

GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

Viveiros de plantas ornamentais

* NA COMARCA DE TERRA CHA E
CONCELLO DE RIBEIRA DE PIQUÍN

35*



ÍNDICE:

1. ¿Qué es este documento?	3
2. ¿Qué zonas comprende el estudio?	4
3. ¿Qué es un vivero de plantas ornamentales?	5
4. ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay en la zona? ¿Qué características presentan?	7
5. ¿Quiénes son los clientes de un vivero de plantas ornamentales?	9
6. ¿Cuál es el mercado actual de los viveros de plantas ornamentales?	10
7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?.....	11
8. ¿Cómo competir en el mercado?	12
9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?.....	13
10. ¿Qué partidas de inversión requiere? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?	14
11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?	15
12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?	16
13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?	17
14. NOTA DE LOS AUTORES	18

1. ¿Qué es este documento?

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del **Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia**, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social, es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social. Por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

Este documento surge, por tanto, con el objetivo de acercar la información contenida en la Guía de Viveros de plantas ornamentales a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios de la Comarca de Terra Cha que forman parte de la Rede de Técnicos de Empleo coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como de los técnicos de los Grupos de Acción Local que en la actualidad están desarrollando las iniciativas comunitarias: AGADER (Fundación Comarcal de Terra Cha).

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Viveros de plantas ornamentales realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

2. ¿Qué zonas comprende el estudio?

El presente estudio socioeconómico engloba los ayuntamientos de la zona interior de la provincia de Lugo que se localizan al norte de la capital. En concreto se centrará en los ayuntamientos de Abadín, Begonte, Castro de Rei, Cospeito, Guitiriz, Muras, A pastoriza, Ribeira de Piquín, Vilalba y Xermade.

Salvo el ayuntamiento de Ribeira de Piquín que pertenece a la comarca Meira, el resto forman la comarca de Terra Cha.



3. ¿Qué es un vivero de plantas ornamentales?

Un vivero es la instalación destinada a los cultivos ornamentales es decir los orientados a reproducir plantas vivas mediante técnicas y ambientes más o menos artificiales teniendo en cuenta las características edafológicas del propio producto. El destino principal de su producción es el embellecimiento de espacios públicos o privados, ya sean interiores o exteriores.

Esta actividad lleva aparejada la aplicación de una alta tecnología en los métodos de cultivo, lo que permite la modificación del clima del recinto de cultivo, la regulación de los ciclos productivos o sus procesos de vegetación e inducción floral y el empleo de técnicas de post-recolección.

El proceso en el vivero acoge diferentes fases en función del método de reproducción de las plantas:

- En el caso de la planta ornamental, la **reproducción** puede ser: por esqueje adquirido a terceros u obtenido de plantas madre de la explotación, por semillado, como ocurre con las plantas vivaces u otras; o adquiriendo el plantel al proveedor para posteriormente engordar la planta.
- Tratándose de árboles y arbustos de gran porte el sistema habitual de reproducción es el esquejado.

El proceso de cultivo se inicia con el semillado o esquejado en pequeñas bandejas de plástico con o sin alveolos en la zona de manipulación. Posteriormente, se trasladan las bandejas a una **zona de germinación**, con instalaciones apropiadas, o directamente al invernadero.

Una vez enraizada la planta, la siguiente fase es el **repicado**, es decir, el trasplante desde las bandejas a una maceta pequeña y, normalmente, de plástico. Una vez que ha adquirido la fortaleza y el tamaño adecuado, o cuando las condiciones de la propia planta así lo requieran, pasa a los **umbráculos** para que se adapte a las condiciones climáticas naturales.

En su caso, para plantas de exterior o arbustos, el destino final, antes de su puesta a la venta, es el medio ambiente en **bancales de cultivo** exteriores. En el caso de los arbustos de gran porte, la última fase es su **trasplante a tierra** o a contenedores de gran tamaño, ya sean de barro o plástico. En el primer caso la venta se hace con *cepellón* y en el segundo en la propia maceta, que tiene una capacidad que puede ir desde los cuarenta a los doscientos litros.

Aunque en esta actividad todos los productores comercializan plantas y arbustos, debes saber que existen dos líneas básicas de cultivo:

GUÍA DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL

[VIVEROS DE PLANTAS ORNAMENTALES](#)

- Cultivo de plantas y pequeños arbustos.
- Cultivo de arbustos de gran porte y árboles.

4. ¿Cuántos viveros de plantas ornamentales hay en la zona? ¿Qué características presentan?

Según los datos del Registro Provisional de Productores y Plantas de Vivero, en la comarca de Terra Cha hay 5 viveros de plantas ornamentales, situados todos ellos en el municipio de Abadín.

