



Vista de los ensayos de variedades en el marco de Fleuroselect: la finca de PanAmerican Seed es una de las que participa en esta red que permite la evaluación en diferentes situaciones climáticas.



## Opinión

# Royalties: ¿Una obligación o una necesidad?

## El uso de variedades protegidas en el sector ornamental



Lluís Masvidal Calpe

l.masvidal@pla-int.com

Product Development  
Manager

PLA International ApS

No en pocas ocasiones durante el ejercicio de mi profesión he visto fruncir el ceño en la cara de mis interlocutores (y especialmente si estos eran agricultores) por el mero hecho de citar la palabra Royalty.

- ¡Más costes para nosotros! - han musitado en voz baja al conocer que estábamos hablando de una variedad protegida.

Entiendo que un mercado cada vez más competitivo, con precios del producto acabado estancados desde hace años y una tendencia a la sobresaturación o exceso de producción de las plantas de gran consumo son motivos más que suficientes para estar preocupados y especialmente sensibles a cualquier pequeña alteración en la estructura de costes del producto. Hay que calcular hasta el último céntimo - es una frase extendida y recurrente en cada campaña de ventas. Pero es precisamente esta situación la que nos obliga, más que nunca, a buscar incansablemente aquellos productos que nos puedan ofrecer a nosotros y a nuestros clientes, un valor añadido y un margen adicional; a la par que distanciamos de los competidores más cercanos (simple y llanamente, la finca de al lado). Si es cierta la máxima popular entre el mundo de los negocios, de que en la mayoría de empresas el 80% de la facturación se consigue con un 20% del catálogo de productos, les aseguro que muchos agricultores y viveristas están aún buscando este 20% que les ha de garantizar el éxito.

Llegados a este punto, estaríamos de acuerdo en que esta búsqueda pasa por la innovación; y que ésta a su vez, viene muy directamente relacionada con el acceso a nuevas variedades con características técnicas y/o comerciales sobresalientes y que gocen de protección en el mercado.

### ¿Quien esta detrás de la obtención de variedades?

Dentro del sector agrícola de nuestro país, existe la creencia generalizada de que detrás de la obtención de variedades vegetales están únicamente grandes grupos multinacionales, cuyo único objetivo, en boca de algunos, es explotar al máximo a los agricultores. Déjenme decirles

que nada más lejos de la realidad. Si bien es cierto que en el caso de semillas hortícolas y cereales la mejora genética está actualmente liderada por unos pocos grupos empresariales, no es menos cierto que en sectores como la fruticultura, la flor cortada o las plantas ornamentales la mayoría de variedades proceden de empresas familiares y de reducida dimensión.

Para citarles un ejemplo: PLA International, como agente de licencias, representa un total de 21 empresas de obtención. De éstas, alrededor de doce son pequeños obtentores con menos de diez trabajadores y agricultores especializados que en un momento de su historia decidieron emprender pequeños proyectos de mejora genética: seis corresponden a empresas familiares de mediano tamaño, y sólo tres podrían ser consideradas como multinacionales con implantación internacional.

El proceso de obtención de una variedad es un proceso largo y costoso. Tomemos como ejemplo un programa de obtención estándar para una planta anual de flor. El primer paso consiste en identificar los posibles parentales, analizar su capacidad de transmitir características sobresalientes a su descendencia y estimar el grado de variabilidad genética que nos permitirá identificar individuos potencialmente interesantes entre la progenie obtenida. Normalmente, a partir de unos pocos parentales seleccionados es necesario obtener entre 5.000 y 20.000 semillas para asegurar esta variabilidad deseada. El plazo necesario para poner a punto el programa y obtener las primeras semillas no es inferior a tres años.

Una vez obtenidos los primeros "seedlings", se lleva a cabo un proceso de selección continuada; pasando de 20.000 a 150 individuos el cuarto año, de 150 a 25-30 el quinto año y entre 3 y 5 variedades potenciales al final del sexto año. Pero obviamente el ciclo de cruzamientos se reanuda de nuevo cada año, de manera que a partir del tercer año desde el inicio del proyecto los obtentores deben atender tres-cuatro fases simultáneas a lo largo del año o ciclo de cultivo.

