

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en República Checa

Estudios de Mercado

# República Checa: Estudio de Mercado sobre la Flor Cortada

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

# **República Checa: Estudio de Mercado sobre la Flor Cortada**

Este estudio ha sido realizado  
por la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en  
República Checa

**Septiembre 2003**

## INDICE

<b>RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES</b>	<b>5</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS	5
<b>II. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b>	<b>6</b>
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	6
1.1. Tamaño y componentes de la oferta	6
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	6
2.1. Variedades, tipos y calidades	6
<b>III. ANÁLISIS DEL COMERCIO</b>	<b>8</b>
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	8
1.1. Importaciones	8
1.2 Exportaciones de España	8
1.3 Exportaciones Checas	10
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	10
2.1. Barreras arancelarias	10
2.2 Precios	10
3. DISTRIBUCIÓN	10
<b>IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b>	<b>12</b>
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO	12
1.1. Factores sociodemográficos	12
1.2. Distribución de la renta disponible y factor económico	12
1.3. Tendencias sociopolíticas y legislativas	13
1.4. Tendencias culturales	13
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	13
2.1. Hábitos de consumo y hábitos de compra	13
2.2. Preferencias	13
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	14
<b>V. ANEXOS</b>	<b>15</b>
1. INFORMES DE FERIAS	15
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	15
2.1. Asociación	15
2.2. Revistas	16
2.3. Listados de importadores	16
2.4. Otras direcciones de interés	20
3. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	21

## **RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES**

La flor cortada es un producto que domina muy claramente Holanda. El producto español está bastante supeditado, al igual que otros países, a los mercados de subastas holandeses. Es un sector que resulta importante para el comercio exterior dadas las condiciones de la Rep. Checa como país receptor de importaciones. Las cantidades que importa, comparativamente a otros países, no son las más destacables, aunque sigue que se aprecia que el consumo va a continuar creciendo.

Los gustos y costumbres de los checos no distan mucho de los que se conocen como occidentales.

Es de esperar que con la adhesión a la UE: se acaben los trámites fronterizos que perjudican a este producto en particular; se unifique el IVA e incluso sea más bajo que el existente en la Rep. Checa (bajarán los precios y puede subir el consumo); se acabarán los aranceles.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS**

La flor cortada se incluye dentro del sector de la floristería. El sector como tal también incluye; las plantas de tiesto, el material decorativo de vivero, los bulbos de flores, los plantones o estacas, y las semillas de planta con flor. Este estudio va a centrarse en la flor cortada ya que sus características son particularmente distintas al de resto de productos que componen el sector de la floristería.

## **II. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

### **1. ANÁLISIS CUANTITATIVO**

#### **1.1. Tamaño y componentes de la oferta**

No se puede cuantificar que cantidad de terreno se dedica en la Rep. Checa al cultivo de la flor en concreto. Lo que si se puede reseñar es que según el Instituto Checo de Estadística, es en el país se destinaron para el cultivo de flores y plantas ornamentales: en el año 2000, 1709 hectáreas, y, en el año 2001, 1420 hectáreas. Por tanto, la cantidad de tierra que se destina a este fin ha disminuido. El total de tierra que se destinó a fines agrícolas durante el año 2001, fue 4.277.000 hectáreas.

Gran parte de la escasa producción nacional es llevada a cabo por pequeños agricultores, en muchos casos, son productores ocasionales. Algún gran productor de productos hortofrutícolas si que dedica parte de sus terrenos a las flores, pero no son muy notables. Como productor que se dedica en exclusiva a la flor podríamos destacar a la empresa TU-FLOR situada en Kadan.

Hasta el año 89, con la caída del sistema comunista, la producción nacional era mucho más considerable, pero tras el cambio se comprobó la ineficiencia del sistema. Hubieron también bastante problemas legales entre los antiguos dueños de la tierra y los poseedores de la misma durante el régimen comunista.

Así pues, la oferta existente en el Mercado checo, proviene en casi toda su totalidad de la importación. En este punto también es muy sobresaliente decir que la amplia mayoría de estas importaciones proceden de Holanda.