Si nos referimos a la provincia de Lugo podemos localizar 17 viveros de plantas ornamentales, y si hablamos de la totalidad de la comunidad autónoma 157.

En cuanto a la condición jurídica, 6 de los 10 viveros registrados en la zona están constituidos como empresarios individuales.

Por lo que se refiere a la facturación, difiere de unas explotaciones a otras, motivada principalmente por el tamaño de la explotación, el tipo de cultivo, el tiempo necesario para el crecimiento de los arbustos de gran porte, de la programación hecha por el encargado y de la calidad obtenida en las plantas. La manera más simple de establecer la facturación media de una explotación es por el rendimiento del terreno útil. Así, el horizonte normal de este tipo de empresas se sitúa entre los 44 y los 50 euros por m², y el tope de facturación se sitúa entre los 60-70 euros por m². Sobre esto hay que tener en cuenta que la capacidad de producción sobre la superficie del invernadero es un 15% menos como consecuencia de los pasillos necesarios para controlar las plantas.

En cuanto al empleo, está ligado íntimamente a la dimensión del negocio y, por tanto, a su producción. Tienes que tener presente que la mayoría de los empleados temporales se contratan en épocas puntuales de la temporada, como puede ser para la siembra. En función del tamaño de la explotación y de las necesidades propias puede variar el número de empleados temporales.

Existe cierto grado de especialización en una u otra línea de cultivo, aunque con frecuencia ciertas variedades se producen indistintamente por unas y otras empresas. Las características específicas que presentan los productores en uno u otro caso son:

Cultivadores de plantas y pequeños arbustos

- Tienen de extensión entre 2 y 7 has.
- La principal aportación a su cifra de negocio proviene de este tipo de productos.

- La mayoría de los productos comercializados se concentran en: plantas de temporada; plantas anuales; plantas de interior; plantas vivaces; plantas aromáticas; plantas arbustivas de pequeño tamaño.
- El índice de superficie cubierta (invernaderos)/superficie total de la explotación, generalmente, supera ampliamente el 20%.
- Los continentes utilizados en la mayoría de sus productos no suelen superar los 3 litros de capacidad ni los 10-16 cm. de diámetro.
- El ciclo de cultivo es inferior al año.

Cultivadores de arbustos de gran porte y árboles

- Sobrepasan con frecuencia las 7 hectáreas de extensión.
- La principal aportación a su cifra de negocios proviene de esta tipología de productos.
- La mayoría de los productos comercializados se concentran en arbustos o árboles de gran tamaño (>C-8/10 o altura superior al metro y medio).
- El índice de superficie cubierta/ superficie total de la explotación rara vez supera el 5%.
- La comercialización de sus productos se suele realizar con cepellón o en contenedores superiores a los quince litros de capacidad.
- Pueden adquirir plantas al grupo anterior para continuar con su crecimiento antes de la venta.
- El ciclo de cultivo supera los dos años; pueden pasar incluso ocho años antes de poder colocar el producto en el mercado.
- El cultivo de productos en tierra firme, en términos unitarios, puede ser mayor que el cultivo en contenedor o maceta.

Otra diferenciación que podemos realizar dentro de la actividad se refiere al ciclo productivo de la planta. Existen empresas dedicadas exclusivamente a la producción de esquejes o plántulas para otras empresas, mientras que otros cultivadores optan por asumir el ciclo íntegro de reproducción, aunque también adquieran al exterior determinados esquejes.

5. ¿Quiénes son los clientes de un vivero de plantas ornamentales?

El cliente tipo de un vivero va a pertenecer a uno de los siguientes grupos:

- Mayoristas
- Centros de jardinería (*garden center*), empresas de diseño y mantenimiento de jardines y minoristas.
- Instituciones públicas
- Particulares

Las ventas a particulares suelen suponer un porcentaje mínimo de las ventas.

En lo que respecta a la forma de pago, salvo las ventas al público en general que se abonan al contado, se suelen otorgar plazos de cobro. A excepción de las ventas al sector público, el crédito otorgado oscila entre los treinta y los noventa días.

Un último aspecto que debes tener en cuenta de tus clientes es la estacionalidad que caracteriza a la actividad, no solamente en épocas puntuales, por ejemplo primavera, sino incluso de semanas, como ocurre en el caso de la venta de la flor de Pascua, e incluso de días, en el caso del crisantemo.

6. ¿Cuál es el mercado actual de los viveros de plantas ornamentales?

No disponemos de datos exactos sobre el tamaño del mercado de plantas ornamentales, puesto que se identifican con el mismo código arancelario que la flor cortada. De todos modos, se espera una evolución favorable del mercado de la planta ornamental, reforzada por la estructura del sector, incapaz de abastecer toda la demanda interna sin importaciones de productos de otros países.

