



Unidad de Prospectiva

# **Estudio técnico del establecimiento de un punto de información en tiempo real sobre los principales mercados internacionales de flor en Europa**

Febrero, 2002



Empresa Pública Desarrollo Agrario y Pesquero  
**CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA**



# TRABAJOS DE APOYO A LA ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL SECTOR DE LA FLOR CORTADA EN ANDALUCÍA

**Estudio técnico del establecimiento de un punto de  
información en tiempo real sobre los principales  
mercados internacionales de flor en Europa**

**DOCUMENTO RESUMEN**

## **1.- Introducción**

El sector de la flor cortada ocupa una posición destacada en el contexto de la agricultura andaluza. La producción de flor cortada representa en términos económicos un porcentaje nada desdeñable de la Producción Final Agraria andaluza, siendo de especial trascendencia en las zonas productoras de las provincias de Cádiz (Costa Noroeste) y Sevilla (Marismas-Bajo Guadalquivir). Dicha producción posee además una importante componente social, dado que se trata de cultivos intensivos en mano de obra, que se localizan en comarcas con elevadas tasas de desempleo. Otra característica importante del sector es su acusada orientación exportadora. En este sentido cabe destacar, la existencia en Andalucía de un importante tejido empresarial dedicado a la comercialización de estos productos en los mercados internacionales, lo cual dota al sector de cierto carácter singular en el ámbito agrario andaluz.

La resolución de una serie de problemas importantes que actualmente afectan a este sector supone uno de los principales retos de cara a afrontar el futuro con garantías de éxito. A este respecto, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía se ha propuesto la elaboración de un Plan Estratégico de Actuación que, contando con la participación del propio sector representado en la Mesa Andaluza de la Flor Cortada, suponga el impulso definitivo hacia la resolución de sus problemas.

En relación a dicho plan se han definido algunas estrategias generales, que conviene estudiar al objeto de materializarlas en líneas concretas de actuación. El diseño de un marco ágil y transparente de información sobre precios de las subastas europeas y el estudio de sus posibilidades de implantación en las zonas productoras andaluzas está en relación con una de las mencionadas líneas estratégicas a explorar.

En el mundo actual, la información posee una importancia vital para el desarrollo de cualquier actividad económica. El acceso y la gestión de dicha información son factores estratégicos de competitividad para un sector tan orientado a la comercialización internacional como éste. A pesar de los ingentes volúmenes de información que se manejan en nuestros días a través de los medios telemáticos, el sector adolece de falta de transparencia en lo que respecta a información de mercado. En este sentido hay que puntualizar que, aunque actualmente buena parte de las comercializadoras andaluzas disponen en Internet de información sobre precios de las subastas internacionales de flor, esta información se encuentra dispersa, es de difícil interpretación, su acceso es restringido y en demasiadas ocasiones se ofrece con un carácter diferido que merma su utilidad para la toma de decisiones. Los productores de flor, por su parte, desconocen este tipo de información y su acceso a la misma es muy limitado, por no disponer de medios técnicos de conexión, o por requerir éstas de una suscripción que no se encuentra al alcance de un agricultor individual.

La utilidad que para los comercializadores tiene esta información es indiscutible e inmediata, dado que a través de la misma, les es posible establecer precios de compra y venta de flores. Asimismo, facilita la elección del destino de su mercancía y del canal de venta óptimo, al tiempo que permite comparar los resultados de su actividad comercial con la del resto de competidores y posicionarse en el mercado.

El conocimiento de los precios, las calidades, especies y las cantidades comercializadas en cada mercado, pueden ser sumamente útiles a los productores para fijar sus estrategias de mejora de calidad, selección de variedades y establecimiento de calendarios de campaña. Pero sobre todo, la información relativa a la demanda prevista permitiría tanto a productores como a comercializadores mejorar enormemente la planificación de su producción y ventas respectivamente. Sería por ello muy deseable disponer de la información que se genera en estos mercados en un único punto a modo de observatorio, físico o virtual, desde el cual fuera posible el acceso en tiempo real, conociendo tendencias y con un diseño fácilmente interpretable para todos los agentes implicados (productores y comercializadores).

El sistema de venta por excelencia, que reúne a productores y comercializadores de flores en los principales mercados internacionales es la subasta. Las subastas constituyen importantes centros de recepción y venta de productos de la floricultura. En base a la concentración de la oferta y demanda se establece el precio de estos productos. La información generada en este tipo de actividad (precios, demandas y calidades principalmente) es muy relevante, ya que acapara una parte importante de las transacciones internacionales de la flor cortada, y además supone la referencia para el establecimiento de precios en otros canales de comercialización.

Aunque la venta a través de subastas ha perdido cierta importancia en el sector andaluz de la flor a favor de la venta directa a través de intermediarios, las subastas han constituido el sistema tradicional de venta de esta producción. Por otro lado, las subastas holandesas constituyen los principales puntos de intercambio de flores a nivel mundial, por lo que son referentes indiscutibles de precios. Además, un sistema de venta de este tipo genera información transparente no disponible en transacciones directas entre particulares.

Por estos motivos el presente estudio se centrará fundamentalmente en el análisis de las diferentes subastas de comercialización de flor a nivel mundial y nacional. El estudio se ha estructurado en tres partes, en la primera de ellas se describe el funcionamiento de las principales subastas de flor, en la segunda se pone el énfasis en la información que generan y en las posibilidades de acceso a la misma. A continuación se expone la posibilidad de incorporar en el punto de información otra no procedente directamente de los mercados. Por último se esboza un prediseño del punto de información para el sector andaluz de la flor. El estudio finaliza con las principales conclusiones extraídas del mismo.

## **2.- Descripción de los principales mercados o centros de subasta internacionales de flor cortada.**

### **2.1. Introducción**

Como ya se ha apuntado las subastas holandesas de flor son referentes a nivel mundial. Aproximadamente el 64% de la producción de flor cortada andaluza se exporta, dirigiéndose el 73% de estas exportaciones al mercado holandés. Bajo estas consideraciones el estudio se centrará en las principales subastas holandesas de flor, si

bien, por razones de cercanía, se describirán las principales subastas existentes en España en el momento actual, aunque su importancia cuantitativa es mucho menor.

Existen varios sistemas de venta en las subastas. El más usado para la venta de flores y plantas se conoce como “reloj de subasta”. Se trata de un sistema de precios “a la baja”, en el que los precios comienzan con un valor y bajan gradualmente. Se informa en primer lugar del nombre de la flor o planta ofertada, su calidad, cantidad y procedencia, exponiéndose una muestra del producto para indicar qué lote se subasta delante de cada reloj. Cada reloj informa sobre el nombre del productor, el producto, la moneda en la que se oferta, la calidad del producto, el número de unidades ofertadas, la adquisición mínima, la cantidad de tallos por unidad, y una vez finalizada la puja, el número del comprador que finaliza la operación. El reloj está graduado en una escala de 100 a 0 y cuando comienza la subasta empieza a bajar indicando el precio que va tomando el lote a subastar. Tan pronto como el reloj muestra el precio que el comprador está dispuesto a pagar, la puja finaliza ya que el comprador pulsa un botón con el que le queda adjudicado el lote de manera automática.

En los últimos años, las subastas de flores han ido mejorando sus técnicas de ventas. Los relojes de las subastas están, hoy en día, totalmente informatizados y ligados a sistemas administrativos. Todos los datos de aprovisionamiento y venta son registrados por ordenador, lo que significa que cuando el comprador concreta su compra, la factura es emitida inmediatamente después por otro ordenador. La subasta asegura la recepción del importe por parte del comercializador. Por otro lado, al estar los datos de la oferta y de la venta totalmente informatizados, el precio de las flores y plantas en el mercado mundial se regula en tiempo real.

La tendencia futura es hacia la subasta a través de redes de información (Internet). Mediante la utilización de una red de vídeo, los compradores son informados del lote que está siendo subastado. De esta forma se evita la necesidad de disponer los lotes frente al reloj durante la venta. Este nuevo sistema electrónico de subastar ofrecerá a los clientes nacionales y extranjeros el precio de la oferta en el día anterior a la subasta a través del contacto entre el ordenador de la subasta con el del comprador o cliente.

