Total	3.649.012	0,41	Lilium Oriental	Total	1.320	0,15
Limonium	Total	1.342.685	0,2	Limonium	Total	205.800	0,18
Nerine	Total	14.570	0,64	Ornithogalum	Total	166.820	0,11
Ornithogalum	Total	549.470	0,2	Protea	Total	21.430	0,89
Protea	Total	21.430	0,89	Ranunculus	Total	73.700	0,08
Ranunculus	Total	75.100	0,08	Rose Large	Total	23.681.582	0,15
Rose Large	Total	47.272.667	0,2	Rose Large	Akito	809.576	0,08
Rose Large	Akito	1.379.156	0,16	Rose Large	Duett	551.490	0,16
Rose Large	Aqua	1.271.676	0,21	Rose Large	High Society	335.630	0,14
Rose Large	Avalanche+	5.113.099	0,24	Rose Large	Inka	490.943	0,09
Rose Large	El Toro	612.506	0,1	Rose Large	Kiwi	433.571	0,13
Rose Large	Grand Prix	2.519.860	0,24	Rose Large	La Belle	677.690	0,16
Rose Large	Happy Hour	343.920	0,13	Rose Large	Marie-Claire	1.054.410	0,25
Rose Large	Ilios	576.480	0,25	Rose Large	Mariyo	1.074.320	0,28
Rose Large	Marie-Claire	1.054.740	0,25	Rose Large	Mixed Colors	369.370	0,15
Rose Large	Passion	2.355.200	0,17	Rose Large	Tucan	250.755	0,14
Rose Large	Sphinx	291.340	0,16	Rose Large	Valentino	593.636	0,07
Rose Large	Vendela	573.500	0,24	Rose Small	Total	12.765.002	0,08
Rose Small	Total	12.984.772	0,08	Rose Small	Bibi	19.980	0,12
Rose Small	Bibi	19.980	0,12	Rose Small	Candid Propphyta	138.600	0,11
Rose Small	Candid Propphyta	138.600	0,11	Rose Small	Chelsea	599.168	0,07
Rose Small	Chelsea	613.728	0,07	Rose Small	Jambo	400.520	0,05
Rose Small	Escimo	92.868	0,09	Rose Small	Kerio+	27.880	0,16
Rose Small	Kerio+	27.880	0,16	Rose Small	Mixed Colors	1.461.803	0,09
Rose Small	Mixed Colors	1.466.503	0,09	Rose Small	Pistache	210.900	0,06
Rose Small	Pistache	210.900	0,06	Rose Small	Poeme	139.300	0,05
Rose Small	Poeme	139.300	0,05	Rose Small	Red Calypso	1.729.792	0,06
Rose Small	Red Calypso	1.741.732	0,06	Rose Small	Sunnysher	597.740	0,06
Rose Small	Sunnysher	609.500	0,07	Rose Small	Viva	1.381.084	0,09
Rose Small	Viva	1.381.084	0,09	Rose Spray	Total	738.282	0,15
Rose Spray	Total	1.874.809	0,25	Rudbeckia	Total	0	
Rudbeckia	Total	40.220	0,09	Rudbeckia	Total	0	
Ruscus	Total	1.112.800	0,08	Ruscus	Total	1.107.450	0,08
Solidago	Total	1.134.930	0,12	Solidago	Total	439.350	0,13
Trachelium	Total	365.110	0,2	Trachelium	Total	63.650	0,11
Tulip	Total	327.008	0,17	Tulip	Total	0	
Veronica	Total	577.820	0,15	Veronica	Total	184.650	0,14
Wax Flower	Total	4.475	0,21	Wax Flower	Total	4.475	0,21

Fuente: Boletín informativo semanal sobre flores cortadas y plantas ornamentales, Market News Services (MNS), semana 30, 2010.

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (agosto 2010)

### 6. Tendencias en el producto

#### 6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

##### Rituales Florales: 'Cultura de países lejanos'

"Países lejanos con culturas exóticas apelan a la imaginación", según comenta la diseñadora holandesa Elize Eveleens de Aalsmeer. "En invierno la gente quiere crear un ambiente cálido con la ayuda de accesorios étnicos y materiales ricos y naturales. Los arreglos en el estilo del tema inspirador de Ritos florales responden a esta tendencia con sus diseños étnicos, accesorios de moda africanos y frutos decorativos. La astromelia se encarga del toque exótico.

"No importa cómo se presenta, pero la astromelia siempre da un toque exótico. En la representación de este tema la flor exalta sobre todo en combinación con otras flores de colores alegres y una mezcla de objetos decorativos de otras culturas. Pueden utilizar una pulsera de madera, una bandeja turca o un cinturón africano de cuentas. Un ambiente clásico se crea con materiales pesados y colores oscuros. Se evita el color negro, los tonos marrones naturales tienen un aspecto más original y orgánico.

Los ritos exóticos pueden ser representados creando colecciones, esto va bien con el variante moderno de ritos florales. Colocando una serie de floreros con diseño gráfico o étnico delante de un fondo oscuro se crea un interesante juego de formas y estructuras. Una flor de color rosa o amarillo fuerte es lo que hace la diferencia en esta tendencia. Menos mal que la astromelia también queda bien en solitario."

Diferentes tendencias como las siguientes se usan bastante en muchos países.



**Diseño moderno** – Un montaje de pared moderno "lanza" una moderna serie de floreros de diseño presentando *Alstroemeria Hawaiian Dream*, *Vanda x rothschildiana Dark Pink Magic*, *Lilium Aziatische Grp 'Heraklion'*, *Heliconia caribaea*, *Monstera* (hoja) y *Zantedeschia 'Hot Chocolate'*.

**Vida minimalista** – Un bodegón claro da vida al fondo incoloro: *Alstroemeria* otras *Heliconia* otras y *Cucumis sp. Decumis mixtas*.



**Con pie negro** – Un florero pesado de zinc coloca el arreglo en un pedestal clásico: *Alstroemeria Mirage*, *Zantedeschia 'Picante'*, *Dianthus standard*, *'Crimson Tempo'*, *Vanda Exotic Purple* y *Anigozanthos flavidus 'Bush Ruby'*.