Para determinar el tamaño de tu mercado deberás realizar una investigación previa y contrastar las expectativas de compra de los productos que vas a ofertar. Así, podrás determinar si la demanda existente puede soportar la entrada de un nuevo productor.

También es importante conocer qué especies o variedades se están demandando por si fuera necesario modificar la selección inicial de especies y variedades que has decidido cultivar.

Las consultas que hagas te permitirán conocer, al menos a grandes rasgos, dos aspectos importantes para el futuro de tu negocio:

- Si tu cartera de productos se adapta a las necesidades del mercado.
- Cuáles son las posibilidades y capacidades que tienes para colocar tus productos en el mercado.

Una vez que hayas acabado la investigación de mercado y conozcas la gama de productos estarás en condiciones de calcular, de manera aproximada, el tamaño de tu mercado.

7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> > Importaciones > Clima adverso (heladas) > Competencia desleal de productores no registrados oficialmente 	<ul style="list-style-type: none"> > Aumento del nivel de renta > Desplazamiento de la población urbana a zonas residenciales > Mercado internacional > Crecimiento de la demanda pública de estos productos > El anteproyecto de la Ley de Ordenación Urbanística y Medio Rural de Galicia > Actividad recogida por la normativa medioambiental europea de desarrollo sostenible
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> > Versatilidad en posibilidades de cultivo > No hay competencia por precio 	<ul style="list-style-type: none"> > Pocos canales de comercialización > Bajos rendimientos en la producción > Encarecimiento de la tierra > Necesidades de mostrar el producto para negociar con los contribuidores > Calidad del producto

8. ¿Cómo competir en el mercado?

En base a las instalaciones que tiene el cultivador, éste se especializa o deriva su producción mayoritaria hacia algún o algunos tipos de plantas, aunque por regla general, el catálogo de productos suele ser bastante amplio. Así, hay productores de plantas de temporada, trepadoras, arbustivas, de interior, vivaces, aromáticas, así como de arbustos ornamentales, árboles, etc. y sus distintas combinaciones, lo que permite una oferta amplia y variada.

Las condiciones que van a determinar la producción final son, básicamente tres: la capacidad técnica de la explotación, la calidad de las materias primas y la experiencia del gerente en lo que se refiere a la programación o planificación de los cultivos y temporadas. Aunque, los conocimientos profesionales del emprendedor acerca de determinadas especies o variedades, la capacidad tecnológica de que disponga el negocio, la dimensión de las instalaciones, el mercado potencial al que puedes concurrir, etc. determinarán en gran medida la línea de productos que se comercializará.

En el mercado existen varias categorías de plantas en función de las cuales se estipulan unos precios diferentes. La diferencia entre uno y otro nivel puede significar una importante variación en el volumen de facturación, por eso es importante cuidar toda la planificación o programación del proceso de producción para lograr entrar en el nivel más alto. Debes intentar situarse en un nivel medio alto de calidad.

La presentación del producto varía en función del tamaño de las plantas o arbustos comercializados. Mientras que las plantas se suelen vender en macetas de plástico de diámetro 10-12-14 cm., los arbustos y árboles de gran porte se venden en cepellón para poder ser trasplantados a su lugar definitivo, o bien, en contenedores de 40 a 180 litros de capacidad.

Además de la competencia de otros viveros, deberemos tener en cuenta la existencia de productos sustitutivos. Podemos citar la flor, tanto cortada como seca, principalmente para el embellecimiento de interiores. En algún caso específico, principalmente en la decoración de espacios interiores, la planta o el arbusto artificial puede constituir un producto sustitutivo.

Básicamente, el precio lo suele imponer el mercado en base a la oferta y la demanda. No obstante, la calidad del producto, la variedad o novedad del mismo influyen a la hora de obtener precios más ventajosos para el cultivador.

Lo habitual es que el productor tenga dos tarifas: una para mayoristas y otra para minoristas y público en general, aunque después cada empresario ajusta el precio en función de la cantidad a comprar.

9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?

La mayoría de los viveros no utilizan herramientas promocionales, salvo la rotulación de los vehículos y las tarjetas, algunos tienen catálogos con productos y precios.

Algunos están empezando a utilizar Internet, no sólo para darse a conocer sino también como canal de venta.

Las instituciones públicas colaboran en la promoción del sector por medio de campañas institucionales como fue en su momento la Campaña de Flores y Plantas del año 2000.

La asistencia a ferias es un buen método para darse a conocer incluso a clientes internacionales.

Además, para la venta del producto, la mayoría de los empresarios suelen utilizar la labor comercial para darse a conocer al inicio de la actividad.

10. ¿Qué partidas de inversión requiere? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?

Las empresas dedicadas a esta actividad no necesitan disponer de muchas instalaciones. Ahora bien, las necesarias suelen tener un alto coste económico.