## **2.2. Las subastas en Holanda**

Holanda es el principal país productor y comercializador mundial de flor cortada. El 27 de octubre de 2001, contaba con las siguientes subastas:

- Bloemenveiling Aalsmeer.
- Bloemenveiling Roelofsarendsveen.
- Bloemenveiling Holland (centro de subasta Naaldwijk).
- Bloemenveiling Flora (centro de subasta Rijnsburg).
- Veiling Vleuten.
- Bloemenveiling Eelde.
- Bloemenveiling Oost-Nederland (BON).
- Veiling Zuidoost-Nederland (ZON).

Por otro lado, existen dos organismos relacionados con el sector, que son la “Asociación de Subastas de Flores de Holanda (VBN)”, y la “Corporación para el comercio mayorista de productos de floricultura”.

La Asociación de Subastas de Flores en Holanda (VBN) es el organismo coordinador de seis subastas de flores cooperativas en Holanda: Bloemenveiling Aalsmeer, Bloemenveiling Holland, Bloemenveiling Flora, Veiling Vleuten, Bloemenveiling Oost Nederland y Veiling ZON.

A través de las subastas afiliadas a la VBN (Asociación de Subastas de Flores Holandesas) se comercializa una gran gama de cultivos ornamentales. La mayoría de los productores holandeses comercializan sus productos en las subastas. A ellas pueden acceder tanto los productores holandeses como los productores extranjeros, sobre todo en épocas de poca productividad nacional, lo que supone un aprovisionamiento complementario de cultivo ornamental. Las subastas de flores utilizan varias técnicas para la venta de los productos a los comercializadores siendo la más importante el sistema de venta mediante el reloj de subasta.

La subasta constituye el eslabón entre el cultivador y el comercio. Gracias a su existencia el cultivador puede concentrar su atención en la producción y es capaz de alcanzar una gran especialización.

Además de la venta de flores y plantas, las subastas trabajan en otros terrenos. Así las subastas investigan la conservabilidad de las flores y asesoran a los productores sobre cuál es el mejor tratamiento para sus productos. Todos los productos que se ofertan deben cumplir las exigencias nacionales de calidad. En el momento de la subasta se informa a los compradores sobre la categoría de calidad a la que pertenece cada producto.

### ***2.2.1. Calidades en Holanda***

A través de las subastas afiliadas a la VBN (Asociación de Subastas de Flores Holandesas) se comercializa una gran gama de cultivos ornamentales. Todos estos productos se encuentran definidos por una gran variedad de rasgos exteriores, características y formas de oferta.

Para poder realizar transacciones claras en las subastas, los productores y los comerciantes compradores han llegado a acuerdos en cuanto a la calidad, la clasificación y el embalaje de los productos comercializados. Estos acuerdos contienen las especificaciones establecidas por la VBN y van dirigidas en primer lugar a los suministradores y compradores de productos en las subastas de esta asociación.

Las llamadas "Especificaciones Generales" son las directrices de conjunto para los grupos principales de productos: Flores cortadas, Plantas de interior y bulbos de flores. Otros asuntos adicionales específicos de los productos se reflejan en las llamadas "Especificaciones del Producto" que aparecen como anexos a las especificaciones generales y que son un complemento de las mismas. En caso de que para un producto

determinado no haya especificaciones de producto, rigen las directrices tal y cómo se mencionan en las especificaciones generales.

El mercado de los cultivos ornamentales está en continuo desarrollo. Las especificaciones de la VBN sirven de apoyo para la comercialización y por lo tanto no son estáticas, sino que forman una parte actual de un mercado siempre cambiante. Esto significa que las especificaciones son adaptadas y modificadas regularmente (generalmente a principio de mes).

Las Especificaciones Generales de Flores Cortadas contienen los siguientes requisitos:

- Requisitos mínimos para tramitación: sólo se tramitan flores cortadas si cumplen con unos requerimientos mínimos. Los productos que no los cumplen no se tramitan y, en su caso, se destruyen. Estas mínimas especificaciones se refieren tanto a calidad interna (tratamientos preventivos requeridos y prohibidos, control de tratamientos preventivos y sanciones previstas) como a calidad externa, es decir, calidad mínima que asegure un valor ornamental y mantenimiento del producto durante un determinado periodo de tiempo (madurez y sanciones en caso de incumplimiento).
- Requisitos de calidad y clasificación y grupos de calidad: en este apartado se especifican los requisitos de calidad y clasificación por lote para incluir los productos en la categoría superior y los requisitos y objeciones de control en caso de que el lote no cumpla los requerimientos de dicha categoría superior. Además también se incluyen unos requisitos de clasificación adicionales en función del largo, peso u otra característica como madurez o número de capullos.
- Requisitos de embalaje: apartado en el que se ofrece información general acerca del transporte y el embalaje de la flor, cómo se ha de realizar la carga y de las sanciones aplicables en caso de incumplimiento de las condiciones fijadas.
- Requisitos de indicación: aquí se detallan los datos que debe incluir la carta de transporte que ha de llevar cada unidad de transporte.

Además de estos requisitos generales, en las especificaciones se dan también ciertas recomendaciones acerca de otros aspectos como el modo de confección de los paquetes, el manejo del producto, el etiquetado o la aplicación de otras sanciones.

### ***2.2.2. Subasta de Aalsmeer***

El Mercado de Flores de Aalsmeer, es una cooperativa holandesa de productores que aglutina a 3.631 socios, y que mediante la subasta, actúa como mercado internacional de productos ornamentales.

Existen distintas modalidades de participación en la subasta: como socios copropietarios de las instalaciones (obligados a vender el 100% de su producción), como participantes invitados, como participantes separados y como participantes extranjeros. Para cubrir los costes operativos de las instalaciones y del personal, los productores pagan un porcentaje de sus ganancias obtenidas con las ventas llamado “comisión”. Este porcentaje se establece en la asamblea de socios siendo su cuantía variable en función de la naturaleza de la relación del productor con la cooperativa y del tipo de venta

escogido. Dado que la cooperativa no tiene fines lucrativos, se procura que la comisión sea más baja posible para sus socios.

El mercado de Aalsmeer mueve diariamente alrededor de 19 millones de flores y cerca de 2 millones de plantas, mayoritariamente procedentes de floricultores holandeses. Sus ingresos rondan los 3.200 millones de florines holandeses (1,45 billones de euros) siendo aproximadamente dos tercios de las transacciones efectuadas correspondientes a flor cortada y el resto a plantas ornamentales. En 1.997 se importaron productos por un valor que superó los 390 millones de florines.

Un 85% de los productos que se subastan se comercializa fuera de Holanda a través de exportadores. El número de compradores en el año 1.998 fue de 1.790, con una afluencia de visitantes de 160.000 personas, en un recinto con una superficie de unos 756.000 m<sup>2</sup>.

Las principales especies de flores comercializadas en este mercado son las rosas, seguidas en un orden de magnitud inferior por los tulipanes.

La Subasta de Flores de Aalsmeer ofrece varias alternativas para vender los productos: a través del reloj de subastas (Compañía de Subastas), a través de la venta directa (Marketing y Ventas Aalsmeer, MVA) o a través de un sistema de pedido electrónico (FlowerAccess, EVA). En general, se comercializan productos que satisfacen los requisitos de calidad y variedad impuestos por la cooperativa, y que pueden ser suministrados con regularidad.

El principal sistema de venta es el reloj de subasta, que en 1998 supuso un 80% del total en el capítulo de ingresos por ventas y un 92% de las unidades vendidas.

A continuación se describen los distintos sistemas de venta:

a) Reloj de subastas (Compañía de Subastas): el mercado de Aalsmeer cuenta con un total de trece relojes, que permiten completar unas 50.000 transacciones en dos horas diariamente. El sistema de reloj está en continua evolución, y aunque en la actualidad sólo se puede acceder a la compra a través del mismo desde la propia subasta, en breve se podrá comprar desde localizaciones distintas al edificio de subastas.

b) Venta directa (Marketing y Ventas Aalsmeer, MVA): se trata de una organización de ventas perteneciente al Mercado de Flores de Aalsmeer que dispone de un centro de ventas directas al por mayor llamado "Cultra", que está representado por diez comerciantes. Estos comerciantes ofrecen un amplio surtido de flores y plantas de casa y jardín como pudiera hacerlo cualquier floristería, siendo el principal surtidor de minoristas de Europa Occidental.

c) Sistema de pedido electrónico (FlowerAccess, EVA): es un sistema electrónico de información y pedidos para floristerías y centros de jardinería holandeses. FlowerAccess utiliza un sistema informático e internet para facilitar el proceso de compra. Utilizando este sistema, cualquier minorista puede acceder al mercado de flores y plantas en tiempo real, las 24 horas al día, escogiendo entre un amplio surtido de flores y plantas.