### Flores que embellecen las estaciones del año Invierno & Flores



**Una joya ambientada** – Una colección bonita y moderna de flores especiales y una joya para un interior acogedor: Hippeastrum Double Galaxy Grp Red Nymph, Heliconia caribaea y Tulipa con 'Brilliant Star'.

**Pragmático** – Las mismas flores especiales, esta vez en un arreglo pragmático y puro. Queda bien en un estilo verdaderamente clásico, por lo que no hace falta añadir nada artificial. Hippeastrum Double Galaxy Grp Red Nymph, Heliconia caribaea, Tulipa con 'Brilliant Star'.



**Generoso gesto** – Florcitas delicadas sin hojas dando una imagen de generosidad. El lujoso celofán da el toque final. Ranunculus asiaticus 'Elegance White', Tulipa Parkiet Grp 'Super Parrot', Helleborus niger 'Christmas Glory' y Rosa de flores grandes Avalanche.

### Creatividad, innovación y emprendimiento con las flores

**Embalaje tipo blister y flores en embalaje termosellado:** Siempre es agradable recibir una revista. Sobre todo si va acompañada de un prendido para la solapa tan alegre. Procure que los colores armonicen con la cubierta. También otros regalos como son libros, lencería, CD's, bisutería y demás pueden ir en un blister.



**Un florero con un mensaje** El florero está hecho de musgo sintético revestido y es perfecto para mensajes breves. Piense en textos como 'Un abrazo', 'Nº 1', 'Gracias' etc.

### Flor Sudafricana nombrada Vuvuzela después de la Copa Mundial

Sudáfrica nombró un nuevo descubrimiento de la planta de Iris después de la vuvuzela, la trompeta de plástico que se convirtió internacionalmente conocida después de deleitar y molestar a millones de fanáticos deportivos que vieron el Mundial de fútbol. La planta tiene forma de embudo flores de color amarillo pálido y fue descubierto en la región vinícola cerca del Ciudad del Cabo. El Instituto Sudafricano de Biodiversidad Nacional, dijo que la planta fue nombrada "Moraea Vuvuzela" después de la "trompeta ruidosa" que "capturaba el único espíritu" del primer mundial de fútbol de África, dijo Sanbi, así como el instituto es conocido.

El monótono, zumbido alto de miles de vuvuzelas en forma de cuerno, que significa, "sigue soplando" en zulú, ahogó canciones tradicionales de fútbol desde el inicio de la Copa del Mundo en Johannesburgo el 11 de junio del pasado año.

Mientras que el cuerno está ganando popularidad en el extranjero y está siendo vendido por la cadena de supermercados J. Sainsbury Plc del Reino Unido, el hábitat propio y natural de la planta está siendo transformado para el cultivo del viñedo, de acuerdo a Sanbi. La flor está "críticamente en peligro de extinción" de acuerdo al punto de vista de Sanbi. La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, con sede en Gland, Suiza, está evaluando el estado de la planta y podría ser añadido a su lista roja de especies en peligro de extinción. Sanbi es responsable de evaluar el estado de conservación de todas las especies africanas del Sur. (<http://www.sanbi.org/>)

### Promoción colectiva de productos

También en el campo de la promoción surgen cada vez más acuerdos de cooperación. Un buen ejemplo de la cooperación en el sector holandés de la horticultura ornamental es que las empresas que, en realidad, son competidoras, colaboran en la promoción colectiva de productos. Muchas clases de productos tienen su propio sitio Web, montado por un gran número de cultivadores y seleccionadores.

El último ejemplo es [www.orchids-info.com](http://www.orchids-info.com). Más de cien cultivadores de orquídeas y todos los seleccionadores en Holanda han unido esfuerzos en este sitio Web. También la hortensia cortada y la de maceta tienen su propio sitio Web: [hydrangeaworld.com](http://hydrangeaworld.com) y aquí también son muchos los cultivadores y seleccionadores implicados.

## 6.2. Tendencias en las especificaciones de producto

### Gerberas

Uno de los productos protagonistas en el sitio Web de [www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org), una página que aglutina a distintos productores de flores en Europa, muestra a la Gerbera, que es caracterizada por el color que es seguramente el punto más fuerte y eso lo prueba la amplia variedad cromática de esta flor de colores frescos y brillantes.



Es una flor que representa la espontaneidad, la actividad, la felicidad y la sociabilidad. En resumen, una flor muy especial que merece un lugar prominente en cualquier tienda o sala de estar.

### Cuidados - mayoristas

- La temperatura ideal de almacenaje se sitúa entre 4 y 7 grados centígrados. Una temperatura baja es fundamental puesto que así se evita, en especial, el crecimiento continuo de los tallos, se limita la evaporación y se combate el crecimiento de hongos y bacterias.
- Asegúrese de que hay una buena circulación de aire en la sala refrigerada. Ello es particularmente importante en el caso de las minigerberas que se entregan con el tallo en agua. Las bajas temperaturas evitarán la infección de Botrytis (hongos).
- Las cajas de Gerbera se llevan boca abajo desde el campo de cultivo hasta el lugar de subasta y esto se hace para que los tallos dejen de crecer, lo cual ocasionaría la curvatura de los mismos. Es así mismo conveniente colocar las cajas boca abajo tanto durante el transporte como durante períodos largos de almacenaje.



### Cuidados - floristas



La temperatura óptima de almacenaje de las Gerberas está entre 4 y 7 grados centígrados. Las cajas que vayan llegando se deberán almacenar cabeza abajo, con la tapa por debajo. La mejor forma de cuidar las Gerberas tras su llegada es la siguiente:

- Sacar las grapas y extraer el contenido de las cajas.
- Cortar los tallos en diagonal a unos dos o tres centímetros de la punta.
- Colocar las flores en agua limpia con fertilizante. Dejarlas en el agua al menos durante unas cuatro horas.
- Tan pronto como los tallos adquieran la suficiente firmeza, se puede procesar las flores. Si los tallos no absorben suficiente agua o no están lo bastante derechos, es una buena idea enrollar un trozo de alambre alrededor de los mismos. Las Gerberas que se quedan en la tienda se han de mantener en recipientes con agua y fertilizante para prolongar al máximo su vida en el jarrón.