La climatología existente en este país, especialmente desde Noviembre hasta Abril-Mayo, condiciona enormemente la producción de este producto en el país. No obstante, la producción local durante los meses de verano tampoco es muy importante y de hecho, esta producción va descendiendo de un año a otro. Es más barato importar las flores que tener invernaderos con el alto coste de energía que supone.

Otro factor que condiciona la producción propia es que no existe en la Rep. Checa un lugar donde se centralice la venta de la flor que se cultiva en el país, dejando en manos de los mayoristas/importadores el poder decisión de la compra en función del precio más competitivo de las flores.

### **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

#### **2.1. Variedades, tipos y calidades**

Las variedades de flor cortada existentes en el mercado checo va enriqueciéndose conforme va madurando su distribución y el poder adquisitivo de los habitantes.

La producción nacional se está quedando bastante obsoleta, no dedican suficiente esfuerzo en hacer evolucionar las especies. No destaca ningún órgano regulador que fomente la producción ni la calidad de los productos.

## **REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA**

---

Las flores exóticas no están muy presentes todavía, sus precios no son accesibles para la mayoría de consumidores. Así, los claveles, las rosas, las gerberas y los lirios son las variedades que copan el mercado, ya que son las más demandadas.

Los ramos y surtidos diversos de flores van ganando enteros, se está llegando al grado de sofisticación existente en los países de Occidente.

### III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

#### 1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

##### 1.1. Importaciones

En este apartado se van a analizar las cantidades del producto que se reflejan en el comercio exterior de la Rep. Checa y los países extranjeros.

El país que más exporta flores cortadas es Holanda. No obstante, el hecho de que Holanda tenga este porcentaje tan elevado se debe a que en este país se celebran las subastas en las que se compra y vende la mayoría de las flores que existen en los mercados.

El siguiente cuadro corresponde a las importaciones totales en la Rep. Checa.

PRODUCTO	PAÍS	CANTIDAD (en Kg.)		VALOR (en miles de €)	
		Año 2001	Año 2002	Año 2001	Año 2002
Flores y capullos frescos	1- Holanda	4 013 985	4 134 903	18 232	20 908
Flores y capullos frescos	2- Colombia	475 753	500 990	1 788	2 267
Flores y capullos frescos	3- Eslovaquia	201 668	91 064	507	578
Flores y capullos frescos	4- Tailandia	146 078	133 791	906	947
Flores y capullos frescos	5- Israel	138 502	81 977	935	662
Flores y capullos frescos	6- Ecuador	82 350	101 289	536	757
Flores y capullos frescos	7- Alemania	64 612	65 072	448	429
Flores y capullos frescos	8- España	45 897	30 736	119	97
Flores y capullos frescos	9- Italia	42 978	25 576	114	61
Flores y capullos frescos	10- Resto	196 023	80 912	465	555
	<b>TOTAL</b>	<b>5 283 194</b>	<b>5 246 310</b>	<b>24 050</b>	<b>27 261</b>

Fuente: Instituto de estadística checo

##### 1.2 Exportaciones de España

En este apartado se plasman cuales han sido las cantidades y el valor de las exportaciones españolas a la Rep. Checa y el porcentaje que suponen respecto del total, de; las rosas, las orquídeas, los gladiolos, los crisantemos y el resto de flores cortadas que no sean las citadas. El valor total se computa en el epígrafe anterior. El periodo que se detalla son los años 2001 y 2002. En las casillas que aparece “no disponible”, significa que la cantidad (de haberla) o el

## REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA

valor monetario no son suficientes para que queden registrados en el Instituto Checo de Estadística.

TIPO DE FLOR	CANTIDAD (en Kg.)		VALOR (en miles de Euros)	
	Año 2001 Porcentaje	Año 2002 Porcentaje	Año 2001 Porcentaje	Año 2002 Porcentaje
Rosa	69/ 5,75%	No disponible	No llega a los 1000 €	No disponible
Orquídea	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible
Gladiolos	576 / 1,8%	29/ No llega al 1%	2 / 3,33%	No llega a los 1000 €
Crisantemos	No disponible	No disponible	No disponible	No disponible
Las demás	41 /No llega al 1%	No disponible	1 / No llega al 1%	No disponible

- Mención más concreta, mediante un cuadro específico, se realiza de los claveles. Se detalla esta flor en concreto dado que es la que más exporta España a dicho país.

