UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
ANTONIO NARRO

DIVISIÓN DE SOCIOECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA

SITUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE FLORES Y ANALISIS DE LA DEMANDA EN LA HEROICA CIUDAD DE TLAXIACO, OAXACA.

POR:

ESTELA SANTOS AVENDAÑO

TESIS

Presentada como requisito parcial para obtener el título de:

INGENIERO AGRÓNOMO ADMINISTRADOR

Saltillo, Coahuila. México. Junio de 2012.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
ANTONIO NARRO

DIVISIÓN DE SOCIOECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA

SITUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE FLORES Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN LA HEROICA CIUDAD DE TLAXIACO, OAXACA.

POR:

ESTELA SANTOS AVENDAÑO

TESIS

QUE SE SOMETE A CONSIDERACIÓN DEL H. JURADO EXAMINADOR COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
INGENIERO AGRÓNOMO ADMINISTRADOR

APROBADA POR:

Dr. Gumercindo Alvarez Moreno
Presidente del jurado

Ing. Heriberto Ríos Tapia
Sinodal

Ing. Amador Garza Quintanilla
Sinodal

Universidad Autónoma Agraria
"ANTONIO NARRO"

M.C. Vicente J. Aguirre Moreno
Coordinador de la División de Socioeconómicas

Saltillo, Coahuila. México. Junio de 2012.

DIV. CS. SOCIOECONOMICAS
COORDINACION

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO**,** Por haber permitido que culminara con mi carrera, y llegar a obtener lo que ahora tengo, por haberme iluminado y acompañado en los momentos difíciles que pase durante mi estancia de la carrera. Gracias diosito por todo lo que me has dado incluyendo a mi familia.

A mi Alma Mater (Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro), Por haberme brindado y dado la oportunidad de formar parte de ella realizando mis estudios y sobre todo porque me formo profesionalmente.

Al Dr. Gumercindo Álvarez Moreno, Por contar siempre con su gran apoyo incondicional, por esas palabras de aliento que hicieron que me motivara más a la culminación de este trabajo. Por la paciencia, tiempo y esfuerzo. Gracias.

Ing. Heriberto Ríos Tapia. Por su excelente enseñanza como maestro, dentro de las aulas, su gran apoyo en la revisión de este trabajo, y por aceptar ser parte del jurado.

Ing. Amador Garza Quintanilla. Por su magnífico apoyo en la revisión de este trabajo y por ser parte del jurado. Gracias

A todos los maestros que me dieron clases. Gracias

DEDICATORIA

A MIS PADRES

Lucio Santos Ortiz, y Victoria Avendaño Pablo, Por su cariño, amor, confianza y comprensión. Por su ejemplo de lucha incansable, por mi existencia y valores morales.

Porque en todo el sentido de la palabra son unos padres maravillosos que me dieron la vida y que le doy gracias a Dios por tenerlos a mi lado. Gracias a ellos supe salir adelante, con cada una de sus bendiciones.

Papi y mami les agradezco con todo el corazón lo que han hecho por mí, en todas las etapas de mi vida, ya que ambos lo hicieron incondicionalmente. Los quiero muchísimo.

A MIS HERMANOS:

ING. Angélica, Primeramente quiero agradecerte por cada una de tus palabras de aliento, motivación, apoyo, tanto moral como económico, nunca me dejaste caer ante una situación fuerte, tu siempre ahí, apoyándome nunca olvidare tus palabras tu puedes, échale ganas, por todos los momentos que compartimos juntas a lo largo de la carrera. Gracias **ANGIE. TE QUIERO MUCHO.**

Rocío, De igual manera hermanita te doy gracias por tus consejos y gran apoyo que siempre me brindaste, y también porque nunca me negaste nada, y tú lo sabes, siempre que te pedía algo tu enseguida me lo dabas, y más en cosas materiales, una cosa muy importante gracias por estar siempre al pendiente de nuestros padres. **CHIO** te quiero mucho.

ISIDRO e ISMAEL GERARDO.

A mis dos hermanitos, que hicieron que cada una de mis vacaciones en la casa, fueran de alegría.

Isi, contigo he pasado momentos increíbles, siempre jugando. **VALES MIL HERMANITO.**

Para una persona muy en especial. Que siempre estuvo conmigo, apoyándome en las situaciones buenas y malas desde que iniciamos una relación así como cada una de tus palabras de ánimo y motivación para la culminación de este trabajo, gracias por demostrarme tu inmenso amor, cariño, y paciencia incondicional que me has tenido. Eres una persona increíblemente maravillosa pero sobre todo porque siempre estuviste al pendiente de mi. Gracias por todo mi amorcito. Recuerda que siempre serás mi N.H.Y no olvides esto, suerte en todo lo que hagas de aquí en adelante. TE AMO NEMI MI CHIKITO HERMOSO

A MI ABUELITAS

Elena Morales Sánchez (+) Y Julia Avendaño (+) En memoria de mi abuelitas **MALENA** y **Julia** que fueron grandes personas, por darme su cariño, amor y cuidados durante mi infancia. Que Dios la tenga en su Santo Reino.

A LOS ING. RAYMUNDO SANTIAGO Y ANDRES FERNADEZ Por su gran apoyo durante la realización de mis prácticas profesionales. Incluyendo el regalo de mi lapto.Mil gracias.

A MIS TIOS

Esperanza y esposo, Clotilde, Pedro, ángel y esposa, Jorge, Rufina y esposo, francisco, Roberto y esposa (+), María Elena, Gustavo, Héctor, Viki y esposo Fidelia y esposo, Carmen (+), Javier, agustina y esposo, esteban (+).por su apoyo económico y moral, pero sobre todo palabras de motivación para salir adelante. Gracias por todo los tendré muy encuentra.

A mis primos Gladys y esposo. Por su apoyo moral y económico. Mil gracias.

A MIS PADRINOS.

Paulino y cristina, gracias por su apoyo tanto económico como moral. Y todas sus bendiciones hacia mí, también por cada uno de sus consejos.los quiero mucho y que Dios nunca falte en su hogar.

Pablo Avendaño pablo (+), Gracias por su apoyo, y sus buenos consejos, que dios lo tenga en su reino

A MIS AMIGOS.

Mary. Por ser una gran amiga y porque siempre estuviste conmigo en los momentos más difíciles en que te necesite, nunca me dejaste sola durante la carrera, gracias por todo tu apoyo y confianza, palabras de aliento y motivación, por todos los momentos compartidos. Siempre te recordare mi gran amiga.

De igual, manera para mi amiguis **idalia,** gracias por ser parte de mi familia tú sabes que siempre fuiste y eres una hermana más para mí, gracias por todo lo vivido y compartido a lo largo de la carrera. Te kiero mucho. **Mode,** por compartir conmigo

momentos de risas, locuras, tristezas y alegrías. Siempre te recordare. **Elvia,** por tu buen ánimo y gran amistad que me brindaste por ser una persona leal y sincera conmigo gracias amiga. **Lupita** Gracias por demostrarme tu confianza y por todos los momentos padres que pasamos juntas **.Carol** Por todo el apoyo brindado durante mis prácticas profesionales, gracias. **VIKI.** Por tu buen ánimo y momentos compartidos **Yes**, **Cristi, y Carmelita**, **Naye Marien** Por todos los momentos agradables que pasamos juntas y el buen ánimo que me dieron siempre de igual manera **Gaby, Toñita, Melis**, gracias. **Anita.** Por los los 4 años de la carrera siempre juntas, gracias por tu cariño y confianza.

A mis amigos:

Jose, Dony, Samayoa, Eunesis, Idelfonso, Pedro, Leodan gracias por compartir su cariño y amistad conmigo durante la carrera. Les deseo mucho éxito en su carrera profesional.

A todos mis compañeros de la carrera de Ing. Agrónomo Administrador Generación CXII, por compartir su amistad durante nuestra estancia de la carrera. Gracias.

SITUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE FLORES Y ANALISIS DE LA DEMANDA EN LA HEROICA CIUDAD DE TLAXIACO, OAXACA.

RESUMEN

La presente investigación se realizó en el Distrito de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca con el propósito de hacer un análisis sobre la demanda de las flores mediante encuestas a fin de aportar datos que permitieran establecer el potencial de este segmento, la cual tuvo como objetivos estimar la cantidad comprada y el precio pagado por diferentes variedades de flores por familia; y estimar, el consumo esperado de flores para toda la unidad de estudio.

La hipótesis de la investigación establece que la rosa es el principal producto vendido para las florerías de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca, y la cantidad adquirida por los consumidores se incrementa durante los días festivos.

Los resultados mostraron que el 98% de las personas encuestadas compran flores; y sólo el 2% no las compran. Así como, los que son propietarios de negocios de florerías en la parte centro, el 100% de rosa es la más vendida; en orden ascendente, le siguen los claveles; y en menor proporción, los crisantemos

El estudio de los resultados obtenidos, permite aceptar la hipótesis de investigación, estimándose un gasto total para todo el mercado de flores, aproximado, de $7,937,415.9 , con un consumo promedio por familia, de $731.36 pesos por año.

PALABRAS CLAVE: Rosa consumo, gasto, precio, compra,

INDICE DE CONTENIDO

Páginas.

AGRADECIMIENTOS ..... **I**
DEDICATORIA ..... **II**
RESUMEN ..... **VI**
INDICE DE CONTENIDO ..... **VII**
INDICE DE CUADROS ..... **IX**
INDICE DE FIGURAS ..... **X**
CAPITULO I **1**
INTRODUCCIÓN 1
ANTECEDENTES 1
Origen e importancia económica. 1
Descripción y clasificación taxonómica 2
Usos y aplicaciones 3
MERCADEO DE FLORES 4
Principales países productores 7
México en la exportación de flores 7
OBJETIVOS **13**
HIPOTESIS **13**
CAPITULO II **14**
REVISIÓN DE LITERATURA **14**
CONCEPTOS 14
Definición de Demanda 14
Sustitutos 15
Presentaciones (formas) 15
Definición de consumo y gasto 16
Proceso de compra 16
Oferta 17
Producción 18
Estacionalidad 18
Mercado 19
Mercado de flores 19
Producto 19

Flores 20
Rosas 20
Precio 20
CAPITULO III 21
MATERIALES Y MÉTODOS 21
OBJETO DE ESTUDIO 21
ÁREA DE ESTUDIO 21
Localización, límites y división administrativa 21
Características del área de estudio 23
Cultura y tradición con flores 25
MATERIALES 26
PROCEDIMIENTOS 26
VARIABLES A MEDIR 27
FUENTES DE INFORMACIÓN 28
INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN 28
Cuestionario 28
PROCEDIMIENTOS DE CÁLCULO 29
Análisis e interpretación de resultados 30
CAPÍTULO IV 31
RESULTADOS 31
LA FLORICULTURA EN MÉXICO 31
PRODUCCIÓN DE FLORES 31
PRODUCCIÓN DE ROSAS 35
MERCADO DE FLORES EN LA HEROICA CIUDAD DE TLAXIACO, OAXACA 39
ENTREVISTAS A CONSUMIDORES 40
ENCUESTA A LOS DUEÑOS DE LAS FLORERÍAS 45
DISCUSIÓN DE RESULTADOS 52
CAPITULO V 53
CONCLUSIONES 53
BIBLIOGRAFIA 54

INDICE DE CUADROS **Páginas**

Cuadro 1.Sinonimia de la rosa 3
Cuadro 2. Tipificación y gradeo de calidad de las rosas 6
Cuadro 3. México: Exportaciones de las flores por tipo (kilogramos) 2004-2005.....8
Cuadro 4. Preferencia de variedades y colores en días festivos en Puebla, Puebla, México. 9
Cuadro 5. Estacionalidad de flores 18
Cuadro 6. Tlaxiaco, Oax. : Nivel de ingresos de la población trabajadora 2010. 25
Cuadro 7 Tlaxiaco, Oaxaca: Fechas y Festividades importantes.....25
Cuadro 8 Variables del cuestionario para consumidores y detallistas 27
Cuadro 9 Precios pagados.....30
Cuadro 10. México: Superficie sembrada (ha) de flores por estado (2008-2010).....31
Cuadro 11. México: Superficie cosechada (ha) de flores por estado (2008-2010).....32
Cuadro 12 México: Superficie Siniestrada (ha) de flores por estado (2008-2010).....32
Cuadro 13. México: Producción (ton) de flores por estado (2008-2010).....33
Cuadro 14 México: Rendimiento (ton / ha) de flores por estado (2008- 2010).....33
Cuadro 15. México: PMR de flores por estado ($ / ton) (2008-2010).....34
Cuadro 16 México: Valor producción de flores (miles de pesos) por estado (2008-2010).....35
Cuadro 17 México: Superficie sembrada (ha) de rosas por estado (2008-2010).....36
Cuadro 18. México: Superficie cosechada (ha) de rosas por estado (2008 – 2010)..36
Cuadro 19. México: Producción (ton) de rosas por estado (2008-2010).....37
Cuadro 20. México: Rendimiento (ton / ha) de rosas por estado (2008- 2010).....38
Cuadro 21. México: PMR (Por gruesa) de rosas por estado (2008-2010) 38
Cuadro 22. México: Valor producción (Miles de pesos) de rosas por estado (2008-2010).....39
Cuadro 23. Interpretaciones de gastos en mercado global y gasto por familia.....51

