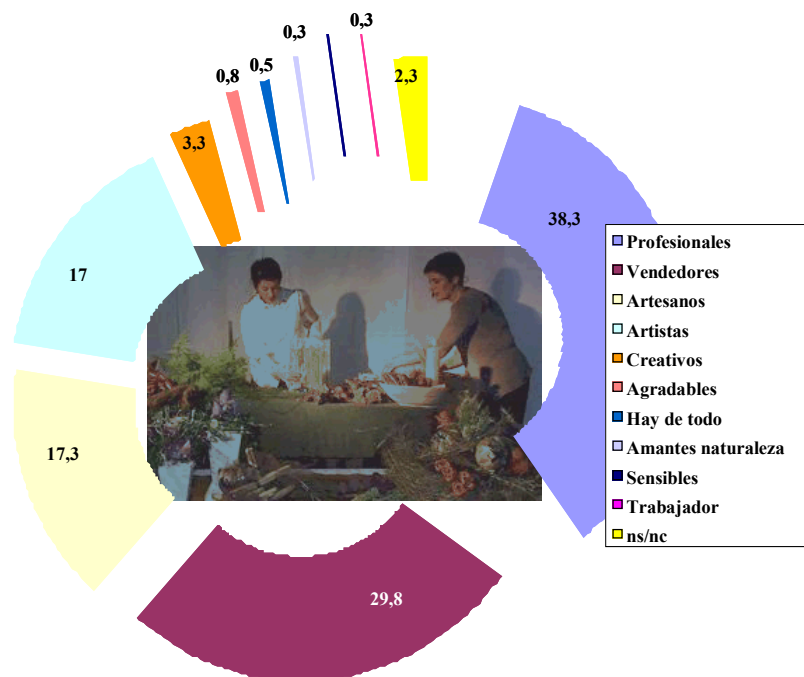


La imagen del sector. Entre vendedores y artistas

Con la pregunta decimonovena se pretende testar la imagen que los propietarios de comercios de flores tienen entre los consumidores navarros.

En opinión de la población prospeccionada, las personas que regentan las floristerías podrían ser definidas como: profesionales, vendedores/as, artesanos y artistas.

Gráfico 10.-
Las personas que regentan las floristerías son...



Conforme aumenta la edad son percibidos en mayor grado como vendedores (43,3% entre los mayores de sesenta y cinco años) y cuanto más jóvenes son se les considera como más profesionales del oficio.

A la hora de ir a comprar⁵ los productos de floristería, antes de decidir se asesora con el florista el 47,2% y el 36,6% elige directamente. El 15,9% deja la decisión de la compra en manos del profesional.

Conforme aumenta la edad del comprador, la decisión es menos asesorada y por ello la compra es directa. En cuanto al sexo no existen

⁵ Nos referimos solamente a aquellas personas que en preguntas anteriores dijeron que compraban flores, plantas, centros, dejando fuera de nuestro análisis a aquellos que no lo hacían.

diferencias en esta cuestión, el comportamiento es similar ante la adquisición de estos productos florales.

rar...,

% Verticales	Total	18-30	31-45	46-55	56-65	66 y +
TOTAL	290	73	88	44	47	38
Elijo yo	36,6	28,8	27,3	38,6	46,8	+57,9
Me asesoro y decido	47,2	52,1	51,1	52,3	42,6	28,9
Lo dejo en manos del/a florista	15,9	19,2	21,6	9,1	10,6	10,5
NS/NC	0,3	-	-	-	-	+2,6

La modalidad de encargar las flores por teléfono no está extendido entre los entrevistados. El 78,6% dice no utilizarlo, siendo mayormente de las zonas de: Tierra Estella, Navarra Media Oriental y Pirineo, de edades entre dieciocho y treinta años y mujeres.

