

# Anthurinfo

AÑO 17 | NR.3 | JULIO 2009

## VARIEDADES

### Flores Anthurium para crear ramos y bouquets

Sin pensarlo demasiado usted cierra de nuevo una caja. Se trata evidentemente de un magnífico producto al que ha dedicado todos sus esfuerzos: la calidad, el aspecto, el embalaje... Todo está perfecto. ¿Pero qué está vendiendo exactamente? Una caja de flores de Anthurium no es un producto final, sino que todavía será sometido a varios procesos a lo largo de toda la cadena de producción. Cada año se venden millones de ramos. Gracias a las continuas innovaciones en el campo del desarrollo floral y una buena colaboración entre los distintos eslabones de la cadena de producción, al Anthurium le auguramos unas expectativas todavía mayores que hoy día. Efectuando una cuidadosa combinación, estas flores garantizan al conjunto del ramo una duración de dos semanas.



Un ramo de flores de Anthurium siempre es un placer para la vista.



*Bellísimo y sencillo*

Narita®, Lumina®, Artica® y Feska® son cuatro variedades con unas características específicas que las hacen ideales para lucir en ramo. Narita es una flor compacta con forma de mariposa. Recibe el nombre del aeropuerto internacional de Tokyo y es roja como el sol naciente. Sus espigas son de un color verde sólido y permanente. La nueva variedad Lumina ofrece una particular apariencia. Muchos floristas reaccionan entusiasmados al conocer esta flor color crema realzada por una sutil vena color verde. Resulta fácil de combinar con otros colores y el alegre "enroscamiento" de la bráctea la distingue del resto.

Artica se caracteriza por su pureza. Y no únicamente por su color sino porque sus flores no se dañan fácilmente. Las flores se elevan generosamente por encima de las hojas, lo cual simplifica también la cosecha. Artica es una flor que tolera el frío, por lo que puede resistir temperaturas ligeramente más frías por un período breve de tiempo como, por ejemplo, durante el transporte. En circunstancias normales, su duración media es de 30 días. Feska es una flor vistosa cuya bráctea presenta una forma ligeramente erguida, por lo que resulta muy fácil de procesar. Al ser su hoja pequeña, permite cultivar un número ligeramente mayor de plantas que la media. Todas estas variedades poseen una excelente duración y una magnífica producción que supera con creces las 100 flores.

## ENTREVISTA

### Bernadette Kapteijn, de Pull Position

Pull Position es una oficina independiente formada por empresarios del sector de la floricultura y planta ornamental. Sus actividades incluyen, entre otros cometidos, la organización e implantación de estrategias de marketing y venta, la elaboración y ejecución de planes de marketing, y la prestación de servicios intermedios para la comercialización del producto. Bernadette Kapteijn se ocupa principalmente de las actividades de marketing y le formulamos algunas preguntas sobre temas importantes del mercado actual.

#### ¿Qué significa 'pasión' para usted?

Alcanzar un objetivo con dedicación y entusiasmo. Crear algo bello con lo que las personas puedan sentirse felices. Nuestro lema habla por sí mismo: 'Con sus productos y nuestra pasión, juntos seduciremos al cliente.'

#### ¿Por qué desea seducir al cliente Pull Position?

Porque los clientes son muy hábiles. Hay tanto por escoger que tienes que captar y atraer su atención hasta el momento de la compra.

#### ¿Por qué cree en una estrategia 'pull'?

En lugar de incitar al fabricante (cultivador) a 'ir' hacia el cliente, es el cliente quien viene 'atraído' hacia el producto.

Un ejemplo de estrategia 'pull' consiste en una acción dirigida a incrementar la preferencia por determinado producto. En el mejor de los casos, esta estrategia hace que los clientes se dirijan directamente al minorista, induciéndolos a comprar el producto de los cultivadores. Junto con otros eslabones de la cadena de producción de flor ornamental, estamos trabajando para nuestro cliente común: el consumidor. Analizando en profundidad las necesidades y los deseos del consumidor también seremos capaces de saber qué producto debemos fabricar y cuál es el modo más apropiado.