### Cuidados – consumidores

Llene un recipiente limpio con agua limpia. Tanto si el recipiente contiene Gerberas como si contiene además otros ramos mixtos, añada fertilizante para flores.



### Amarilis

La Amarilis cortada se considera un producto navideño por excelencia. Sin embargo, su percepción no es muy limitada para esa época del año. Hay más colores que los consabidos rojo y blanco; existen amarilis en rosado, naranja, salmón e incluso se puede optar por flores violetas y flores bicolors, rojas y blancas. Además, usted puede elegir entre más de 30 variedades diferentes. ¡Está claro que tiene muchas opciones!

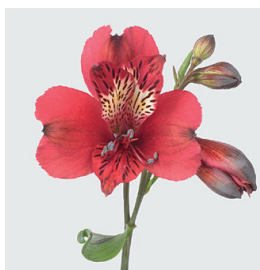
### Sugerencias para el consumidor

- Corte los tallos diagonalmente y colóquelos en agua limpia.
- Utilice un florero preferentemente alto, ya que las flores son muy pesadas.
- Quite las flores marchitas.
- Una vez están floreciendo, las flores crecen deprisa, por lo que hay que procurarles suficiente espacio.
- Tenga en cuenta que un tallo que se quite del florero estará lleno de agua.
- Se puede disfrutar de las flores por lo menos durante 10 días, e incluso hasta 14, dependiendo de la temperatura ambiente.

### Sugerencias para el florista

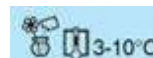
- La amarilis es una flor muy versátil. Puede ser presentada corta o larga, una sola en un florero, o también en un ramo de varias flores. Además son aptas para arreglos grandes y pequeños.
- Si los tallos están dañados se pueden cortar, colocando la flor en un jarro para lograr un efecto de lo más decorativo.
- Se puede crear una aplicación diferente colocando la amarilis al revés con hilo de aluminio. El agua se coloca entonces dentro del tallo.

### Especificaciones técnicas de distintas flores



#### **Alstroemeria**

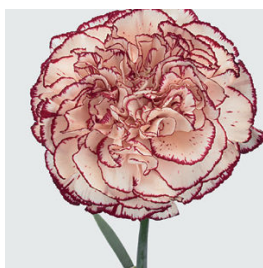
Coloque las flores en agua limpia procurando que las hojas no toquen el agua. El agua se ensucia fácilmente. Las hojas son vulnerables, trátelas con cuidado para evitar daños. Procure comprar flores suficientemente maduras. Los capullos deben presentar algo de color ya.





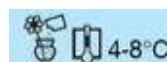
### Lilium

Dejar las flores envueltas mientras tengan un buen baño agua y los tallos estén firmes y frescos de nuevo. Son sensibles al etileno. Cortar comida para la flor mejora el florecimiento.



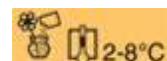
### Clavel (Dianthus)

Coloque las flores en agua limpia procurando que las hojas no toquen. De no ser así el agua se enturbia rápidamente y además apesta. Tenga cuidado con el etileno ya que el clavel es muy sensible. Incorpore también una bolsita de alimento con el ramo.



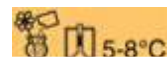
### Crisantemo

Deje que las flores absorban agua fría, evitando así que las hojas se debiliten. Las burbujas en los tallos se desharán gracias al agua fría. Limpie el florero a fondo antes de utilizarlo. Evite quebrar o aplastar los tallos. Corte aproximadamente 3cm del tallo diagonalmente con un cuchillo afilado.



### Gerbera

Corte los tallos y colóquelos como mínimo cuatro horas en agua limpia. Procéselas cuando los tallos se han vuelto rígidos. No toque las flores. Aconseje al cliente cortar los tallos con un cuchillo muy afilado y no utilizar tijeras. Ponga un poco de agua en el florero y rellénelo regularmente.



### Gladiolo

Hace falta agua limpia y un florero limpio para que florezca bien. Renueve el agua frecuentemente. Las flores florecen mejor si se quita la punta de la espiga aunque así pierde algo de su valor decorativo. Guárdelos derechos, porque los gladiolos crecen hacia la luz.



### Rosa

Un buen cuidado es primordial para una buena floración. No las deje sin agua. Colóquelas en un florero limpio y córtelas diagonalmente con un cuchillo afilado. No corte las espinas para evitar dañar el tallo. Alimento para flor cortada es imprescindible.



### 6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos

#### Parámetros de los tratamientos post cosecha de flores

En lo que tiene que ver con parámetros de clasificación no existe un acuerdo sobre una forma igual o una técnica predeterminada por lo tanto es importante conocer las diversas presentaciones y nombres de los tipos de flor:

**Tipo de flor:** Esta clasificación tiene que ver con la utilización que el consumidor haga de la flor.

- *Flor Principal:* Son las flores predominantes en cualquier arreglo tales como: Rosas, Clavel, Astromelias, Cartuchos, Delfinuin. etc.
- *Relleno:* Se denomina relleno a las flores que por su colorido, calidad, volumen, apertura sirven para decorar o hacer sobresalir otras flores, tales como: Gypsogila, Aster, Pompón, Stalice, Ornitogalun, etc.
- *Acompañante:* Son algunos follajes como: helecho cuero, helecho peine, hoja de naranjo, hoja de eucalipto, pasto, etc.

**Tipo de Tratamiento:** Las flores por ser productos perecederos deben tratarse física, química y mecánicamente para su conservación, por lo tanto se debe conocer claramente cual es el tratamiento indicado para conservar mejor cada tipo de flor.