### **2.2.3. Subasta de FloraHolland**

Este mercado es el resultado de la fusión acontecida el 1 de enero de 2.002 de las subastas holandesas “Holland“ y “Flora”, con el objetivo de consolidar su posición en el mercado.

En la actualidad FloraHolland se ha convertido en la cooperativa de subastas de flor más grande del mundo con unos 6.200 socios. Cerca de 5.000 productores holandeses y 3.000 extranjeros venden sus productos a través de este mercado a unos 4.500 compradores y la superficie total de la subasta alcanza los 1.040.000 m<sup>2</sup>.

El mercado de FloraHolland cuenta con cuatro sedes ubicadas en Naaldwijk, Rijnsburg, Bleiswijk y Eelde. La sede de Naaldwijk es la mayor de las cuatro y concentra principalmente el comercio relativo a las exportaciones, al “cash & carry” y a las cadenas de distribución que compran a gran escala. La sede de Rijnsburg, al igual que la de Naaldwijk está dedicada en gran medida a las exportaciones y tiene fama de realizar la entrega de la mercancía de manera rápida y flexible. La variedad de flor cortada que ofrece es muy amplia e incluye la oferta de productos innovadores, siendo las especies que más se comercializan las rosas y las flores procedentes de bulbo. Bleiswijk es un importante centro de compras para las compañías que operan en los mercados holandeses regionales de cadenas de distribución y mayoristas. Por último, la sede de Eelde se ocupa mayoritariamente, al igual que la sede de Bleiswijk, del mercado regional.

El volumen de ventas estimado de la subasta de FloraHolland durante el año 2.001 ascendió a 1.800 millones de euros. De ellos, aproximadamente el 73% correspondió a flor cortada. Es importante señalar que más del 75% de las flores cortadas que se comercializan en esta subasta se destinan a la exportación.

Los sistemas de venta que operan en esta subasta son:

a) Reloj de subastas: es el sistema de ventas que facilita el comercio a corto plazo. El mercado de FloraHolland cuenta con un total de veintidós relojes distribuidos en las cuatro sedes con las que cuenta. Estos relojes funcionan de lunes a viernes durante todas las semanas del año. El comprador tiene la posibilidad de acceder a la subasta desde el mismo mercado o desde su propio lugar de trabajo.

b) Venta directa: este sistema de venta opera a nivel nacional y actúa como intermediario entre los productores y compradores tanto para el comercio diario como para el comercio a medio y largo plazo. El departamento de venta directa ofrece servicios tanto a los productores como a los compradores. Los servicios que se ofertan a los productores se basan en la firma de un contrato entre la empresa y el productor que contempla unas condiciones generales y que considera la posibilidad de contratar otros servicios adicionales como por ejemplo la opción de que el productor disponga de un asesor personal de ventas que le proporcione información semanal sobre los precios, sobre la oferta y sobre el desarrollo general del mercado o que se lleven a cabo actividades activas de promoción de su producto. El departamento de venta directa tiene como objetivo el establecimiento de firmes contactos entre productores y compradores a

través de las cuatro sedes de FloraHolland logrando favorecer las transacciones directas entre ellos.

c) Mediación: mediante este sistema los productores indican el precio que pretenden recibir por su producto, tras lo cual los comercializadores aprovechan o no la oferta. En ocasiones, el productor ha de volver a ajustar el precio del producto.

## **2.3. Subastas y mercados en destino nacionales**

### **2.3.1. Mercatflor**

El “Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya” es un mercado mayorista ubicado en Vilassar de Mar que actúa con la forma jurídica de una Sociedad Agraria de Transformación. Está integrado por unos 450 socios y 4.500 compradores, reuniendo todo tipo de empresas relacionadas con el mundo de la floricultura y horticultura ornamental. Entre sus objetivos hay que destacar los siguientes:

- Ayudar a mejorar las operaciones comerciales de la zona.
- Racionalizar y clarificar al máximo el mercado y sus cotizaciones.
- Promover la concentración de la oferta y la demanda, facilitando las transacciones.
- Abrir nuevos canales de distribución.
- Promover el consumo de flor y planta ornamental.
- Normalizar el producto y exigir la máxima calidad.

El Mercado dispone de una Sala de Venta que se compone de 300 paradas de flor cortada y planta ornamental y 40 paradas de venta de complementos de floristería. Este sistema de venta, tiene lugar tres días por semana. Los vendedores son siempre socios del Mercado y realizan sus transacciones comerciales directamente al profesional, es decir, mayoristas y detallistas, sin que el Mercado intervenga directamente en las transacciones. La cantidad de flores comercializadas ronda los 56 millones de tallos.

Este mercado cuenta con una empresa subsidiaria llamada “Intermediació del Mercat” que se encarga de la distribución y promoción de la flor y planta de los socios del Mercat. Esta empresa agrupa y expide los pedidos tras llevar a cabo una estricta selección. Mercatflor cuenta, además con un sistema de venta de flor cortada a través de Internet a profesionales llamado Netflor ([www.netflor.net](http://www.netflor.net)).

Para poder comercializar mediante cualquier sistema de venta del Mercat es indispensable ser socio.

### **2.3.2. Flortal S.A.**

Se trata de un mercado mayorista en origen de flor cortada. La zona de influencia de esta sociedad anónima coincide en gran medida con la de Mercamurcia, es decir, las provincias de Murcia, Alicante y Almería. Entre sus objetivos se encuentran:

- Fomentar técnicas punteras en producción.
- Cultivar las variedades más comerciales

- Promover un adecuado tratamiento postcosecha y una adecuada confección.
- Garantizar que sus flores lleguen a destino en un tiempo mínimo.

El sistema de ventas que opera en este mercado es el de la subasta mediante reloj. Sin embargo, las subastas no se celebran a diario sino que durante el invierno se realizan dos veces a la semana y durante la época estival se realizan cuatro veces por semana.

### **2.3.2. Mercasa**

La empresa Mercasa es una empresa nacional que depende de los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación, y de Hacienda y que promueve y gestiona junto a los Ayuntamientos respectivos una red de 22 Mercas que se definen como grandes complejos de distribución mayorista y servicios logísticos alimentarios. De entre estos 22 mercados en destino, hay cuatro que cuentan con áreas específicas de flor y planta ornamental: Mercabarna, Mercamurcia, Mercagranada y Mercavalencia. Por su importancia en la comercialización de flor cortada, a continuación se detallan algunas características de dos de ellos: Mercabarna y Mercamurcia.

#### **Mercabarna**

Mercabarna es un mercado en destino integrado en la red de grandes complejos de distribución mayorista y servicios logísticos alimentarios de la empresa nacional Mercasa. El Mercat Central de la Flor funciona desde 1.984 y en él operan 95 mayoristas. Su éxito se basa en la variedad y regularidad de su oferta y en la seriedad profesional que ostentan hacia los detallistas, que pueden encontrar en sus instalaciones cualquier variedad de producto por escaso que sea.

El Mercat Central de la Flor ocupaba una extensión cercana a los 33.200 m<sup>2</sup> sin embargo tras un incendio acaecido durante el año 2.000 se destruyeron parte de sus instalaciones que actualmente se encuentran en proceso de reconstrucción.

El volumen anual comercializado en este mercado asciende a unos 28.600.000 de unidades de flor cortada y a cerca de 1.700.000 plantas.

Debido a su tamaño de comercialización, tiene predeterminado un horario de funcionamiento en el que se marcan los días y horas de carga y descarga de la mercancía.

Otro factor a tener en cuenta relativo a esta subasta es la procedencia de la flor comercializada. Se trata, en principio, de un mercado orientado a la comercialización de flor producida en Cataluña, por lo que el volumen teórico de tallos comercializados procedentes de Andalucía es pequeño (del orden de 800.000). Sin embargo, la realidad es bien distinta, ya que existen empresas mayoristas que compran flor de origen andaluz que luego venden en el mercado figurando con otra procedencia. Así, se estima que el 10% de la flor comercializada en Mercabarna es flor producida en Andalucía.

#### **Mercamurcia**

Al igual que Mercabarna, se trata de un mercado en destino de la empresa nacional Mercasa que opera desde 1.971. Entre sus mercados mayoristas incluye el Mercado de Flores y Plantas que posee una superficie total de 3.580 m<sup>2</sup>. El área de influencia de este mercado comprende tanto la Región de Murcia como otras provincias limítrofes (Alicante, Almería, Albacete y Granada).