- Zona semillado, esquejado, repicado, almacén de materias consumibles y zona de manipulación y embalaje.
- Zona de propagación de las plantas
- Invernadero.
- Umbráculo.
- Terreno exterior (sobre todo para arbustos de gran porte y árboles).
- Zona de plantas madre.

No todas las explotaciones disponen de las mismas instalaciones, puesto que estas varían en función de la selección que hagas para tu producción y del tamaño del vivero. En el caso de que te dediques a la producción de plantas a partir del plantel, no es necesaria la zona de propagación de plantas ni la zona de plantas madre.

En cuanto a los gastos, nos referimos a los desembolsos necesarios para el ejercicio libre de la actividad. Entre las partidas más relevantes podemos señalar: materias primas, sueldos y seguridad social, suministros, comunicaciones, servicios de profesionales independientes, publicidad y propaganda, seguros, gastos financieros, amortización, tributos.

Se deberá tener en cuenta que, durante un cierto tiempo al inicio de la actividad, los ingresos pueden ser escasos, por lo que será importante hacer una previsión para contar con fuentes de financiación hasta que se empieza a compensar el desfase entre ingresos y gastos. El tiempo medio de maduración del negocio es de aproximadamente un año, es decir, desde que se abre el negocio hasta que alcanza su pleno rendimiento pasa un año por término medio.

11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?

Los viveros tienen una organización de lo más sencilla, el emprendedor se encarga del trabajo en el vivero, de la supervisión de los demás empleados y de las labores comerciales. Si la estructura de la empresa así lo requiriera por su dimensión o por el segmento de clientela hacia donde desarrolla su actividad, podría necesitar de un comercial para visitas periódicas a clientes. Esta situación suele darse cuando prácticamente la mayor parte de su producción se enfoca el mercado minorista. El resto de los empleados estarían dedicados a las labores propias del vivero.

En las empresas de menor tamaño el empresario desarrolla la gerencia y con la ayuda de familiares desarrolla el resto de las tareas. En la mayor parte de los casos no tiene una formación profesional específica, por lo que necesita servicios externos.

Para el desarrollo de esta actividad no se requiere titulación específica, ya sea a nivel universitario o de grado medio. La experiencia y ciertos conocimientos básicos son suficientes para llevar adelante esta actividad. Ahora bien, cuanto mayores sean los conocimientos teóricos y técnicos que posea el emprendedor, mejor rendimiento podrá obtener de la explotación. Las explotaciones suelen tener algún titulado agrícola, bien sea el titular de la explotación bien alguno de sus empleados.

En cuanto a la formación existen diferentes tipos de cursos dentro del programa FIP o el FORCEM. Algunos de estos cursos son: fructicultor, floricultor, trabajador de centros de jardinería, viverista, jardinero o trabajador de conservación de jardines.

12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?

Existen un gran abanico de ayudas que pretenden facilitar el camino del emprendedor ofrecidas por la Consellería de Asuntos Sociais, Empleo e Relacións Laborais, IGAPE e ICO.

Entre los programas de ayuda que coordina la Dirección General de Empleo destacamos los apoyos a la contratación por cuenta ajena y el fomento del autoempleo y la economía social.

El IGAPE por su parte ofrece una amplia oferta de programas y ayudas entre los que podemos destacar:

- Programa emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante el apoyo en la elaboración de planes de empresa, concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, servicios de tutoría.
- Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos (pequeño volumen)

El ICO ofrece financiación en condiciones preferentes para las inversiones en activos fijos productivos por parte de las PYMES y también concede microcréditos para la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas.

13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?

- Xunta de Galicia; www.xunta.es
- Consellería de Política Agroalimentaria e Desenvolvemento Rural: www.xunta.es/conselle/ag
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: www.xunta.es/conselle/as
- Consellería de Economía e Facenda: www.cixtec.es
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: www.mapya.es
- Instituto Galego de Promoción Económica: www.igape.es
- Instituto Galego de Estadística: www.ige.xunta.es
- Florvertical: www.florvertical.com
- Campo Agricultura: www.compo.es
- Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX): www.fepex.es
- Cosagro: www.floraguide.es
- Buscagro: www.buscagro.es
- Agroline: agroline.usc.es
- Portal Forestal: www.portalforestal.com
- Flormarket: www.infoagro.com
- Biblioteca Profesional de Horticultura: www.ediho.es/biblioteca/indice.php3
- Guía Verde: www.quiaverde.com
- Horticom: www.horticom.com
- Neptuno: www.neptuno.net
- Infoagro: www.infoagro.com

14. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

Anxo Fernández García, Gerente da Fundación Terra Cha.

Carmen Goás Miragaya, Técnico da Fundación Terra Cha.

Sonia Pazos Álvarez, Técnico da Fundación Terra Cha.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004