- *Sensibles al etileno:* Uno de los principales problemas para la conservación de las flores es la producción de etileno. Estas flores deben ser tratadas con productos que inhiben la formación del etileno, la mayoría basados en derivados de la plata, denominados solución de carga. Las principales flores en esta clasificación son: Clavel, Miniclavel, Gipsophila, Delfiniun, Liliun.
- *Sensibles a la temperatura:* No todas las flores pueden conservarse o alargar su vida en condiciones de frío, por lo tanto es importante conocer cuáles son las temperaturas mínimas para lograr la conservación necesaria.
- *Sensibles a la humedad:* Una gran cantidad de flores son susceptibles a ser afectadas por las altas humedades relativas, por lo cual deben protegerse usando fungicidas para obtener buenos resultados.

**Tipo de Empaque:** Las flores también pueden clasificarse de acuerdo a su tipo de empaque.

- *Flores enteras:* Cuando se empaquen por flor sólida, es decir, Rosas o Claveles, Astromelias, etc.
- *Combos:* Se denominan combos cuando se mezclan flores enteras en una caja.
- *Bouquets:* Cuando se mezclan en un ramo varios tipos de flor.

#### Normas Generales de clasificación de la Flor

En la mayoría de las post cosechas el proceso de clasificación es muy similar siguiendo los mismos parámetros de calidad se describen rápidamente.

**Punto de corte:** El criterio del punto de corte es muy importante porque éste se hace de acuerdo al consumidor final del producto.



## Perfil de Mercado de las Flores

- *Estados Unidos de América.:* Es el punto de corte que se utiliza para mandar a mercados cercanos a los Estados Unidos de América., Puerto Rico, Argentina, etc. Y dependiendo de la flor se conoce por lo general en la separación de los sépalos y la colocación de los pétalos.
- *Europa:* Cuando la flor debe hacer un largo viaje, el punto de corte debe ser ajustado para que la duración de la flor sea mayor.

**Grado:** El grado es la relación entre la longitud del tallo, tamaño del botón floral, cantidad de flores, consistencia y el peso del ramo.

- *Longitud:* Es la medida tomada desde el cáliz hasta el final de la flor.
- *Tamaño de cabeza:* Debe tener relación con la longitud y el grosor de los tallos.
- *Número de flores:* En algunos casos como el miniclavel o la rosa spray se debe tener un mínimo de flores por tallo.
- *Peso:* En la mayoría de las especies un ramo debe tener un peso mínimo de acuerdo a su grado.
- *Consistencia:* Es una cualidad de presentación subjetiva, por lo tanto depende de cada empresa, técnico, operario, pero finalmente hace la diferencia entre un ramo y otro.

### Características operacionales de la poscosecha de flores

#### Condiciones generales:

- *Tamaño de las salas:* Las salas de poscosecha deben ser diseñadas de acuerdo a las necesidades de un pico, pensando en no generar aglomeraciones de gente, mesas, baldes, dejar espacio para trabajar tiempos, movimientos, flujos y mecanización de procesos. Y siempre pensando en futuras ampliaciones.
- *Temperatura, Aireación, Humedad:* Se debe pensar que las flores son seres vivos, por lo tanto necesitan de condiciones óptimas de aireación, temperatura y humedad, evitando que el ambiente sea propenso a altas temperaturas, concentraciones de etileno o deshidratación de la flor.
- *Iluminación:* Las poscosechas deben tener un alto valor de iluminación pensando en que el trabajo que se hace de forma meticulosa, tratando de utilizar luz que evite el cansancio visual de las personas.

**Infraestructura:** En la mayoría de procesos agrícolas, la post cosecha empieza en el cultivo, por lo tanto las empresas deben preocuparse por evitar la improvisación, falta de capacitación, falta de planeación, teniendo equipos que aseguren un efectivo tratamiento y corte de la flor.

- *Carros de corte:* Estos carros deben tener un diseño ergonómico y de fácil desplazamiento para evitar cansancio e incremento en las horas de corte como también maltrato de las flores.
- *Transporte de la flor a la poscosecha:* Se puede hacer de varias maneras desde el carro jalado por animales, el trole con operario, el tractor, el triciclo, hasta el sofisticado cable-vía, siempre y cuando estén diseñados para mantener la calidad y ser un transporte ágil, dinámico y lo suficientemente grande para evacuar los picos de producción.
- *Soportes para cajas o lonas:* Se deben prever suficientes soportes o carros o algún tipo de estibas que eviten el maltrato a la flor que se recibe en la sala.

- *Mesas de clasificación:* Deben ser de un número suficiente para evitar aglomeraciones, también deben ser ergonómicas para evitar lesiones en los operarios, bien señalizadas, etc.
- *Recipientes para el tratamiento:* Se debe buscar un tipo de recipiente de fácil transporte, limpieza y que no reaccione con las sustancias químicas.
- *Cuartos fríos:* Estos deben ser diseñados para la máxima producción y no para el promedio, cumpliendo así el objetivo del enfriamiento.
- *Zonas de carga:* Deben acondicionarse interna y externamente sitios como cárcamos y otros similares para evitar el maltrato a las cajas.
- *Tiempos y movimientos:* En la mayoría de las industrias donde el manipuleo, transporte y modificación son los factores predominantes se debe hacer un estudio del proceso adecuado, rápido y eficiente. En las post cosechas los factores a corregir más frecuentes son: pasos no necesarios, flujos lentos, acumulación de flores y ramos.
- *Automatización y mecanización de las poscosechas:* No es imposible pensar en que todas los anteriores materiales puedan conjugarse en varias máquinas, equipos y controladores para hacer mucho más eficiente la operación. Por ejemplo la utilización de máquinas clasificadoras, bandas transportadoras, pistolas neumáticas, siempre y cuando su diseño y utilización cuente con la adecuada transferencia de tecnología a operarios que por lo general tienen una educación primaria.

**Control de calidad:** El control de calidad se hace necesario en una industria analfabeta, donde se crean cargos de control, en lugar de crear cargos de inducción y capacitación por lo tanto el primer paso en el control de calidad es crear conciencia de trabajo. En la mayoría de las empresas se tiene ciertos "sitios claves", procedimientos claves y lugares claves "donde se revisa el procedimiento, aunque el ideal sería que se trabajara en círculos de calidad.

**Recepción de flor del cultivo:** Debe verificarse la calidad, cantidad, procedencia y toda la mayor cantidad de información sobre la flor que ingresa a la sala.