Los empleados de Pull Position (de izquierda a derecha): John Olsthoorn, Bernadette Kapteijn y Frank van Mil

ado para ofrecerlo en determinado momento.

**Se ocupa del marketing de muchos cultivadores. ¿Qué destacaría de este ámbito?**

A menudo los cultivadores olvidan que deben lidiar con varios clientes objetivo o eslabones de la cadena de producción distintos, por lo que deben enfrentarse a necesidades y deseos diferentes. Mi misión consiste en aconsejarlos que hablen todavía más con los compradores, que los visiten y que consoliden y refuercen una relación mutua.

**¿Cómo responde Pull Position a los nuevos desarrollos lanzados al mercado?**

Siempre sometemos a estudio el impacto que un producto obtendrá en los consumidores. Si partimos del punto de vista del consumidor y somos capaces de convencer a todos los implicados en la cadena de producción de que debemos trabajar conjuntamente, siempre habrá mercado para estos magníficos productos. En este proceso tampoco ignoramos al cliente final (el consumidor), con el cual mantenemos un estrecho contacto para averiguar qué le gustaría comprar.

**¿Cuáles son las previsiones de Pull Position para el período 2009-2013?**

En el 2013 el mercado ganará en exigencia y transparencia por parte de todos los implicados. El cliente quiere poder hacer sus pedidos con rapidez, preferiblemente en el plazo de 24 horas, y comprar exactamente lo que satisface todos sus deseos y especificaciones. Los

productores a gran escala desean absorber el comercio. La colaboración cobrará cada vez más importancia; las empresas que deseen guardarlo todo para sí quedarán excluidas por la transparencia del mercado.

**¿Cuál es su balance del pasado 2008?**

El 2008 fue un año con un aumento de los costes de la energía y de mano de obra, un decrecimiento del volumen de ventas en países como los EE.UU. y el Reino Unido, y caracterizado por un euro fuerte y la crisis del sector del crédito. Mucha gente ha expresado ya su opinión acerca de esta coincidencia de efectos negativos en la que el sector de la floricultura y planta ornamental tampoco ha quedado al margen. No obstante, tenemos plena confianza en que vamos a superar este bache económico, después del cual las empresas fuertes obtendrán incluso una posición más prevalente.

**¿Cuáles son los desarrollos económicos que deben tener en cuenta los cultivadores?**

En los próximos meses debemos esperar a que disminuya la reticencia a conceder créditos por parte de los bancos, así como el temor de los empresarios a invertir de nuevo. Para el sector del cultivo de planta ornamental resulta importante continuar invirtiendo porque, si se mantiene inactivo, otros puede hacerse con más oportunidades de mercado.

**¿Veremos a Pull Position adoptar una nueva estrategia 'push'?**

En el momento adecuado estamos en disposición de adoptar una estrategia 'push'. No hay nada malo en ello. En una estrategia 'push', la empresa intenta fomentar las ventas haciendo más fácil la oferta disponible. Sin lugar a dudas, cuando el mercado decrece, también debemos intentar dar un impulso de vez en cuando. Ello sin perder de vista dónde se quiere llegar y cuál es el objetivo final. La estrategia 'pull', en cambio, es una estrategia a largo plazo.

**Eveliëne Hartmanns**

NB. Para leer la entrevista completa a Pull Position, visite nuestro sitio web: [www.anthura.nl](http://www.anthura.nl)

**DE VIAJE**

**En Alemania**

Alemania, oficialmente llamada República Federal de Alemania, cuenta con más de 82 millones de habitantes y se erige como el mercado más