PRODUCTO	PAÍS	CANTIDAD (en Kg.)		VALOR (en miles de €)	
		Año 2001	Año 2002	Año 2001	Año 2002
Claveles	1- Colombia	465 939	493 552	1 745	2 234
Claveles	2- Holanda	437 676	334 821	1 187	1 046
Claveles	3- Israel	49 967	41 361	245	210
Claveles	4- España	45 211	30 707	116	97
Claveles	5- Ecuador	31 082	20 594	138	37
Claveles	6- Italia	30 867	14 938	71	84
Claveles	7- Marruecos	15 065	2 264	62	12
Claveles	8- Alemania	3 844	4 059	18	17
Claveles	9- Panamá	2 731	desconocido	9	desconocido
Claveles	10- Resto	4 361	10 238	17	54
	<b>TOTAL</b>	<b>1 086 743</b>	<b>952 534</b>	<b>3 608</b>	<b>3 791</b>

Fuente: Instituto Checo de Estadística

## **REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA**

---

### **1.3 Exportaciones Checas**

No son remarcables los datos de exportación de la Rep. Checa, ya que de hecho sólo exporta una pequeña cantidad de producto a Eslovaquia. La República Checa tan sólo exporta menos de un 10% de lo que supone la cantidad importada de flores.

Todas las estadísticas de importación/exportación se pueden conseguir en [www.cs.mfcr.cz](http://www.cs.mfcr.cz) (en la columna izquierda se abre el capítulo “zahranični obchod” y después en inglés hasta la información necesaria).

## **2. ANÁLISIS CUALITATIVO**

### **2.1. Barreras arancelarias**

Las cifras y datos que en este apartado se van a detallar, dejarán de tener vigencia a partir de mayo del 2003, fecha en la que la República Checa entrará a formar parte de la UE y se suprimirán todas las barreras comerciales.

En la actualidad, para las rosas, claveles, gladiolos y crisantemos, existe un arancel del 2% si proceden de países de la UE, y, un 4% si proceden de otros países. Ya no se marca el arancel dependiendo de la época del año en la que se realice la exportación, como se hacía anteriormente.

Las orquídeas y las flores que no son frescas, no tienen ningún tipo de arancel.

Tampoco hay cupos de cantidad, en el pasado si que las hubo.

El IVA que se aplica es del 22%.

### **2.2 Precios**

Los precios de las flores que se encuentran en el mercado son muy dependientes de las subastas que se realizan en Holanda, de la época del año en que nos encontremos (la mejoría climatológica conlleva mayor producción nacional con precios más baratos en el Mercado) y del valor que alcance el Euro con respecto a la Corona Checa (gran parte de lo que se oferta se debe importar).

Los precios difieren bastante en la capital, Praga, si se comparan con el resto del país. También, son sensiblemente dispares dependiendo del establecimiento.

## **3. DISTRIBUCIÓN**

La forma en la que se distribuye la flor cortada es a través de mayoristas que compran y almacenan sus productos. Dichos mayoristas adquieren tanto lo producido en el país, como también primordialmente, lo que se importa de fuera.

No hay un centro desde donde se distribuya la producción nacional, así pues, los productores checos están supeditados a los intereses de los mayoristas.

Dichos mayoristas venden al por mayor y al detalle (la mayor parte de ellos) y son el punto de partida de la cadena de distribución. No acostumbran a haber intermediarios, siendo pues, los dueños de los comercios quienes acuden a comprar las mercancías a los mayoristas. De haber estos intermediarios, son a pequeña escala y se dedican a revender las mercancías en

## **REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA**

---

pequeños mercadillos para aquellos comercios y vendedores ambulantes realmente pequeños y modestos.

Algún mayorista está empezando a abrir sus propias tiendas y desean llegar directamente (más allá que desde el propio gran almacén) al cliente final.

No hay muchas cadenas especializadas en el sector, aunque empiezan a aparecer en las grandes ciudades.

Se calcula que pueden existir unos 100 mayoristas en todo el país, de los cuales unos 20 podrían estar en Praga.

