



Una flor tradicional

Consumo y producción de clavel

El clavel es una flor española tradicional, que está actualmente teniendo dificultades frente a la competencia de otras especies florales. Pero cuenta a su favor precisamente con eso, lo tradicional de su consumo. Miguel Romero expuso en las Jornadas Técnicas de Flores y Plantas ornamentales de Chipiona sobre su producción y consumo. Presentamos una adaptación de su intervención.

Miguel Romero González

Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente, Murcia

Consideraciones sobre consumo

El clavel "*Dianthus caryophyllus*" (de la familia de las Caryophyllaceas, género *Dianthus*) recibe este nombre que significa "Flor de los Dioses" pues para su honor se cultivaba en el Imperio Romano.

A nivel mundial, junto con la rosa, es el clavel la flor más consumida,

prácticamente conocida en todos los países del planeta, aunque con diferentes matices:

En España, como país europeo máximo productor, es la flor más consumida y más producida, preferentemente para regalo. Se caracteriza su consumo porque se incrementa en determinadas fechas señaladas (todos los santos, navidad, enamorados, semana santa, madres, etc...). El miniclavel es menos conocido y no sufre estos máximos y mínimos.

En Portugal, los hábitos de consu-

mo son muy parecidos a los españoles. El clavel rojo es el símbolo de la libertad desde la "Revolución de los Claveles" en 1974.

En Japón, es tradición aún cuando su flor tradicional es el crisantemo, regalar a las novias claveles blancos y a las madres claveles rojos.

En el Reino Unido, Flying Flowers vende únicamente claveles por catálogo y por correspondencia, facturando anualmente 10.000 millones de pesetas.

Y en Francia, esta flor es una paradoja. Aunque históricamente no fue así, en la actualidad los franceses la utilizan en situaciones de luto, como anunciantes de malas noticias.

Los profesionales franceses están haciendo grandes esfuerzos para cambiar los hábitos del consumidor hacia el clavel. Así, el colectivo de proveedores floristas y el Salón profesional de la floristería Hortiflor, recientemente celebrado en París, ha elegido al clavel como "La Flor del 2000" apoyando esta iniciativa con gran aparato publicitario.

Más próximo a nosotros, certámenes florales como Expoflor-Lorca ha dedicado en su última edición una atención especial al clavel para incidir en su consumo y promoción.

Terminamos con el consumo en Israel y Holanda. Ambas son las naciones donde la ingeniería genética alcanza las más altas cotas y son punta de lanza en la producción de material vegetal, tanto de clavel como de otras especies florales.

Israel es mucho más productor que consumidor, con destino preferencial a los mercados exteriores vía aérea.

Holanda es eminentemente comerciante pero no de su propia producción de clavel, que apenas tiene, sino de la que captan de todo el mundo sus grandes subastas y que sitúan en cualquier lugar sus organizadísimas cadenas de distribución.

En general, los países del sur de Europa prefieren el clavel monoflor y son a la par consumidores y comerciantes. El clavel es una flor que se ofrece. Pero en los países del norte, no productores, prefieren el miniclavel para el consumo personal.

El consumo de flor y palnta en España ha pasado en los últimos 20 años de 800 pts per cápita a más de 5.000



El comercio internacional tampoco desdeña al clavel como se documenta en esta imagen de la feria de Aalsmer (Países Bajos).

actualmente (incluía flor y planta ornamental), más del 80% de las mismas en fechas punta ya citadas, aún muy lejos de Alemania y Suecia, con casi 12.000 pts per cápita. Es sin lugar a dudas la flor que mejor conservación en agua tiene, incrementada si se realizan sencillas operaciones caseras de mantenimiento o mejor, si se le aplica un conservante específico.

Tipos de clavel

Ofrece una gama comercial superior a otras especies: colores rojo, blanco, rosa, violeta, granate naranja, amarillo, melocotón, lila cereza, jaspeado, fantasía, con sus diversos tonos. Aparecen continuamente novedades en los catálogos de los grandes productores, de forma que en monoflor ya tenemos el verde y el marrón, y en mini se comercializa en Japón y Australia un azul-lila de obtención holandesa conseguido por transgénesis de color azul de otras especies al clavel (Azul del Iris Profesor Blaaw a Ideal).

