

Retos y posibilidades a los que se enfrenta el sector ornamental de la Comunitat Valenciana

A. Melián-Navarro¹ y M.A. Fernández-Zamudio²

¹ Universidad Miguel Hernández, CIAGRO. Ctra de Beniel, km. 3,2 03312 Orihuela (Alicante) amparo.melian@umh.es

² Centro para el Desarrollo de la Agricultura Sostenible (CDAS). Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias. fernandez_marzam@gva.es

Resumen

El sector ornamental en España se asocia mayoritariamente con el cultivo de planta viva, en maceta y contenedor, y algo menos con el de flor cortada, aunque también ha tenido su relevancia. Son cultivos muy intensivos en mano de obra y recursos, con altos niveles de inversión y tecnología, y que reportan un importante valor a las cuentas finales de la producción agraria, principalmente por el componente exportador. Los viveristas de la Comunitat Valenciana concentran más de un tercio de la superficie nacional y son un claro referente para todo el sector español. Este trabajo tuvo como principal objetivo detectar las expectativas de futuro que perciben estos empresarios, con el fin de percibir en qué áreas hay que seguir trabajando para garantizar la continuidad del sector ornamental. Se recopilaron 33 encuestas realizadas en una sesión conjunta a viveristas valencianos. Con sus respuestas se ha realizado un análisis DAFO que ha permitido identificar los retos y posibilidades a las que se enfrenta el sector ornamental en dicha Comunidad. La aportación recabada tiene un valor especial dado el rol profesional que asumen, más elevado que otros productores agrarios. En general, son personas con un alto conocimiento técnico del cultivo, pero como actúan de forma directa en el resto de fases de la cadena de valor, también tienen información relevante en las cuestiones comerciales. Con los resultados obtenidos del estudio se puede concluir que son cultivos con una gran demanda de mano de obra, generando empleo cualificado por la alta tecnificación que requiere y que los mayores desafíos se centran en los de naturaleza legal y medioambiental. Habría que hacer un esfuerzo por transmitir a los consumidores la relevancia de aceptar un mayor precio por producciones de alta calidad, procedente de cultivos que generan mucha riqueza en el territorio.

Palabras clave: viveristas, análisis DAFO, flor cortada, mercado plantas ornamentales.

INTRODUCCIÓN

Las regiones del mediterráneo español han producido de manera tradicional gran diversidad de especies ornamentales. Según las estadísticas del Ministerio de Agricultura español en 2017 se registraron un total de 1.272 ha de flor cortada, básicamente rosas y claveles, aunque en los últimos años se han diversificado el número de especies. Por su parte, la cifra es de 4.954 ha de planta viva, ubicadas en la Comunitat Valenciana (35%), Cataluña (34%), Galicia (12%) y Andalucía (10%) (MAPA, 2020). Respecto a lo que ha

sucedido en los últimos años, se observa que esta superficie ha tendido a crecer en Galicia, y sobre todo en Cataluña y C. Valenciana que son las dos comunidades autónomas con mayor especialización en viveros ornamentales. Respecto a la flor cortada, la superficie ha descendido en todas las regiones, Andalucía es donde más flores se cultivan seguida de Canarias y Galicia. Centrándonos en la C. Valenciana hay 1.738 ha de planta viva ubicadas principalmente en la provincia de Valencia; y 125 ha de flor cortada (MAPA, 2020), con la mayor concentración en la provincia de Alicante. La especie más importante de planta en maceta y contenedor es la adelfa (*Nerius oleander*), junto a diversas plantas aromáticas, entre las que sobresale la lavanda (*Lavandula sp.*), y el romero (*Rosmarinus sp.*).

Aunque lo más frecuente es cultivar al aire libre, los viveristas disponen de estructuras de invernadero en las que incorporan dispositivos de control climático, buscando con ello ajustar los calendarios de comercialización. Otras tecnologías adoptadas tienen que ver con el abonado, el riego y el control fitosanitario. Habitualmente, el empresario agrícola entiende que la inversión en tecnología es la manera más directa e inmediata para garantizar la viabilidad de su explotación, mientras que perciben que otros aspectos como la distribución, la presentación final de las producciones, el marketing o la promoción, dependen más de los siguientes eslabones de la cadena de valor (Fernández-Zamudio et al., 2010).

Unas cifras que informan de la importancia real de este sector son las del comercio. España exportó en 2018 (FEPEX, 2019) más de 340 millones de euros en plantas, el doble de las cifras de 2008, un hito muy relevante dado que es un periodo plenamente coincidente con la recesión económica que hubo en esta década en los principales mercados, y siendo que los ornamentales son productos no considerados de primera necesidad. No ha tenido la misma secuencia el mercado interior, fuertemente frenado tras el estallido de la burbuja inmobiliaria, lo que ha reducido la demanda de planta para ornamentación de nuevas zonas construidas, y quizás por ello la principal salida a la que ha optado el sector ha sido incrementar la internacionalización.

