

# Si duran, mejor

*La calidad, tanto en el proceso productivo como comercial, se va marcando como uno de los puntos más importantes de cara a una competitividad manifiesta.*

Entre nosotros, se hizo muy popular un dicho que decía: «Lo bueno de las plantas es que duren poco, así volverán antes a comprar más». Nada más lejano de la realidad.

Está claro que un cliente satisfecho con su adquisición repetirá en la compra. De lo contrario, se encontrará engañado y buscará en otros artículos y proveedores una mejor inversión de su dinero.

Por tanto, nos encontramos en una situación actual en que la calidad en todo el proceso, tanto productivo como comercial, se va marcando como uno de los puntos más importantes de cara a una competitividad manifiesta. Así, vemos como los viveros buscan, al margen de una buena representación exterior, un buen estado sanitario y nutricional de la planta o flor que garantice el mayor período posible en buen estado dentro de la comercialización y post-venta. En esa misma línea, las comercializadoras y puntos de venta también se esmeran en ofrecer sus productos con la mayor garantía post-venta.

De hecho, cuando preguntamos a una persona qué le pide a una flor, una de las primeras respuestas es: «Que dure mucho». Y esta respuesta se encuentra por encima de otras como que sea barata, que posea aroma, etc.

Con todo esto queda claro que si la planta dura más, es mejor para todos. Por eso, todo el sector trabaja en este tema. El productor cultiva plantas dándoles lo que más les conviene. Ya no le vale cualquier tipo de maceta, de sustrato o de abono y, de hecho, cada día quedan menos productores interesados solamente en el precio de compra de estos materiales. Saben reconocer el valor añadido que en muchos casos representa el éxito de la producción. En esta misma dinámica, se da la circunstancia de que aquellos que sí van por



Foto superior, modelos de copa con tronco desarrollado con estilo «fantasía» hacen de cada unidad algo único, producidos por Orvifrusa. En la foto derecha, aspecto de distintos formatos de la línea en maceta, producidos por Clavisa.

**L**os viveros buscan, al margen de una buena representación exterior, un buen estado sanitario y nutricional de la planta o flor que garantice el mayor período posible en buen estado dentro de la comercialización y post-venta.

precio tienden a formar un «paquete» con las empresas que se alejan de la cima del mercado a gran velocidad, en contra de las empresas que apuestan por la calidad en todos los sentidos.

En los puntos de venta vemos como decoran los escaparates y evoluciona la presentación de los productos, invitando a un mayor consumo. Y como cada día el cliente final exige más, no hay otra salida que ofrecer productos que creen la mayor demanda posible, satisfaciendo las exigencias de ese cliente.

Desde cada número de la revista Horticultura Ornamental-Xerojardín vemos ese esfuerzo por parte de las empresas, además de encontrar ideas con las que trabajar y mejorar número a número en este sentido. Por el



contrario, aquellas empresas que continúen inmersas en el concepto inicial, sólo servirán para marcar el punto de referencia de dónde estábamos con respecto a dónde nos encontramos.

Un punto sobre el que cabe reflexionar es el informe emitido recientemente que sitúa a España como el noveno país del mundo donde mejor se vive. Hace tan sólo un año, estábamos en el lugar 23. Vamos muy deprisa y la información es fundamental para aquellos que aspiran a estar en cabeza. Horticultura Ornamental-Xerojardín es una buena herramienta de información sobre la distribución y consumo en el sector ornamental.



INDE