Existe de pétalo liso o dentado, tipo Chinera, de mayor o menor superficie y longitud. Cáliz más o menos vo-

luminosos; tallos de nudos más o menos patentes, de extraordinaria rigidez y capaz de satisfacer a cualquier mercado de cualquier lugar del mundo.

Quizá el consumidor añore el aroma, pero en el complicado proceso genético, esta característica prácticamente se ha perdido un poco voluntariamente ya que las flores más perfumadas desprenden más etileno, que perjudica seriamente su conservación y transporte.

Podemos finalizar este apartado asegurando:

- que el clavel es una flor que morfológicamente no se parece a ninguna otra flor
- que aporta unas características comerciales idóneas

Consideraciones sobre producción

Sin querer entrar en el intrincado mundo de las cifras, es Colombia con más de 1.300 ha, el país máximo productor de clavel del mundo, seguido de España, con unas 1.000 ha y primer productor europeo. Le siguen los países africanos con Kenia a la cabeza, y

los asiáticos a continuación (Japón y China).

Se estima que la producción mundial alcanza los 12.000 millones de tallos comercializados.

Refiriéndose a España, queda dicho que es el máximo productor de Europa, situándose las zonas productivas como sigue:

Andalucía, con más de un 60% de la superficie, concentradas den las comarcas orientales (términos de Chipiona, Sanlúcar y Rota), y una zona menos extensa en Sevilla, que de un predominio del miniclavel con destino al exterior, ha ido virando hacia el monoflor, introduciéndose otras especies alternativas como los complementos, bulbos y otras flores cortadas (rosa, crisantemo, gerbera, etc) aunque con menor peso específico.

Región de Murcia, con aproximadamente un 15% al 17% del total nacional, y que en los últimos 10-12 años ha experimentado una evolución en sus producciones pasando de un 95% de clavel y gladiolo a una diversificación de la oferta tal que se pueden contabilizar hasta 30 especies diferentes de flor y complementos en los mercados. Con todo, sigue siendo el clavel monoflor el predominante, con un 50% de la superficie regional, y términos municipales como Lorca, Puerto Lumbreras y Cehegín, donde es absolutamente mayoritario.

El clavel es una especie con una morfología única, con una amplia gama de colores y con características comerciales idóneas

En Galicia y la cornisa norte se produce debido a sus características climáticas, el único clavel de verano de cierta calidad, con tecnologías y construcciones sencillas, incluso al aire libre, con destino exclusivamente al mercado nacional.

Y en el litoral levantino, de Alicante hasta Maresme, predomina la planta ornamental y otras especies de más altas exigencias tecnológicas y donde el clavel se produce en explotaciones aisladas.

Iberflora **EUROAGRO**
conexión verde
2000



19 AL 21 DE OCTUBRE
VALENCIA · ESPAÑA



SALÓN DE LA TECNOLOGÍA
HORTÍCOLA Y AGRÍCOLA



Iberflora

FERIA INTERNACIONAL DE HORTICULTURA
ORNAMENTAL, FORESTAL Y FLORISTERÍA



SALÓN DEL JARDÍN,
URBANISMO Y PAISAJISMO

Feria Valencia: Avenida de las Ferias, s/n E-46035 Valencia (España)
Apdo. (P.O.Box) 476 E-46080 Valencia • Tel. 34-963 861 100 • Fax 34-963 636 111 - 963 644 064
E-mail: feriavalencia@feriavalencia.com • Internet: <http://www.feriavalencia.com>



**FERIA
VALENCIA**

Como hecho anecdótico podemos citar que en una región tan importante en el sector como las Islas Canarias sólo unos pocos floricultores cultivan pequeñas parcelas de clavel al aire libre, con destino local.

Tradicionalmente, el clavel ha seguido dos tendencias diferentes: Andalucía ha producido predominantemente para la exportación cuando el grueso de su producción lo constituía el miniclavel. El resto del país ha cubierto con su producto preferentemente el mercado del mercado nacional con sus producciones de monoflor. Actualmente, la situación ha sufrido un giro de tal forma que Andalucía, aún con vocación y estructura predominantemente exportadora especialmente hacia las grandes subastas holandesas (Aalsmeer, Westland), acude al mercado nacional cuando, por las razones más diversas, el proceso exportador falla, con las siguientes repercusiones de precios a la baja, desequilibrándose la oferta con la demanda.

