

Una corta reflexión sobre los desarrollos en el negocio hortícola



Göran
Wikesjö

▲
Pelpor, LDA
goran@pelpor.pt

La gloria romántica del pequeño jardinero del pasado ha abandonado para siempre a nuestra industria hortícola. Debemos imaginarnos cómo será nuestro futuro consumidor

Durante los últimos 25 años el mercado de la horticultura se ha desarrollado muy rápidamente debido también al rápido crecimiento económico en varias zonas de Europa.

Los supermercados han absorbido buena parte de las ventas y también se han desarrollado numerosos centros de jardinería y cadenas de bricolage.

Este crecimiento del mercado ha permitido a los productores incrementar las cantidades producidas y también su especialización. Nuevos avances en el campo de la micropropagación han ayudado mucho para mantenerse al día con el incremento de la demanda. Nuevas variedades más resistentes a las enfermedades son también más fáciles de producir.

En el mismo lapso de tiempo los productores han tenido que enfrentarse con tremendos incrementos del precio de la energía, de la mano de obra, del transporte y de otros costos, mientras que los precios de sus productos se han mantenido estables, sin aumentos comparables a los de los costos.

Han habido progresos tecnológicos fantásticos que permiten ahorrar en energía y en mano de obra, y también ser más eficientes en logística. Hoy en día los invernaderos han transformado en grandes a las pequeñas empresas de otro y la gloria romántica del pequeño jardinero del pasado ha abandonado para siempre a nuestra industria hortícola.

Pero aun debemos mejorar; en el futuro tendremos aun más responsabilidad hacia el

consumidor final. Nuestros productos deben tener un sabor y color adecuados, deben presentarse en condiciones de ser usados inmediatamente y estar libres de residuos de fitosanitarios.

En lo que respecta a la horticultura en su conjunto, ya sea de hortalizas, de flores, de frutas o de plantas en maceta, debemos tratar de imaginarnos cómo será nuestro futuro consumidor. Este consumidor es una persona muy ocupada, que tiene muy poco tiempo para ir de compras y solo una terraza para “jardinear”. Él o ella son educados e informados y conocen la necesidad de mantener un medio ambiente y unos productos “sanos”.

Una gran parte de los productos hortícolas del futuro tiene que estar hechos “a la medida”, como ya lo son los productos de IV gama. Aun si se trata de una planta en maceta. Por supuesto que esto requiere mayores costos, pero si no manufacturamos nuestros productos de forma que se adapten a los hábitos modernos no podemos esperar tampoco cambios de precios positivos y significativos. En el futuro tendremos que introducir muchos más productos en el mercado para mantenernos al día con ese nuevo mercado bien educado. Siendo como somos la “industria verde”, tenemos una gran responsabilidad y también una gran oportunidad durante los años venideros. En los estilos de vida de ahora la oportunidad es que la gente quiere más verde.