A este proceso debe añadirse dos-tres años adicionales durante los cuales las varietades



**Invernadero de ensayos de PLA en Vilassar de Mar, Barcelona, España.**

**Campo de selección de híbridos en la Universidad de Sydney, Australia.**

des entran en una fase de evaluación precomercial; gestionada por los agentes de licencias como PLA en colaboración con distribuidores y licenciarios. Durante esta última fase hay que llevar a cabo ensayos de cultivo en distintos países, sanear y multiplicar las variedades comerciales seleccionadas (material elite), dotarlas de protección legal mediante el registro de variedades y marcas comerciales asociadas y llevar a cabo campañas de promoción para asegurar la correcta introducción y lanzamiento en el mercado. En total estamos hablando de un plazo no inferior a seis años.

Muy a menudo me he cuestionado si el plazo de recuperación y el rendimiento obtenido para determinadas especies justifica el esfuerzo realizado. ¿Será este esfuerzo aceptado por nuevas generaciones de jóvenes obtentores en el futuro? Créanme, hacer frente a un programa de obtención requiere recursos personales y financieros a largo plazo y puedo asegurarles que muchos obtentores a los que he visitado tienen una cuenta de explotación mucho más mermada que la de la mayoría de sus clientes o productores de planta. Pero son gente que irradian pasión por su trabajo en cada minuto de su vida, conocen las especies vegetales con las que trabajan y creen en ellas, y con su abnegada dedicación nos contagian las ganas de continuar.

Algunos dirán que aún así, muchas variedades actualmente en el mercado son propiedad de empresas de gran tamaño y que nada

tienen que ver con la situación descrita. Y es parcialmente cierto. En la mayoría de cultivos de gran consumo (Poinsettia, Geranio, Impatiens Nueva Guinea, etc.) son los grandes productores de planta joven quienes dominan el mercado. Pero en estas especies concretamente, el ciclo de vida de las variedades se hace cada vez más corto, aumenta la competencia (con la reducción de margen correspondiente) y se hace imprescindible invertir en nuevas y costosas técnicas de biotecnología para obtener variedades que puedan ofrecer un valor añadido. La rentabilidad para estas empresas tampoco está garantizada, pero siguen invirtiendo y luchando para ofrecer variedades de mayor valor comercial a sus clientes año tras año.

Creo sinceramente que ambos perfiles de empresa realizan una tarea encomiable y contribuyen a la innovación en nuestro sector. Merece la pena recompensarlos y la única forma que tenemos para ello es asegurarles un retorno vía pago de royalties.

#### **Variedades exclusivas vs. variedades no exclusivas**

Cuando una nueva variedad es introducida en el mercado, ¿debe garantizarse el acceso restringido y exclusivo a unas pocas empresas o por el contrario su difusión debe ser abierta y lo más amplia posible? Me temo que no existe una única respuesta a esta pregunta. Veamos:

- El obtentor de la variedad, por las razones que hemos detallado anteriormente, necesita

**■ Un mercado cada vez más competitivo nos obliga, más que nunca, a buscar incansablemente aquellos productos que nos puedan ofrecer a nosotros y a nuestros clientes, un valor añadido y un margen adicional**



optimizar el retorno de la inversión en un plazo de tiempo relativamente corto. Desde su perspectiva, una difusión rápida y no limitada de las variedades parece el camino más razonable para garantizar unos volúmenes mínimos y asegurar la continuidad de sus trabajos de hibridación.

- Para las empresas de planta joven la posición parece clara: requieren una exclusividad en las fases de propagación y distribución en el mercado (protección del territorio) pero pocas limitaciones a la hora de vender el plantel. Los costes relativos al cultivo de planta madre y producción de esquejes junto con la rotación de productos cada vez más elevada lleva a estas empresas a forzar grandes cantidades y sacar rentabilidad de las nuevas variedades en los tres-cuatro primeros años de su ciclo de vida. Para estas empresas no tiene demasiado sentido restringir el número de clientes o establecer determinadas cuotas de producción.

- En cuanto a los productores de planta, si bien por regla general son poco amantes de las restricciones y prefieren un acceso abierto a cualquier tipo de variedad, también es cierto que en los últimos años venimos observando una necesidad de limitar la introducción de novedades mediante la concesión de licencias restrictivas y que discurren paralelas a la evolución de la demanda en el mercado. Muchos agricultores se quejan que en determinadas ocasiones se fuerza excesivamente la venta en los primeros años de introducción de algunos

productos, ocasionando una saturación de los mismos a partir del tercer o cuarto año de introducción y un descenso brusco de los precios percibidos por el producto final. Los que piensan así argumentan que el cultivo de una nueva variedad es una tarea difícil, habitualmente no se consigue una aceptación por parte de los agentes comerciales hasta el segundo o tercer año de cultivo y piden una cierta protección (esto es, exclusividad) durante estos primeros años de introducción, limitando los niveles de producción y estableciendo cuotas de mercado crecientes en consonancia con la demanda real.