El volumen de comercialización global que obtuvo el mercado durante el año 2.000 ascendió a unos 30 millones de tallos y a unas 300.000 unidades de planta ornamental. En el Mercado de Flores y Plantas operan una decena de mayoristas y unos 150 productores de flores en las subastas y en la venta directa.

Los sistemas de ventas que operan en este mercado son la subasta y la venta directa, contando también con otros servicios como el de intermediación con envío a clientes nacionales. Ni las subastas ni la venta directa se realizan a diario sino que tienen lugar tres días a la semana; el resto de sistemas comerciales como el invernadero de venta de planta ornamental y los servicios de intermediación funcionan de lunes a jueves.

### **3.- Información que generan y modos de acceso.**

#### **3.1.- Subastas en Holanda.**

##### **3.1.1.- Subasta de Aalsmeer**

La subasta de Aalsmeer proporciona a sus suministradores que comercialicen al menos tres días por semana, un sistema de información electrónico (TeleVBA, en la página [www.vba.nl/default.asp](http://www.vba.nl/default.asp)), donde éstos pueden consultar información estadística sobre su propia empresa, o sobre la subasta en general (precio diario, estadísticas de ventas por día y por periodo, etc.). El funcionamiento de este sistema es similar al de una página web convencional, en la que para acceder a los servicios personalizados es preciso disponer de un código de identificación personal y un password.

Actualmente sólo los suministradores de la subasta pueden acceder a este sistema de información. Puestos en contacto con esta subasta, ésta se mostró muy interesada en potenciar la presencia de la flor cortada de Andalucía, sobre todo del clavel, tanto por su precio como por su calidad. Por este motivo, mostraron una cierta flexibilidad en cuanto a los requisitos para tener acceso a su sistema de información, es decir constituirse en suministrador de la subasta (posibilidad de reducir las exigencias en cuanto al número mínimo de días en los que tendrían obligación de comercializar y posibilidad de que un grupo de comercializadores accedan a la información con un único nombre). A cambio piden un cierto grado de compromiso, en el sentido de garantizar un abastecimiento mínimo durante la campaña.

En este sentido han manifestado que el clavel andaluz ha sido tradicionalmente una importante fuente de suministro, pero que en los últimos años se vienen detectado importantes problemas de regularidad en el suministro, por lo que se ha generado un cierto grado de desconfianza hacia este sector.

El coste del sistema es de 68 € al año, más 45 € por el alta en el sistema. Por consulta personal se paga 0,09 € y 0,18 € por información general sobre la subasta. Estos precios son sin IVA.

Además la subasta de Aalsmeer proporciona un sistema de comunicación electrónica (EAB)<sup>1</sup> que permite a los comercializadores mostrar sus flores y plantas *on-line*. El sistema de subasta *on-line* ofrece a las empresas compradoras información, sobre las variedades de flores y plantas, su calidad y cantidad, en que estarán disponibles en la subasta del día siguiente. De esta forma los clientes potenciales, principalmente exportadores y mayoristas, comprueban la oferta y además tienen la posibilidad de difundir ésta a sus propios clientes en Europa o en mercados internacionales.

### **3.1.2.- Subasta de FloraHolland**

Al entrar en su página web ([www.floraholland.nl](http://www.floraholland.nl)), se accede a información sobre las noticias más relevantes en torno a la subasta. Se informa de los diferentes controles de calidad que deben superar los productos para ser vendidos en la subasta. También se ofrece información sobre los precios en Holanda, Israel y el resto del mundo de las variedades de flor que aquí se venden.

Actualmente, aquellos productores que participan en la subasta, reciben gratuitamente un número de identificación personal, facilitado por la propia subasta (“*Administration Number*”) con el que pueden acceder a la siguiente información:

- Sus propias operaciones, en el momento en que se produzcan en la subasta de reloj, mediante Internet. Para cada variedad se especifica la calidad, el número de tallos por unidad, el número total de unidades, el número total de tallos, y la facturación. Asimismo se especifica el código y nombre del comprador, de cada lote vendido, que está formado por una serie de unidades, y el precio por tallo. Por último se detalla la hora en la que se produjo la operación.
- El estado particular de su cuenta. La subasta cobra una serie de comisiones en función de la relación con el suministrador.
- Por último también se pueden encontrar diariamente, los precios medios de la subasta de reloj, de un número importante de productos, así como la media de los cinco últimos días de la subasta. Se detalla para todas las variedades comercializadas por el suministrador, el total de tallos, y el precio medio por tallo, los de su país y los del resto del mundo.

Existe también constancia de que esta subasta suministra información agregada y semanal a medios de información (ver apartado 3.2.4.). El servicio que actualmente se ofrece gratuitamente a los suministradores, y que depende directamente de la propia subasta, va a pasar a depender de otra empresa externa, que gestionará toda esta información. Después de la fusión, los sistemas de información se encuentran en una fase de unificación y mejora de su página web. Se va a crear una base de datos con toda la información generada, que se podrá utilizar mediante el pago de una cuota anual de 66 € no estando aún definidos los perfiles de los posibles usuarios de la información.

---

<sup>1</sup> Para poder utilizar este sistema (EAB), la dirección de contacto es [vba.infolijn@vba.nl](mailto:vba.infolijn@vba.nl)

### 3.2.- Subastas y mercados en destino (Mercas) nacionales

#### 3.2.1.- Mercatflor

Ofrece información gratuita semanalmente sobre precios medios de flor cortada y plantas ornamentales en dicha subasta ([www.mercatflor.com](http://www.mercatflor.com)). Para cada variedad se detalla la unidad en la que se comercializa, bien como paquetes o bien como tallos únicos, y se incluyen precios para dos tipos de calidades: “primera” y “extra”. Permite visualizar los datos y descargarlos en fichero. La calidad la fijan según lo dispuesto en el Reglamento (CEE) nº 316/68 del Consejo, de 12 de marzo de 1.968, por el que se establecen normas de calidad para las flores cortadas.

Ejemplo de la estructura de la información encontrada en la página web:

Precios medios			
Semana 6			
Precios en: euros			
Unidades - P = paquete - T = tallo único			
Unidades		CALIDAD PRIMERA	CALIDAD EXTRA
	DESCRIPCIÓN VARIEDAD	Euros	Euros

#### 3.2.2.- Flortal.S.A.

La información que distribuyen diariamente a sus suministradores de flores, es su facturación, desglosada en los distintos lotes subastados mediante la técnica del reloj. Si el cliente lo solicita, le ofrece información de estadísticas de precios. Cuentan con una base de datos informatizada y actualizada de sus precios, de los cuatro últimos años.

Puestos en contacto telefónico con su gerente, éste manifestó su disposición para establecer algún tipo de relación contractual con una entidad, que agrupara a un conjunto de suministradores, para la difusión de sus precios.

La única información que ofrece Flortal.S.A. en su página web ([www.flortal.com](http://www.flortal.com)), es una galería fotográfica de las distintas variedades de flores cortadas y plantas ornamentales que comercializan.

#### 3.2.3.- Mercasa

Dentro de la red de Mercas de España ([www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)), cuatro (Mercagranada, Mercavalencia, Mercabarna y Mercamurcia) cuentan con un mercado específico de flores y plantas ornamentales. De estos mercados, Mercabarna y Mercamurcia, ofrecen puntos de información, que se describen a continuación.

## Mercabarna

En la página web ([www.mercabarna.es](http://www.mercabarna.es)), se puede encontrar la información media semanal y acumulada por grupos de variedades distinguiendo en alguno de ellos calidades, donde se pueden consultar precios y cantidades vendidas en los tres días de compra-venta de flor. El cálculo de los precios medios no es exacto, ya que no se realiza un promedio ponderado, sino que se realiza mediante una forma aproximada entre todas las transacciones realizadas. Los datos estadísticos hacen referencia a los productos que se comercializan en el Mercat Central de la Flor.

Además se ofrece información gráfica sobre el movimiento mensual de las unidades comercializadas (1.997-2.000), el movimiento semanal de los precios medios por unidad (2.000), la procedencia de flor y planta en el año 2.000 y el movimiento mensual de las unidades comercializadas (1.997-2.000).