Las tiendas están empezando a ubicarse en los centros comerciales, lugares éstos que se están convirtiendo en el principal foco de ventas del país. Repuntes de venta de flor cortada durante los fines de semana debido a este gran canal final.

(La Oficina Económica y Comercial posee un detallado estudio de Mercado sobre la situación de la distribución en el país).

## IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

#### 1.1. Factores sociodemográficos

Este apartado es a tenerse en cuenta, dado que mucha parte del consumo de flor cortada se realiza como consecuencia de este factor.

Como en otros países, en la Rep. Checa si que se adquieren flores con motivo de un nacimiento, boda y defunción.

Es por ello, que se considera oportuno mostrar los siguientes datos:

	AÑO 1999	AÑO 2000	AÑO 2001
NACIMIENTOS	109 768	109 001	107 755
BODAS	53 523	55 321	52 734
DEFUNCIONES	109 768	109 001	107 755

Fuente: Instituto Checo de Estadística

Hay que tener en cuenta que la población total del país supera escasamente los 10 millones de personas.

La población del país es prominentemente laica, aunque si que existe la costumbre por regalar flores durante las festividades; del Santo (sobre todo a las mujeres), durante el día de la madre, San Valentín (no tan generalizado) y el aniversario.

#### 1.2. Distribución de la renta disponible y factor económico

Hasta hace pocos años, se calculaba que los checos destinaban una media de 200 coronas checas (unos 6 €) anuales a la compra de flores.

Esta cifra se habrá incrementado, y seguro que difiere considerablemente entre la Praga y los principales núcleos urbanos y el resto del país.

Existen notables diferencias tanto entre regiones como entre sectores, concentrándose la mitad de la población con renta alta en la capital, Praga. El 75% aproximadamente de la población dispone de un nivel de renta medio o bajo, éste algo mayor que el de sus países vecinos de la ampliación pero lejos aún de la media europea. Se estima que la renta de la clase media en la República Checa se sitúa en un 57% del europeo. El salario mensual medio bruto en 2002 era de 15.696 coronas, lo que equivale aproximadamente 500€.

En general se puede afirmar que la capacidad adquisitiva de los checos va a aumentar en los próximos años.

## **REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA**

---

### **1.3. Tendencias sociopolíticas y legislativas**

La futura entrada en la UE, prevista para mayo del año 2004, modificará sustancialmente las cuestiones legislativas y políticas de la Rep. Checa.

En lo que se refiere a la flor cortada concretamente, la cuestión que supone los trámites burocráticos fronterizos deberá ser eliminada para los miembros de la UE. Así pues, se agilizarán las esperas fronterizas y se dará libre circulación a las mercancías comerciales. Hecho éste primordial para un producto que necesita de tanta frescura.

### **1.4. Tendencias culturales**

La Rep. Checa se encuentra a caballo de Occidente y Oriente de Europa. La situación histórica vivida por la pertenencia al bloque comunista provoca que se mire con recelo a todo lo que supone Europa del Este. No dudan en identificarse como centro europeos, en lugar de europeos del este.

Últimamente, se ha visto un pequeño repunte por la preferencia del producto checo en lugar del extranjero (a diferencia de lo que sucedió a principios de la caída del sistema comunista en los 90).

Puede decirse, que la Rep. Checa comparte muchos patrones de comportamiento culturales de lo que conocemos como Occidente, pero, que también posee un fuerte sentimiento de unión patriótico que en cierta manera puede favorecer lo propio frente a lo ajeno.

## **2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

### **2.1. Hábitos de consumo y hábitos de compra**

La tendencia en este aspecto, es que cada vez más, los checos acuden a comprar a los grandes centros comerciales e hipermercados. Esta tendencia es más acusada en las grandes poblaciones. Es por ello, que no sorprende la presencia de cadenas de floristerías (destaca la cadena "*Flores de Holanda*"). Aunque, en el caso de las flores, todavía se acude a los típicos pequeños establecimientos situados en los centros urbanos, en las barriadas de las grandes ciudades y en los mercados (subterráneos y de superficie). En este sentido si que se ve como en Praga, se van modernizando las tiendas y se están implantando nuevas cadenas.

