

# Perspectivas para la floricultura en la India.

## “ Introducción.

La India puede considerarse, más que un país, todo un continente. A nivel de paisaje, económico, político o cultural, existen enormes diferencias entre las regiones que forman este continente a la vez grande y pequeño. Grande porque viven en él 850

**“ El clima cálido, la elevada luminosidad, el bajo precio de la tierra y la disponibilidad de agua hacen de la India un país con un gran potencial para la producción de flores.”**



*Puesto de venta de flores en el mercado de Nueva Delhi en marzo de 1993.*

millones de personas mientras Europa sólo cuenta con 500 millones y pequeño porque su superficie es 3 veces inferior a la de nuestro continente. Se trata, pues, de un país con una elevada densidad de población, formada casi exclusivamente por ricos y pobres. Mientras la mayoría de los hindús viven en suburbios con unas condiciones de vida muy primitivas, a su lado se alzan industrias ultra-modernas.

La India está constituida por 25 estados federales que

cuentan con parlamentos y gobiernos propios además de 7 territorios unidos y regidos por la Administración Central. La agricultura es la principal actividad del país pero la sequía o las inundaciones que periódicamente arrasaron zonas agrícolas, han provocado masivas migraciones desde el campo hacia los núcleos urbanos, que se han convertido en verdaderos amontonamientos humanos. Nueva Delhi, la capital, acoge a 7 millones de personas, Calcuta a 10,5 millones, Bombay a 9,5

y Madras a 5.

El clima cálido, la elevada luminosidad, el bajo precio de la tierra y la disponibilidad de agua hacen de la India un país con un gran potencial para la producción de flores. Como resultado de los cambios políticos ocurridos en 1988, muchos empresarios centraron su atención en la floricultura, pero escaseaban los conocimientos técnicos y las compañías hindúes buscaron la colaboración de empresas holandesas para que les transfirieran la tecnología ne-

cesaria. En la Embajada Holandesa en Nueva Delhi, el agregado comercial se encargó de poner en contacto a las empresas de ambos países. Sin embargo tal cooperación no funcionó nunca satisfactoriamente y en 1992 los Gobiernos de Holanda y la India decidieron encargar a V.E.K. Adviesgroep la realización de un estudio donde se analizaran las posibilidades de la floricultura en este país. En este artículo se pretende resumir este interesante estudio.

## Factores básicos favorables.

Uno de los factores básicos más favorables que posee la India es el bajo coste de la mano de obra, especialmente de los trabajadores con poca o ninguna formación. Aún así, el bajo coste laboral no es más que una ventaja primaria a la que a menudo se da una importancia excesiva. Los costes para organizar una empresa con trabajadores poco preparados son mayores debido a su falta de motivación. En cambio los países que tienen altos costes de mano de obra obtienen mejores resultados en este sentido porque al ser el coste laboral un factor limitante se esfuerzan en crear ventajas a un nivel más alto.

En cuanto a las condiciones climáticas y a la calidad del suelo, la India cuenta con importantes ventajas respecto a otros países productores. Su elevada temperatura y luminosidad permiten cultivar flores en invernaderos sin necesidad de disponer de calefacción. Además, en invierno llueve poco, lo que evita problemas de enfermedades por exceso de humedad. Todo ello permite cultivar flores en invernaderos sencillos y baratos.

Aunque el estudio no recomienda ningún tipo de invernadero concreto, sí diferencia las cubiertas. Las condiciones climáticas del país permiten descartar el cristal como material de cubierta. El plástico (polietileno) es un material suficientemente bueno, pero se recomienda estabilizarlo contra los ultravioletas. En

cuanto a la ventilación dentro de los invernaderos, basta la natural si las temperaturas no superan los 38°C en el exterior y se recomienda instalar un «cooling-system» en el caso de que la temperatura supere los 40°C.

La India también dispone de agua de calidad en grandes cantidades y de un suelo muy fértil.

Considerando un factor básico tan importante como es la situación geográfica del país productor respecto los mercados de destino, la India carece de buenas posibilidades. Su mercado se limita a la exportación ya que la demanda interna es prácticamente nula. La distancia entre la India y los mercados de Europa Occidental es tan grande como la que existe entre los países de Africa Central y del Sur (Kenia, Zimbabwe, Mozambique) y estos mismos mercados. En cuanto a otro mercado creciente como es el de Estados Unidos, la India nunca podrá competir con países como Colombia, Méjico o Costa Rica, situados mucho más cerca. La ventaja geográfica más importante para este país es su situación respecto el mercado del Sudeste asiático (Japón, Singapur, Hong Kong, Corea del Sur), un mercado que se prevé va a desarrollarse enormemente durante los próximos años.

**Infraestructura y formación inadecuadas.**

La infraestructura necesaria para el negocio hortícola está en la India muy poco desarrollada, aunque el país trabaja para mejorarla. No todas las regiones disponen de electricidad o teléfono y la calidad de las carreteras oscila entre las malas y las moderadamente buenas. Además, no existen camiones de transporte standards y menos con refrigeración y los aeropuertos difícilmente cuentan con instalaciones frigoríficas.

La India tiene una gran necesidad de formación en el campo hortícola. Poca especialización y falta de conocimientos técnicos, sobre todo referentes a tecnología de in-

**“ Uno de los factores básicos más favorables que posee la India es el bajo coste de la mano de obra, especialmente de los trabajadores con poca o ninguna formación aunque los costes para organizar una empresa con trabajadores poco preparados son mayores debido a su falta de motivación.”**

las ceremonias religiosas. Además, las elevadas temperaturas que imperan durante todo el año permiten a los hindús cultivar flores en patios y jardines. Este hobby nacional puede considerarse como una competencia a las empresas productoras. Aun así, el país puede desarrollar un importante mercado inte-

**Situación de las principales zonas productoras de flores en la India.**



vernaderos y de post-recolección, son los problemas más importantes.

