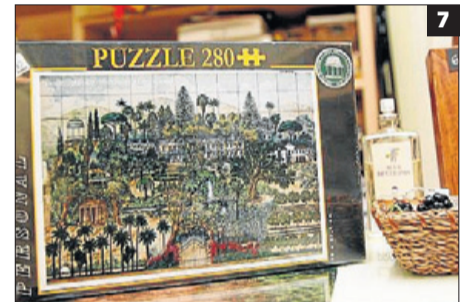


Málaga



► **1** Lucía Marín, en el exterior de la tienda, con una nepentes, una planta que atrapa los insectos que caen en sus trampas, en forma de jarras. **2** Dos de los productos relacionados con la glicinia, la planta más conocida de La Concepción. **3** Una de las plantas carnívoras a la venta, la dionea. **4** La tienda del Botánico es el único punto de Málaga en el que se encuentran semillas de flor de loto. **5** Ambientador de glicinia, estilo mikado, con palos muy porosos que evaporan el olor. Tiene una duración de un año. **6** La propietaria del establecimiento, con un paraguas con la fotografía impresa de hojas de un platanero. Los paraguas *florales* son de los productos más vendidos. **7** Un puzzle encargado por el establecimiento, con el famoso mosaico que muestra lo mejor de la finca de La Concepción.

La Concepción. Lucía Marín, antigua guía del Jardín Botánico de Málaga, lleva casi cinco años al frente de la tienda de La Concepción ofreciendo productos tan originales como plantas carnívoras o colonia de glicinia, la planta enredadera más famosa de esta histórica finca. Precisamente esta colonia fue uno de los regalos que recibió la Reina Doña Sofía en su última visita al jardín el pasado mes de mayo

El negocio que florece cada día

Alfonso Vázquez
MÁLAGA

FOTOS DE JUAN I. MOZOS

■ Haciendo un cálculo aproximado, Lucía Marín estima que el Jardín Botánico de La Concepción ha podido enseñarlo al público «más de mil veces». Y no es una cifra exagerada: esta licenciada en Turismo se ha pasado siete años trabajando de guía en la histórica finca de las familias Loring y Echevarría-Echevarrieta, «cuando las visitas guiadas eran obligatorias».

Por aquel entonces (comenzó a trabajar de guía en el 96, dos años después de la apertura del jardín), la tienda de La Concepción la gestionaba el Patronato Botánico y Lucía, una gran amante de las plantas, pensó que llevar un establecimiento tan especial podía ser un bonito negocio «en el que se podían hacer muchas cosas».

La oportunidad le llegó cuando finalmente la tienda salió a concurso y su propuesta fue la que más gustó. Desde hace casi cinco años está al frente de la tienda del jardín y pensando en el futuro, nada más comenzar compró un sencillo do-

minio en internet que hoy, lleno de contenido, es la web del establecimiento (www.latiendadeljardin.es).

Pero dejando los terrenos virtuales y acercándonos a unos, ricos en nutrientes, la tienda del Jardín Botánico de La Concepción se escapa del cliché de un establecimiento de souvenirs. «Aquí no hay toreros ni gitanas», ríe Lucía, que explica que uno de los productos más vendidos son las semillas de plantas, y no cualquiera.

Así, este es el único lugar de Málaga en el que se pueden encontrar semillas de flores de loto, «muy difíciles de encontrar», comenta. También hay de árboles exóticos como el limpiatubos, el árbol del amor (*Cercis siliquastrum*) o el *Ginkgo biloba*. Y para los que no tienen prisa en la vida, semillas de secuoya gigante.

Pero las plantas no sólo llegan en proyecto, como explica «de vez en cuando una empresa de comercio justo nos envía de Senegal arbolitos de baobab». El envío, por cierto, se realiza con el árbol a raíz desnuda, es decir, sin tierra, para seguir las normas fitosanitarias. También tienen mucho éxito las plantas carnívoras. «Desde que hay una colección de plantas carnívoras en el

«De vez en cuando una empresa de comercio justo de Senegal nos envía arbolitos de baobab a raíz desnuda»

«Planteamos la posibilidad de una fragancia de glicinias, nos la enviaron y era glicinia pura», recuerda Lucía Marín

invernadero (un antiguo kiosco transformado con mucho acierto) la gente las demanda más», detalla.

Pero que nadie tema ningún bocado de su planta carnívora, pues las que están a la venta como la dionea o la nepentes en realidad lo único que *digieren* son insectos. El secreto para que tengan una vida longeva y una digestión sin sobresaltos lo detalla la dueña de la tienda: «No son tan difíciles de tratar como aparentan, lo que pasa es que tenemos la costumbre de tocarlas mucho. Necesitan estar en el exterior, con mucha luz y humedad, con un suelo pobre en nutrientes porque estos los toman de los insectos, turba en vez de abono y regarlas con agua destilada».

Y es que Lucía Marín además de

saber de plantas ha llenado toda la tienda de detalles relacionados con la Botánica, empezando por esos paraguas –que también están entre los preferidos del público– con fotografías impresas de flores y plantas, y para demostrarlo, posa con uno con las hojas de un platanero.

La clave, señala, está en la originalidad y también en ofrecer productos personalizados, con una estrecha relación con el Jardín Botánico de La Concepción. Es el caso de la colonia de glicinias, pues el cenador de la finca es uno de los grandes atractivos del jardín, especialmente entre marzo y abril, cuando soporta el peso, nada incómodo, de las glicinias florecidas. «Hablando con la casa que nos hace las colonias florales le planteamos la posibilidad de una fragancia de glicinias, nos la enviaron y era glicinia pura», cuenta. La esencia la extraen en Francia y la comercializa una casa de Barcelona. «El año que viene cambiaremos un poco el formato para que represente al jardín», señala.

Precisamente esta colonia, junto con el jabón de glicinia y porcelana con dibujos de esta enredadera fueron un regalo para la Rei-

na Sofía, que visitó el jardín con el Rey Juan Carlos con motivo del Día de las Fuerzas Armadas, en mayo.

También llevan el sello del jardín puzzles personalizados con fotografías de Eduardo Grund de rincones del jardín y en la misma línea, una colección de postales encargada por esta licenciada en Turismo, que señala que la época de más actividad comercial es la primavera.

Lucía Marín, que va mostrando cubremacetas de diseño inglés, marcapáginas botánicos y tazas dibujadas a mano con exóticas palmeras, comenta que ahora en verano aumentan los clientes extranjeros. En cuanto al trabajo en sí, confiesa que, «dentro de la crisis que hay, la experiencia es buena», aunque la jornada laboral a veces se le alarga «hasta las 60 ó 70 horas semanales». Cuando el temporal de los mercados amaine, prepara un DVD sobre La Concepción que ya está listo. La tienda abre de martes a domingo con el mismo horario que la finca. Lucía está satisfecha con esta aventura cuajada de flores, por eso concluye diciendo: «Es un jardín que te da muchas ideas a la hora de trabajar y que te permite tener una tienda diferente».