La producción andaluza de clavel se vuelca a la exportación, mientras otras regiones productoras abastecen el mercado interno

Murcia y el litoral levantino, aún con marcado predominio de producciones de monoflor sobre miniclavel, mantiene el mercado interior de otoño a primavera con acusados síntomas de saturación, por lo que se han incrementado las exportaciones llegando algunos comercializadores a situar en el exterior hasta un 5% de sus entradas.

El destino en este caso, aún cuando las subastas holandesas no se mantengan ajenas al proceso, son los países de la UE y otros no comunitarios como los del Este, donde una minoría de su población dispone de un alto poder adquisitivo.

El norte sigue produciendo en verano para el mercado interior, junto con el clavel procedente de otras regiones que al final de su vida comercial agotan su rentabilidad con producciones estivales hasta el momento de arranque.

Aunque el clavel español cubre sobradamente las necesidades propias, no podemos pasar por alto el efecto que produce la presencia del clavel extranjero en nuestros mercados, sobre todo en fechas como Todos los Santos, en que nuestras producciones no aportan todavía la calidad deseada debido a los cada vez más calurosos otoños, y el clavel colombiano, compite con ventaja respecto a la calidad, y como consecuencia aprecio, con el español. Igualmente tenemos que hacer frente a la realidad que supone la expansión de esta especie en África.

El clavel ha sido siempre itinerante, desplazándose su introducción de norte a sur.

Los cultivo originales de la Rivera francesa se han quedado reducidos a plantaciones muy tecnificadas, sólo para producción invernal y con la renovación de planta anual en muchos casos, comercializando en el cercano y exigente mercado de Niza.

En un reciente viaje a la Región de Liguria (provincia de Imperia, capital San Remo) con los cooperativistas de Flor de Murcia, asociados a FECOAM, hemos podido comprobar cómo en el espacio de los últimos años han desaparecido 450 ha de clavel sustituidas por complementos de verde y flor, bulbosas y rosal, principalmente.

Este hecho se produce no sólo por la búsqueda de mejores condiciones climáticas para el empleo de instalaciones más económicas, sino de mano de obra más barata que sólo la pueden aportar los países en vías de desarrollo (junto con la alstroemeria, el clavel es la especie más exigente en trabajo humano).

La Península Ibérica recibió un día esta tendencia, desde Galicia, norte de Portugal y Cataluña, hasta Murcia, Andalucía y el Algarve, y actualmente debido al aumento del nivel de vida, carestía de la mano de obra y de los insumos, y al estancamiento de los precios (campañas hay que son comparables a los de hace 10 años), la especie sigue su viaje itinerante hacia el sur (Marruecos, Turquía, Kenia y otros países del África profunda) donde se pueden abaratar los costes, que es una de las dos posibilidades existentes:

- O se produce más barato
- O se vende más caro

Es decir, "éramos sur y somos norte".



Igualmente, visto desde fuera, sorprende que la UE en su OCM para flores, que data de 1968, no figure presupuesto alguno para Programas Operativos, que podrían favorecer la adquisición de factores productivos, abaratar los costos, como los tienen la mayoría de los productos agrícolas.

Sugerencias y propuestas

Considero que al sector en general y muy especialmente a la orientación productiva del clavel, le falta organización y derivado y consecuencia de ello, estructuras operativas.

La estabilidad de los precios percibidos por el cultivador de clavel (desde hace años apenas se ha movido alza el precio medio anual del tallo comercializado) y el aumento continuo del costo de los factores de producción, le ha llevado, o a abandonar el sector, o a abaratar al máximo los costes (ya que no vende más caro), con consecuencias derivadas como, por ejemplo:

- elaboración de planta procedente



El clavel presenta también atractivas variedades para maceta, como Diógenes® de Selecta Klemm.

de automultiplicación, con el consiguiente riesgo de transmisión de virus y pérdida de calidad y productividad, cuando no la total ruina de la plantación.