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistema mecanizado de procesamiento y clasificación de rosas.....5
Figura 2. Mercado de flores. 19
Figura 3. Localización del estado de Oaxaca 22
Figura 4. Localización del municipio y Heroica ciudad de Tlaxiaco.....22
Figura 5. Ubicación de los 6 barrios de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco 23
Figura 6. Demostración de las fiestas tradicionales del Distrito de Tlaxiaco. 40
Figura 7. Los que compran flores.....41
Figura 8. Tipos de flores que compran.....42
Figura 9. Lugar en donde compran las flores.....42
Figura 10. Frecuencia de compra de flores.....43
Figura 11. Forma de compra de flores 44
Figura 12. Precio de compra de las flores.....44
Figura 13. Color de las flores 45
Figura 14.Tipo de flores 46
Figura 15Forma de abasto de flores 46
Figura 16.Estados de abastecimiento 47
Figura 17. Duración y tiempo de compra 48
Figura 18.Consumidores de flores 49
Figura 19. Representación de usos de las flores 49

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Origen e importancia económica.

La rosa son arbustos ornamentales que se cultivan principalmente por sus hermosas flores y también por sus vistosos frutos y atractivo follaje. La planta figura como la reina de las flores desde hace muchos siglos. Aún que tiene usos medicinales e industriales, la población usa las rosas para decorar el hogar, para regalos empresariales y para uso personal. La rosa es considerada como símbolo de belleza por Babilonios, Sirios, Egipcios, Romanos y Griegos. Ha conquistado una popularidad que difícilmente puede disputarle cualquier otra flor. Representa el símbolo de “amor y belleza**”**; además, de su aroma, suave y exquisito; teniendo atractivos y hermosos pétalos, y una apariencia elegante que la hace ser la planta más cultivada en parques y jardines de todo el mundo (Info Agro, 2012).

Las primeras rosas cultivadas eran de floración estival, posteriormente, mediante selección y mejora realizados en especies como *Rosa gigantea* y *R. chinensis,* dieron como resultado la "rosa de té" de carácter refloreciente. Esta rosa fue traída de oriente hasta occidente en el año 1793 sirviendo de base a numerosos híbridos creados desde esta fecha. Aproximadamente, 200 especies botánicas de rosas son nativas del hemisferio norte, aunque no se conoce la cantidad real debido a la existencia de poblaciones híbridas en estado silvestre (Info Agro, 2012). El mercado ha crecido rápidamente desde la década de los 90, en virtud de la mejora de las variedades, que permitió ofrecer el producto durante todo el año en una amplia gama de colores, matices y sombras

De acuerdo a la misma fuente, las rosas son las más vendidas en el mundo, seguidas por los crisantemos, los tulipanes, claveles y en quinto lugar, los lilies. Ninguna flor ornamental ha sido y es tan estimada como la rosa.

Según Gómez (2010), el cultivo de rosas es una actividad reciente en el estado de México. Inició hace 55 años, en el municipio de Villa Guerrero, cuando una familia japonesa empezó a sembrar flores y a demostrar a los campesinos de la zona que esta actividad es mucho más rentable que la siembra de hortalizas y maíz; el auge lo tuvo apenas hace 12 años, cuando se fue expandiendo a más de una decena de municipios, que la adoptaron como su principal actividad económica.

Descripción y clasificación taxonómica

Actualmente, las variedades comerciales de rosa son híbridos de especies de rosa desaparecidas. Para flor cortada se utilizan los tipos de té híbrida y en menor medida los de floribunda. Los primeros, presentan largos tallos y atractivas flores dispuestas individualmente o con algunos capullos laterales, de tamaño mediano o grande y numerosos pétalos que forman un cono central visible.

Los rosales floribunda presentan flores en racimos, de las cuales algunas pueden abrirse simultáneamente. Las flores se presentan en una amplia gama de colores: rojo, blanco, rosa, amarillo, lavanda, etc., con diversos matices y sombras. Éstas nacen en tallos espinosos y verticales.

Haeckel (1866) realizó la descripción y clasificación de la rosa como se indica a continuación:

Reino: Plantae

División: Magnoliophyta

Clase: Magnoliopsida

Subclase: Rosidae

Orden: Rosales

Familia: Rosaceae

Género: Rosa

La rosa recibe diversas denominaciones en el mundo; en el cuadro 1, se presentan las más importantes.

Cuadro 1.Sinonimia de la rosa

IDIOMAS	SINONIMIA
Latín	Rosa gallica L, Rosa centifolia L, Rosa damascena Mill.
Castellano	Rosa
Catalán	Rosa
Francés	Rose
Inglés	Rose
Holandés	Roos
Alemán	Rose

Fuente: Elaboración propia con datos de Rosas. Info (2012).

Usos y aplicaciones

La rosa es un ornato de la cual se reportan muchas aplicaciones que hoy en día pueden utilizarse con diferentes fines.

- Propiedades terapéuticas de las Rosas. Los pétalos de rosa son un laxante muy suave. Por vía externa se utiliza para hacer gárgaras, cremas, pomadas, baños aculares, preparaciones de colirios etc.
- También se pueden utilizar como complementos de recetas de cocina, ya que produce un sabor agradable. Existen en el mercado muchos productos naturales elaborados con rosas o agua de rosas.
- Crema de rosas. Es hidratante natural, para un cutis perfecto y una piel hidratada. (Rosas. Info, 2012).
- Perfume de los pétalos de rosa. Se extrae, tanto agua de rosas como aceite de rosas en materia de cosmética, ambas, sirven para elaborar suavizantes de la piel muy perfumados.
- Aceite y agua de rosas. Se emplean en colonias, aguas, pomadas faciales, lociones para las manos y champús. El agua de rosas es excelente para lavarse la boca y tiene efectos suavizantes y agradables sobre la piel agrietada, escamosa y arrugada. (Rosas, 2012).

- Alimentos. Las rosas son la base para la elaboración de una gama de productos artesanales para mercados selectos. Con ellas se preparan los siguientes productos: bombones con pétalos de rosa, los cuales toman su sabor y se adornan con pétalos comestibles; la mermelada de rosas, las cuales son productos naturales 100% sin colorantes ni conservantes artificiales; el té de rosas, el cual es agradable por su sabor a rosas, rico y refrescante; y el chocolate perfumado con extractos de pétalos de rosa. (Asocoa, 2012).

MERCADEO DE FLORES

Esparza (2003) cita que la rosa junto con el crisantemo y el clavel, es una de las flores que más se consumen en todo el mundo. En la mayoría de los países cálidos, ha sido siempre una de las especies que más éxito ha alcanzado, superando incluso a crisantemos y claveles. Concretamente, a partir del inicio de la década de los 90's su liderazgo se ha consolidado debido principalmente a una mejora de las variedades, ampliación de la oferta durante todo el año y la creciente demanda de rosas para uso domestico, completándose así, la demanda del mercado tradicional, basada en rosas.

Después de la cosecha deben considerarse para su manejo y conservación el tipo de variedad, ya que cada una tiene un punto de corte distinto y por tanto, el nivel de madurez del botón y el pedúnculo, va a ser decisivo para la posterior evolución de la flor, una vez cortada. La preparación y adecuación de las rosas para ser llevadas al mercado, sigue las siguientes fases, según lo explica Info Agro (2012).



Fuente: Flower Service Zeestraten (2012).

Figura 1. Sistema mecanizado de procesamiento y clasificación de rosas

- Al ser cortada la flor presenta un marchitamiento acelerado por la dificultad para trasladar agua por los vasos conductores, o sea, la incapacidad del tejido floral para retener agua y variación de la concentración osmótica intracelular. Por ello, debe cuidarse que los tallos cortados se sumerjan inmediatamente en bandejas o cubos con solución nutritiva, a fin de evitar la marchitez por transpiración de las hojas, y se enfríen en corto tiempo. Antes de formar ramos se colocan las flores en agua o en una solución nutritiva conteniendo 200 ppm de sulfato de aluminio, o ácido nítrico y azúcar al 1,5-2%, en una cámara frigorífica a 2-4ºC para evitar la proliferación de bacterias. En el caso de utilizar sólo agua, debe cambiarse diariamente.
- Una vez que las flores se sacan del almacén, se arrancan las hojas y espinas de la parte inferior del tallo. Posteriormente, los tallos se clasifican según sus longitudes, desechando aquellos curvados o deformados y las flores dañadas. El calibrado se realiza de forma manual o mecanizada, mientras que su calidad siempre es manual.
- Finalmente se procede a la formación de ramos por decenas que son enfundados en un film plástico y se devuelven a su almacén para un enfriamiento adicional (4-5ºC) antes de su empaquetado, ya que la rosa cortada necesita unas horas de frío antes de ser comercializada.

La clasificación de las rosas se realiza según la longitud del tallo; existen pequeñas variaciones en los criterios de clasificación, orientativamente se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Tipificación y gradeo de calidad de las rosas

Rosas	Mini-rosas
• Calidad EXTRA: 90-80 cm. • Calidad PRIMERA: 80-70 cm. • Calidad SEGUNDA: 70-60 cm. • Calidad TERCERA: 60-50 cm. • Calidad CORTA: 50-40 cm	• Calidad EXTRA: 60-50 cm. • Calidad PRIMERA: 50-40 cm. • Calidad SEGUNDA: 70-60 cm. • Calidad TERCERA: 40-30 cm. • Calidad CORTA: menos de 30 cm
La calidad EXTRA, además de cumplir con la longitud y consistencia del tallo, debe tener un botón floral proporcionado y bien formado y el estado sanitario de las hojas y del tallo deben ser óptimos	

Fuente: InfoAgro (2012)

Principales países productores

Fernández (2012) refiere que la producción mundial de flores fue impulsada por el desarrollo de las economías de varios países, destacándose Europa Occidental, América del Norte, Canadá y Japón, siendo la flor para corte el principal cultivo de este negocio, por ello, se han consolidado también como las regiones en las que se localiza el mayor consumo en el mundo de este tipo de productos. Tan sólo en Holanda, Estados Unidos y, Japón, se concentra más del 50% de la comercialización mundial de flores de corte.

Por otra parte, los principales mercados de consumo de rosas son Europa, donde figura Alemania, Estados Unidos y Japón. A nivel regional, los principales países exportadores que abastecen el mercado norteamericano en orden de importancia son: Colombia, México y Costa Rica.

México en la exportación de flores

La flor producida en México ha ganado espacios importantes, con posibilidades de ser uno de los países con mayor exportación, afirma la Secretaría de Economía. La comercialización interna y externa de flores ha crecido en forma significativa durante los últimos años, según la información de la Secretaría de Economía (SE). En el mercado internacional, la flor producida en México ha ganado espacios importantes por su elevada calidad. Actualmente, tiene muchas posibilidades de ser uno de los países con mayor exportación, afirma la dependencia.

El Estado de México es el principal productor y exportador de flores en México, con una producción aproximada de un millón 905 mil tallos, con un valor aproximado de 125 millones de dólares. De acuerdo con información del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) el 50% de la producción total de la entidad se destina a la exportación, de los cuales 57% es de rosa, 10% de clavel, otro 10% para orquídea, crisantemo, margarita y el resto es flor seca.

El destino principal del 80% de las exportaciones de flores mexicanas es Estados Unidos, con lo que se cubre el 10% de este mercado (El Universal, 2007).