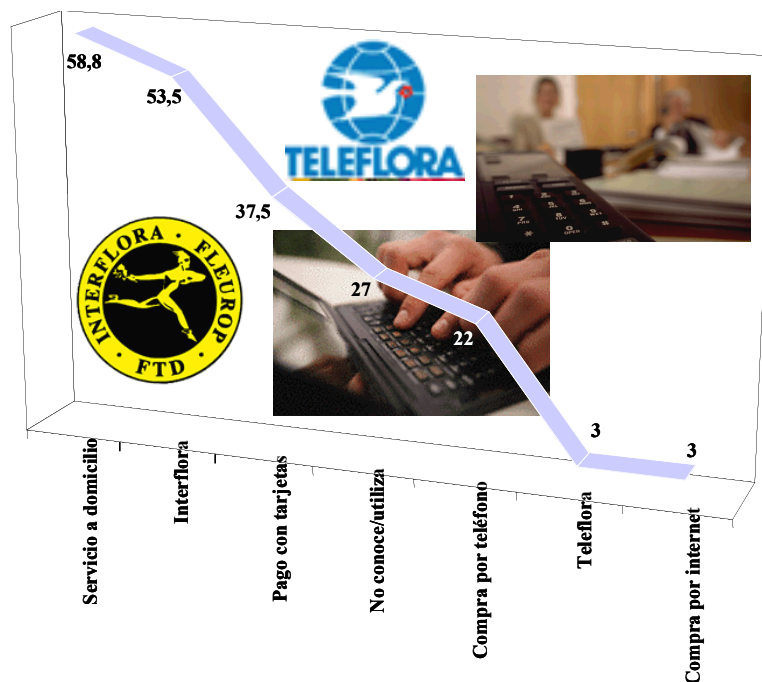
El motivo para su no utilización sería la falta de costumbre en el 56,3% de los casos. Para otro 18,6% la razón para no comprar por teléfono es el hecho de no saber como quedará el ramo finalmente (24,8% entre quienes compran flores).

En otro orden de cosas se preguntaba a los entrevistados sobre las variaciones de su consumo en flores y plantas durante los últimos cinco años. El 49% continúa en un gasto semejante, el 21,5% ha aumentado sus compras. La pérdida de mercado se sitúa en el 9%. Si quitamos de nuestra base aquellas personas que no compran, los datos nos ofrecen una visión optimista del mercado de las flores, puesto que el 88,6% compra igual o incluso ha aumentado sus compras, lo que denota una buena posición evolutiva del sector.

Serían las personas de cuarenta y seis a cincuenta y cinco años los que en mayor grado han aumentado sus compras en los últimos años.

En cuanto al conocimiento de los servicios que se ofrecen por parte de las floristerías, el más conocido y/o utilizado es el servicio a domicilio, seguido de interflora, pago con tarjetas y compra por teléfono.

Gráfico 11.-
Conoce y/o utiliza alguno de los servicios siguientes.



Sería de destacar ese 27% de encuestados que no conoce ningún servicio de los citados, sobre todo en la zona Noroeste, Tudela y Tierra Estella, las personas de más edad y los hombres.

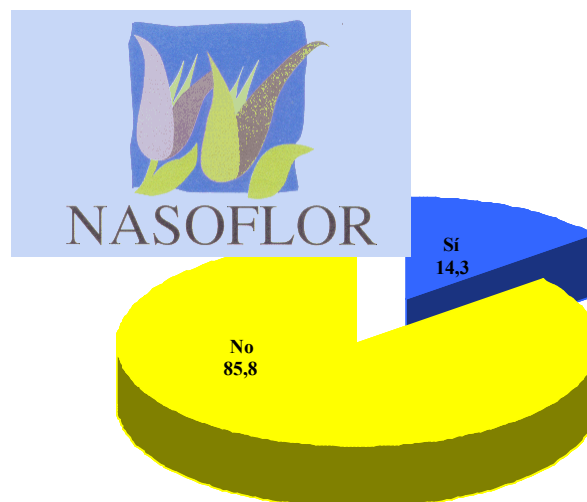
En la pregunta veinticinco del cuestionario, se preguntaba a la población navarra por el conocimiento de la campaña de descuento (10%) en la compra de flores los martes. Ocho de cada diez ha contestado no saber nada acerca de dicha campaña, siendo del cien por cien en la zona de Tierra Estella.

Tabla 10.- Tiene referencia de la campaña de descuento de los martes, según edad y sexo

% Verticales	Total	EDAD					SEXO	
		18-30	31-45	46-55	56-65	66 y +	Mujer	Hombre
TOTAL	400	112	105	56	60	67	213	187
Sí	20,0	17,9	+30,5	17,9	15,0	13,4	+26,3	-12,8
No	80,0	82,1	69,5	82,1	85,0	86,6	73,7	87,2

A aquellos que afirmaron conocer el tema, se les preguntó si este hecho había hecho cambiar sus hábitos de compra de flores y ahora adquirirían en mayor proporción los martes. El 75% contestó negativamente y el 11,3% a veces. Solamente un 2,5% utiliza las ventajas de dicha campaña.

Gráfico 12.-
¿Ha oído hablar de NASOFLOR?