**Clasificación y elaboración de ramos:** Siempre se debe tratar de tener estos procedimientos por escrito, aunque nadie hace un ramo igual a otro, si deben seguirse ciertas reglas mínimas de calidad para que la clasificación sea definida y uniforme.

**Inspección de ramos:** En la mayoría de empresas existe el patinador o control de calidad cuya función es la de revisar la mayor cantidad posible de ramos, verificando los parámetros de calidad. La principal causa de devolución es la inconsistencia de los tallos que componen los ramos o el maquillaje al que han sido sometidos.

**Tratamiento de los ramos:** En la mayoría de las post cosechas es un sitio neurálgico debido a que las personas encargadas de esta actividad si existen, tienen una gran cantidad de obligaciones que no les permite concentrarse en ésta.

- *Calidad de agua.* Es la clave de cualquier tratamiento y debe ser el punto de partida.
- *Composición química del tratamiento.* No existe una fórmula mágica para ningún tipo de flor por lo tanto es importante aceptar sugerencias de la casa especializada de acuerdo a la capacidad de la empresa. Existen equipos de medición de bolsillo que deberían ser de uso obligatorio.

- *Dosis de tratamiento.* Uno de los errores más frecuentes en las post cosechas es variar la dosis de sus tratamientos sin el estudio adecuado y ensayo, solo basándose en recomendaciones o experiencias en otros cultivos.
- *Duración del tratamiento.* Todas las flores, combos, bouquets, necesitan de un tiempo mínimo de hidratación en solución, cuando existe una adecuada planeación, programación ésta se debe cumplir para asegurar la calidad del producto final.
- *Aséptica de los recipientes.* La mayor causa de muerte precoz de las flores es el taponamiento vascular por falta de una limpieza de los recipientes o de la indebida rotación de los tratamientos.

**Empaque:** La última oportunidad de verificar que el producto que se va a exportar es de excelente calidad es revisarlo en la zona de empaque o en las cajas listas.

- *Uniformidad de los ramos.* La caja debe ser lo más uniforme que se consiga sin olvidar que son flores.
- *Empaque.* En algunas ocasiones sobre todo en el caso de bouquets y combos éstos van destinados directamente al supermercado por lo tanto la presentación de la caja debe ser impecable.
- *Insumos de calidad.* Tanto el cartón como los capuchones, papel y demás insumos deben ser de la mejor calidad, cualquier ahorro puede resultar caro.
- *Marcación y composición.* Las cajas deben ir debidamente identificadas con su marcación y composición si así se requiere, se debe ser muy cuidadoso en este paso para evitar el daño en todo el proceso.

### Manejo en cuarto frío:

- *Pre-enfriamiento.* Existen algunos equipos de pre-enfriamiento que son diseñados de una manera muy pobre, produciendo en la flor síntomas de deshidratación, sin lograr el objetivo de bajar la temperatura de manera uniforme. Para más información visite nuestra página de [pre-enfriamiento y diseño y manejo de cuartos fríos](#).
- *Almacenamiento de flor.* Se debe tener un mínimo de conocimientos e infraestructura para almacenar la flor, todas las cajas tienen ventanas para su ventilación las cuales utilizan el 5% de los floricultores, si no existen carros de almacenamiento lo mínimo deben ser estibas con altura que no sobrepasen los 2 metros.
- *Rotación de flor.* Se debe llevar un sistema de información claro sobre la fecha de empaque, color, variedad para evitar que la rotación se convierta en un problema de calidad.
- *Transporte al aeropuerto.* En lo posible conservar la cadena de frío y utilizar agencias de carga con sistemas de control y seguridad.



## 7. Puntos críticos de acceso a mercados

### 7.1. Requisitos Generales de Exportación

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

### 7.2. Requisitos específicos

En la mayoría de las partidas arancelarias analizadas en el estudio (apartado 1.2 del estudio), los requisitos específicos que presenta las distintas categorías de flores (rosas, claveles, orquídeas, crisantemos y demás flores frescas) son las siguientes:

- Control fitosanitario
- Productos de producción ecológica

Sin embargo, para la partida donde se encuentran las demás flores y capullos secos, existe el requisito específico denominado CITES – Protección de especies amenazadas.

#### Acerca del control fitosanitario

Las importaciones en la Unión Europea (UE) de plantas, productos vegetales y cualquier otro material capaz de albergar plagas (por ejemplo, en productos de madera y contenedores, etc.) pueden estar sujetos a las siguientes medidas de protección, según lo establecido por la Directiva 2000/29/EC (DOL-169 10/07/2000) (CELEX 32000L0029):

1. Suspensión de importación
2. Certificado fitosanitario y/o el certificado fitosanitario para la reexportación
3. Inspección de Aduanas y revisión de el estado de salud de la planta
4. Registro de importadores
5. Información previa sobre las importaciones

Estas medidas fitosanitarias tienen por objeto prevenir la introducción y/o diseminación de plagas y organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales a través de las fronteras de la UE. Estas medidas, hacen cumplir la Convención de Protección Internacional de plantas (IPPC) - FAO, a la que los Estados miembros forman partes contratantes y que establece las reglas y procedimientos de control básicas para asegurar una acción común y eficaz para proteger los recursos de los países agrícolas y forestales.

La IPPC exige que cada país contratante a establecer una organización nacional de protección fitosanitaria para inspeccionar los cultivos y que informe sobre las plagas y controlarlas. Una lista completa de las organizaciones nacionales de

protección de plantas (NPPOS) se puede encontrar en la página oficial de la IPPC (<http://www.ippc.int/>).

Los departamentos de ultramar francés y las Islas Canarias españolas, en vista de sus características agrícolas y ecológicas, pueden solicitar requisitos adicionales a los establecidos en la Directiva, suponiendo que estén justificadas por razones de protección de la salud y la vida de las plantas en sus territorios.

El consejo Directivo 2000/29/CE establece varias exenciones para cada medida fitosanitaria (por ejemplo, plantas y productos de plantas para tratados, con fines científicos, trabajo sobre las variedades de selección, de tránsito interno, pequeñas cantidades que no representan un riesgo de propagación de organismos nocivos, etc.) Por lo general son concedidas por un período limitado, sujeto a las condiciones especiales de importación y una licencia específica.