En el siguiente cuadro, se observa el comportamiento de las exportaciones mexicanas por tipo de flor entre 2004-2005. Es de destacar la alta variación anual, producto del poco posicionamiento de la flor mexicana en ese mercado

Cuadro 3. México: Exportaciones de las flores por tipo (kilogramos) 2004-2005

Tipo	2004	2005
Rosa	1,113,396	855,308
Gladiola	1,286,475	750,982
Clavel	226,671	346,933
Crisantemo	11,772	2,205

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP, 2004

Si bien las cantidades de flores exportadas a los Estados Unidos es una cantidad importante, y que la participación en el mercado a mejorado, todavía se requieren mayores esfuerzos para fomentar esta actividad como opción en la agricultura nacional. Al respecto se tiene como referencia que entre 1998-2002, México sólo atendía cerca del 3% de las importaciones que efectuadas hacia ese mercado, el 61% lo aportaba Colombia, 17% Ecuador y 11% Holanda, muy por arriba de las cifras mexicanas (Mijares, 2004)

COMPORTAMIENTO DEL MERCADO NACIONAL DE FLORES

Según Tlaxcalteca (2005), mediante un estudio de la población consumidora de flores de corte y follaje en florerías y mercados de Puebla, México, determinó que el cultivo de flores con fines ornamentales es una práctica antigua con mucha importancia cultural, ya que es una tradición adornar los lugares de culto religioso, festivo y doméstico. La demanda de las flores cortadas y el follaje en los pueblos de México depende principalmente de las fiestas, pero hay muchas otras ocasiones de compra de flores: agradecimientos, cumpleaños, enfermedades, graduaciones, etc. Hasta ahora, falta un mayor análisis de los mercados sobre gustos y consumo de flores y follaje a nivel nacional. Otros resultados de la investigación muestran que

aunque existe oferta y la demanda de flores a lo largo del año, la demanda se concentra en algunos días festivos, dándose cierta preferencia por especies y colores, con una marcada influencia costumbrista. (Ver cuadro 4.)

Cuadro 4. Preferencia de variedades y colores en días festivos en Puebla, Puebla, México.

Día festivo	Fecha	Variedades	Color
Año nuevo	1 de enero	Crisantemo	Blanco
		Rosas	Rojo, rosa, blanco
San Valentín	14 de febrero	Gerberas	Rojo, rosa, anaranjado
		Claveles	Rojo
		Rosas	Rojo, rosa, blanco
Día de las madres	10 de mayo	Rosas	Rojas, rosas, blancas
		Claveles	Rojo

Fuente: Elaboración propia con datos de la Revista Chapingo (2005).

La forma de vender las flores es normalmente en arreglos florales, no se tiene la costumbre de vender o comprar un tallo floral o un pequeño manojo de flores. Los arreglos en los mercados y florerías de Puebla tienen diferentes formas (abanico, redondo, horizontal, triangular) y tamaño (sencillo, mediano y grande).l as florerías y mercados de Puebla compran las flores y follaje en la Central de Abastos de Puebla (50%), directamente con los productores de Atlixco, Puebla (30 %), en el Estado de México (10 %) y en el Distrito Federal (10 %). Los manojos de rosas u otras flores son comercializados por los vendedores ambulantes.

Arboleda (2008), estima que en la ciudad de Guadalajara, Jal. se consumen 500 millones de pesos[1] en flores naturales frescas cortadas, con destino al ornato. De estas, más del 90% proceden del estado de México. También menciona que los tres tipos de flores más vendidas en México son: rosas, claveles y crisantemos. El efecto de la estacionalidad por festividades y celebraciones es grande: una rosa puede venderse entre 2 a 3 pesos; y hasta, 5 pesos en las fechas señaladas. En cuanto a los crisantemos oscilan entre 10 y 20 pesos cada uno; las lilas de 70 a 100 pesos el paquete de 10 tallos y la orquídea, 60 a 70 pesos. Dado que las flores son un

[1] En el año 2011, el mismo autor estima el consumo de flores en esa ciudad en 700 millones de pesos anuales, publicado en el Periódico El economista (Notimex) del 17 de agosto de 2001. Versión electrónica. Disponible en

producto suntuario (de lujo), que no es necesario para vivir, pero su consumo se asocia a los festejos como: el 14 de febrero, día de las madres, día de las secretarias, graduaciones, día de los muertos, día de las Lupes y navidad; por lo que se debe aprovechar y programar la producción en invernadero para cubrir la demanda y obtener mejores precios. Los negocios florícolas requieren de tres condiciones indispensables para poder tener éxito en el mercado local y extranjero: calidad, continuidad y volumen. En este sentido la regla de oro de la comercialización, es presentar un producto de buena calidad, que tenga presencia en el mercado y volumen de producción para cubrir los compromisos. A estas tres condiciones cuando se reúnen en una sola, los floricultores la llaman, consistencia. La rentabilidad del negocio se define dentro de las actividades que desarrolla la empresa, esto es, en la forma en que se diversifica, y permite absorber las fluctuaciones de algunos de sus productos, manteniendo la rentabilidad global a flote (Orozco, 2007).

En el mercado interno la Central de Abastos de la ciudad de México, según Orozco (2007) funciona como el centro acopiador de flores procedentes de los estados de México, Morelos y Puebla. En esta plaza destacan 25 mayoristas dedicados a la compra-venta de flor para corte. Los valores reportados de precios promedio destacan la gladiola grande, gladiola mediana, la rosa de invernadero, y las rosas de tallo corto y largo, que son las mejor cotizadas. El estado de México sobre sale de los estados de Puebla y Michoacán en la producción de gladiola grande y mediana, mientras que Morelos, es primero en la producción de rosa de invernadero; mientras que Michoacán en la flor del paraíso.

García et. al (2009, 68) reporta que SAGARPA ubicó el consumo anual de flores en México en 200 millones de pesos, mientras que el Consejo Mexicano de la Flor, citado por el mismo autor, establece que el consumo percápita es de $10 U.S. anuales, lo cual colocan a México en el lugar 17 en el ranking mundial de consumo de flores que efectúa la Unión Europea. Estos datos están lejos de los $90 U.S. anuales de los países europeos entre los que destacan Alemania, Italia, Suiza y Noruega.

Los precios del mercado externo estadounidense determinan los cambios en los precios internos, principalmente por la mejor cotización, la cual se mantiene tres veces por debajo de los vigentes en el mercado interno. Esto se debe principalmente a la amplia cartera de proveedores que tiene el mercado de Estados Unidos (mucha competencia), lo cual permite a los distribuidores de Chicago, Boston, Seattle, Miami y San Francisco elegir la mejor calidad y precio de los productos. La mejor fecha para exportar a los Estados Unidos y Canadá es en invierno (de noviembre a febrero en USA y de noviembre a marzo en Canadá). Al actuar Estados Unidos como un triangulador en el mercado de flores, actuando como acopiador e intermediario, hace que sus precios se muevan con cualquier cambio mundial, lo que ocasiona mucha variabilidad en los precios que reciben los exportadores mexicanos a ese país (Orozco, 2007).

En el 2011, las importaciones de flores se incrementaron 35% en relación con el año previo, al pasar de 62.7 millones a 84.4 millones de dólares. Las flores más importadas son los tulipanes, las lilies y las orquídeas, ocasionando aumentos en el valor de las importaciones que oscilan entre 36 y 40%. Las flores proceden de Estados Unidos, Holanda, Canadá y Colombia y esto se da a fin de cubrir la demanda en las festividades de 10 de mayo, 1 y 2 de noviembre, 12 y 25 de diciembre y 14 de febrero. La Sagarpa estima el consumo anual de flores en México en 420 millones de dólares y genera cerca de 188,000 empleos permanentes, 50,000 eventuales y 1 millón de empleos indirectos. Regularmente, una docena de rosas vale entre 24 y 36 pesos en tiempo de baja demanda y hasta 80 pesos en las fechas en las que crece la demanda; la docena de crisantemos oscilan entre 30 a 45 pesos; lilies de 70 a 100 pesos; el paquete de 10 tallos, y la orquídea de 60 a 80 pesos, según datos del Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados (Sánchez, 2012).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de ser la floricultura una de las actividades de más rápido crecimiento en la agricultura mexicana y a la vez por mantener sus niveles de rentabilidad no ha tenido el desarrollo esperado.

En la actualidad, la actividad la desarrollan en el país, un poco más de 60 empresas exportadoras que se ubican en los estados de Morelos, Querétaro, Puebla y el estado de México que se caracterizan por su desarrollo vertical y horizontal, el uso de tecnología de punta, y el soporte de un sistema de comercialización eficiente, lo cual, les asegura la permanencia en el mercado, al hacer las entregas en cantidad, calidad, tiempo y forma.

Sin embargo, el desarrollo de los actores dedicados a la floricultura en México presentan polarizaciones, y uno de los extremos, el más numeroso, se orienta al mercado interno que demanda flor de menor calidad, y se caracteriza por estar fragmentado, control fitosanitario deficiente, escasa incorporación de tecnología (producción en invernadero y automatización) y comercialización deficiente.

La falta de apoyos gubernamentales y crediticios blandos y de fomento, la falta de estudios sobre nuevos mercados y estimaciones de demanda, la poca atención a la capacitación de los productores y de la mano de obra, que no obstante de ser barata, no se encuentra especializada, limitan que los pequeños productores accedan a los niveles de calificación necesarios para acceder con éxito a mercados más competitivos.

En este contexto, la falta de información sobre las condiciones de la oferta y la demanda, restringe que la idea para plantear una inversión que permita producir rosas bajo invernadero para atender la demanda regional de este producto en la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca. Ante esto, se requiere de la realización de un estudio sobre el comportamiento de demanda de las flores en esa localidad a fin de dar soporte al diseño de un plan de inversiones que permita combinar la producción de rosa para corte y otras flores, con su mercadeo en las plazas del centro sur del país.

OBJETIVOS

- Identificar y caracterizar el comportamiento de la oferta nacional y la demanda local de flores.

- Estimar cantidad comprada y el precio pagado por diferentes variedades de flores por familia en cada barrio en la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca.

- Estimar el consumo esperado de flores para toda la unidad de estudio.

HIPOTESIS

La rosa es el principal producto vendido para las florerías de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca, y la cantidad adquirida por los consumidores se incrementa durante los días festivos.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

CONCEPTOS

Definición de Demanda

Thompson (2006) Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.
La demanda es una relación entre dos variables económicas: 1) El precio de un bien en particular y 2) La cantidad del bien que los consumidores están dispuestos a comprar a ese precio durante un periodo especifico, si todas las demás cosas se mantienen igual.

Taylor, (2004), menciona que los cambios de los factores que determinan la función de demanda alteran esa función o, en términos gráficos, desplazan la curva de demanda. Las variaciones de la curva de demanda de un bien alteran, a su vez, el precio y la cantidad de equilibrio del bien producido. A continuación se estudiará en forma breve cada fuente de cambios en la demanda.

Preferencias de los consumidores: un cambio en los gustos de las personas por un producto en comparación con otros productos, cambiará la cantidad del bien que compre a cualquier precio determinado.

Ingreso de los consumidores: un aumento en el ingreso incrementa la demanda de la mayor parte de los bienes, y una disminución en el ingreso reduce la demanda de estos bienes.
Número de consumidores en la población: si el número de consumidores aumenta entonces la demanda aumentará.

Las expectativas de los consumidores del futuro: si las personas esperan que aumente el precio de un bien, querrán comprarlo antes del aumento en el precio. Por lo contrario, si las personas esperan que disminuya el precio, comprarán menos y esperarán por la disminución.

Precios de bienes estrechamente relacionados: un sustituto es un bien que proporciona algunos de los mismos usos o disfrutes que otro bien. La demanda de un bien aumenta si el precio de un sustituto del mismo aumenta y la demanda de un bien disminuirá si el precio de un sustituto disminuye. La mantequilla y la margarina son sustitutas.

Sustitutos

Dos bienes por los que un incremento en el precio de uno lleva a un incremento en la demanda del otro. Cuando la baja en el precio de un bien reduce la demanda de otro bien, se dice que los bienes son sustitutos.

Los productos sustitutos de las flores naturales son únicamente las flores artificiales. O lo que viene siendo las tarjetas, chocolates e invitaciones a comer en restaurantes.

Presentaciones (formas)

Los arreglos pueden ser acompañados de regalos complementarios como peluches, chocolates, licores, frutas, globos y perfumes.

Otras presentaciones como centros de mesa, individuales, ramos etc.