Ejemplo de la estructura de la información encontrada en la página web:

Flor				
Semana nº 5. Del 28/01/2002 al 03/02/2002.				
Nombre	Unidades semanales	Precio medio semana	Unidades acumuladas	Precio medio acumulado

## MercaMurcia

En su página web ([www.mercamurcia.es](http://www.mercamurcia.es)), se presentan las cotizaciones medias de los precios en su subasta de flores, por grupos de variedades distinguiendo categorías. Además se ofrece un número de teléfono de información, de los precios medios diarios (INFORLON; 906 429946), que depende del “Servicio de Información de Precios de Lonjas”, propiedad de la “Asociación Española de Lonjas y Mercados en Origen”. La información que se consigue mediante este teléfono no puede difundirse en ningún caso.

Ejemplo de la estructura de la información encontrada en la página web:

COTIZACIONES MEDIAS DE LA SUBASTA DEL MERCADO DE FLORES, CELEBRADA EL DIA 30-01-2002		
Producto	Precio	€ Tallo o Pomo

### 3.2.4.- Acceso de información indirecta: Florvertical.

Un punto de información importante es el portal ([www.florvertical.com](http://www.florvertical.com)), que reúne un gran número de empresas de flor, plantas ornamentales. Ofrece mucha información útil para el sector, listado de empresas, comercializadoras, servicio de consultoría, legislación vigente del sector, noticias relacionadas con el sector, etc.

Este portal ofrece información sobre los precios de los siguientes mercados:

- Holanda. La fuente de información de los precios medios diarios que aquí aparecen, es la subasta de FloraHolland, que se actualizan semanalmente. Se distinguen los siguientes campos de información: tipo de flor, nombre de la variedad, color, tamaño, país de procedencia y precio en Euros.

Ejemplo de la estructura de la información encontrada en la página web:

Tipo de flor	Nombre flor	Color	Tamaño	País	Precio EUROS
--------------	-------------	-------	--------	------	--------------

- Chipiona. Ofrece información de Taliflor, que es una comercializadora de flor cortada, en la zona de Chipiona. Para cada especie de flor, se informa sobre su calidad, tamaño, país de procedencia y precio medio semanal en Euros.

Ejemplo de la estructura de la información encontrada en la página web:

Unidades	Nombre flor	Calidad	Tamaño	País	Precio EUROS
----------	-------------	---------	--------	------	--------------

- Mercat de flor y plantas de Catalunya.

#### 4. Otra información a incorporar.

La información que hace referencia directa a las transacciones que tienen lugar en los principales mercados de flor, y descrita en el apartado anterior, es la más relevante para el sector. No obstante, existe otro tipo de información complementaria susceptible de ser procesada e igualmente de gran utilidad para productores y comercializadores.

En principio, cualquier información descriptiva de la situación actual y/o futura del sector, tanto a nivel nacional como internacional, puede resultar de interés. Y, en este sentido, concretamente las previsiones de demanda constituirían una herramienta estratégica de primera magnitud para la planificación de la producción y la comercialización, aspecto de indudable interés para el futuro de la flor cortada andaluza.

En la misma línea estarían las noticias o eventos de gran relevancia e impacto en el sector, así como todo tipo de estadísticas sobre consumos nacional e internacional, exportaciones, importaciones, etc. Por ejemplo, sería bueno que el sector conociese el importante crecimiento que ha experimentado el consumo de flor cortada en nuestro país en los últimos años y como este consumo está aún muy lejos del de otros países de nuestro entorno como Suiza, Noruega, Austria, Bélgica, Dinamarca y Francia. También en relación con este aspecto sería interesante que conociese que únicamente Grecia y Portugal tienen un consumo inferior al de España y que actualmente en nuestro país existe un importante crecimiento del consumo de flores distintas a las históricas.

Otra información relevante vendría dada por los contactos en los principales mercados, de modo que cualquier agente del sector tuviese acceso a ellos para conocer o profundizar en determinado dato de su interés particular.



Por último, el sector manifiesta una importante necesidad de asesoramiento técnico en cuestiones relativas a la producción y comercialización de la flor, como uso de fitosanitarios, legislación, seguros, etc.

En este estudio, se ha trabajado sobre las posibilidades de estimación de la demanda, que como ya se ha apuntado, constituye un aspecto fundamental. Así mismo se ha recabado la información relativa a los contactos en los principales mercados europeos para los productores andaluces. En los dos apartados que siguen se detallan estas cuestiones.

#### **4.1. Estimación de la demanda**

La estimación de demanda puede desarrollarse a distintos niveles y, en concreto, en este estudio se han analizado dos posibilidades. Por un lado se ha construido un calendario de fechas de alto consumo en los distintos países europeos consumidores y por otro se han propuesto dos algoritmos para la estimación de la demanda y precios para el año completo en diferentes mercados

##### ***4.1.1 Calendario de fechas de alto consumo***

Debido a las características de estacionalidad que presenta el consumo de la flor cortada, se ha considerado interesante, elaborar unas fichas con los días más significativos del calendario del Reino Unido, Francia, Italia, Alemania y Países Bajos. A continuación se muestra a modo de ejemplo la ficha obtenida para Francia donde se pone de manifiesto que la especie floral que en mayor número de ocasiones es comprada por el consumidor francés parece ser la gerbera, mientras que la especie floral menos considerada apunta hacia al crisantemo, que parece estar destinada a celebraciones de tipo religioso.

Ficha de calendario de consumo de las distintas especies de flor cortada en Francia

FRANCIA		CLAVEL	MINICLAVEL	ROSA	AZUCENA	CRISANTEMO	GLADIOLO	GERBERA
Año Nuevo (Jour de l'An)	01-ene							
Día de San Valentín (St Valentin)	14-feb							
Día de la Abuela (Fête des Grand-mères)	03-mar							
Palm Sunday (Rameaux)	24-mar							
Easter (Pâques)	31 mar + 1 abril							
Secretary Day (Fête des Secrétaires)	18-abr							
Día del Trabajo (Fête du Travail)	01-Mayo							
Liberation Day W.W. II (Victoire 1945)	08-Mayo							
Día de la Ascensión (Ascension)	09-Mayo							
Pentecostés (Pentecôte)	19 +20 Mayo							
Día de la Madre (Fête des Mères)	26-Mayo							
Día del Padre (Fête des Pères)	16-jun							
Fête de la Musique	21-jun							
Public Holiday (Fête Nationale)	14-jul							
Asunción (Assomption)	15-ago							
Sainte Fleur	05-oct							
Día de todos los Santos (Toussaint)	01-nov							
Liberation Day W.W.I (Armistice 1918)	11-nov							
Santa Catalina	25-nov							
Navidad (Noël)	25-dic							

La actualización de este tipo de información no requiere grandes recursos pudiéndose realizar semestral o anualmente a través de un contacto en el país analizado.

**4.1.2. Previsión anual de demanda y precios en diferentes mercados**

El calendario de consumo de las distintas especies en los principales países consumidores europeos puede servir como orientación para la planificación de la producción y las ventas. Sin embargo, la situación ideal sería disponer con la mayor exactitud posible de la previsión de demanda de cada especie en cada mercado en el plazo que se determine, por ejemplo un año.

Estas previsiones pueden llevarse a cabo mediante la utilización de un modelo matemático con los datos históricos para extrapolar el comportamiento futuro de la demanda y los precios. Estas estimaciones son aproximadas, ya que toda estimación lleva asociado un error de previsión. Sin embargo, también es posible ir corrigiendo el error de previsión conforme se aproxima la fecha para la que se ha realizado la misma.

Con estos objetivos, en el presente estudio se han utilizado diferentes algoritmos para la estimación de la demanda y precios. El comportamiento que sigue tanto el consumo de flor como el precio se encuentra determinado, en cierto modo, por la época del año. Por ello que se ha pensado que el mejor modelo para estimar esta previsión debería ser un modelo de previsión de demanda estacional, concretamente se ha optado por los algoritmos de Winters y el de Holt, el primero de ellos realiza una estimación puntual para cada una de las fechas fijadas en el período a estimar y el segundo estima la tendencia en el período en estudio.

De igual modo se puede analizar la influencia que puedan tener sobre el consumo de diferentes variedades de flor cortada los denominados “días especiales” o días de consumos punta de flores.

