

Poder disponer de planta joven en cualquier estadio, ha simplificado mucho el cultivo y difusión del sector de la planta de temporada. Esta facilidad para la disposición de la planta joven, es la que ha llevado a que surjan empresas de suministro de este tipo de plantas, las cuales ni deben poseer altos niveles de tecnología ni disponer personal altamente tecnificado.



## Nada dura tanto

*Ya son muchos los centros de jardinería que destinan unas zonas de sus invernaderos, umbráculos o exteriores al cultivo de planta de temporada*



Hace unos años,... no tantos, la oferta productora de planta en maceta estaba representada por un número muy limitado de productores. En cuanto a la planta de temporada, sólo aquellos que tenían la capacidad de poder comprar en el extranjero las semillas y después poderlas hacer germinar con relativo éxito, eran los que con su indiscutible esfuerzo emprendedor, destacaban del conjunto y acopiaban gran parte del mercado.

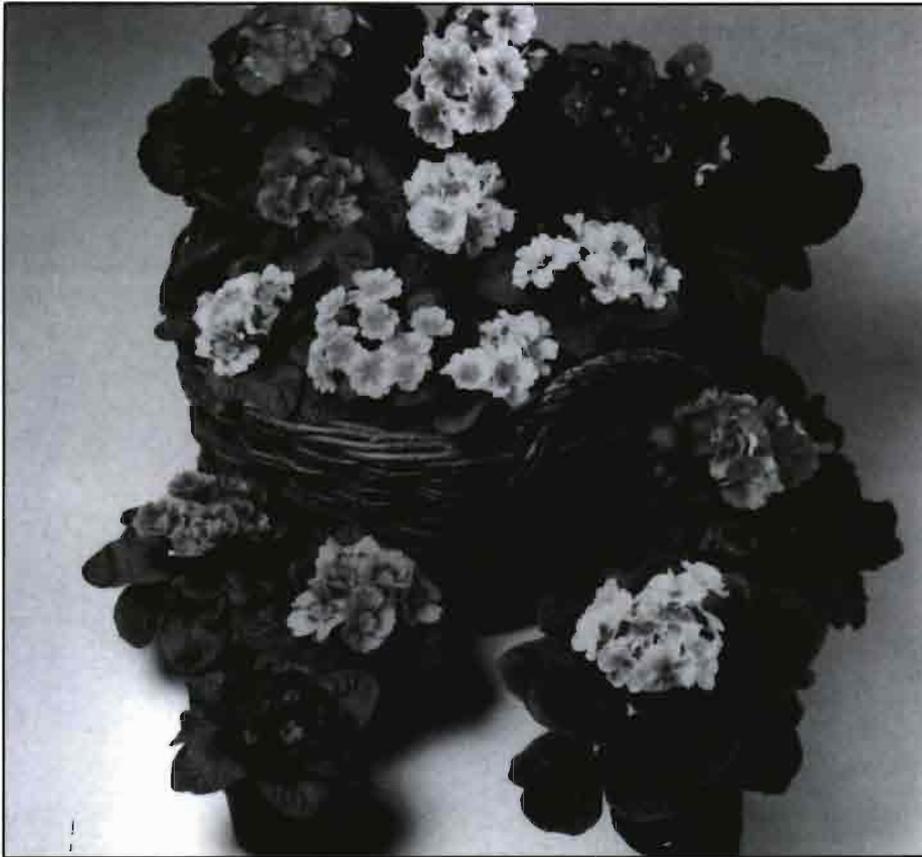
Este mercado, desde el punto de vista de su volumen global era muy pobre. Pero en contrapartida, suponía un mercado muy importante para

**Desde el punto de vista de la producción, ya no hace falta salir a Alemania o países similares a por semillas de Pensamientos o Petunias, por poner un ejemplo. En España se han desarrollado empresas de suministros que te lo sirven hasta mediante un servicio de mensajería.**

cada una de estas empresas ya que la «tarta» a repartir, aunque pequeña, representaba una «porción» más que suculenta ente los pocos que accedían a ella.