Definición de consumo y gasto

Consumo. Guerra y Aguilar (1995), mencionan que el consumo es la utilización de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas, ya sean presentes o futuras. Etapa del proceso económico, consistente en la satisfacción directa de las necesidades.

Se pueden establecer tres tipos de consumo según función de las necesidades del consumidor y de la frecuencia en el gasto del bien o servicio:

- Consumo experimental: El consumo del producto o servicio se produce por novedad o curiosidad. Por ejemplo, el hecho de comprar, para probar, una nueva variedad de derivado lácteo, un nuevo restaurante, etc.
- Consumo ocasional*:* El consumo es intermitente, basado en la disponibilidad del bien o servicio o en la satisfacción de necesidades no permanente. Por ejemplo, la asistencia a una sesión de cine.
- Consumo habitual: El consumo ya forma parte de las actividades cotidianas del sujeto. Es el caso de los productos básicos de alimentación y del vestido.

Gasto

El gasto es la representación del valor de todos los bienes o servicios que se consumen. Montos que los compradores pagan, o convienen en pagar, a los vendedores a cambio de los bienes o servicios que éstos suministran a los mismos compradores o a otras unidades institucionales designadas por ellos. En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado

Proceso de compra

Fischer (2004) menciona que el proceso de compras es el conjunto de etapas por las que pasa un consumidor para poder adquirir algo. Incluye los siguientes elementos:

- *Necesidad sentida:* representa un estado de tensión, es decir, que la persona busca satisfacer o disminuir dicha tensión, lo cual logrará presumiblemente con el objeto o actividad.
- *Actividad previa a la compra:* la necesidad genera la acción y hace que el individuo se vuelva más sensible a estímulos relacionados con la misma; la reacción del individuo dependerá de la intensidad de dicha necesidad.
- *Decisión de compra:* constituye un conjunto de decisiones en donde intervienen variables como el producto, la marca, el estilo, la cantidad, el lugar, la tienda o el vendedor, le fecha, el precio y la forma de pago, originándose con ello una gran gama de combinaciones que finalizan con la decisión.
- *Sentimiento posterior a la compra:* El producto puede satisfacer las necesidades actuales, pero también crear incertidumbre o sentimientos negativos, a los que se denomina disonancia cognoscitiva. (Fischer, 2004)

Oferta

Se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a llevar a los posibles precios alternativos.

Factores que la determinan

Precio de los factores productivos: Se refiere al precio del factor trabajo y del factor capital. Estos dos influyen en los costes de producción de las empresas ya que si disminuye el capital, a las empresas les cuesta menos producir y el nivel de beneficios aumenta.

El precio de bienes relacionados desde un punto de vista productivo: Se refiere a que los productores pueden desplazarse a producir otro bien. Por ejemplo, un agricultor cultiva trigo y patatas, si aumenta el precio de las patatas cultivará más patatas que trigo.

Tecnología existente: una mejora tecnológica disminuye los costes de producción de una empresa y por lo tanto hay variaciones en la oferta.

Impuestos y regulaciones del Estado: A través de los impuestos el Estado puede influir en el comportamiento de las empresas. También existen leyes a través de las cuales el Estado influye en los costes de producción de las empresas.

Producción

Es la cantidad que se genera de producto o servicio en base al recurso humano, económico u otros con los que cuenta la empresa, de modo que se cumplan con las expectativas del cliente.

Estacionalidad

La estacionalidad es cuando un producto se vende más o menos en diferentes épocas de año. No sólo depende del tipo de producto, sino del tipo de cliente. Como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. Estacionalidad de flores

Flores	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Claveles	X	X	X	X	✓	X	X	X	X	✓	✓	✓
Lilies	X	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gerberas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rosas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tulipanes	X	✓	X	X	X	X	X	✓	X	✓	✓	✓
Perritos	X	X	X	X	✓	X	X	X	X	✓	✓	✓

(X) Meses en que no se venden las flores.

(√) Meses en que se venden las flores.

Mercado

Es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio en particular. Los compradores son el grupo que determina la demanda que habrá por el producto y los vendedores, son el grupo que determina la oferta de dicho producto. (N.Gregory Mankiw 2009) Es cualquier conjunto de mecanismos mediante los cuales los compradores y vendedores de un bien entran en contacto para comerciarlo (Sánchez M. Francisco 2005).

Mercado de flores

Dentro de los mercados de flores además hay tallos, follajes cortados, ramas, material leñoso y material verde para complemento de arreglos y ramos florales. En los mercados se encuentran también productos utilizados como insumos por floristas y decoradores: conos para envolver flores, cintas, alambres, etiquetas, platos, recipientes, floreros, accesorios, panes de espuma floral, etc.



Figura 2. Mercado de flores.

Producto

Un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad**.** Un producto engloba atributos tangibles e intangibles (embalaje, color, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, etc.) que el comprador acepta como algo que ofrece satisfacción a sus deseos o necesidades (William J. Stanton)

Flores

Las flores son organismos complejos y parte significativa de la reproducción de muchas plantas en todo el mundo. Sin embargo, al margen de su función biológica, las flores son altamente valoradas por su sentido estético y decorativo, y suelen emplearse como regalo u objeto de decoración en muchas sociedades.

Rosas

Flor del Rosal, destaca por su belleza, su fragancia y su color generalmente de un tono rosa poco subido, con su cultivo se consigue gran variedad de colores y clases. Los rosales son un conocido género de arbustos espinosos y floridos representantes principales de la familia de las rosáceas.

Precio

Es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir en intercambio la combinación de un producto y los servicios que lo acompañan. (Fischer, Espejo 2004) En términos más amplios el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio (Kotler y Keller, 2006).

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

OBJETO DE ESTUDIO

El presente estudio se enfoca al análisis y estimación de la oferta y demanda de flores, teniendo como base la población de la ciudad de H. Tlaxiaco, Oaxaca y los establecimientos detallistas de este producto. El marco de referencia del análisis fue la situación de la oferta nacional y mundial de flores para corte y sus relaciones con el abasto de flores en el noroeste del estado de Oaxaca.

ÁREA DE ESTUDIO

Localización, límites y división administrativa

El estado de Oaxaca se ubica al sur del país, en el extremo suroeste del istmo de Tehuantepec. Colinda con los estados de Guerrero al oeste, Puebla al noroeste, Veracruz hacia el norte y Chiapas al este.

Este trabajo se realizó en el distrito de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, la cual, se ubica al noroeste del estado de Oaxaca y a una distancia de 180 kilómetros de su capital. Las coordenadas geográficas de la ciudad son: al norte 17° 19; al sur 17° 06; al este 97° 29 y al oeste 97° 47 de longitud Oeste. El sitio tiene una altitud de 2,040 metros sobre el nivel del mar. Tiene como límites: al norte, con Teposcolula, al noroeste, con Juxtlahuaca, al oeste y sur, con Putla, al sureste, con Sola de Vega y al este, con Nochixtlán.



Fuente: wikipedia, 2008.

Figura 3. Localización del estado de Oaxaca



Figura 4. Localización del municipio y Heroica ciudad de Tlaxiaco.

La Heroica ciudad de Tlaxiaco es urbana, se encuentra dividida en 6 barrios, como son San Nicolás, San Sebastián, San Miguel, San Bartolo, San Pedro y San Diego. Además de estos sectores se incluye la parte centro, que es el área en donde se concentra la actividad comercial y los servicios municipales. En la ciudad se establece un tianguis que opera todos los días sábados.



Figura 5. Ubicación de los 6 barrios de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco

Características del área de estudio

Clima. El clima es templado subhúmedo con lluvias en verano, en el invierno puede llegar a tener temperaturas a 0° e inclusive grados bajo cero, contando con una temperatura promedio mensual a los 18°C. La temporada de lluvias que teóricamente es de abril a octubre, puede adelantarse o retardarse en su inicio o en su fin. La precipitación en promedio anual es de 1,200 a 1,500 milímetros.

Flora. Los bosques que caracterizan al distrito son los de coníferas, (pino-ocote, encinos, sabinos, enebros).

Fauna. Como parte de su fauna localizamos venados, armadillos, ardillas, conejos, zorros y diferentes aves.

Principales actividades económicas. La economía del distrito de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, se sustenta en la producción agrícola y pecuaria, así como en el aprovechamiento forestal, pero la principal actividad económica Tlaxiaco, es el comercio y la prestación de servicios. Durante los últimos 5 años la población económicamente activa se ocupa en diversas actividades económicas bajo la siguiente subdivisión.

- Sector primario. Representa el 20% de la PEA, en este sector predomina la agricultura (cultivo de maíz, frijol y trigo) y en muy poca escala, la cría de ganado y aves de corral.
- Sector secundario. Ocupa el 21% de la PEA, este sector se debe a la explotación e industrialización de los bosques (madera de pino y encino), fabricación de muebles, artesanías, tejidos de lana y otros.
- Sector terciario. Ocupa el 56% de la PEA, en el se agrupa el comercio, transporte público y comunicaciones, servicio de restaurantes, hoteles, baños públicos, telégrafos, correos y mercados, ya que como se indicó, el distrito y su cabecera están dedicados plenamente al comercio, desde la miscelánea hasta tiendas de autoservicio, sin olvidar el comercio ambulante.

  (P.A) Población Económicamente Activa.

Población. El distrito de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco en el 2005 contaba con una población de 34,587 habitantes, de los cuales 18,382 son mujeres y16, 205 hombres; en el 2010 contaba con una población de 38,453 habitantes, de los cuales 20,466 pertenecen a mujeres y 17,987 a hombres. Para el 2005 el total de viviendas habitadas particulares era de 7,875 y para el 2010 contaba con 9,312. La población se divide en 15,087 menores de edad y 19,500 adultos, de cuales 2,824 tienen más de 60 años.

Ingreso. El nivel de ingreso de Tlaxiaco, número de personas y % sobre el total de trabajadores es como se indica en el cuadro:

Cuadro 6. Tlaxiaco, Oax. : Nivel de ingresos de la población trabajadora 2010.

Nivel de Ingreso (S.M.)	Población Trabajadora	%
0	546	10.97
1	839	16.86
1-2	974	19.57
2-5	1993	40.05
5-10	486	9.77
10+	138	2.77

Fuente : INEGI 2010

Cultura y tradición con flores

Las fechas más relevantes dentro del comercio de las flores; que se utilizan para determinado tipo de eventos en grandes cantidades para decoración permanente en los hogares, así como en las fiestas especiales, celebraciones de tipo religiosos formales, viveros, fechas especiales, cumpleaños, matrimonios, fiestas de día de madres, San Valentín etc.

Cuadro 7.Tlaxiaco, Oaxaca: Fechas y Festividades importantes

EVENTOS	DIA	MES
Día del amor y la amistad	14	Febrero
Día de las Madres	10	Mayo
Día de los Santos	1- 2	Noviembre
Centro	14 - 21	Octubre
San Nicolás	6	Diciembre
San Sebastián	20	Enero
San Miguel	29	Septiembre
San Bartolo	24	Agosto
San Pedro	29	Junio
San Diego	13	Noviembre
Día de la Virgen de Guadalupe	12	Diciembre
Graduaciones	1- 8 julio	Junio
Día de la Secretaria	17	Julio

Fuente: Elaboración propia con datos del santoral católico

MATERIALES

En la investigación se requirió de diversos materiales y equipo para desarrollar las tareas de escritorio y las actividades de campo.

Actividades de escritorio. Se contó con equipo de cómputo para procesamiento de texto y hoja de cálculo, y acceso a Internet.

Trabajo de campo. Para la realización de las encuestas, así como, el procesamiento de la información, se utilizaron los siguientes materiales:

- Lápiz
- Pluma
- Computadora
- Hojas blancas
- Modelo de cuestionario

PROCEDIMIENTOS

Se realizó una búsqueda de estudios previos relacionados con la estimación de la demanda y consumo de flores. Las fuentes de consultas fueron Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, en artículos, revistas y formatos electrónicos disponibles en la red internet.

Mediante encuesta se les aplicó un cuestionario a 95 personas incluyendo hombres y mujeres que indicaron residir en alguno de los barrios de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco. La selección de los entrevistados fue totalmente al azar. Paralelamente se elaboró y aplicó una encuesta a negociaciones de la localidad dedicadas a la venta al detalle de flores. Las fuentes de información fueron cinco dueños con locales ubicados en el centro.