### **Acerca de productos de producción ecológica**

La puesta en el mercado de la Unión Europea (UE) de productos agrícolas vivos o no procesados, productos agrícolas transformados para su uso como alimentos, piensos, semillas y material de reproducción vegetativa, que lleva una referencia al método de producción ecológica, debe cumplir con las normas establecidas por Reglamento (CE) N° 834/2007 (OJL-189 20/07/2007) (CELEX 32007R0834) que tiene por objeto la promoción de productos de calidad y la integración de la conservación del medio ambiente en la agricultura.

Estas reglas, establecidas por la regulación del consejo (EC) N° 834/2007 y el Reglamento (EC) N° 889/2008 (OJL -250 18/09/2008) (32008R0889 CELEX) cubren principalmente los siguientes aspectos:

1. La producción, transformación, envasado, transporte y almacenamiento de productos
2. El uso de determinados productos y sustancias en el procesado de alimentos (Anexos VIII y IX del Reglamento (CE) N° 889/2008). Una lista de los ingrediente autorizados está disponible en la base de datos del Sistema de Información de Agricultura Ecológica (OFIS) [http://ec.europa.eu/agriculture/ofis\\_public/r7/ctrl\\_r7.cfm?targetUrl=home](http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/r7/ctrl_r7.cfm?targetUrl=home)
3. Prohibición del uso de organismos modificados genéticamente (GMO) y de productos fabricados a partir de OMG en la producción ecológica.
4. Logotipo de la Unión Europea de producción ecológica (Nueva a partir del 1 de julio de 2010). El logotipo y las indicaciones referentes al método de producción ecológica podrán utilizarse solamente para ciertos productos que cumplen todos los requisitos establecidos por el Reglamento.
5. Las medidas de inspección y sistemas de control específicas serán aplicadas para este tipo de productos por las autoridades designadas en los Estados Miembros.

Para información detallada de cada uno de los requisitos específicos, dirigirse al sitio Web: <http://exporthelp.europa.eu>

### 7.3. Aranceles

Según datos obtenidos de Export Help Desk para países en vías de desarrollo, los aranceles son los siguientes:

**Cuadro N° 7.1**  
**Aranceles de la Unión Europea (UE) para las flores, procedentes de Bolivia**

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	(NC) Nomenclatura UE	Descripción del producto UE	Derecho de Aduana	Preferencia SGP +
0603.11	Rosas frescas	06031.10.00	Rosas frescas	8,5%(*)	100%
0603.12	Claveles frescos	06031.20.00	Claveles frescos	8,5%(*)	100%
0603.13	Orquídeas frescos	06031.30.00	Orquídeas frescos	8,5%(*)	100%
0603.14	Crisantemos frescos	06031.40.00	Crisantemos frescos	8,5%(*)	100%
0603.19	Demás flores frescos	06031.91.00	Gladiolos	8,5%(*)	100%
0603.90	Demás flores secas	06039.00.00	Demás flores y capullos	10%	100%

(\*) Del 1 de Enero al 31 de Mayo [8,5%]; del 1 de Junio al 31 de Octubre [12%] y del 1 de Noviembre al 31 de Diciembre [8,5%]

Fuente: Export Help Desk

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (enero 2011)

Todas las partidas analizadas en el estudio se caracterizan por tener distintas tasas arancelarias, sin embargo debido al Sistema General de Preferencias (SGP), instrumento por el cual la UE concede preferencias comerciales a países en vías de desarrollo, mediante la integración en el comercio internacional a través de un acceso más fácil al mercado Europeo, no se pagan aranceles.

**Cuadro N° 7.2**  
**Aranceles de los Estados Unidos de América para las flores y capullos frescos o secos, procedentes de Bolivia**

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	(NC) Nomenclatura Estados Unidos de América	Descripción del producto	Tarifas
0603.11	Rosas frescas	0603.11	Rosas	6,80%
0603.12	Claveles frescos	0603.12	Claveles	Claveles en miniatura (spray) (3,2%) Otros (6,4%)
0603.13	Orquídeas frescos	0603.13	Orquídeas	6,40%
0603.14	Crisantemos frescos	0603.14	Crisantemos	6,40%
0603.19	Demás flores frescos	0603.19	Las demás	6,40%
0603.90	Demás flores secas	0603.90.00.00	Las demás	4,00%

Fuente: United States International Trade Commission (<http://hts.usitc.gov>)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (agosto 2010)

Desde que el "Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act" (ATPDEA), fue anulado por diversas razones el 15 de diciembre del año 2008, el comercio entre los Estados Unidos de América y Bolivia, presenta diversos aranceles entre distintos productos transables, como ser el caso de las flores. Entre todos son las rosas frescas el producto con mayor tasa arancelaria (6,8%), mientras que la menor tasa lo presenta "las demás flores secas" de un 4%.

### 8. Oportunidades

Con el fin de tener una mejor apreciación de las concentraciones que tiene el país en demanda de flores a nivel mundial, se presenta el siguiente mapa.

**Mapa N° 8.1**  
**Concentraciones mundiales de las importaciones  
de flores y capullos frescos y secos en el año 2009**



Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (agosto 2010)

#### Oportunidades en el mercado de la UE

Un enfoque útil para buscar las oportunidades y amenazas es, relacionarlas a las fortalezas y debilidades de su empresa. Pregúntese a sí mismo, si sus fortalezas pueden abrirse a cualquiera de los oportunidades mencionadas. Como alternativa, busque en sus debilidades y pregúntese a si mismo, si podría abrir nuevas oportunidades mediante la eliminación de sus debilidades. La realización de este análisis a menudo ayuda en términos de señalar qué necesidades debe hacerse y poniendo los problemas en otra perspectiva.