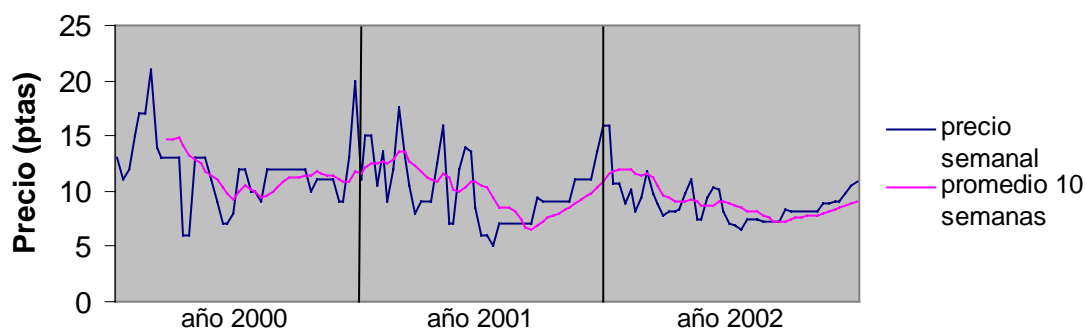
La previsión de demanda y precios se basa en datos históricos, por ello se ha trabajado como primera aproximación con aquellos mercados para los que se ha dispuesto de datos. En concreto, a partir de los datos correspondientes a los años 2000 y 2001 se han realizado estimaciones para el año 2002 completo.

Los datos de que se ha dispuesto son los correspondientes a Mercabarna donde existe información semanal de demanda y precios para los referidos años y los publicados por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía correspondientes a los precios de la flor de Chipiona.

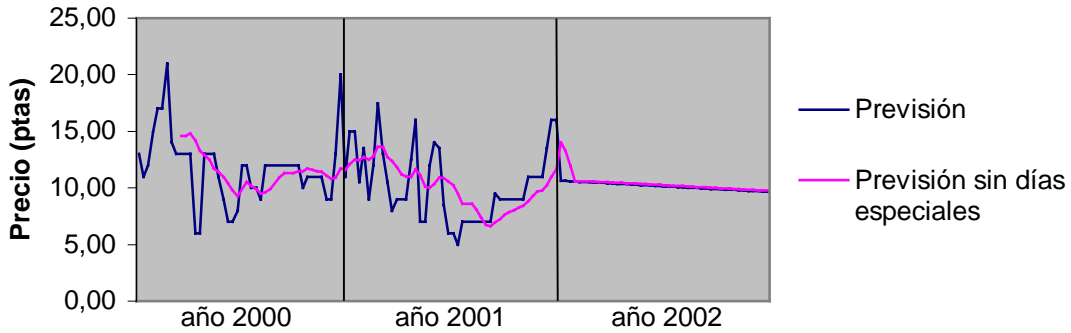
Los días que se han considerado especiales para tener en cuenta su influencia en la demanda son los siguientes: el Día de San Valentín, el Día de la Madre, el Día del Padre, La Semana Santa, el Día de Todos los Santos y la semana de Navidad.

A continuación se muestran a modo de ejemplo previsiones obtenidas para el precio del clavel de exportación en la zona de Chipiona.

#### Previsión semanal



### Previsión de tendencia



Esta misma tendencia a la baja se detecta en Mercabarna para el precio del clavel mediterráneo, sin embargo, la demanda muestra una ligera tendencia al alza.

La utilización de estos algoritmos para diferentes períodos, especies y/o mercados es relativamente automática una vez que se dispone de los precios históricos de partida.

#### 4.2. Contactos en los principales mercados

Mercado	Representante en Andalucía
Subasta de Aalsmeer	Representante: Teresa Willemse Teléfono de contacto: +31 297 392127 e-mail: trees.willemse@vba.nl
Subasta de FloraHolland	Representante: Antonio Galván Rojas Teléfonos de contacto: 609517588 (móvil) 956370290
	Representante: Gracia Domínguez Muñoz Teléfono de contacto: 629236810 (móvil) 956 368360 / 366782 (fax) e-mail: <a href="mailto:Gracia@exporeveres.com">Gracia@exporeveres.com</a>
Mercatflor	Representante: Frederic Teléfono de contacto: 93 759 42 11 Fax: 93 750 68 81 e-mail: <a href="mailto:interflor@mercatflor.com">interflor@mercatflor.com</a>

## 5.- Diseño del punto de información

### 5.1.- Introducción

El hecho de disponer de información y, aún más, la gestión que de la misma, son en nuestros días elementos clave en el desarrollo de cualquier actividad económica, ya sea productiva o comercial. El sector de la flor cortada, no constituye en este aspecto una excepción. Es más, dadas las características especiales de estos productos, y la dimensión internacional que este sector posee en Andalucía, el contar con información permanentemente actualizada sobre los movimientos del mercado resulta imprescindible. En los apartados anteriores, se ha descrito el proceso de generación de esta información, así como los mecanismos de divulgación de la misma.

En la actualidad, prácticamente la mayoría de los comercializadores disponen de la información sobre precios que generan los principales mercados de flor. La información es más detallada sobre las operaciones que ellos realizan en cada mercado de forma individual, siendo más vaga e imprecisa cuando se refiere a precios medios. No existe apenas información sobre los volúmenes contratados en cada mercado. Tampoco es posible conocer, en la mayoría de los casos, la procedencia de la mercancía comercializada ni la definición temporal es la requerida por las entidades comercializadoras.

La situación de los productores a este respecto es muy diferente, dado que a éstos les está vedada la información generada por los grandes mercados internacionales holandeses, sólo accesible mediante suscripción a comercializadores activos en estos mercados. Además, aún en la actualidad, las personas dedicadas a la agricultura, por su formación, suelen ser reticentes al empleo de las nuevas tecnologías, a través de las cuales se difunde este tipo de información especializada. Por otra parte, tampoco perciben la utilidad directa de dicha información en su ámbito de trabajo diario.

No obstante, la situación puede mejorar tanto para unos como para otros, y se hace necesaria la implementación de soluciones que contribuyan a facilitar el acceso, la interpretación y el manejo de esta información para el sector en su conjunto. Esto ha de redundar en beneficio del propio sector, a través de una serie de ventajas que se exponen en el capítulo final de conclusiones de este trabajo.

La solución a adoptar ha de tener en cuenta los siguientes requisitos básicos para que resulte útil al sector:

- Viabilidad técnica
- Viabilidad económica
- Facilidad de interpretación
- Facilidad de acceso
- Facilidad de actualización
- Flexibilidad y capacidad de adaptación a nuevas necesidades de usuarios y nuevas disponibilidades de información
- Facilidad de mantenimiento

El desarrollo de un punto que concentre toda la información disponible que se genera en los mercados y que divulgue ésta al mayor número posible de agentes del sector, parece una idea válida para satisfacer los objetivos propuestos. Dicho punto de información podría materializarse de muy diversas formas, si bien, dadas las características de la información actualmente disponible, las tendencias tecnológicas actuales y los requerimientos planteados, la solución de ubicar dicho punto en una página web parece la opción más adecuada. No obstante, ello no es óbice para consideración de otro método de difusión alternativo que complemente o sirva de precursor de la solución propuesta.

## 5.2 CONTENIDOS

Como ya se ha apuntado, el punto debe concentrar la máxima cantidad posible de información; pero sobre todo, ha de procurar que la información que integre sea de plena utilidad para el sector y responda a las necesidades que éste presenta. En la actualidad, las modernas tecnologías de la información posibilitan que cualquier persona tenga acceso a una cantidad ingente de datos, si bien la dificultad estriba en discriminar éstos, para que la gestión de esta información sea útil para la toma de decisiones. Es en este último aspecto donde existen más dificultades a la hora de diseñar la configuración del punto de información, dado que ello es lo que puede dotar a esta herramienta de verdadero valor añadido

Teniendo en cuenta estas consideraciones, el contenido de este punto de información podría responder a los siguientes epígrafes:

- Información general.
- Información de mercado.
  - Situación actual de los mercados
  - Otra información de mercado
- Otros Servicios.

A continuación se describe de forma somera, el contenido de cada uno de estos apartados, incluyendo, si procede, algunas consideraciones sobre los mismos.

### **5.2.1.- Información General**

En este apartado, de contenido sintético y breve, se describirá el objetivo de la página, su estructura, y la entidad o entidades que la responsables de su información y mantenimiento. Se podría incluir también una breve reseña sobre la configuración de la Mesa de la Flor Cortada y su actividad general, así como todo lo que atañe al Plan Estratégico del sector y su desarrollo.