El 85,8% de los encuestados no ha oído hablar de la Asociación de Floristas de Navarra (NASOFLOR), aumentando a la totalidad en el caso de los residentes en la zona Tierra Estella. Por edades, los menos conocedores serían los más jóvenes y los más conocedores los que tienen entre treinta y uno y cuarenta y cinco años. En cuanto al sexo no hay diferencias y se mantienen en valores de la posición general. Las personas que no compran flores tienen menos conocimiento acerca de la asociación.

Llegado este punto de la encuesta, se les pidió que valorasen dando una puntuación de uno a cinco, donde uno era “muy mal” y cinco “muy bien”, varios aspectos de las floristerías.

Aspectos

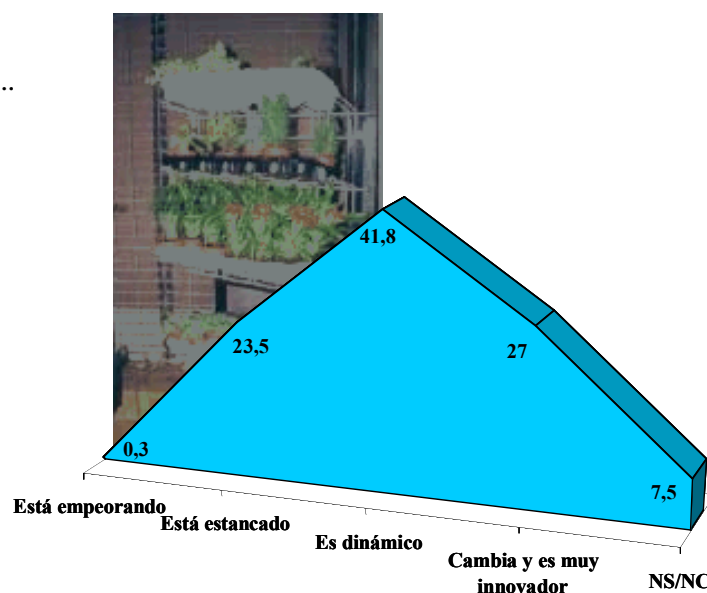
	Muy mal	Mal	Regular	Bien	Muy bien	Media
Variedad	0,3	1,5	7,5	54,3	24,8	4,2
Precios	3,5	12	35,3	30	1,8	3,2
Escaparates	1	6,3	17,8	40,5	17,5	3,8
Servicio (entrega)	0,3	-	4,3	56,8	22,3	4,2
Atención	1	-	4,8	55	26,5	4,2
Creatividad	0,3	1,8	15,5	49,3	19	4
Innovación	0,3	5,3	20,5	47,3	9,3	3,7
Asesoría	0,3	1,3	6,3	60,8	16,8	4,1
Horarios	1,3	2,8	9	62,5	9,8	3,9

En conjunto podemos hablar de una excelente valoración del comercio de las flores entre los consumidores. Los aspectos mejor valorados, teniendo en

cuenta las medias obtenidas, serían: variedad, servicio (entrega), atención y asesoría con una nota superior a cuatro, siendo la máxima valoración posible el cinco. El precio sería la característica valorada más a la baja. Teniendo en cuenta las diferentes variables de cruce utilizadas a lo largo del estudio, no se presentan variaciones reseñables.

Algo más de seis de cada diez encuestados considera que la floristería es un sector dinámico e innovador, 68,8%. Estos datos nos dan una visión optimista del sector, avalada también por las altas puntuaciones que han otorgado a los aspectos señalados anteriormente con respecto a las floristerías.

Gráfico 13.-
Considera que la floristería es un sector que...



Los residentes en las localidades encuestadas encuadradas en la zona Tierra Estella resultan ser los que mayormente opinan que es un sector estancado, así como los más jóvenes y los no compradores.

Como cambios a introducir en las floristerías para mejorar la calidad y atención al cliente, el 64% no ha sabido opinar al respecto. Bajar precios, no habría que introducir ningún cambio, más publicidad y asesoría serían las opciones más aducidas aunque en porcentajes no significativos. El resto de valoraciones se pueden consultar en el anexo de tablas.

Por último, se les preguntaba acerca de si su localidad está bien dotada en cuanto a establecimientos de floristería. El 78,5% opina que sí.

Es en las zonas Noroeste y Pirineo donde los porcentajes de la opción “no hay floristería” aumentan muy por encima de la media. El comportamiento no varía teniendo en cuenta el resto de variables utilizadas a lo largo del estudio.