El lugar de la entrevista fue en el centro de la ciudad, ya que es el lugar más frecuentado por las familias con fines de compra, paseos, distracción y entretenimiento. La fecha de aplicación empezó el día 4 de febrero y culminó el 15 de febrero del 2012. Se aplicaron los días lunes, miércoles, viernes y domingos con un horario de 14:00 - a 20:00 Horas.

Los datos fueron capturados y ordenados en una hoja de cálculo en Excel, a partir de la cual se elaboraron gráficas y tablas de doble entrada, siguiendo la secuencia establecida en el cuestionario.

VARIABLES A MEDIR

La investigación indagó sobre segmentos de consumidores, precios pagados, lugar de compra, frecuencia de compra, cantidades compradas, gustos y preferencias y gasto familiar en flores, todo ello, con el propósito de determinar la demanda de flores.

La tipología de las variables estudiadas, las escalas utilizadas y el tipo de análisis que se realizó con los datos se explica en el cuadro 8. Los resultados tabulados se ven en el Anexo A.

Cuadro 8 Variables del cuestionario para consumidores y detallistas

No.	Variable	Escala	Análisis
1	Consumo o compra de flores	Nominal: si, no	Porcentaje
2	Tipos de flores compradas	Nominal: Rosas, claveles, crisantemos y otros	Porcentaje
3	Lugar de compra	Nominal: Florerías, centro comercial y comercio ambulante	Frecuencia ,porcentaje
4	Motivo de compra	Nominal: Fechas especiales, constante y regularmente	Porcentaje y frecuencia
5	Cantidad comprada	Nominal: Arreglos, individual y ramos	Porcentaje
6	Precio pagado	Razon:0-10,10-20,20-30,40-50,50-60,70-80, + de 80	Gasto total, porcentaje, media y des. Estándar
7	Preferencia de color	Nominal: Rosa, rojo, blancas, otro	Porcentaje y frecuencia
8	*Tipo de de flores vendidas*	Nominal: Rosas, crisantemos, claveles y gladiolas	Porcentaje,
9	*Procedencia producto*	Nominal: Puebla, Morelos, D.F, Tabasco	Porcentaje
10	*Frecuencia de compras*	Nominal: Semana, cada 15 días, cada mes, cada dos meses	Gasto total y porcentaje
11	*Precio pagado*	Razón: Promedio de 15,000	Gasto total
12	*Compradores*	Nominal: Instituciones, personas	Porcentaje

Nota: Cuestionario consumidores variables 1-7, Cuestionario detallistas o florerías variables 8-13

FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de datos e información aplicadas y consultadas para el desarrollo de la investigación se clasificaron en primarias y secundarias.

- *Las fuentes primarias* estuvieron formadas por la muestra de consumidores que respondieron a la encuesta sobre demanda de flores en la ciudad, además de los dueños o encargados de las florerías que también se encuestaron.
- *Las fuentes secundarias* utilizadas estuvo constituida por bancos de datos sobre producción y población procedentes de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación(SAGARPA) que consta de la Base de datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) así como del Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI) . Aparte se utilizó frecuentemente la red de Internet para documentar los temas referentes a la situación de la floricultura en México y las estadísticas de comercio y producción publicados por investigadores nacionales o empresas que se dedican a esta actividad.

INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Los principales instrumentos empleados para la captura de los datos primarios fueron el cuestionario y las entrevistas personales.

Cuestionario

Se diseñaron dos tipos de cuestionarios uno destinado a determinar las características de la demanda final por flores que se aplicó a los consumidores y otro, orientado a conocer algunas características de la operación y compra-venta de flores por parte de establecimientos minoristas de la ciudad. El cuestionario de los consumidores estuvo formado por 7 preguntas:(dos preguntas cerradas y cinco semi-cerradas; mientras que el cuestionario para los dueños de las florerías se formó de nueve preguntas: tres semi cerradas y seis abiertas (ver anexos C y D).

Entrevistas

Se aplicaron un total de 100 entrevistas personales cortas, guiadas con cuestionario, previamente elaborado como instrumento de recopilación de información; 95 de ellas con personas mayores de edad (20-35 años) que se seleccionaron como potenciales consumidores y cinco, a dueños o encargados de florerías.

Para el caso de la entrevista a consumidores la estructura constó de una introducción en la que se indicaba a la persona elegida los motivos y propósitos de la entrevista. El contenido tuvo como guión las preguntas formuladas en el cuestionario y registrando todas las respuestas posibles. La entrevista concluyó dándoles las gracias por su apoyo y tiempo brindado.

Las entrevistas a dueños de florerías se realizaron en el sitio en donde se ubica el negocio, ocurriendo las cinco, en el centro de la ciudad, que es la parte más concurrida y de giro comercial.

PROCEDIMIENTOS DE CÁLCULO

Para la estimación de la cantidad comprada por individuo, se tomó en cuenta la Frecuencia de Compra (FC), el tipo de producto (TP), el Precio Pagado (P), el tamaño de la Familia (TF), el Número de Familias (NF).

FC, se midió en tres frecuencias: *Constante* que se refiere a que el entrevistado declaró realizar compra de flores cada dos semanas durante el año. *Regularmente*, cuando el entrevistado efectuó compras de flores una vez al mes. *Ocasionalmente* cuando el entrevistado compró flores para celebrar algún acontecimiento familiar, de amistad o por costumbre o tradición, identificándose 14 ocasiones o fechas al año para celebrar (al menos siete de esas fechas aplican para la población en general). Los individuos que compraron flores se clasificaron en segmentos de consumo y su frecuencia en la muestra se usó para extrapolar los resultados de la población.

Los tipos de producto (TP) comprado son tres: arreglos florales ramos y flores individuales.

Precio pagado (P). Para estimar esta variable se consideró el valor medio del rango marcado como opción de respuesta como indica el siguiente cuadro:

Cuadro 9. Precios pagados

$	5	15	25	45	55	75	81
Rangos	0-10	10 -20	20 - 30	40 - 50	50 - 60	70 - 80	80

El tamaño de la familia promedio para la población de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco se estimó considerando el resultado de dividir el total de la población estimada para el año 2012 entre 4, que fue el tamaño promedio de familia reportado a nivel nacional y que cotejado con el número de viviendas habitadas reportadas en el censo de INEGI de 2010, indicaban concordancia. El número de familias estimado para la ciudad fue de 10 030.

Gasto por individuo fue el estimado a partir del precio y cantidades compradas según frecuencia de compra declaradas al encuestador por el entrevistado.

El gasto por familia representó el gasto reportado por cada individuo, suponiéndose que sólo un miembro de la familia compró flores en cada evento.

Gasto para la población es la estimación del gasto en flores suponiendo tres estratos de familias según frecuencia de compra observado en la muestra multiplicada por el gasto por individuo y el número de eventos o compras realizados al año.

Análisis e interpretación de resultados

A partir de la base de datos Excel los datos fueron analizados a partir del cálculo de promedios, porcentajes, medias, desviación estándar, frecuencias, gastos, según fuera la variable. Se elaboraron histogramas a partir de la información obtenida, se redactaron los resultados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

LA FLORICULTURA EN MÉXICO

PRODUCCIÓN DE FLORES

La producción nacional de flores se realiza principalmente en los estados de Puebla, Baja California y Oaxaca. La superficie total sembrada en el país reportada entre 2008-2010 fue de 283 ha en promedio. En el estado de Puebla se encuentra más de la mitad de la superficie de flores que se explota en el país, manteniéndose como líder en este rubro, le sigue el estado de Baja California con el 23% y Oaxaca con el 14%. En otros estados como Sonora y San Luis Potosí se tienen extensiones de cultivo menores. En el cuadro 9, se observa la tendencia decreciente de Baja California y Oaxaca, y el sobresaliente crecimiento del cultivo de flores en Puebla.

Cuadro 10. México: Superficie sembrada (ha) de flores por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP.SEMBRADA 2008 – 2010	%
BAJA CALIFORNIA	66	24.09	113.5	35.11	13.0	5.18	64.16	193	22.70
OAXACA	55	20.07	41.7	12.92	17.7	7.08	38.16	115	13.50
PUEBLA	123	44.89	142.0	43.93	195.0	77.77	153.33	460	54.25
SONORA	30	10.95	21.0	6.50	17.0	6.78	22.66	68	8.02
SAN LUIS POTOSI	n.d	n.d	5.0	1.55	8.0	3.19	4.33	13	1.53
NACIONAL	274	100.00	323.2	100.00	250.7	100.00	282.64	848	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

La superficie cosechada agrícola nacional de flores en el periodo de estudio refleja un comportamiento similar al observada en la superficie sembrada, que promedia en los últimos tres años cerca de 262 ha por año (ver cuadro 11).

La superficie siniestrada nacional en el periodo de análisis fue 27 ha, presentándose pérdida de cosechas sólo en los estados de Puebla y Sonora. Las estadísticas de los últimos tres años indican que en Puebla el mayor oferente de flores a nivel nacional se pierde el 9% de la superficie sembrada, lo cual es un índice de siniestrabilidad muy inferior a estados como Sonora que alcanza casi el 31% de la superficie que se siembra (ver cuadro 12). Para hacer un mejor análisis se requiere tener más datos de las especies sembradas, pues difieren en la vulnerabilidad a los factores de riesgo.

Cuadro 11. México: Superficie cosechada (ha) de flores por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP.COSECHADA 2008 – 2010	%
BAJA CALIFORNIA	66	26.19	113.5	37.93	13.0	5.51	64.16	193	24.46
OAXACA	55	21.83	41.7	13.95	17.7	7.53	38.16	115	14.55
PUEBLA	101	40.08	139.0	46.45	180.0	76.35	140.00	420	53.37
SONORA	30	11.90	0	0	17.0	7.21	15.66	47	5.97
SAN LUIS POTOSI	n.d	n.d	5.0	1.67	8.0	3.39	4.33	13	1.65
NACIONAL	252	100.00	299.2	100.00	235.7	100.00	262.31	787	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012.

Cuadro 12 México: Superficie Siniestrada (ha) de flores por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP.SINIESTRADA 2008 – 2010	%
BAJA CALIFORNIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OAXACA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PUEBLA	22	100	22	0	15	100	19.66	59	73.75
SONORA	0	0	21	100	0	0	7	21	26.25
SAN LUIS POTOSI	n.d	n.d	0	0	0	0	0	0	0
NACIONAL	22	100	43	100	15	100	26.66	80	100

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

A nivel nacional entre 2008-2010 se produjeron en promedio por año alrededor de 2,099 ton de flores, destacando que el año que mayor producción tuvo fue el 2009 con 2,568 ton. Los principales estados productores de flores son Puebla con 1,012 ton, que equivale al 48%, seguido por Baja California con 734.5 ton y Sonora con 157 ton (ver cuadro 13).

Cuadro 13. México: Producción (ton) de flores por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE PRODUCCION 2008 – 2010	%
BAJA CALIFORNIA	700.2	35.09	1,336.5	52.05	167.0	9.64	734.5	2,204	35.00
OAXACA	211.2	10.58	151.4	5.90	93.9	5.42	152.1	457	7.25
PUEBLA	784.0	39.29	1,030.0	40.11	1,222.0	70.52	1,012.0	3,036	48.22
SONORA	300.0	15.03	0	0	170.0	9.81	156.6	470	7.46
SAN LUIS POTOSI	n.d	n.d	50.0	1.95	80.0	4.62	43.3	130	2.06
NACIONAL	1,995.4	100.0	2,567.9	100.00	1,732.9	100.0	2,098.5	6,296	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP

El rendimiento nacional promedio en la producción de flores es de 7.95 ton/ha, en el periodo de investigación. Los mayores rendimientos se obtienen en los estados de Baja California con 11.74 ton/ha, quien presenta una tendencia creciente y Puebla con 7.32 ton/ha. Que reduce su productividad (ver cuadro 14).

Cuadro 14 México: Rendimiento (ton / ha) de flores por estado (2008- 2010)

ESTADOS	2008	2009	2010	PROMEDIO
BAJA CALIFORNIA	10.61	11.78	12.85	11.74
OAXACA	3.84	3.63	5.29	4.25
PUEBLA	7.76	7.41	6.79	7.32
SONORA	10.00	0	10.00	6.66
SAN LUIS POTOSI	n.d	10.00	10.00	6.66
RENDIMIENTO NACIONAL %	7.92	8.58	7.35	7.95

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de SIAP 2012.