- al no existir apenas beneficio comercial, el modelo de explotación se ampara en la empresa familiar, cuya razón de ser es su marcado carácter social, ya que en ella, uno o más miembros de la unidad familiar tienen un puesto de trabajo fijo en su propia empresa, pero que como consecuencias derivadas lleva a que las explotaciones no se puedan modernizar por descapitalizadas, ni en instalaciones, ni en tecnologías, lo que repercute desfavorablemente en la calidad del producto final, ya que flor es igual a calidad.

El productor y el comerciante tienen que conseguir que el consumidor aprenda a conjugar el verbo repetir (re-

petir su compra de flor hasta convertirla en un hábito, incluso en una adicción) para lo cual debe quedar satisfecho en precio y sobre todo en calidad.

Este aislamiento del floricultor al que me refería anteriormente se puede ver paliado o quizá solucionado, mediante su pertenencia al movimiento cooperativo, para mí la ubicación idónea de cualquier agricultor, donde además de utilizar otros canales diferentes a la comercialización que le permitan dedicar todo su esfuerzo a la faceta productiva, encontrará asesoramiento técnico, en organización empresarial e información para acceder a la financiación que le permita acometer sistemas productivos, que como en el caso de la producción integrada, doten de más valor añadido al producto final que darían un toque de distinción a nuestro clavel, satisfaciendo cuotas de mercado cada vez más exigentes.

Como consumidor, me sorprende de la enorme diferencia existente entre lo percibido por el productor, y lo pagado por el consumidor, sobre todo en las fechas clave de las que se ha hablado, tanto más cuando la cadena de intermediación de estos productores no es tan larga como en los comestibles, y ante lo que el comercio debería reflexionar profundamente.

Quizá el clavel esté necesitado de una promoción a nivel nacional, no sólo para incrementar el consumo, sino para reconducirlo a unos hábitos de continuidad.

Observo igualmente, cómo los especialistas en arte floral, que de alguna manera marcan con sus trabajos las tendencias y las modas, emplean cada vez más materiales inertes (mimbre, caña, alambre, cordelería, cristal etc) más complementos de la más diversa naturaleza y origen menos flores cortadas y nada o casi nada de clavel. Y lo más sorprendente: los organizadores de los certámenes a los que son invitados (muchas veces mercados, ferias o exposiciones) se lo permiten.

Para un sector organizado y estructurado, que comercialice sus propias producciones, es imprescindible diferenciar entre floristería, dirigida por un profesional, donde "se trabaja" la flor, del puesto donde se vende a granel y se envuelve el ramo de claveles en un papel de periódico. Dudo que este último sea el comerciante idóneo para prestigiar el artículo.

En otro orden de cosas se hacen necesarias, sobre todo a nivel regional o cuando menos de zonas productoras, la presencia de asociaciones profesionales de floricultores, que al mismo tiempo que afrontan la solución a sus problemas de forma colegiada, se deben erigir en interlocutores válidos de las distintas administraciones, promoviendo acciones como la creación de marchamos de calidad o denominaciones de origen, y velando escrupulosamente por el cumplimiento de unas normas autoimpuestas que prestigien y promocionen el producto dentro y fuera de nuestras fronteras. Para ello, veo al movimiento cooperativo el más preparado y el llamado a ser el impulsor de estas acciones.

Al mismo tiempo, a nivel nacional, el sector debería estar agrupado en una interprofesional integrada por representantes de todos los sectores que intervienen en el proceso, y no sólo por parte de ellos:

- comerciantes mayoristas

El productor y el comerciante deben conseguir que el consumidor repita su compra de flores, hasta convertirse en un hábito

- comerciantes minoristas
- cooperativas del ramo
- organizaciones agrarias
- organizaciones de consumidores
- Administración

Y en lo que tendría perfecta ubicación una sección o grupo de trabajo específico de clavel.

Y por último, no podemos olvidar que en la economía del floricultor es donde ha de repercutir que el proceso se desarrolla lo mejor posible, ya que él es el verdadero motor del progreso, y al que hay que dotar del apoyo técnico-económico necesario y formación en organización y gestión de recursos humanos y empresariales, tanto por parte de la Administración como de sus propias entidades asociativas y organizaciones agrarias, deseablemente de una forma coordinada.