Para el caso de la Comunitat Valenciana, el dato que mejor muestra la importancia que este sector tiene en el territorio es su peso en las cuentas finales. Sobre el valor económico de la producción vegetal, la aportación económica del sector ornamental era del 8,7% en 2004, proporción que ha ido aumentando paulatinamente, y en 2018 ya alcanzaba el 18,2%. Estas cifras son más llamativas porque dicho valor se consigue solo con el cultivo de 1.863 ha, entre planta viva y flor cortada, mientras que por ejemplo los cítricos, que ocupan casi 168.000 ha, aportan el 44% de la producción vegetal (MAPA, 2020).

El objetivo del presente trabajo es analizar la percepción que los viveristas tienen sobre la situación del sector ornamental, y detectar los aspectos más limitantes así como las oportunidades que manifiestan, y que en principio definirían el futuro de este tipo de producciones.

MATERIAL Y MÉTODOS

Para reflexionar sobre los problemas y oportunidades actuales del sector ornamental en el territorio analizado, se parte de un DAFO que fue realizado en el marco del proyecto europeo Flormed, con respuestas de expertos y otro personal que opera en el sector

(Fernández-Zamudio y Roca, 2014). En noviembre de 2018, en una reunión sectorial de los principales viveristas del sector ornamental, se completó con un sondeo al que respondieron 33 empresarios/as. En él, se les pidió que puntuaran los aspectos del DAFO anterior y aportaran ideas nuevas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los principales resultados se resumen a continuación (Tabla 1). Se han ordenado las afirmaciones según han sido más ampliamente apoyadas. Los porcentajes reflejan el acuerdo obtenido sobre una puntuación total a las respuestas. Se les preguntaba con una escala ascendente, en la que 1 significaba nada de acuerdo con la afirmación, y 6 totalmente de acuerdo con la misma.

Sobre las fortalezas, el mayor consenso es que se trata de un sector que genera mucho trabajo, y que gracias a la tecnología se pueden obtener producciones de calidad. Además, los viveristas valoran sus conocimientos de los cultivos y su vínculo con los mercados, algo que consideran esencial, aunque no siempre lo logren. Sin embargo, valoran en mucho menor grado la bondad del clima y el hecho de no tener que utilizar grandes requerimientos técnicos para tener condiciones óptimas de cultivo, a la vez que admiten que no utilizan tecnología que les permita la recuperación de lixiviados.

En relación a las debilidades, indicaron de manera mayoritaria el que se requiera una alta inversión para mantener las explotaciones, algo que no siempre es posible porque se percibe que el contexto económico es muy cambiante, y no es fácil asumir riesgos. Los viveristas asumen que no tienen suficiente nivel formativo en temas empresariales ni comerciales, y creen que deberían mejorar su marketing e imagen corporativa. A nivel técnico, mostraron mucho menos interés ni ante la necesidad de que se deberían aprovechar los lixiviados, ni de que podrían reorientar su producción hacia una horticultura ornamental más ecológica. Tampoco dan relevancia al hecho de que puedan estar abonando en exceso, aunque no ha podido confirmarse si es que no son conscientes que realizan esta mala práctica, o bien no aceptan el hecho de que deberían reducir las dosis del abonado.

Respecto a las amenazas externas se quejan del exceso de restricciones legales, sobre todo en los fitosanitarios, y resaltan el que no haya alternativas a las mismas. Si los mercados se rigen por el precio más que por la calidad, difícilmente podrán competir con los países productores que tienen menores costes. Por otra parte, no llegan a reconocer el que les falta presencia en los medios sociales y que emplean poco las nuevas tecnologías, algo que les ayudaría a acceder a los nuevos mercados y a conseguir diferenciarse.

Finalmente, con las oportunidades, los aspectos técnicos parecen ser de nuevo los menos relevantes. Por ejemplo, apenas nombran la posibilidad de usar aguas recicladas, o sustratos derivados de los procesos de agrocompostaje. Sí insisten más en las cuestiones del mercado, por ejemplo a la necesidad de producir de manera distinta y abrir con ello nuevos mercados. También afirman que el mercado interior aún tiene opciones de crecer y que necesitarán adaptarse a lo que demandan los clientes.

Reflexionando sobre este sector sus principales desafíos se centran en los aspectos de naturaleza legal y medioambiental. La UE está pidiendo producciones menos contaminantes, no emitir tantos lixiviados ni residuos plásticos, y en lo posible asumir las

reglas de la producción ecológica. Pero internamente existe un gran debate, acerca de por qué a estas especies que mayoritariamente no se destinan al consumo humano, se les somete a tantos controles y limitaciones en el uso de químicos, y la dificultad que tienen ante las exigencias de los comercios que no admiten ningún defecto estético ni presencia de patógenos en las plantas y flores.