importante para la industria de planta ornamental holandesa. El país es conocido por sus coches de calidad, así como también por sus festivales de cerveza y sus salchichas. La salchicha clásica donde las haya es el Currywurst, servido a rodajas sobre una platillo de cartón, al que sólo hay que añadir salsa y curry en polvo y ¡listo para ser degustado! A los alemanes les gusta comer y beber bien, por lo que es un placer viajar a Alemania. Como Anthura Arndt tiene una filial en Borken-Burlo y Alemania es uno de los mayores mercados para el sector holandés de cultivo de flor ornamental, debo visitar este país con cierta regularidad y lo hago con gran placer. Los alemanes aman la calidad y durabilidad. No es ninguna coincidencia que las marcas automovilísticas alemanas exporten en todo el mundo, como también la cerveza alemana, aunque actualmente su economía se haya visto afectada también por el 'credit crunch' o la crisis de los créditos. La actual pérdida de confianza del consumidor y la presión sobre los precios en casi todos los grupos de productos están dificultando las ventas. Asimismo, el descenso de las exportaciones también está causando un aumento del desempleo entre nuestros vecinos orientales (el milagro económico alemán 'Wirtschaftswunder' de después de la Segunda Guerra Mundial



ya queda lejano). Al igual que el consumidor alemán está acostumbrado a la buena cerveza, que satisface el 'Reinheitsgebot' (el requisito de pureza de la cerveza alemana; la norma mejor conocida en el sector de la industria cervecera), también se debe garantizar la misma calidad en los productos de planta ornamental procedentes de Holanda. La gente se acostumbra a la buena calidad y no se contenta con cualquier cosa inferior. Debemos defender la preferencia que muestran los alemanes por los magníficos ejemplares de Anthurium y Phalaenopsis de procedentes de productores holandeses. A fin de cuentas, yo también continuo prefiriendo las marcas de vehículos alemanas que los nuevos modelos que veo por la autopista.

**Wim Gijzen**



Logotipo de Pull Position





## TÉCNICA DE CULTIVO

### Optimización del cultivo mediante el vaso o collar de cultivo

En el cultivo de la Phalaenopsis nos estamos encontrando cada vez más con el uso en el cultivo de un vaso o collar, en su mayor parte todavía en pequeñas cantidades en algunas mesas de cultivo normal. Para pasar por completo a utilizar estos utensilios en el cultivo, el cultivador debe proceder en distintas fases. El presente artículo pretende debatir algunas de las ventajas y desventajas de cultivar con dichos productos. El vaso o collar de cultivo se utiliza como ayuda para obtener una reducción de coste, así como para mejorar el producto final. Al utilizar un vaso de cultivo, la maceta se coloca por completo dentro de un vaso de  $\pm 20$  cm de alto. La parte superior de este vaso queda  $\pm 7$  cm por encima del borde de la maceta. Por otro lado, si se usa el collar de cultivo, éste tiene  $\pm 7$  cm de alto y se pasa por debajo de la maceta hasta el borde, fijándolo luego al borde de la maceta.

Las ventajas de utilizar estos productos auxiliares son las siguientes: delimita el excesivo crecimiento de las raíces, disminuye los daños en el follaje durante las distintas tareas de cultivo, reduce las tareas de cultivo, aumenta el número de plantas por semana por  $m^2$ , mayor homogeneidad en el grado de humedad de la maceta, favorece un crecimiento más rápido y un mejor microclima. A continuación se comentan brevemente estas ventajas.

#### Delimitación del crecimiento excesivo de las raíces y menor daño en el follaje durante las tareas de cultivo

El crecimiento excesivo de las raíces resulta prácticamente imposible. Aunque a veces puede ser



*Se puede obtener un beneficio extra cultivando las plantas sin vaso o collar en el transcurso de las primeras 16 semanas para luego usarlo colocando las plantas a la distancia final.*



*La maceta se coloca por completo dentro de un vaso de  $\pm 20$  cm de alto. La parte superior de este vaso queda  $\pm 7$  cm por encima del borde de la maceta.*

que crezcan por una pequeña apertura entre el borde de la maceta y el collar. Asimismo, es evidente que las hojas sufren menos daños durante las tareas de cultivo.