En el periodo 2008-2010, el precio medio rural de la producción nacional de las flores fue de 39,579 $/ ton. Cabe destacar la gran diferencia en los precios recibidos por los productores del estado de Baja California de 19,962 $/ton, este valor es más del 269% de lo que reciben los productores en Puebla, y 186% más de lo que se paga en Oaxaca. Es claro que la diferencia de precios se debe al tipo y calidad de flores que se cultivan bajo diferentes sistemas de producción (tradicional vs Tecnología de punta) y el destino de sus productos (mercado interno vs. exportación).

Un análisis del diferencial de precios (Promedio nacional – Estado), indica que sólo en los estados de Baja California y Sonora se obtienen los mejores precios por los productos, ya que estos están por arriba del promedio nacional (ver el siguiente cuadro).

Cuadro 15. México: PMR de flores por estado ($ / ton) (2008-2010)

ESTADOS	2008	DIF - NACIONAL	2009	DIF - NACIONAL	2010	DIF - NACIONAL	PROMEDIO
BAJA CALIFORNIA	16,239.95	7,911.22	19,651.35	7,384.20	23,994.01	16,105.17	19,962
OAXACA	6,890.39	-1,438.34	8,233.39	-4,033.76	5,783.63	-2,105.21	6,969
PUEBLA	2,209.44	-6,119.29	3,703.78	-8,563.37	6,131.42	-1,757.42	5,409
SONORA	6,866.67	-1,462.06	0	-12,267.15	8,000	111.16	4,956
SAN LUIS POTOSI	n.d	n.d	3,500	-8,767.15	3,350	-4,538.84	2,283
NACIONAL	8,328.73	-1,108.47	12,267.15	-26,247	7,888.84	7,815	

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

El valor de la producción es resultado de la combinación de los factores: Cantidad producida total (producción), productividad física (rendimiento), precios pagados por el producto (precio medio rural) y siniestrabilidad. En este sentido el hecho de tener la mayor superficie sembrada y cosechada de flores no garantiza obtener el mayor valor por el producto, como ocurre con el estado de Puebla. Es más bien la ventaja de acceder a mercados con mayor poder adquisitivo, que paguen mayores precios y los resultados de la aplicación de una tecnología altamente productiva, y con la que se obtienen productos de calidad superior, es la que en el largo plazo garantiza la mayor rentabilidad. Por ello, el estado de Baja California mantiene el liderazgo en el valor producción de flores en México (ver cuadro 16).

Cuadro 16 México: Valor producción de flores (miles de pesos) por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP. EN VALOR PRODUCCION 2008 – 2010	%
BAJA CALIFORNIA	11,372.19	68.43	26,265.01	83.38	4,007.00	29.31	13,881.40	41,644.20	67.39
OAXACA	1,455.25	8.76	1,246.54	3.96	543.37	3.97	1,081.72	3,245.16	5.25
PUEBLA	1,732.20	10.42	3,814.90	12.11	7,492.60	54.81	4,346.56	13,039.70	21.10
SONORA	2,060.00	12.39	0	0.00	1,360.00	9.95	1,140.00	3,420.00	5.53
SAN LUIS POTOSI	0	0	175.00	0.56	268	1.96	147.66	443.00	0.72
NACIONAL	16,619.64	100	31,501.45	100.00	13,670.97	100	20,597.34	61,792.06	100.000

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

PRODUCCIÓN DE ROSAS

La rosa como se expresó a inicios del documento es la flor de mayor demanda en México y el mundo. Es por eso que se hace un análisis específico de las principales variables productivas y económicas por estado, usando para ello los datos reportados por el S.I.A.P del periodo de investigación 2008-2010.

En superficie sembrada de rosales es el estado de Morelos quien concentra más del 72% del total nacional. Aparte sólo es destacable la participación del estado de Querétaro con un poco más del 17% de la superficie total dedicada al cultivo. En el país las plantaciones de rosales promediaron cerca de 555 ha, de las cuales 400 pertenecen al estado de Morelos y 97ha a Querétaro. Durante el período no se observan cambios importantes en la estructura y composición de la superficie cultivada de rosales en el país (ver cuadro 17).

En relación a la superficie cosechada nacional, prácticamente se recogió producción en la superficie establecida y reportada como sembrada, por lo que no existen comentarios adicionales (ver cuadro 18).

Cuadro 17 México: Superficie sembrada (ha) de rosas por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP.SEMBRADA 2008 – 2010	%
DISTRITO FEDERAL	1.5	0.27	1.5	0.26	1.5	0.29	1.5	5	0.27
HIDALGO	10.0	1.79	10.0	1.71	12.4	2.37	10.8	32	1.95
MORELOS	393.6	70.52	408.6	69.85	398.6	76.30	400.2	1,201	72.08
PUEBLA	56.0	10.03	56.0	9.57	n.d	n.d	37.3	112	6.72
QUERETARO	97.0	17.38	97.0	16.58	97.0	18.57	97.0	291	17.47
GUERRERO	n.d	n.d	2.0	0.34	3.0	0.57	1.6	5	0.30
JALISCO	n.d	n.d	7.4	1.26	7.4	1.42	4.9	15	0.89
TLAXCALA	n.d	n.d	2.5	0.43	2.5	0.48	1.6	5	0.30
NACIONAL	558.1	100.00	585.0	100.00	522.4	100.00	555.0	1,666	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012.

Cuadro 18. México: Superficie cosechada (ha) de rosas por estado (2008 – 2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE SUP.COSECHADA 2008 – 2010	%
DISTRITO FEDERAL	1.5	0.27	1.5	0.26	1.5	0.30	1.5	5	0.27
HIDALGO	10.0	1.79	10.0	1.71	12.4	2.46	10.8	32	1.97
MORELOS	393.6	70.52	408.6	69.85	379.6	75.41	393.9	1,182	71.78
PUEBLA	56.0	10.03	56.0	9.57	n.d	n.d	37.3	112	6.80
QUERETARO	97.0	17.38	97.0	16.58	97.0	19.27	97.0	291	17.67
GUERRERO	n.d	n.d	2.0	0.34	3.0	0.60	1.6	5	0.30
JALISCO	n.d	n.d	7.4	1.26	7.4	1.47	4.9	15	0.90
TLAXCALA	n.d	n.d	2.5	0.43	2.5	0.50	1.6	5	0.30
NACIONAL	558.1	100.00	585.0	100.00	503.4	100.00	549.0	1,647	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

A nivel nacional se produjeron en el periodo de análisis alrededor de 970,582 ton, de rosa y en el año que se obtuvo la mayor producción de rosa fue 2009 con 1,102, 391 ton. Entre los principales estados productores se encuentran Morelos, Querétaro y Puebla. El principal productor de rosa en el país es el estado de Morelos que aporto un promedio de 698,500 ton por año (72%) de la producción nacional, el segundo estado productor de rosa es Querétaro con 619,092 ton, con el 21% del total (ver cuadro19).

Cuadro 19. México: Producción (ton) de rosas por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO	TOTAL DE PRODUCCION 2008 – 2010	%
DISTRITO FEDERAL	2,250	0.21	2,180	0.20	1,200	0.16	1,876.66	5,630	0.19
HIDALGO	8,339	0.77	9,506	0.86	11,546	1.58	9,796.93	29,391	1.01
MORELOS	821,500	76.15	819,160	74.31	454,840	62.26	698,500.00	2,095,500	71.97
PUEBLA	60,800	5.64	67,800	6.15	n.d	n.d	42,866.66	128,600	4.42
QUERETARO	185,949	17.24	187,230	16.98	245,913	33.66	206,364.00	619,092	21.26
GUERRERO	n.d	n.d	2,115	0.19	3,342	0.46	1,818.97.00	5,457	0.19
JALISCO	n.d	n.d	10,650	0.97	9,924	1.36	6,857.95	20,574	0.71
TLAXCALA	n.d	n.d	3,750	0.34	3,751	0.51	2,500.33	7,501	0.26
NACIONAL	1,078,838	100.00	1,102,391	100.00	730,515.57	100.00	970,582.00	2,911,745	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

El rendimiento nacional promedio en la producción de rosa es de 1,756 ton / ha, en el periodo de estudio. Los estados con mayor productividad son Querétaro y Morelos, ya que se ubican con rendimientos superiores al nacional, con 2,127 y 1,767 ton/ ha, mientras el Distrito Federal con 1, 251, y los estados de Tlaxcala con 1,000, Jalisco 927, Hidalgo con 905 y Puebla con 765 ton/ ha, con menor producción. La tendencia de esta variable claramente en descenso, está marcada por los movimientos en este sentido de la productividad en el Distrito Federal.

Se observa una tendencia decreciente del rendimiento, debido principalmente a la reducción en la productividad de este cultivo en el Distrito Federal, Morelos y Jalisco, efecto que se compensa en parte por la alza sobresaliente del rendimiento en Querétaro y en menor medida en Puebla (ver cuadro 20).

Cuadro 20. México: Rendimiento (ton / ha) de rosas por estado (2008- 2010)

ESTADOS	2008	2009	2010	PROMEDIO
DISTRITO FEDERAL	1,500.00	1,453.33	800.00	1,251
HIDALGO	833.90	950.60	931.11	905
MORELOS	2,087.14	2,014.66	1,198.21	1,767
PUEBLA	1,085.71	1,210.71	n.d	765
QUERETARO	1,917.00	1,930.21	2,535.19	2,127
GUERRERO	n.d	1,057.50	1,113.97	724
JALISCO	n.d	1,439.19	1,341.06	927
TLAXCALA	n.d	1,500.00	1,500.40	1,000
RENDIMIENTO NACIONAL %	1,933.06	1,884.43	1,451.16	1,756

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2012

En el periodo de estudio, el precio medio rural nacional en promedio de la producción de rosa es de 1,635 $/ ton. Se puede observar que tiene una tendencia mayor en el precio.

Los estados que obtienen mayor promedio en cuanto al precio medio rural son Hidalgo con 322 $/ton. Le sigue el estado de Jalisco con 300 $/ton, y Tlaxcala con 258 $/ton. Y en menor cantidad los estados: Querétaro, Puebla, Guerrero y el Distrito Federal.

Cuadro 21. México: PMR (Por gruesa) de rosas por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	DIF – NACIONAL	2009	DIF - NACIONAL	2010	DIF- NACIONAL	PROMEDIO
DISTRITO FEDERAL	128.00	17.80	180.73	62.26	171.00	10.99	160
HIDALGO	291.86	181.66	315.36	196.89	359.20	199.19	322
MORELOS	80.39	-29.81	87.25	-31.22	120.26	-39.75	96
PUEBLA	200.00	89.80	282.54	164.07	n.d	n.d	161
QUERETARO	204.17	93.97	160.66	42.19	207.12	47.11	191
GUERRERO	n.d	n.d	200.00	81.53	240.86	80.85	147
JALISCO	n.d	n.d	436.48	318.01	463.47	303.46	300
TLAXCALA	n.d	n.d	375.00	256.53	400.00	239.99	258
NACIONAL	**110.2**	353.00	**118.47**	1,090.00	**160.01**	842.00	1,635

Fuente: elaboración propia con datos del SIAP 2012

El valor de la producción de rosas en el país en el periodo analizado 2008-2010 en promedio fue de 122,117 miles de pesos, el mayor aporte lo hacen los estados de Morelos y Querétaro, con el 52 y 32% respectivamente. Esto significa que en estos dos estados se generan 84 centavos de cada peso que recibe el productor por la venta de rosas (ver cuadro 22).

Cuadro 22. México: Valor producción (Miles de pesos) de rosas por estado (2008-2010)

ESTADOS	2008	%	2009	%	2010	%	PROMEDIO
DISTRITO FEDERAL	288.00	0.24	393.99	0.30	205.20	0.18	296
HIDALGO	2,433.86	2.05	2,997.82	2.30	4,147.31	3.55	3,193
MORELOS	66,040.80	55.55	71,467.80	54.73	54,698.35	46.80	64,069
PUEBLA	12,160.00	10.23	19,156.20	14.67	n.d	n.d	10,439
QUERETARO	37,965.21	31.93	30,079.81	23.04	50,933.36	43.57	39,659
GUERRERO	n.d	n.d	423.00	0.32	804.94	0.69	409
JALISCO	n.d	n.d	4,648.50	3.56	4,599.41	3.93	3,083
TLAXCALA	n.d	n.d	1,406.25	1.08	1,500.40	1.28	969
NACIONAL	118,887.87	100.00	130,573.37	100.00	116,888.97	100.00	122,117

Fuente: Elaboración propia con datos SIAP 2012

MERCADO DE FLORES EN LA HEROICA CIUDAD DE TLAXIACO, OAXACA

La Heroica ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca tiene una población estimada en el año de 2012 en 40,120 habitantes, cuya principal actividad son los servicios y el comercio. En la localidad viven aproximadamente 10,030 familias quienes llevan un ritmo de vida apegado a sus tradiciones. La forma de organización de la ciudad en barrios acentúa la práctica social, la convivencia familiar y la manifestación a través de los ritos religiosos, los cuales siempre están acompañados por el colorido, frescura, fragancia, suntuosidad, sencillez, ingenio, arte y cultura de las flores.