La preocupación mayor de los viveristas se sigue centrando en los temas económicos y comerciales, más que en los de naturaleza agronómica o técnica, quizás porque los primeros son más difíciles de abordar por los productores al derivarse de las circunstancias del mercado. Es cierto que si no hay un incentivo económico en una actividad que requiere de tanta inversión, será difícil motivar a los productores para que adopten prácticas más ecosostenibles. El futuro por lo tanto también pasa por concienciar al consumo haciéndole ver que vale la pena asumir un mayor precio por producciones de alta calidad y que generan mucha riqueza en el territorio. El valor que tienen las plantas y flores mediterráneas es una tarea pendiente que debe abordarse de manera conjunta por parte de todo el sector y con ayuda de las administraciones.

Agradecimientos

Al proyecto IVIA "Implementación de una herramienta digital para seguimiento de los costes de producción de la Comunitat Valenciana. Evaluación de la sostenibilidad económica", cofinanciado con Fondos FEDER.

Referencias

- FEPEX. 2019. Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas. Datos del sector de Flores y Plantas Disponible en <http://www.fepex.es/>
- Fernández-Zamudio, M.A., Roca, D., Bartual, J., Verdeguer, A., Martínez, P.F. 2010. Situación actual de la producción de los cultivos ornamentales en el mediterráneo español. *Horticultura*. Vol. 291: 26-31.
- Fernández-Zamudio, M.A. y Roca, D. 2014. Claves de la producción y comercio de la plana ornamental en la Comunitat Valenciana. *Actas de Horticultura*, 68:246-253.
- MAPA. 2020. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Diferentes Anuarios de Estadística Agrarias. Disponible en <https://www.mapa.gob.es/es/estadistica/temas/>

Tabla 1. DAFO sobre el sector ornamental en la Comunitat Valenciana. Relevancia de ítems en %.

Fortalezas	%
El nivel técnico de las explotaciones permite cumplir con elevados estándares de calidad	20,8
Ciclos de producción continuos, que dan estabilidad a la mano de obra y facilitan su profesionalización	20,5
Vinculación del productor con el mercado destino, lo que facilita conocer sus necesidades y adaptar su oferta	20,3
El sistema de producción en contenedor facilita el rápido paletizado del producto final y optimiza la gestión logística	15,3

Las estructuras de producción no necesitan excesivos requerimientos para el control del clima	11,8
Las instalaciones están capacitadas para que se mejore la optimización del riego y del abonado y recuperar los lixiviados	11,3
Debilidades	
Las mejoras que se requieren suelen suponer una inversión importante, algo complicado en el contexto económico actual	23,7
No se realizan acciones de marketing ni otras que mejoren suficientemente la imagen comercial de las explotaciones	18,3
Los productores no tienen una formación suficiente en temas económicos y comerciales	17,5
Se necesita apostar en mayor medida por un control de plagas y enfermedades más ecológico	17,2
No se aprovechan bien la tecnología que existe para control de los aportes hídricos y de fertilizantes	13,4
Hay un sobreexceso de abonado, quizás porque no representan un coste relevante y también porque se desconocen las necesidades reales de los cultivos	10,0
Amenazas	
Cada vez son mayores las restricciones de productos fitosanitarios autorizados, y no se tienen alternativas claras	23,6
Fuerte competencia de otras zonas y países que ofertan producciones muy diversas y de menores costes	20,5
Hay un mercado masivo que se deja llevar básicamente por el precio, y que no retribuye la calidad o el producto diferenciado por ej. plantas ecológicas	20,5
También se prevén limitaciones legales, sobre residuos fitosanitarios, emisiones, lixiviados, otros residuos, etc.	18,2
La demanda es cambiante y está incorporando hábitos de consumo muy ligados a las nuevas tecnologías, en las que el sector aún tiene escasa presencia	17,1
Oportunidades	
La demanda es cada día más diversa y surgen nuevas oportunidades de negocio con producciones distintas que se ven rentables porque aún son minoritarias	24,6
Gracias a las nuevas tecnologías se puede acceder a un mercado más global y hacer llegar las producciones directamente al consumidor final, sin tantos intermediarios	22,6
El consumo interior tiene opciones de crecer, aunque para ello hay que saber adaptarse a los clientes	18,0
La escasa dependencia energética es una ventaja estratégica y aún mayor en épocas de crisis	15,9
Cada vez más posibilidad de usar substratos obtenidos del compostaje de residuos vegetales	10,7
La cercanía a plantas de depuración de agua facilita el uso de las aguas tratadas como fuente de suministro hídrico	8,2