#### Menos tareas de cultivo y más plantas por semana y por $m^2$

Por regla general, desde el trasplante a la entrega del producto, se viene cultivando un promedio de 50 plantas por  $m^2$ . El número de plantas por  $m^2$  en cultivos que utilizan vaso o collar oscila 52 y 68. En este caso, al llevar a cabo el trasplante, las plantas ya se colocan directamente a la distancia final de cultivo. Dicha distancia dependerá del tipo de collar o vaso en el que se cultiva la planta, ya que difieren considerablemente de diámetro, superficie o forma. Algunos modelos únicos están patentados o están pendientes de que se les conceda la patente. Esta explicación puede ilustrarse mejor utilizando un ejemplo. Supongamos que los costes fijos por semana por  $m^2$  ascienden a 1,85 €. En la duración normal de cultivo de 46 semanas, los activos fijos por planta ascienden a 1,70 € ( $1,85 \times 46 \text{ sem.} / 50 \text{ plantas}/m^2$ ). En un cultivo de 68 plantas por  $m^2$ , los activos fijos por planta ascienden a 1,25 €. Ello supone una reducción en los costes de 0,45 € por planta. Al cultivar las plantas directamente a la distancia de la fase final, se requiere una menor mano de obra, ya que no es necesario moverlas. Supongamos que ahorramos 0,08 € a la semana por  $m^2$  de mano de obra. Los activos fijos descienden a 1,77 €. En tal caso supone una reducción de más de 0,05 al no tener que moverlas. La conclusión a la que se llega es que un mayor número de plantas por  $m^2$  supone una reducción de costes por planta. El ahorro de mano de obra constituye un porcentaje relativamente pequeño en esta reducción total del precio.



Además, el número de plantas por semana por  $m^2$  puede incrementarse todavía más. Se puede obtener un beneficio extra cultivando las plantas durante las primeras  $\pm 16$  sin vaso o collar (80-84 pl/ $m^2$ ) para luego colocárselo y que sigan creciendo a la distancia final. Con este método se obtienen las ventajas siguientes:

- Más plantas por semana por  $m^2$ . Actualmente este número oscila entre 62 y 73 pl/ $m^2$  (los costes por planta son de 1,37 y 1,16 € respectivamente).
- Durante las primeras 15 semanas de cultivo, el microclima se crea de la forma habitual.



*Collar de cultivo*

Este método tiene el inconveniente de que implica una tarea extra de cultivo y el movimiento de la planta.

#### Mayor homogeneidad en el grado de humedad de la maceta

En el cultivo normal, a menudo aparecen diferencias en el grado de humedad de la planta debido a que las hojas se solapan, e incluso puede haber bajas por deshidratación. El collar o vaso hace



que el agua administrada se distribuya más uniformemente, lo cual resulta en un crecimiento más uniforme y quedan descartadas las bajas por deshidratación.

### Cultivo más rápido y mejor microclima

Es un hecho que, cuando se efectúan pocas tareas de cultivo, la planta no se ve perturbada tan frecuentemente y su crecimiento no sufre retrasos. Todavía no está claro si se puede crear un mejor microclima. Al iniciar el cultivo, las plantas se encuentran más separadas unas de las otras. La cuestión es en qué medida esto puede incidir sobre el microclima del vaso o collar. En la sección 'fría' y finalización de las plantas se colocan a una menor distancia las unas de las otras si lo comparamos con el cultivo normal, lo cual mejora el microclima. Los inconvenientes del uso de vaso o collar de cultivo son los costes, la mano de obra, la forma de las plantas y la intercepción de la luz solar.

### Costes

Un collar de cultivo cuesta entre 0,05 y 0,10 €, coste claramente inferior que un vaso, que cuesta unos 0,50 € aproximadamente. El vaso dura más (de 2 a 5 usos) que el collar, que a veces sólo dura un ciclo de cultivo. La compra de collares o vasos de una vez implica una inversión considerable, a lo que se debe sumar los costes de almacenaje de estos productos.

### Mano de obra

Ya se ha demostrado que los costes extra de mano de obra resultan relativamente pequeños con relación a la reducción de costes que se obtiene con el espacio ganado. No obstante, a la hora de tomar una decisión deberían tenerse en cuenta los costes extra de colocar los collares o vasos en las macetas, aún si esta tarea se automatiza.

### Forma de la planta

Al cultivar con un collar o vaso, los pares de hojas crecen hacia arriba. Al retirarse dicho vaso o collar, la posición de las hojas queda igual. Las hojas no adoptan una posición horizontal (a no ser que queden obstruidas por una vara floral y depende de la variedad).