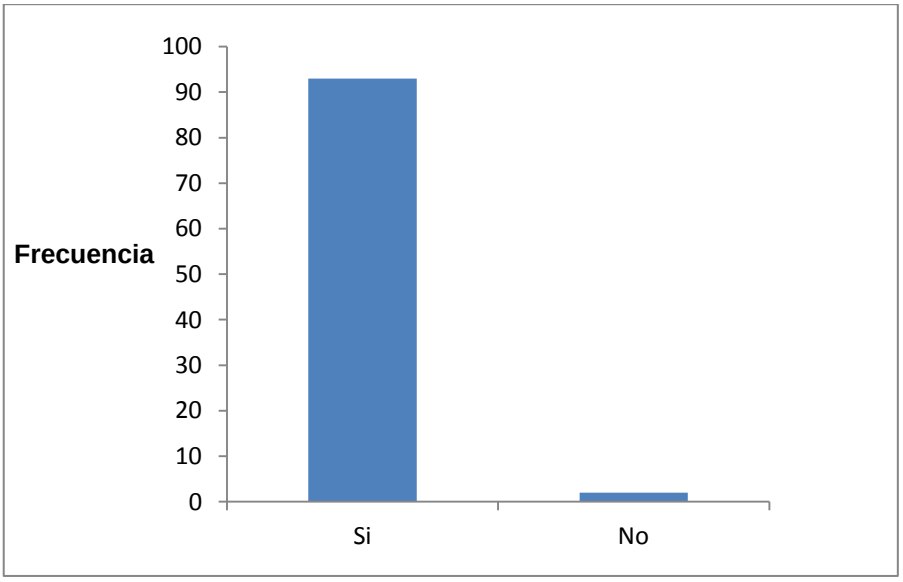
Figura 6. Demostración de las fiestas tradicionales del Distrito de Tlaxiaco.

En este contexto, nació la idea de evaluar la posibilidad de desarrollar un negocio para producir y comercializar flores, en especial rosas para atender la demanda local y regional. Para esto, ante la falta de datos se decidió aplicar una pequeña encuesta a consumidores de la localidad y a los dueños de florerías a fin de tener una estimación del tipo y tamaño del mercado de flores, y con ello afinar la idea del proyecto inicial. A continuación se presentan los principales resultados.

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

Consumidores y No Consumidores

La primera pregunta de la encuesta tuvo como propósito la clasificación de los encuestados en dos categorías: Los consumidores y los no consumidores. De los 95 entrevistados que constituyeron la muestra de estudio 93, o sea el 98% respondieron que si compran flores, mientras que sólo el 2%(2) indicaron que no compran. Como el objetivo del estudio es determinar la cantidad consumida de flores dentro de la muestra y a partir de los resultados realizar inferencias sobre el consumo de flores en toda la población de la ciudad, una vez que se definió el resultado de la primera pregunta, la explicación y análisis de los siguientes puntos del cuestionario se centra en las características del consumo.



Elaboración propia

Figura 7. Los que compran flores

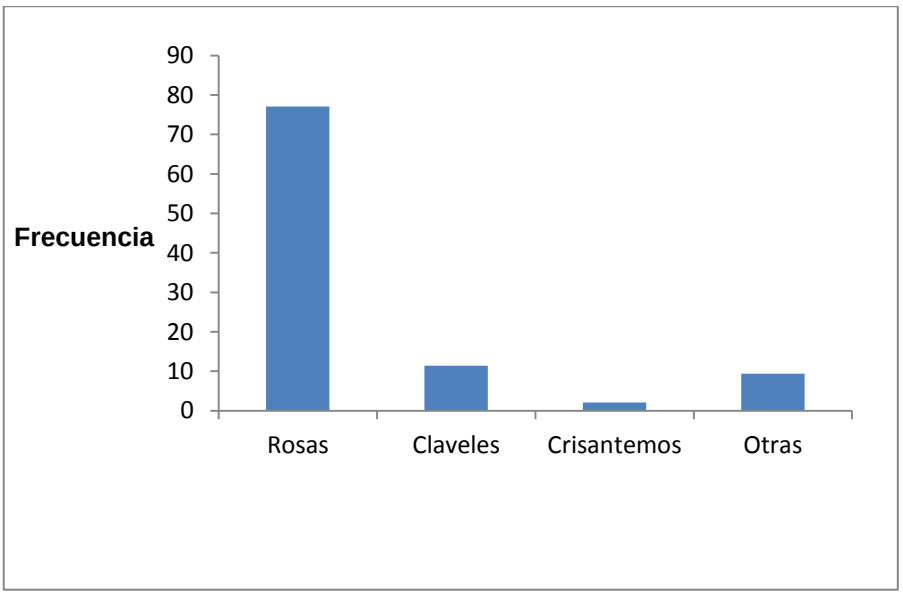
Lugar de residencia

Los entrevistados indicaron que vivían en alguno de los 7 barrios que conforman la ciudad de Tlaxiaco, siendo estos el Centro, San Nicolás (S.N), San Sebastián (S.S), San Miguel (S.M), San Bartolo (S.B), San Pedro (S.P) y San Diego (S.D).

Tipos de flores[2]

Dentro de los tipos de flores que los entrevistados más compran están las rosas, claveles, y crisantemos. El 79%(74) de los compradores mencionó que compró rosas, 12% (11) claveles y con el 2%(2) crisantemos. El 9% (9) de los compradores adquirieron otro tipo de flores como alelís, nardos y gladiolas (Ver figura 8).

[2] La suma de los resultados es mayor a 100%, pues más de un encuestado respondió que compró en alguna ocasión más de un tipo de flor.

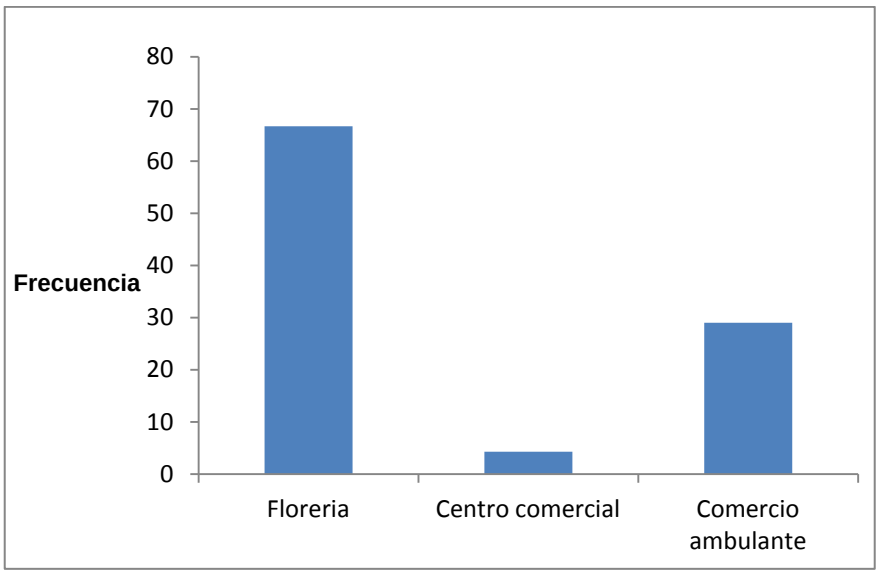


Elaboración propia

Figura 8. Tipos de flores que compran

Lugar en donde compran las flores

Los sitios en los que se puede comprar flores en la cuidad son las florerías, centros comerciales y comercio ambulantes. Los compradores las adquirieron en su mayoría con el 67% (62) en las florerías, 29% (27) en comercios ambulantes, y el 4% (4) centros comerciales. (Ver figura 9)

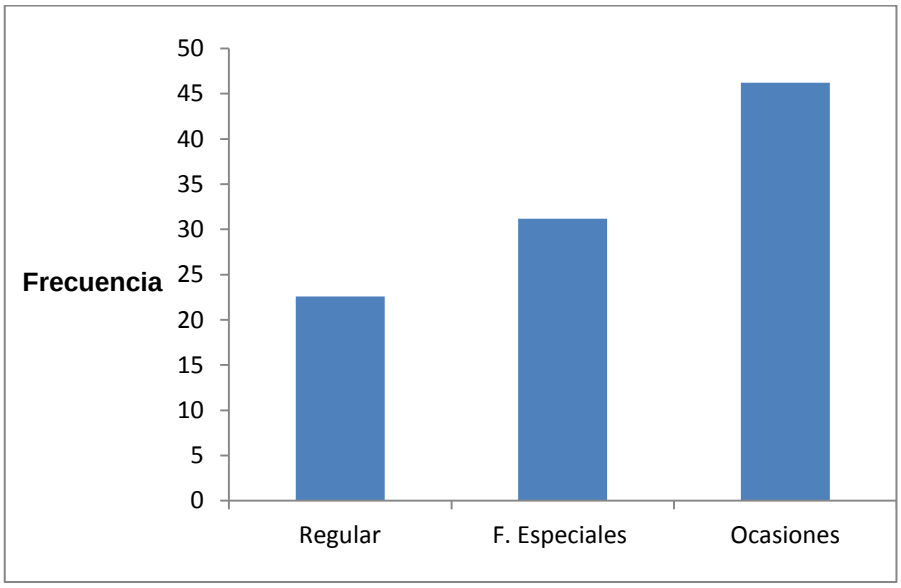


Elaboración propia

Figura 9. Lugar en donde compran las flores.

Frecuencia de compras de flores

En los resultados de las encuestas se mencionaron tres niveles de frecuencia en las compras de flores: regularmente, ocasionalmente y en fechas especiales. En donde el 46% (43) sólo efectúan compras de manera ocasional y 31% (29) cuando se presentan fechas especiales. Una proporción importante de los entrevistados 23% (21) adquiere sus flores de manera regular durante todo el año (Ver figura 10).

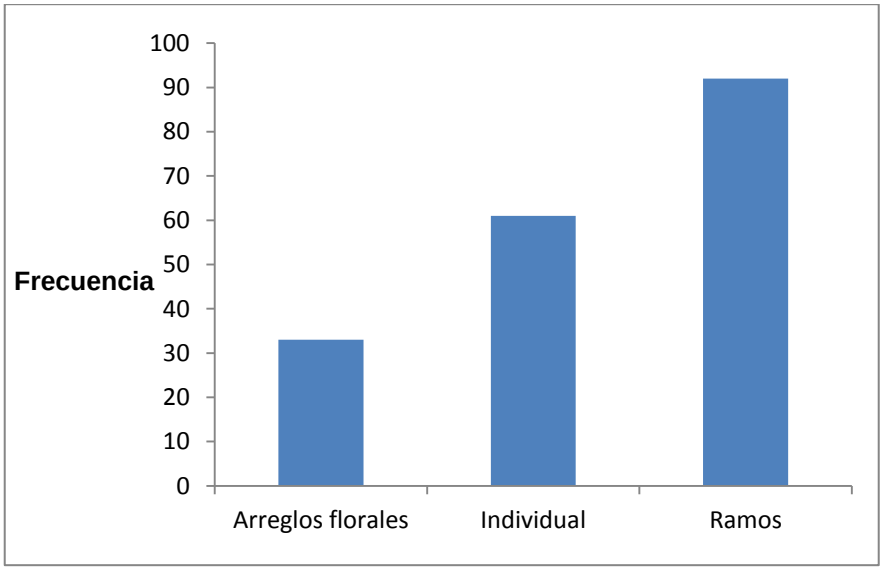


Elaboración propia

Figura 10. Frecuencia de compra de flores.

Formas y cantidades compradas

Los resultados de la encuesta muestran que entre las presentaciones o formas del producto comprados predominan los ramos (92) y la compra de flores por unidad (61) y arreglos florales (33). En general en cada compra que realizan los consumidores adquieren de 1 a 5 productos (Figura 11).