Los factores que ofrece oportunidades, o que presentan amenazas para los exportadores de los países son:

- El mercado de flores cortadas se compone de una serie de grupos de productos, que ofrecen distintas oportunidades a los países en vías de desarrollo como proveedores potenciales. Se trata de un mercado altamente competitivo en el que los importadores buscan continuamente nuevos, especiales y distintos productos. Una especialización también puede ofrecer la perspectiva de hacer

- mayores beneficios que aquellos obtenidos mediante la venta convencional de productos de la floricultura.
- Una creciente demanda de ramos mixtos de bajo precio pueden ser reconocidos después del aumento de las ventas de flores a través de cadenas de supermercados. Como consecuencia, existe también un creciente interés en los principales componentes de ramos, por ejemplo, flores de verano y el follaje. En muchos países, los canales de supermercados están cada vez más involucrados en el comercio de flores. Hoy en día, las cadenas de supermercados llevan a cabo sus propias pruebas de calidad y, consecuentemente, imponen requisitos más estrictos de calidad a sus proveedores. Un creciente número de cadenas minoristas exige a los proveedores y productos a estar certificados.
  - Florerías en los mercados más desarrollados, tienen que posicionarse de manera distinta a la de los supermercados, para seguir siendo competitivos. Esto se traduce, por ejemplo, en cada vez más una amplia variedad, incluyendo productos más exclusivos. Los productores de productos más exclusivos por lo tanto podrán encontrar mayor oportunidad en los canales comerciales, que abastecen a los floristas.
  - Una oportunidad potencialmente interesante para los exportadores en el Este de África y América Latina, para compensar la amenaza cada vez mayor de los costos de flete, podría ser el desarrollo de la condiciones de fletes marítimos. Exportadores israelíes ya han hecho uso de esta facultad logística por varios años al enviar flores en contenedores marítimos refrigerados a Marsella en Francia. A partir de ahí, los productos son transportados en camiones a diferentes destinos del continente europeo, por ejemplo, la subastas holandesas. Otro ejemplo es provisto por varios productores de América Latina, que están enviando Hypericum en contenedores marítimos. La carga de mar de la rosa se encuentra aún bajo desarrollo.
  - El número de agricultores europeos está disminuyendo. Sin embargo, los que quedan, cada vez amplían y aplican más métodos de producción de alta tecnología, que les permite aumentar la productividad y crecen productos de la más alta calidad. Un desplazamiento de la producción, del centro y norte de Europa hacia la Europa periférica, puede ser reconocida.

Como puede verse, una tendencia o desarrollo puede ofrecer oportunidades para algunos exportadores (de países en vías de desarrollo), pero al mismo tiempo suponen una amenaza para los demás exportadores. Como exportador, usted tiene que analizar si el desarrollo ofrece una oportunidad o representa una amenaza para su negocio. Esto dependerá de su situación específica.





### 9. Ferias y sitios de comercio virtual

#### 9.1. Ferias

##### Exhibiciones y Conferencias

Mes	Fecha	Nombre	Ubicación	Contacto/URL
Enero	25-28	IPM	Essen, Alemania	<a href="http://www.ipm-messe.de/index.php?lang=en&amp;content=00000000">www.ipm-messe.de/index.php?lang=en&amp;content=00000000</a>
Febrero	15-17	Salon du Vegetal	Angers, Francia	<a href="http://www.salonduvegetal.com/web4/index.php">www.salonduvegetal.com/web4/index.php</a>
Febrero	9-14	Fruit Logistica	Berlin, Alemania	<a href="http://www.fruitlogistica.com">www.fruitlogistica.com</a>
Febrero	24-26	Pest & Production Management Conference	San Diego, California, Estados Unidos de América	<a href="http://www.pestandproductionmanagement.com">www.pestandproductionmanagement.com</a>
Febrero	25-27	2011 Gardenia Garden Fair	Poznan, Polonia	<a href="http://gardenia.mtp.pl/en">gardenia.mtp.pl/en</a>
Marzo	5-14	TIOS, Taiwan International Orchid Plantation	Tainan, Taiwan	<a href="http://www.tios.com.tw">www.tios.com.tw</a>
Marzo	10-13	Expojardim	Batalha, Portugal	<a href="http://www.exposalao.pt/index.php?page=int&amp;pageid=2&amp;subpage=0&amp;fid=8">www.exposalao.pt/index.php?page=int&amp;pageid=2&amp;subpage=0&amp;fid=8</a>
Marzo	12-13	The 2011 Northeast Floral Expo	Sturbridge, Massachusetts, Estados Unidos de América	<a href="http://www.northeastfloralexpo.com">www.northeastfloralexpo.com</a>
Marzo	14-15	2011 SAF Congressional Action Days	Fairmont, Washington, Estados Unidos de América	<a href="http://www.safnow.org/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=7626&amp;Itemid=409">www.safnow.org/index.php?option=com_content&amp;task=view&amp;id=7626&amp;Itemid=409</a>
Marzo	23-25	Hortiflora Ethiopia	Addis Abeba, Etiopía	<a href="http://www.hppexhibitions.com/floriculture/2011/ethiopia">www.hppexhibitions.com/floriculture/2011/ethiopia</a>
Marzo-Mayo	24Mar-20May	Keukenhof	Lisse, Países Bajos	<a href="http://www.keukenhof.nl">www.keukenhof.nl</a>

#### 9.2. Sitios de comercio virtual

- **FITA** - <http://fita.org/webindex> - Federación de asociaciones de comercio internacional.
- **Trade Key** - <http://es.tradekey.com> - Business to business market place, tiene como objetivo facilitar el comercio global y ubicar a los compradores y vendedores de todo el mundo en una plataforma común.
- **Alibaba** - <http://www.alibaba.com> - el mercado business to business más grande del mundo.
- **Trade point** - <http://www.tradepoint.org> - centro de facilitación del comercio, donde todos los participantes en la cadena de transacciones comerciales están agrupados bajo un solo techo físico o virtual proveyéndolos con todos los servicios necesarios para realizar transacciones comerciales.