### Intercepción de la luz solar

El mayor inconveniente probablemente lo constituya la intercepción de la luz solar. Las plantas ya no se hacen sombra unas a otras sino que se hacen sombra a sí mismas. Cuando se han desarrollado cuatro o cinco hojas y la planta está lista para el periodo de "frío", puede ocurrir que las hojas inferiores queden completamente tapadas por las dos hojas superiores, lo que va en detrimento de una inducción floral óptima. El cultivo con vaso o collar ofrece sin dudas perspectivas de optimizar

el cultivo y de reducir los costes. La rentabilidad de la inversión y del método de cultivo puede variar de una empresa a otra, por lo que es importante sopesar los pros y los contras antes de embarcarse en este proceso.

*Ed Konijn*

*Bureau IMAC Bleiswijk B.V.*

## ANTHURARIOS

### Nuevo empleado en el Departamento de Ventas

Me llamo Rudy van den Berg y me gustaría presentarme como nuevo empleado de Anthura. Desde mediados de febrero de este año he trabajado como representante de ventas de orquídeas de los Países Bajos. Tengo 29 años y vivo en De Lier (municipio de Westland). Me crié en una explotación agrícola de invernaderos. Mi padre fue cultivador en la provincia de Westland y poseía 9.000



*Rudy van den Berg*

m<sup>2</sup> de tomates, más tarde lechugas y finalmente crisantemos. Trabajé como representante de ventas para el reproductor seleccionador de vegetales Rijk Zwaan y como jefe de cultivo del vivero de pimientos Barendse. En Anthura me espera un inmenso pero estimulante reto: servir al mercado de la Phalaenopsis lo mejor posible seleccionando el surtido adecuado para cada cultivador.

## CONSEJO DE CULTIVO

En días extremadamente calurosos puede evitar que aumente la temperatura del invernadero y de las plantas protegiéndolos más de la luz. Aplicando ésta técnica de sombreado adaptable en el momento óptimo de la mañana podrá contrastar el aumento de temperatura.

## Asistencia de Anthura en las ferias comerciales de julio a octubre de 2009:

**Flowers 2009, feria de Moscú, Rusia 03/09/2009 – 06/09/2009**

**Flormart Miflor, feria de Padua, Italia 11/09/2009 – 13/09/2009**

**GLEE, feria de Birmingham, Reino Unido 20/09/2009 – 22/09/2009**

**FiaFlora Expogarden, feria de Sao Paulo, Brasil 23/09/2009 – 26/09/2009**

**7th China Flower Expo en Beijing, China 28/09/2009 – 05/10/2009**

**Hortifair, feria de Ámsterdam, Países Bajos 13/10/2009 – 16/10/2009**

## Asistencia de Dutch Creations en las ferias comerciales de julio a octubre de 2009:

**Alden Biesen, feria de Bilzen, Bélgica 21/09/2009 – 24/09/2009**

**Hortifair, feria de Ámsterdam, Países Bajos 13/10/2009 – 16/10/2009**

## COLOFON

Anthurinfo es una publicación de Anthura B.V. Este folleto se distribuye gratuitamente a todos los clientes en cinco idiomas: holandés, inglés, italiano, español, polaca y chino. La publicación Anthurinfo es trimestral.

Redacción: drs. Laetitia de Goeij

Anthura B.V.  
Anthuriumweg 14  
2665 KV Bleiswijk - Países Bajos  
Tel. (31) 10 - 529 19 19  
Fax (31) 10 - 529 19 29  
E-Mail: info@anthura.nl  
www.anthura.nl

Se prohíbe la reproducción total o parcial de la información sin previa autorización por escrito de Anthura B.V. Anthura B.V. y Bureau IMAC Bleiswijk B.V. no se responsabilizan de los consejos que aquí se publican.

Todos los derechos de propiedad intelectual de las marcas comerciales de las variedades de plantas anteriormente mencionadas son de la exclusiva propiedad de Anthura BV.