Las ventas ambulantes, jardineros y Ayuntamientos se abastecían de estos viveros y rutas de reparto que ente ciudades marcaban el carácter propio de la distribución en su estructura más básica.

Hoy, si hablamos con muchos de estos productores de «solera», nos llevamos la sorpresa de que se quejan de que cada vez se vende lo mismo e incluso en algunos casos hasta



menos. Por otra parte no lo entendemos ya que estadísticamente percibimos que este mercado de planta de temporada está aumentando año a año y por supuesto, nos encontramos a unos niveles muy superiores con respecto a las fechas antes referidas.

¿Qué explicación convincente podemos encontrar? Es muy fácil, nada es igual a antes, y algo tan simple como esto solamente es el principio ya que nada de lo de hoy tampoco será igual a lo de mañana.

Desde el punto de vista de la producción ya no hace falta salir a Alemania o países similares a por semillas de Pensamientos o Petunias por poner un ejemplo. Se han desarrollado empresas de suministros que te lo sirven hasta por mensajero. Tampoco hay el por qué hacer semilleros en plan «alquimista» en algunos casos ya que también tenemos este servicio. Para aquellos que quieran ser más agresivos en sus producciones hasta pueden recurrir a plántulas ya repicadas en bandejas con diferentes tamaños de alveolos en función de sus necesidades. En definitiva ... lo que se desee.

Y con todo esto lo que tenemos es que es más fácil de cultivar y por ello

**Probablemente, dentro de un marco de mayor bienestar social, justifica el crecimiento sostenido del consumo de las plantas de temporada.**

**A nivel comercial, la aparición en escena de los mercados en origen, nuevas y mejores estructuras de empresas comercializadoras, reestructuración de los puntos de venta en centros de jardinería, grandes áreas comerciales y de bricolaje, agracentros,... unido a una mayor exigencia en la calidad de la demanda, indican un panorama bien distinto al de hace unos años.**

hay muchísima más gente que produce. Ya son muchos los centros de jardinería que destinan unas zonas de sus invernaderos, umbráculos o exteriores al cultivo de planta de temporada y es que como decimos, el poder disponer de planta joven en cualquier estadio, ha simplificado mucho su cultivo y esta facilidad en el mismo, ha llevado a que se realice por empresas sin la necesidad de tener altos niveles de tecnología o personal técnico.

A nivel comercial, la aparición en escena de los mercados en origen, nuevas estructuras de empresas comercializadoras que mejoran oferta y servicios, reestructuración de los puntos de venta en centros de jardinería mejor dotados, grandes áreas comerciales y del bricolaje, agracentros, etc... unido a una mayor exigencia en la calidad de la demanda, indican un panorama bien distinto al de hace unos años.

Este capítulo en un marco de mayor bienestar social justifica el crecimiento sostenido del consumo de este tipo de plantas.

Por lo tanto, la suma de un punto y otro nos da la solución a la pregunta antes plantada. Pero... por si hay alguna empresa que se sigue preguntando ¿por qué vende igual o menos?. Pues porque se gana a pulso. Aquel vivero o punto de venta que se implante el «secretismo» en su empresa, pensando que una falta de información en el sector es la que le da su ventaja en su negocio, no es más que un C.I.F en vías de extinción.

Nuevas variedades, nuevos formatos, nuevas presentaciones, nuevos canales comerciales, nuevos sistemas empresariales, etc... componen un caldo de cultivo ideal para poner la imaginación como motor de empuje. También es cierto que para ello hay que estar bien informado y como ejemplo un botón. Para encontrar la información más adecuada para producir... mirar al final de esta revista y encontraréis direcciones muy valiosas, y para la comercialización del producto ya terminado -en este caso, de ornamentales- mirar también el final pero de **Horticultura Ornamental**.



**INDE**