**Bajo consumo y marketing de exportación.**

Como ya hemos apuntado

anteriormente, el mercado interior de flores en la India es limitado. Los niveles de consumo ornamental por persona están muy por debajo de los de los países desarrollados. En la India las flores se consumen tradicionalmente en

rior pues se estima que de entre los 850 millones de habitantes, unos 250 millones tienen suficiente poder adquisitivo para comprar flores. Los mercados nacional, regional o local ofrecen, según este estudio, buenas posibilidades du-

rante todo el año con flores de buena o mediana calidad.

Entre los mercados de exportación, los de Europa Occidental y Japón son los más exigentes en calidad. Para estos mercados V.E.K. recomienda exportar sólo productos de excelente calidad, principalmente durante el invierno. Otro grupo de mercados es el que forman los Países Arabes y el resto de los Asiáticos (Singapur, Hong Kong, Corea del Sur), que podrían suministrarse durante todo el año con flores de buena calidad.

En la India no existen empresas dedicadas al marketing de productos ornamentales, ni vías claras de exportación. Se recomienda al productor no intentar hacerlo por su propia cuenta y riesgo; resulta demasiado complicado y caro. Entre las posibles soluciones se propone escoger entre exportar mediante las pocas empresas especializadas existentes en el país o bien a través de intermediarios extranjeros, como hace **Ferozi** con sus rosas, que vende en los mercados europeos a través de la empresa Florimex.

### Sectores hortícolas y economía.

La India no posee una red de sectores hortícolas bien desarrollada. De ello se desprenden unos precios desmesurados para productos tan básicos como los fertilizantes o el propio material vegetal. Tampoco existen empresas de soporte profesional, pero no por falta de conocimientos suficientes sino por el hecho de que la industria hortícola es demasiado reducida como para generar dicho soporte.

La cooperación entre productores es prácticamente nula. Cada uno intenta vender por su cuenta y no existe una organización que controle las ventas.

El gobierno hindú interviene poco en asuntos hortícolas. En cierto modo ello supone una ventaja porque el mecanismo del mercado hortícola es suficiente como para resolver por sí solo los problemas

**Cuadro 1:**  
**Evaluación de las zonas productoras en la India.**

Descripción	Pune	Nasik	Delhi	Bangalore	Hyderabad	Punjab
Temperatura diurna	*	*	—	**	*_	—
Temperatura invernal	**	**	*_	**	**	*_
Humedad relativa estival	*_	*_	*	*_	*_	*_
Humedad relativa invernal	*	*	*_	*	*	*
Suelo	*_	*	*_	*_	*_	**
Agua	*	**	*_	*_	*_	**
Carreteras	—	-	*_	*	*	**
Infraestructura	-	*_	*	*_	*_	**
Situación política	*	*	*	*	*	—
Aeropuerto internacional	*_	*_	**	-	—	*_
Tradición/Mentalidad	*_	*	*_	*	*	**

\*\* = Muy bueno; \* = Bueno; \*\_ = Moderado; - = Malo; — = Muy malo.  
Fuente: V.E.K. Adviesgroep, 1992.

**“ El clavel tiene buenas perspectivas en la India. Parte de este clavel debería venderse en el mercado nacional. En exportación, el 75% del coste corresponde a la operación de venta. Teniendo en cuenta además la escasa cotización que registra el clavel estos últimos años, la exportación de esta flor sólo será rentable en pequeñas cantidades.”**

de exceso de oferta. Sin embargo, el gobierno si debe crear las condiciones básicas para que el negocio hortícola sea posible. En la India estas condiciones no existen o no están bien estructuradas. Por ejemplo, es muy difícil importar material vegetal y otros productos necesarios, como fertilizantes o pesticidas.

La economía está bastante bien organizada en la India, especialmente si la comparamos a la de otros países en vías de desarrollo. La moneda local, el Ruplo, es bastante estable. Sin embargo, el elevado porcentaje de interés de los créditos (aprox. 18%), complica la realización de un proyecto hortícola caro.

### Seis zonas con sus «más» y sus «menos».

Durante la visita del asesor de V.E.K. a la India, se estudiaron y compararon 6 zonas como posibles zonas productoras de flores. Basándose en factores tales como la temperatura diurna, el suelo, la infraestructura, etc., se puede escoger la mejor localización para la empresa productora. Cada zona tiene ventajas y desventajas, lo que significa que todas ellas ofrecen buenas posibilidades para la floricultura. Si la decisión fuera libre, dependería solamente del propio proyecto y de su capacidad para superar los problemas locales.

En el cuadro 1 se analizan las zonas según los factores más importantes.

### Rosas y claveles: las flores más rentables.

Del análisis económico por cultivos se desprende que el cultivo del crisantemo y la alstroemeria ofrecen pocas perspectivas en la India. En el caso del crisantemo la poca rentabilidad se debe al elevado precio del transporte y del material vegetal. La alstroemeria también tiene el problema del coste del material vegetal, al que se le añade el de las altas temperaturas.

Por el contrario, el clavel tiene buenas perspectivas en la India. Parte de este clavel debería venderse en el mercado nacional. En exportación, el 75% del coste corresponde a la operación de venta. Teniendo en cuenta además la escasa cotización que registra el clavel estos últimos años, la exportación de esta flor sólo será rentable en pequeñas cantidades. Sin embargo, si no se incluyen las tasas de importación que obligan a pagar muchos países, entre ellos todos los de la CE, la producción de claveles en la India resultaría muy rentable.

El cultivo de rosas ofrece también buenas posibilidades, incluso mejores que el clavel, gracias a su mejor cotización.☹

**MONICA BEDOS.**