Todos ellos tienen razón, y para que aquellos que estamos involucrados en el desarrollo de nuevos productos, hallar la fórmula ideal de explotación comercial de las nuevas variedades es sin duda alguna el principal reto. Eso es, cómo compaginar los intereses de los distintos agentes implicados con la rentabilidad financiera exigida. Por esto, cuando nos preguntan acerca de la exclusividad no podemos dar una única respuesta a esta pregunta.

En un futuro muy cercano, la estrategia de explotación comercial deberá abordarse producto por producto, territorio por territorio y en algunos casos incluso empresa por empresa. El grado de acceso a nuevas variedades vendrá determinado por su concepción como producto de gran consumo o como producto exclusivo, la demanda potencial que se estime el mercado pueda generar y las redes de distribución que se escojan a tal efecto. Pensemos

**Virginia McNaughton, obtentora de variedades de *Lavandula* en Nueva Zelanda.**

**Proyecto de hibridación en *Lavandula* de Paradise Plants, Australia.**

■ **El proceso de obtención de una variedad es un proceso largo y costoso. El plazo necesario para poner a punto el programa y obtener las primeras semillas no es inferior a tres años**



**C.H. Madsen, breeder de Sakata y Carl Aksel Kragh, director de PLA en los ensayos de Cape Daisy en Dinamarca.**

por ejemplo, en los cada vez más frecuentes acuerdos de distribución exclusiva con grandes superficies, donde los productores de plantas quedan relegados a meros proveedores subcontratados al efecto sin margen de decisión sobre precios y formatos.

Por todo ello, somos unos cuantos los que pensamos que el momento actual es de crucial importancia para que los empresarios del sector escojan cual es su posición en el mercado y traten de identificar las especies y variedades que más se adaptan a su elección. Si usted es un productor de plantas que basa su fuerza de venta en la gran distribución, con lotes de pocas variedades y elevados volúmenes a un precio muy ajustado, no lo dude, concéntrese en variedades "commodity" e intente que el pago de royalties no incida excesivamente en su cuenta de explotación.

Pero por si el contrario, usted ha decidido

**PLA International ApS**, empezó su actividad en 1987 representando a los obtentores de Poinsettia, y actualmente agrupa alrededor del 90% de las variedades de esta especie disponibles en el mercado. En los años 90 empezó una importante estrategia de diversificación hacia otros cultivos como *Osteospermum*, *Argyranthemum*, *Lavandula*, *Gazania*, planta vivaz, etc. Actualmente, PLA esta presente en los mercados de producción a través de una red de más de 200 licenciatarios y una cartera de 450 variedades que son cultivadas por más de 5000 agricultores en todo el mundo.

El éxito de PLA se basa en ofrecer un servicio integral a los obtentores y centros de investigación que quieren posicionar sus variedades en el mercado. Estos servicios incluyen la protección intelectual en los países más relevantes, ensayos en distintas condiciones climáticas, establecimiento de la red de distribución, suministro de material elite (plantas madre), gestión de licencias y cobro de royalties, desarrollo del marketing-mix y promoción de las nuevas variedades o productos.

**■ Para aquellos que estamos involucrados en el desarrollo de nuevos productos, hallar la fórmula ideal de explotación comercial de las nuevas variedades es sin duda alguna nuestro principal reto**

concentrarse en productos especializados, de máxima calidad y con mayor valor añadido es de vital importancia que busque y se informe, que identifique cuales son las variedades que más se ajustan a su negocio. Acceder ahora a nuevas variedades y especializarse en ellas puede tener un sobrecoste en el pago de royalties, pero hacerlo mañana puede ser demasiado tarde.

Los royalties, ¿una obligación o una necesidad? Que cada uno tome sus propias conclusiones. Pero puedo asegurarles que cuando les he contado a los mismos interlocutores a que hacia referencia al principio todo esto que ahora les cuento, he visto iluminar su cara y han levantado las cejas en un claro deseo de obtener más información.

- Humm... ¡me interesa saber más de estas variedades!- han musitado esta vez.



Sustratos con mucha  
energía

[www.burespro.com](http://www.burespro.com)

Sustrato a base de turba y coco de fibra larga para cultivo de planta ornamental