También se acude a adquirir, sobre todo para grandes eventos y grandes cantidades (sin llegar a las que utilizan para comerciar), a los almacenes que poseen los Mayoristas que suelen también vender al detalle.

### **2.2. Preferencias**

El precio se convierte en un factor muy importante a la hora de escoger la flor.

Gustan los ramos y también aquellas flores que vienen dentro de algún tipo de envoltorio especial.

Las rosas son las más solicitadas. Los colores son los clásicos.

Las flores exóticas también tienen presencia y gustan, aunque sus precios las hacen poco accesibles.

## **REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA**

---

Si que se nota como el consumidor checo ya no sólo adquiere flores para regalar, sino que las adquiere para sí mismo con la intención de decorar el hogar.

### **3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL**

El consumidor final no tiene un pleno conocimiento de las flores españolas y de su producción. La que más se conoce es el clavel.

El mayorista si que lo percibe como un producto de buena calidad y con un precio no muy exagerado, pero sigue prefiriendo traerlo desde Holanda dado que le sale más a cuenta (en tiempo y precio).

Tampoco puede esperarse un gran conocimiento de la oferta española dado que su volumen es muy inferior al de otros países.

Otra de las cuestiones es la manera de la que está montada la distribución internacional de este sector. Es en Holanda en el lugar que se llevan a cabo las subastas internacionales de flores. Por tanto, muchas flores que provienen de ese país no son cultivadas allí mismo. Entonces, muchos exportadores españoles que intentan colocar sus productos en el mercado internacional, lo hacen a través de Holanda.

## **V. ANEXOS**

### **1. INFORMES DE FERIAS**

Se van a reseñar las dos Ferias más destacadas que se realizan sobre el producto en la Rep. Checa. Existen más ferias de carácter local y de una incidencia mucho más reducida.

#### **PRAGAFLOREA**

Feria de horticultura y jardinería.

Web Site: <http://www.pragaflorea.cz/2004/index-en.asp>

Próxima edición: 5ª, del 11 al 13 de marzo del 2004.

Organizador: ABF a.s. ( <http://www.abf.cz/> )

#### **FLORA OLOMOUC**

Feria sobre floristería y jardinería. Hay varias ferias que versan sobre la misma temática durante todo en el año.

Web site: <http://www.flora-ol.cz/english/index.html> .

Próxima edición: No disponible calendario para 2004.

Organizador: Exhibition Grounds Flora Olomouc.

### **2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS**

#### **2.1. Asociación**

Este sector tiene una Asociación que se encuentra en Olomouc en la siguiente dirección:

UNION OF FLOWER PRODUCERS AND FLORISTS

(SVAZ KVETINARU A FLORISTY)

WOLKEROVA 17

771 00 OLOMOUC

Tel.: (00 420) 585 41 12 75

Fax: (00 420) 585 41 33 70

Web site: <http://www.sempra.cz/skf.htm> (sólo en checo)

E/mail: [sabelova.skf@email.cz](mailto:sabelova.skf@email.cz)

## REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA

---

### 2.2. Revistas

#### Dům a zahrada (Casa y jardín)

Peloton, spol. s r.o., Vlastina 23, 160 00 Praha 6

Precio: 59 CZK

Director de la redacción: Sr. Michal Babor, tel.: +420 296 400 847, [babor@peloton.cz](mailto:babor@peloton.cz)

Mensual sobre todos los asuntos relacionados con casa y jardín.

Internet: <http://daz.garten.cz/>

#### Naše krásná zahrada (Nuestro jardín bonito)

BURDA Praha spol s.r.o.- Uruguayská 17, 120 00 Praha 2

Tirada: 90.000

Precio: 42 CZK

Director de la redacción: Jarmila Jarolímková, tel.: +420 221 589 111, [jarolimkova@burda.cz](mailto:jarolimkova@burda.cz)

Mensual sobre todos los asuntos relacionados con casa y jardín.

Internet: <http://www.burda.cz>

#### Bydlíme s květinami (Vivimos con plantas)

BURDA Praha spol s.r.o.- Uruguayská 17, 120 00 Praha 2

Tirada: 80.000

Precio: 19,80 CZK

Director de la redacción: Jarmila Jarolímková, tel.: +420 221 589 111, [jarolimkova@burda.cz](mailto:jarolimkova@burda.cz)

Mensual sobre todos los asuntos relacionados con plantas.

