

Las flores se marchitan con la crisis

24-09-2012

Noticias

El sector de las flores se encuentra muy afectado por la reducción de presupuestos públicos para parques y jardines y con su situación agravada por la última subida del IVA, del 8 al 21 %.

La crisis económica amenaza con dejar sin flores las ciudades españolas y marchitar las perspectivas de negocio en el sector, muy afectado por la reducción de presupuestos públicos para parques y jardines y con su situación agravada por la última subida del IVA, del 8 al 21 %.

El incremento impositivo ha suscitado la cuestión de si las flores son un lujo y ha desatado las críticas de los agricultores, que no comparten que se tase igual el producto sin elaborar, con sus beneficios ambientales, que los adornos florales.

"La decisión se ha tomado mirando a las floristerías de la Castellana (Madrid), donde el ramo de flores cuesta cien euros", afirma el presidente de la Federación de Viveristas de Cataluña, Joan Roig, algo que no tiene "nada que ver" con la realidad del sector.

En este sentido, Roig recuerda que las floristerías sólo representan en torno a un 5 % de las ventas, mientras más del 90 % corresponde al sector público, que desde el comienzo de la crisis ha reducido significativamente las compras para parques, jardines y repoblaciones forestales, en algunos casos hasta en un 70 %.

Un ejemplo: para adornar el madrileño Paseo de la Castellana se pueden necesitar entre 30.000 y 40.000 unidades de flores, una cifra imposible de igualar por las compras individuales, explica.

En su opinión, la subida del IVA se compensará por parte de los ayuntamientos con una caída similar en la compra, ya que "tienen los presupuestos cerrados", lo que junto con el menor consumo privado podría suponer un 25 % menos de ventas.

Tampoco ayuda al consumo la situación del sector inmobiliario, con las ventas de vivienda en caída libre desde hace año y medio, según los últimos datos de Fomento, y un descenso de la obra nueva, como refleja el 30 % menos de licencias de obras en el primer trimestre.

Desde la [Federación Española de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas \(Fepex\)](#) [1], su secretario general, José María Zalbidea, asegura que la floricultura está siendo el sector agrario más afectado por la crisis, con una "dramática" disminución del consumo privado y una "fortísima" caída de la demanda pública.

Muchos supermercados han cancelado totalmente o en parte pedidos tras la subida del IVA, ahora que las flores se gravan más que otros productos de los lineales como "caviar o "champán francés", afirma.

En un sector muy intensivo en mano de obra, el principal temor es la destrucción de empleo que pueda derivarse de la medida.

Como precedente, aluden a lo ocurrido en Francia, que hace años también subió los impuestos que gravan la floricultura al tipo general.

"El primer año se perdieron 5.000 empleos, el segundo, otros 6.000, y el aumento de la recaudación no compensó la pérdida de cotizaciones y de las prestaciones de paro", recuerda Roig.

Al tercer año, añade, se decidió volver al tipo reducido.

Desde la Asociación Española de Floristas Interflora señalan que el impacto "negativo" del incremento del IVA ya se ha notado desde el anuncio de la medida, que generó "un efecto

disuasorio" de forma inmediata, y que se notará más en los próximos meses.

Apuntan también que los floristas han notado el incremento del coste de la materia prima y tratan de asumir parte del impuesto para no repercutir toda la subida en los clientes, en los que se observa "una situación general de desánimo" ante el consumo.

"Si subimos el IVA estamos muertos", asegura Manuel Calvo, responsable de una floristería en el barrio madrileño de Chamberí, quien desde el comienzo de la crisis ha notado un bajón en el consumo de hasta un 30 %.

Como él, otros floristas consultados han optado por asumir el aumento impositivo, por lo que desde Interflora se advierte de la probable repercusión sobre el empleo en el sector.

Ante este panorama, la esperanza del sector es la exportación, sin la que "la mitad de los viveros ya habrían cerrado", señala Roig, quien recuerda que las ventas en el exterior han crecido en los últimos años entre un 10 y un 20 % anual, y ya representan cerca del 40 % del negocio, con la Unión Europea como primer cliente.

En su opinión, la clave de este éxito ha sido saber encontrar en cada región especies "bandera", muy bien adaptadas a sus condiciones de clima y de luz, y con demanda en los mercados internacionales.

Los ficus y chafleras andaluces, los claveles y margaritas catalanes, las adelfas valencianas o los rododendros gallegos se han abierto camino en los mercados franceses, alemanes y holandeses.

Además, el sector agudiza el ingenio con propuestas novedosas para dinamizar el consumo, como el concurso "Viles Florides" creado el pasado año en Cataluña, y que premia a los municipios que hayan hecho una mejor gestión de parques y jardines.

Redacción

Enlaces:

[1] <http://www.fepex.es/publico/portada/Portada.aspx>