

El problema no es la calidad. Más bien, la calidad es un problema



Claudio Lijalad
Consultor en Floricultura.

Seleccionadores e hibridadores hacen grandes esfuerzos para obtener especies y variedades que tengan calidad. Los productores, pagan más por estas variedades de mayor calidad. Se invierte en costosas estructuras, en costosas tecnologías de climatización, riego, fertilización, fumigación, con el fin de garantizar la calidad. Se invierte en capacitar al personal para que manipule con cuidado y esmero, y no se dañe la calidad. Se invierte en mejoras al almacén y cuartos de prehidratación, hidratación, pre-cooling, cooling, iluminación, mesadas, limpieza, refrigeración total, cadenas de agua y frío de estudiada logística por costosos consultores especializados, y tratamientos conservantes y preservantes, y embalajes y aquapack... «y más, y más y más» (dice el bolero). Y todo esto, y más, para levantar bien alta la bandera de la calidad.

Lo que preocupa es que con todo este esfuerzo (...y más), se siga culpando a la mala calidad de los pesares económicos de los floricultores. Ahora, y leyendo otra vez como una Biblia a «Floraculture International», me entero que «...noventa y ocho centímetros no es un metro, y que 59 gramos no es lo suficientemente próximo para considerarse 60 gramos...» ¡No jodamos, por favor...!

Según otra nota en la misma revista -y ésta más seria que la de gramos y centímetros-, se extrae que año a año se venden más unidades de flores, y que lo que baja es el precio unitario (en mercados mayoristas, se entiende). Por ahí ya vamos mejor. Porque es mi opinión que la mala calidad de las flores no se traduce tan sólo en bajos precios: sino que provoca dramáticamente, a mediano plazo, una caída del consumo. ¿Qué gana doña María por una flor a punto de morir? ¿Qué gana Pedro obsequiando a su amada con una rosa de cabeza volteada por menos que hubiera pagado por ella (por la flor, se entiende...)? Así las cosas: ¡dejan de comprar flores!. Y no es eso lo que está sucediendo en el mercado. El consumo aumenta. Se venden más flores. El problema no es la calidad (ni mucho menos los ya famosos gramos y centímetros en cuestión). Pero, la calidad, sí que es un problema. Porque, en mi opinión, no está nada claro quién determina y quién dicta los standars de calidad. Para muchos floricultores responsables, los cuestionamientos de calidad de

sus compradores mayoristas rayan ya la excusa vil que justifica el bajo precio otorgado.

La ecuación de vender más a menos precio es ciertamente válida y de relativamente sencilla aplicación en la venta mayorista. Practicamente no tiene límite. Pero no puede aplicarse por propiedad matemáticamente transitiva al productor. El productor tiene un límite. ¿Cómo puede el productor responsable acusar recibo de que «...noventa y ocho centímetros no es un metro, y que 59 gramos no es lo suficientemente próximo como para considerarse 60 gramos...»? ¿Cómo puede el productor responsable de digerir que todos sus esfuerzos, todas sus inversiones, todos sus costes dirigidos a preservar la calidad, se traducen año a año en menores precios de retomo?.

Un estudio económico comparativo casi seguramente identificaría una trayectoria distinta entre la dinámica de precios de las flores y otros productos de origen no agrícola: mientras que en los productos no agrícolas se estrechan cada vez más los márgenes en la intermediación y venta al público, en las flores (y otros productos agrícolas) los márgenes se mantienen cuando no se ensanchan. Los 20 centavos de dólar que recibe el productor llegan a transformarse en ¡2 dólares en la venta final!

Entonces la pregunta del millón: ¿debe el floricultor seguir invirtiendo ilimitadamente y gastando alegremente en calidad?, o ¿debe el productor invertir racionalmente y

gastar provechosamente en la venta y distribución?

He aquí el quid de la cuestión. La calidad preocupa, y se le presta casi toda la atención posible. Evidentemente, hay que mantener un continuado progreso en tal sentido. El floricultor sabe hacerlo. Viene haciéndolo desde hace años. El problema no es la calidad. Pero la calidad es un problema, cuando se constituye en justificación del bajo precio liquidado.

El productor tiene hoy el desafío de agarrar, como canta una de nuestras más sensibles poetisas «la sartén por el mango, y el mango (*) también» (Maria Elena Walsh).

●●●

(*) Nota: «mango», en Argentina, voz popular para decir dinero.