Internet: <http://www.burda.cz>

### 2.3. Listados de importadores

EMPRESA	ILUZE SPOL S.R.O.
CONTACTO	Ing. Pavel Pavlovic
DIRECCION	J. Purkyne 322, 500 02 Hradec Kralove
TELEFONO	(00 420) 495 538 679, 5521784
FAX	(00 420) 495 537 759
E-mail	info@iluze.com
A CTIVIDAD	Importador y mayorista. Actualmente importa claveles de Chipiona

EMPRESA	ORCHIDEAS S.R.O.
CONTACTO	Jirina Vosahlova
DIRECCION	5. Kvetna 12, 412 01 Litomerice
TELEFONO	(00 420) 416 731 018, 734530
ACTIVIDAD	Importador y minorista, solo importa para sus tiendas

## REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA

EMPRESA	FLORIMEX S.R.O.
DIRECCION	Praga 5-Zbraslav Velkotrznice lipence, 15600 Praga
PERSONA DE CONTACTO	SR. JOSEF POKORNY
TELEFONO	(00 420) 257 922 368
FAX	(00 420) 257 922 368
ACTIVIDAD	Importador y distribuidor de flores frescas de Holanda principalmente pero también de Colombia, Italia, USA, Marruecos etc.

EMPRESA	FLORA PLUS S.R.O.
DIRECCION	P 72, Kadan Tusimice 43201 Tusimice
TELEFONO	(00 420) 474 332 323
FAX	(00 420) 398 332 323
ACTIVIDAD	Importan el 80% de sus flores de Holanda

EMPRESA	ZUREL S.R.O.
DIRECCION	Zbraslav, Strakonicka 10000 Praga 5
PERSONA DE CONTACTO	SRA. MARSALOVA
TELEFONO	(00 420) 257 321 807
FAX	(00 420) 257 325 349
ACTIVIDAD	Importador y distribuidor de flores procedentes de Colombia, Ecuador, Italia, Holanda, España, Tailandia etc

EMPRESA	BOHEMIASEED S.R.O.
DIRECCION	Jankovcova 18, 17000 Praga7
PERSONA DE CONTACTO	SR. ROUBICEK
TELEFONO	(00 420) 220 400 156, 220 400 155
FAX	(00 420) 220 805 755
E-MAIL	ROUBICEK@BOHEMIASEED.CZ
ACTIVIDAD	Importador de semillas y productos de jardinería de Holanda y Alemania

EMPRESA	STEELEX S.R.O.
PERSONA DE CONTACTO	Ing. Gmela
DIRECCION	Palickova 2 709 00 Ostrava – Nova Ves
TELEFONO	(00 420) 596 622 262
FAX	(00 420) 596 619 604
E-MAIL	steelex@steelex.cz
WEB SITE	www.steelex.cz
ACTIVIDAD	Importador de todo tipo de flores de Holanda

## REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA

EMPRESA	DINO V.R.O.
DIRECCION	Horova 11, 61600 Brno
PERSONA DE CONTACTO	SRA. HAVLICKOVA
TELEFONO	(00 420) 543 251 401
FAX	(00 420) 543 251 401
E-MAIL	F.RED@CENTRUM.CZ
ACTIVIDAD	Importadores de flores frescas

EMPRESA	TU-FLOR SRO
DIRECCION	Kadan, Tusimice 1 43201 Tusimice - Kadan
PERSONA DE CONTACTO	SR. DRACKA, SR. FRYDRYCH
TELEFONO	(00 420) 474 332 666
Fax	(00 420) 474 332 352
E-MAIL	TUFLOR@TUFLOR.SRO.CZ
ACTIVIDAD	Importador de flores frescas

EMPRESA	AGRO TURANY A.S.
DIRECCION	Dvorecka 31 620 00 Brno - Turany
TELEFONO	(00 420) 545 21 92 39
FAX	(00 420) 545 21 98 46
E/mail	expimp@agro-turany.cz
ACTIVIDAD	Fabricantes e Importador de flores frescas de Holanda. Importaron en el pasado de España.