### 10. Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

**Persona de contacto:** Claudia Lino Castro

**Cargo:** Investigadora de Mercados

**E-mail:** [investigadora@ibce.org.bo](mailto:investigadora@ibce.org.bo)

**Teléfono:** (591-3) 3362230

**Fax:** (591-3) 3324241

**Dirección:** Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)



### Fuentes de información

Nombre	Sitio Web	Contenido
Export Help Desk	<a href="http://www.exporthelp.europa.eu">http://www.exporthelp.europa.eu</a>	Servicio prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la UE
Instituto Nacional de Estadística-INE	<a href="http://www.ine.gov.bo">http://www.ine.gov.bo</a>	Órgano Ejecutivo del Sistema Nacional de Información Estadística de Bolivia
Market Access Map	<a href="http://www.macmap.org">http://www.macmap.org</a>	Contiene aranceles (derechos de importación) y otras medidas aplicadas por 187 países importadores de productos de 239 países y territorios
Estadísticas de Comercio para el desarrollo de las empresas (Trade Map)	<a href="http://www.trademap.org">http://www.trademap.org</a>	Herramienta de análisis de mercados que cubre 5.300 productos y 220 países
Product Map	<a href="http://www.p-maps.org/">http://www.p-maps.org/</a>	Información de negocios para la globalización
CBI Market Survey	<a href="http://www.cbi.eu">http://www.cbi.eu</a>	The cut flowers market in the EU
Angel Fire, ingeniería agrícola	<a href="http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/posco_flores.htm">http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/posco_flores.htm</a>	Tendencias en el procesamiento
Wikipedia	<a href="http://es.wikipedia.org/wiki/Floricultura">http://es.wikipedia.org/wiki/Floricultura</a>	Enciclopedia virtual técnica
Ayuda proyecto	<a href="http://www.ayudaproyecto.com/boletin/47.htm">http://www.ayudaproyecto.com/boletin/47.htm</a>	Boletín económico y de estudio de mercado
Consejo de la flor	<a href="http://www.flowercouncil.org/es/">http://www.flowercouncil.org/es/</a>	Organización mundial de flores
Flores	<a href="http://www.flowers.org.uk/media/this_season_flowers_index.php">http://www.flowers.org.uk/media/this_season_flowers_index.php</a>	Organización de flores
Exporta Pymes	<a href="http://www.exportapymes.com/documentos/productos/">http://www.exportapymes.com/documentos/productos/</a>	Estudios de mercado de distintos productos

### Fuentes fotográficas

- [www.flowercouncil.org](http://www.flowercouncil.org)
- [www.flower4all.co.uk](http://www.flower4all.co.uk)
- [www.zentoo.nl/en](http://www.zentoo.nl/en)
- [www.turincondofotos.com/r-flores](http://www.turincondofotos.com/r-flores)
- [www.keukenhof.nl](http://www.keukenhof.nl)
- [www.floraholland.com](http://www.floraholland.com)

## Anexo

**Tabla A.1**  
**Días especiales principales de importancia  
del comercio de la floricultura (2010)**

Fecha	Día festivo	País
<b>Enero</b>		
1	Año nuevo	Internacional
6	Fiesta de la Epifanía	GR, ES, FR, DE, FI, IT, SK, SI, RO, SE, AT
21	Día de la Abuela	PL
22	Día del Abuelo	PL
<b>Febrero</b>		
14	Día de San Valentín	Internacional
15	Lunes de rosa	DE
23	Día de los hombres	SI
<b>Marzo</b>		
1	Festival de primavera	RO
7	Día de la Abuela	BE, FR
8	Día de la mujer	Internacional
14	Día de la Madre	UK, IE
17	Día de San Patricio	UK, IE
19	Día del Padre	Internacional
25	Día de la Madre	SI
25	Día de la Independencia	GR
<b>Abril</b>		
2	Viernes bueno	Internacional
4	Pascuas	Internacional
5	Domingo de ramos	Internacional
23	Día de San Jorge	UK, ES, RO, GR
25	Día de la Revolución	PT
25	Día de la Liberación	IT
27	Día de la Liberación	SI
30	Día de la Reina	NL
<b>Mayo</b>		
1	Día del Trabajo	Internacional
3	Día de la Madre	PT, HU, ES
4	Día de la conmemoración	NL
5	Día de la Liberación	NL
8	Día de la Liberación	FR, CZ
9	Día de la Madre	SI
13	Día de la ascención	BE, DE, FR, AT, NL, FI, SE
23	Pentecostes	SI, NL, FR, HU, SE, SK, BE, AT, DE
26	Día de la Madre	PL
30	Día de la Madre	SE, FR
<b>Junio</b>		
3	Corpus Cristi	AT, DE, PT, PL
5	Día del Padre	DK
6	Día del Maestro	HU
13	Día del Padre	BE, DE
15	Publicación de resultados de exámenes finales	NL
20	Día del Padre	Internacional
23	Día del Padre	PL
<b>Julio</b>		
24	Semana de la Mujer	FI
<b>Agosto</b>		
15	Día de la ascención	Internacional
<b>Septiembre</b>		
1	Primer día de clases	PL
2	Primer día de clases	FR, CZ
12	Día del paciente	BE, NL
15	Día de la asunción	SI
15	Primer día de clases	RO
18	Día del Abuelo	Internacional
<b>Octubre</b>		
2	Día del Abuelo	IT
5	San Fleur	FR, CZ
14	Día del Maestro	PL
28	Día de la Independencia	CZ
31	Halloween	Internacional
<b>Noviembre</b>		
1	Día de todos los Santos	Internacional
1	Día Memorial	SI
2	Día de todas las almas	Internacional
11	Día de la Independencia	PL
11	Armisticie	BE, UK
14	Día del Padre	SE, FI
21	Día del Abuelo	BE
25	Santa Catarina	FR, CZ
29	Adviento	Internacional
30	Día de San Andrés	UK, RO
<b>Diciembre</b>		
1	Día de la Independencia	PT
6	San Nicolás	BE, AT, DE, SK, SI, GR
8	La inmaculada concepción	Internacional
25/26	Navidad	Internacional
28	Día de San Steven	UK, IE
31	Vispera de año nuevo	Internacional

Fuente: Estudio de Mercado realizado por el CBI, "El mercado de las flores cortadas en la UE"  
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (agosto 2010)