### **5.2.2.- Información de Mercado**

#### *Situación Actual de los Mercados:*

Este epígrafe constituye el núcleo principal del punto de información. En él se han de incluir todos los datos actuales disponibles relativos a precios y cantidades comercializadas en los mercados de flor cortada de interés para el sector. Este es el aspecto más demandado por los distintos agentes que lo integran , y al que habrá de prestarse una especial atención.

Con respecto a esta información (precios y cantidades comercializadas en los distintos centros de comercio de flor cortada) hay que considerar, de una parte, las necesidades que han planteado los integrantes del sector y la forma de dar respuesta a dichas demandas (estructura ideal). Por otro lado, la disponibilidad y el formato actual de la información suministrada por los mercados condiciona el diseño final y el modo de presentación de los datos (estructura posible).

*Estructura Ideal:*

**Presentación:** Debe posibilitar la comparación de precios en los mercados más importantes

**Actualización:** En tiempo real (o al menos, diaria)

**Nivel de detalle:** Datos medio para cada especie, variedad, categoría y zona de procedencia

*Ejemplo de estructura ideal de presentación de la información:*

Especie- Variedad- Categoría	Procedencia	Fecha –hora											
		Aalsmeer		FloraHolland		MercatFlor		Flortal		Mercamurcia		Mercabarna	
		Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio

En relación a esta estructura ideal hay que significar las diferentes necesidades que manifiestan los subsectores comercializador y productor. Para los productores no sería necesario tal nivel de detalle siendo suficiente una relación de precios medios de las variedades principales con una actualización semanal. Tampoco sería necesario que se pudieran comparar en una misma tabla los precios de los distintos mercados. Estas diferencias han de ser tenidas en cuenta a la hora de resolver los problemas de implementación de este punto de información, dado que, como se ha indicado, las condiciones de acceso y divulgación de estos datos, impuestas por estos mercados que los suministran, no son las mismas si se trata de comercializadores o de productores.

No obstante, como se ha indicado en apartados precedentes, existen importantes limitaciones de diversa índole que dificultan o imposibilitan la adopción de la estructura ideal de presentación de la información. Estas limitaciones son las siguientes:

- La información suministrada por los distintos mercados no presenta el mismo formato.
- La codificación de especies, variedades y categorías es distinta en los mercados españoles y holandeses.
- La resolución temporal con la que se ofrecen los datos no es homogénea para todos los mercados (medias diarias, semanales, etc.)
- Además, el grado de actualización no corresponde con el requerido por los comercializadores (tiempo real), o en otros casos, dicha información actualizada está restringida únicamente a los socios de las subastas.
- En la mayoría de los casos, la información disponible más interesante de los mercados principales (holandeses) se encuentra restringida a los comercializadores que se comprometen a vender regularmente su mercancía en estos centros.
- En los casos de información de libre acceso no existe ninguna garantía de que dicha información no cambie de formato o contenido a lo largo del tiempo.

Todos estos obstáculos hacen que la estructura de presentación de esta información actualmente posible difiere de la que se presenta como estructura ideal. Ello no significa que haya que renunciar a dicha forma de presentación, a la cual debe tenderse a medio

plazo, sino que por razones de operatividad, se ha de adoptar en principio otra estructura como la que se describe a continuación:

*Estructura posible:*

**Presentación:** Tabla individual para algunos mercados (Aalsmeer<sup>2</sup>, FloraHolland, Mercatflor, Flortal, Mercabarna y Mercamurcia).

**Actualización:** La resolución temporal de la información estaría condicionada por la que cada mercado ofrece, y así se presentará en su tabla correspondiente.

**Nivel de detalle:** Condicionado por el nivel de detalle con el que cada mercado suministra su información.

La posibilidad de comparar los precios y cantidades comercializadas de una misma variedad en distintos mercados, requeriría un trabajo importante de homogeneización de la información, y tendría que adoptarse el agrupamiento temporal máximo de conjunto de mercados que se desee comparar. Con respecto al problema de identificación de los productos en los diferentes mercados (especie-variedad-categoría) no parecen existir problemas importantes en lo que se refiere a las dos subastas holandesas, dado que utilizan la misma codificación (VBN). Sin embargo, la identificación de los productos en las subastas españolas requeriría un trabajo previo de homogeneización y revisión de las nomenclaturas, cuya utilidad a día de hoy, no parece justificar tal trabajo, dado la poca importancia relativa de estos mercados.

Por último, indicar que en este apartado de información de situación actual de mercado se incluirían enlaces con las páginas web de dichos centros de comercialización donde se muestra información general y detallada sobre los mismos.

### **Otra información de mercado.**

Este subapartado incluiría otro tipo de información, también relativa a los mercados que complemente a los datos de situación actual y ayude a la interpretación de éstos. Los contenidos de este subapartado pueden ser los siguientes:

*Análisis de tendencias.*

En este punto pueden incluirse las previsiones de demandas y precios realizadas a partir de la serie de datos semanales de cada uno de los mercados. Pueden ser útiles para ello los algoritmos de Winters y de Holt, que se presentan en el subapartado 4.1.2 del presente resumen.

---

<sup>2</sup> Los mercados de Aalsmeer y Flora-Holland son los más importantes en el ámbito internacional, mientras que a nivel nacional, aunque con un volumen de comercialización muy inferior, puede resultar interesante conocer los precios de los principales mercados españoles. La subasta de Aalsmeer es la que más problemas plantea a la hora de suministrar su información y, sobre todo de divulgarla, como se explica en el apartado 3 de este resumen.



### *Calendario Internacional de Demanda.*

Se incluirá aquí un calendario con los días punta de demanda para cada uno de los países que son principales destinos actuales o potenciales de las exportaciones andaluzas de flor cortada. En estos calendarios se tratará también de identificar la especie o variedad más demandada en cada fecha, al estilo de lo que se presenta en el apartado 4.1.1 de este documento.

### *Repositorio de Datos Históricos de Mercado.*

A partir del almacenamiento de los datos coyunturales (diarios o semanales) de cada uno de los mercados se elaborará una base de datos, a la que será posible acceder desde este punto, realizando las consultas que cada usuario estime oportunas.

### **5.2.3.- Otros Servicios.**

Aprovechando el medio de comunicación que se implementa a partir de este punto de información, puede incorporarse al mismo otro tipo de servicios que faciliten el trabajo diario de los agentes implicados. Al tiempo, estas funcionalidades adicionales del punto de información podrían servir de incentivo para que algunos componentes del sector que no perciban una utilidad inmediata en el uso de la información de mercado, se introduzcan en el punto con la intención de emplear estos otros servicios que sí les pueden resultar más inmediatos o atractivos.

Los servicios ofertados deben, por ello, dotarse de un enfoque práctico para los integrantes del sector, de manera que contribuyan a fomentar la cohesión del mismo y el sentido de pertenencia a un colectivo común. Deben además orientarse a la resolución de los problemas que actualmente preocupan al sector, o parecen emerger en un futuro próximo (residuos, transporte, legislación, aplicación de fitosanitarios, nuevos cultivos, energías, etc.). Otro requisito deseable en los servicios a ofertar, es que fomenten la participación activa de los usuarios en el punto de información, interactuando de manera que éstos aporten buena parte de los contenidos de este apartado. Por último, señalar que en la oferta de servicios tendrían cabida también instituciones y empresas, que no forman parte de los subsectores productor y comercializador, pero que están estrechamente relacionados con estos cultivos, bien por localizarse en su ámbito geográfico (mancomunidades, ayuntamientos) o por la complementariedad o relación con su ámbito de actividad (empresas de suministros, organizaciones agrarias, empresas de transportes, Consejería de Agricultura, Universidad, compañías de seguros, entidades financieras, etc.)

De manera inicial proponemos la integración en este punto de los algunos servicios. Asimismo se apuntan, a modo de sugerencias, algunos contenidos que podrían incorporarse a cada uno de estos servicios. En muchos casos estos contenidos no tienen por qué ser de elaboración propia, sino que se pueden organizar a través de otras páginas que ya los ofrecen.

*Consultorio Técnico.*

Documentación sobre cultivos y técnicas de producción  
Divulgación de experiencias interesantes y resultados de investigación  
Foro técnico en el que se podría debatir sobre temas de interés para el sector  
Consultorio en el que se plantearían problemas y un gabinete técnico propondría soluciones.

*Bolsa de Transporte.*

En este apartado los comercializadores podrían proponer sus demandas de transporte para, de este modo, poder agrupar estas demandas y organizar los grupajes de empresas de transporte comprometidas con esta iniciativa.