EMPRESA	TULIPA PRAHA s.r.o.
DIRECCION	Jinonická 90 <sup>a</sup> 158 00 Praha 5
TELEFONO	(00 420) 257 220 345
FAX	(00 420) 257 220 344
E/mail	tulipa@ok.cz
Web Site	<a href="http://www.ok.cz/tulipa/">http://www.ok.cz/tulipa/</a>
ACTIVIDAD	Mayoristas

EMPRESA	EUROLANK CZ s.r.o.
DIRECCION	28.rijna 681 435 02 Most - Sous
TELEFONO	(00 420) 476 706 629
FAX	(00 420) 476 706 629
E/mail	info@eurolank.cz
Web Site	<a href="http://www.eurolank.cz/intro.html">http://www.eurolank.cz/intro.html</a>
ACTIVIDAD	Mayoristas

## REPÚBLICA CHECA: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FLOR CORTADA

---

EMPRESA	IMPORTFLORA spol s.r.o.
DIRECCION	ul.Rosickáč.6 , 602 00 ,Brno
TELEFONO	<b>(00 420) 543 426 830</b>
FAX	<b>(00 420) 543 426 835</b>
E/mail	importflora@volny.cz
Web Site	http://www.importflora.cz/
ACTIVIDAD	<b>Mayoristas</b>

EMPRESA	VLADIMIR POLICANSKY – ZAHRADKARSKE CENTRUM
DIRECCION	<b>Becovska 939, 10400 – praha 10</b>
TELEFONO	<b>420 – 257 922 320, movil: 420 – 602 390 232</b>
FAX	420 – 257 922 320
E/mail	v.policansky@quick.cz
Web Site	
ACTIVIDAD	<b>Importador – sobre todo de Holanda</b>

EMPRESA	VONEKL (KLIA)
DIRECCION	<b>Metodejova 5, 60200 Brno – Kralovo pole</b>
TELEFONO	<b>420 – 541 212 557</b>
FAX	420 – 541 212 461
E/mail	<a href="mailto:klia@klia.cz">klia@klia.cz</a>
Web Site	<a href="http://www.klia.cz">www.klia.cz</a>
ACTIVIDAD	<b>Importador – sobre todo de Holanda</b>

### **2.4. Otras direcciones de interés**

#### **MINISTERIO DE AGRICULTURA**

Těšov 17  
117 05 Praga 1  
Persona de contacto: Ing. Jaroslava Špalková  
e-mail: [spalkova@mze.cz](mailto:spalkova@mze.cz)  
<http://www.mze.cz/eng/>  
Tel.: +420 221 812 170  
Fax: +420 221 812 989

#### **OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN PRAGA**

Stepanska 10  
120 00 Praga 2  
Tel. +420 224 941 255-60  
Fax. +420 224941 115, 224 941 226

#### **EMBAJADA DE ESPAÑA EN PRAGA**

Pevnosti 9  
162 00 Praga 6  
Tel. +42 02/24311441  
Fax +42 02/3121770

#### **MINISTERIO DE AGRICULTURA DE LA REPUBLICA CHECA**

Tesnov 17  
117 05 Praga 1  
Tel: 00 42 02/2181 1111  
Fax: 00 42 02/2481 0478

#### **MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE LA REPÚBLICA CHECA**

Na Frantisku, 32  
110 15 Praga 1  
Tel: 00 42 02/2485 1111  
Fax: 00 42 02/2231 1970

#### **CÁMARA AGRICOLA DE LA REPÚBLICA CHECA**

Stepanska, 63  
112 10 Praga 1  
Tel/Fax: 00 42 02/2421 5944

### **3. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES**

Entrevista con varias empresas checas del sector importadoras y distribuidoras de flores.

Tablas: Tablas de importación-exportación facilitados por el Ministerio de Comercio Checo, D.G. Aduanas e I.E. España y Anuario Estadístico de la República Checa.

Listado de importadores: Base de Datos Inform Katalog y Oficina Comercial de España en Praga.

Informe País, República Checa, Oficina Comercial de España en Praga.