*Gestión Común de Residuos.*

Este punto requeriría la participación de las mancomunidades y ayuntamientos implicados. En él se podría incluir información sobre la red de puntos limpios existentes, su situación y estado. Lo más útil sería que se organizaran itinerarios de recogida de estos residuos a partir de las demandas que planteen los agricultores en este apartado.

*Seguros.*

Oferta de seguros de ENESA y empresas privadas.  
Posibilidad de conocer las posibilidades y condiciones de aseguramiento y de tramitar la contratación.

*Ayudas.*

Ayudas y subvenciones actualmente vigentes.  
Legislación relacionada, plazos y modelos de solicitud.  
Posibilidad de plantear consultas.  
Directorio de Comercializadoras.  
Información de las entidades comercializadoras, con direcciones y servicios que prestan.

*Calidad.*

Certificaciones de calidad.  
Normativa y requisitos.  
Producción Integrada.  
Exigencias de los comercializadores y mercados.

*Legislación.*

Reglamentos comunitarios, nacionales y autonómicos relacionadas con la producción de flor cortada (fitosanitarios, etc.)

*Sanidad Vegetal.*

Informes y memorias de laboratorio de Sanidad Vegetal de Jerez (en construcción).  
Posibilidad de acceso personalizado a información de analíticas.

*Bolsa de Empleo.*

Ofertas y demandas de empleo tanto de productores como de comercializadoras.  
Noticias.  
Noticias y acontecimientos de interés para el sector o la zona de producción.  
Actividades organizadas por la Mesa, por la Consejería, OPAs, etc.  
Enlaces con portales de noticias agrarias.  
Distribución personalizada de noticias vía e-mail

### *Enlaces de Interés.*

Enlaces a las principales páginas relacionadas con la flor cortada y con los temas agrarios en general.

## **5.2.- Implementación**

La construcción de una página web no presenta ningún tipo de problema técnico ni económico, como lo prueba el hecho de la ingente proliferación de las mismas a todos los niveles. Otra cuestión es el contenido de la misma, su mantenimiento, actualización y capacidad de adaptación a nuevas necesidades.

Un problema adicional en este caso concreto viene dado por la menor difusión, comparativamente con otros sectores, de las tecnologías de la información en el sector agrario, lo que puede dar lugar a que muchos productores no tengan acceso a Internet desde sus hogares, o que teniéndolo, no dispongan de la formación suficiente para manejar esta herramienta.

En cuanto al contenido, aparte de los problemas de homogeneización para alcanzar la estructura ideal propuesta, se presenta la dificultad de acceder a la información de las subastas holandesas, que restringen este acceso a los suministradores de las mismas.

Por último, el mantenimiento de una página web, en general es una labor que requiere un trabajo permanente, por lo que sería necesario disponer de un técnico encargado cuya dedicación está directamente relacionada con el grado de elaboración de la información y con las posibles modificaciones de la misma, ya sea por modificación de las fuentes de información de las que se nutre o por la ampliación de contenidos.

A continuación se comentan con más detalle algunos de estos aspectos.

### **5.2.1.- Coste**

El coste del punto de información dependerá de la información que se incluya en él. Para valorar el coste se supondrá que inicialmente se va a contar con la información básica a incluir. Los importes son orientativos e indican orden de magnitud.

- Diseño y creación de la página web: 2,5 millones de pesetas
- Hospedaje de la página: 0,5 a 1,0 millones de pesetas/año
- Mantenimiento: Una persona a tiempo completo

En cuanto al equipamiento, se necesitaría para el mantenimiento un ordenador personal que, con el software correspondiente, tendría un coste de unas 400.000 pesetas. La conexión a internet tiene un coste anual de unas 100.000 ptas./año. Por supuesto, tanto el diseño de la página como el mantenimiento se podrían subcontratar.

### **5.2.2.- Disponibilidad de la información que ofrecen las subastas holandesas**

Este es el principal problema que se presenta para el desarrollo de un punto de información que sea verdaderamente útil para el sector.

Tanto la subasta de Aalsmeer como la de FloraHolland consideran la información relativa a las transacciones que tienen lugar en las mismas muy valiosa y no parecen dispuestas a suministrarla a un agente externo a la subasta. Para disponer de esta información es condición imprescindible ser participante en la subasta.

Con esta importante restricción, en principio, la única posibilidad estriba en contar con la colaboración de las comercializadoras andaluzas de flor, para que sean ellas las que soliciten la información y faciliten de algún modo el acceso al resto del sector.

Con este objetivo, se podría llegar a un acuerdo global por parte de todas las comercializadoras para gestionar el acceso a las diferentes fuentes. Una vez se dispusiese de toda la información habría que analizar la factibilidad de hacer pública la misma a través de Internet, seleccionar a los usuarios mediante accesos restringidos o enviarla por correo electrónico. La subasta de FloraHolland parece más flexible en lo que se refiere a la divulgación posterior de la información obtenida por los participantes en la subasta.

En cualquier caso, lo que han puesto de manifiesto los contactos establecidos con las subastas holandesas es que los interlocutores válidos ante las mismas son los suministradores, por lo que cualquier tipo de negociación en este sentido pasa por la colaboración de las comercializadoras.

Otra posibilidad menos inmediata pasa por la creación de un mercado en origen. El volumen de flores que produce Andalucía es muy superior al de otras zonas productoras de España con subasta propia. Además, la mayor parte de las comercializadoras cree en la viabilidad de la subasta (66%) y que esta tendría una influencia positiva para su empresa (74%). Por último, como ya se ha apuntado, la subasta de Aalsmeer ha mostrado un enorme interés en establecer suministros regulares de clavel andaluz, incluso de pequeños grupos de productores.

A todos estos aspectos que abogan por la creación de la subasta en origen, se une el hecho de que a través de la misma podría negociarse el acceso a la información de las subastas holandesas.

La existencia de este mercado en origen permitiría además ofrecer otra importante gama de servicios a los agentes implicados en el sector.

### ***5.2.3.- Acceso a la información por parte de los productores***

Dos son los problemas planteados en este sentido, la disponibilidad de acceso a Internet y la formación para navegar en la red.

En relación con la formación sería conveniente que se ofreciesen a los productores, a través del CIFA de Chipiona o de otra entidad, cursos de navegación a través de Internet. Estos, no sólo serían útiles para el acceso a la página web del sector, sino a todas aquellas posibilidades que ofrece hoy en día la Red.

En cuanto a la no disponibilidad de los equipos necesarios para la conexión podrían ofrecerse varias soluciones para el establecimiento de puntos físicos de información:

- CIFAs de Chipiona y Los Palacios y/u Oficinas Comarcales Agrarias de las zonas productoras. En estos centros podrían habilitarse uno o varios ordenadores con conexión a Internet desde los que los productores pudiesen acceder a la información.
- Comercializadoras: En cada comercializadora se dispondría un ordenador al que por ejemplo podrían acceder sus suministradores. Esta opción presenta la ventaja de que la información procedente de las subastas holandesas y en poder de las comercializadoras podría extenderse al sector productor sin necesidad de incorporarla a Internet.
- En el posible mercado de origen. Entre los servicios que prestase este mercado podría incluirse el acceso a la información. En este caso se podría disponer incluso de un servicio de atención más personalizada.

## **6.- CONCLUSIONES**

La creación de un punto de información como el que se pretende no presenta problemas de índole técnica ni económica, pero requiere de un compromiso por parte de las comercializadoras para poner a disposición del sector en su conjunto la información que, en la situación actual, está restringida a ellas.

La homogeneización de la información relativa a la clasificación de las flores en los principales mercados es un problema de menor envergadura pero en el que habría que continuar trabajando para lograr transparentar al máximo la situación del mercado. Salvados estos inconvenientes, el disponer de esta información de una forma ordenada y fácilmente interpretable y comparable, podría suponer los siguientes beneficios para el sector andaluz de la flor cortada en su conjunto:

- Mejora de la transparencia en la relación comercializador-productor
- Mejora de la competitividad de las entidades comercializadoras andaluzas frente al mercado exterior
- Estímulo a la mejora de la calidad de la producción
- Mejora de la capacidad de respuesta del sector andaluz ante posibles movimientos internacionales de los mercados
- Dinamización y articulación del sector en torno a un proyecto común.
- Preparación ante las nuevas formas de comercialización que se vislumbran (comercio a través de redes de información).
- Contribución a la creación de una imagen de marca para la flor andaluza.