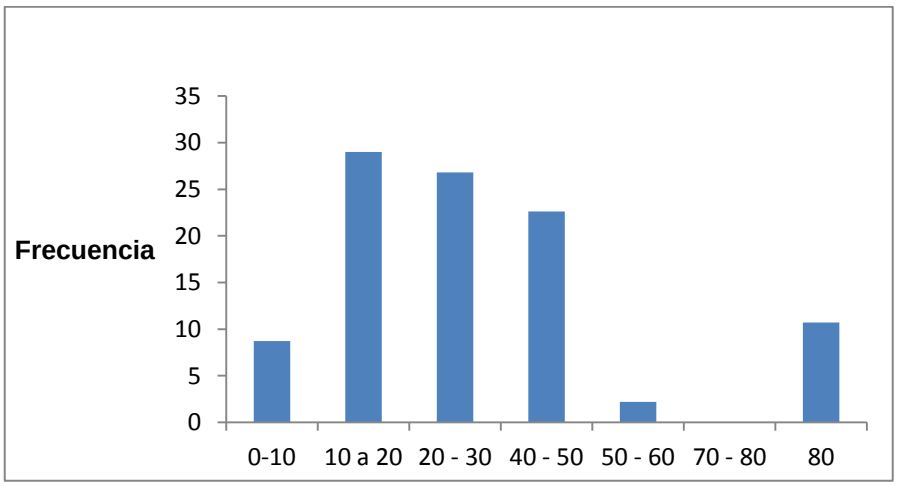


Elaboración propia

Figura 11. Forma de compra de flores

Precio de compra

Los precios pagados por los compradores por las diversas presentaciones de flores varían ampliamente en un rango promedio de 5 pesos a más de 80 pesos: Un 8.7% entre 0 -10 pesos, 29.0% entre 10-20 peos, 26.8% entre 20-30 pesos, 22.6% entre 40 - 50 pesos, 2.2% entre 50-60 pesos, 0 %, entre 70-80 pesos y un 10.7% pagó más de 80 pesos (Figura 12).

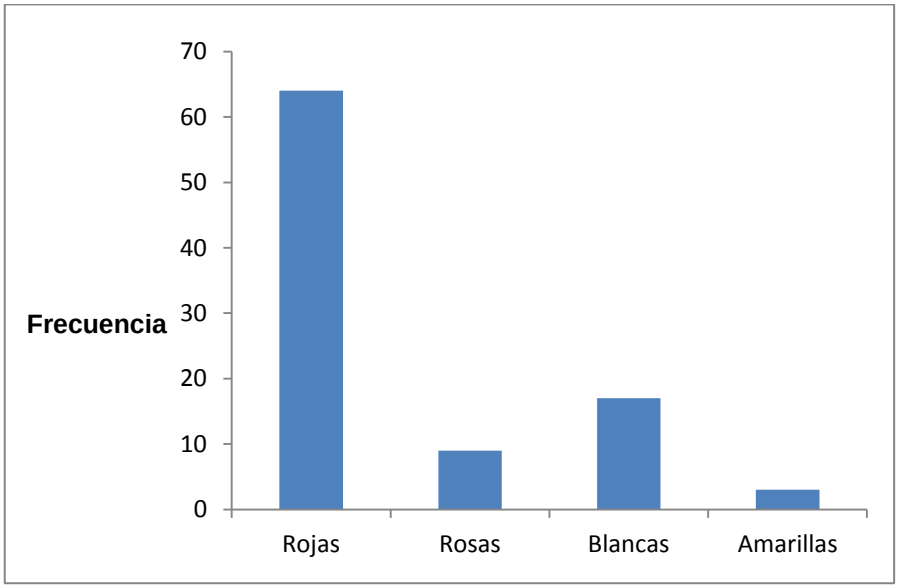


Elaboración propia

Figura 12. Precio de compra de las flores

Color de las flores

El 67% de los entrevistados mostró mayor preferencia por las flores de color rojo, un 18% el color blanco y un 10% las flores de color rosa. Sólo una pequeña proporción menciono que prefería flores de color amarillo Figura (13).



Elaboración propia

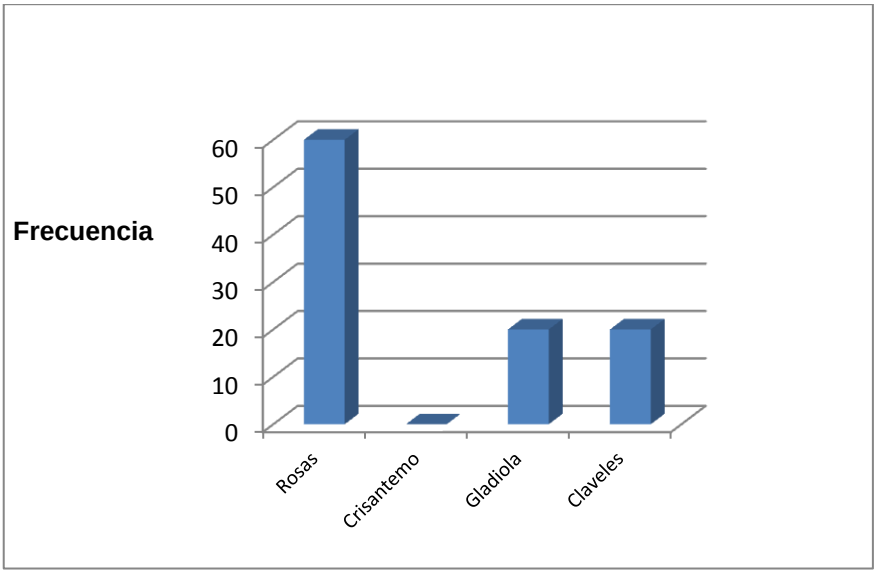
Figura 13. Color de las flores

ENCUESTA A LOS DUEÑOS DE LAS FLORERÍAS

La aplicación de las cinco encuestas que se realizó en los locales, que están ubicados en la parte centro de la ciudad, por ser la más concurrida y transitada, pues en ese lugar se encuentra la mayor parte de los negocios en donde la población realiza sus compras. A continuación se explican los principales resultados.

Tipo de flores más vendidas

La respuesta de los entrevistados a la pregunta ¿Cuál es la flor más vendida?, la principal respuesta fue las rosas (60% de la muestra) y en igual proporción con el 20% (1) las gladiolas y los claveles 20% (1) (Ver figura 14).

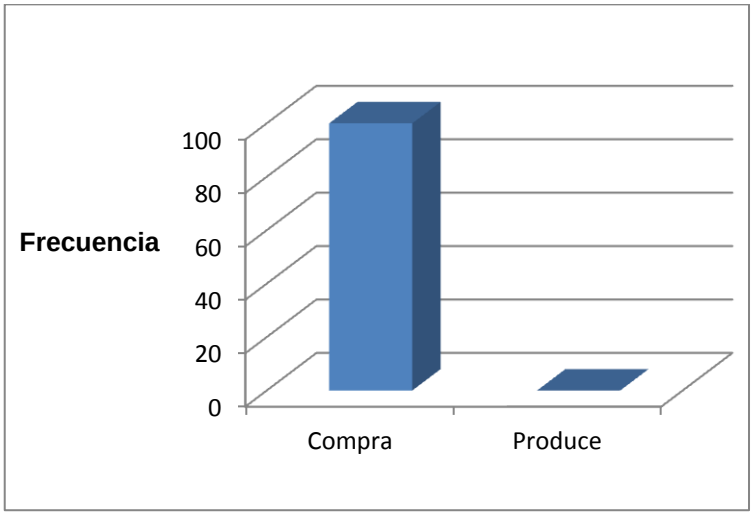


Elaboración propia

Figura 14.Tipo de flores

Fuente de abasto

El abastecimiento del producto en su totalidad se hace recurriendo a productores o intermediarios. Ninguno de las florerías ha procurado desarrollar su propia fuente de producto, incorporando a la comercialización de flores la producción, dado que esta fue la forma en la que tradicionalmente se conforman los negocios en la localidad Figura 15).

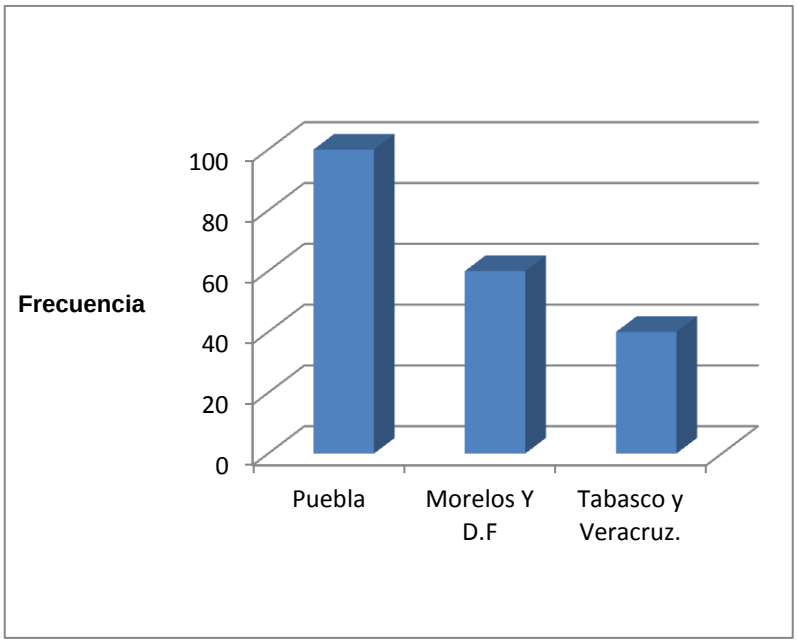


Elaboración propia

Figura 15.Forma de abasto de flores

Lugar de abastecimiento

Para la venta de su producto los resultados de las encuestas reflejan que los propietarios de las florerías traen sus productos de diferentes estados como son Puebla, Morelos, Distrito Federal, Tabasco y Veracruz. Todas mencionaron que traían sus productos de Puebla, el 60% incluyó además Morelos y el Distrito Federal, y el resto (40%) mencionó que sus flores provenían de Tabasco y Veracruz (Figura 16).

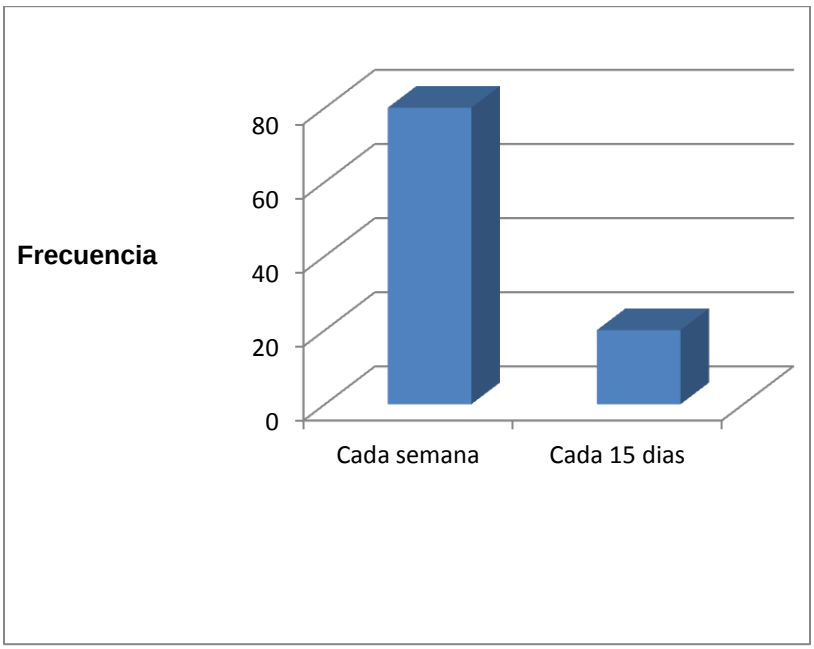


Elaboración propia

Figura 16.Estados de abastecimiento

Duración y tiempo de compra

Los propietarios contestaron que la realización de sus pedidos el 80% (4) los hacen cada semana y el 20%(1) que lo realiza cada 15 días. El tamaño de los pedidos no fue indicado por tres de los entrevistados, sólo dos dieron esta información, promediando un tamaño de pedido de 10 y 15 gruesas (Figura 17).



Elaboración propia

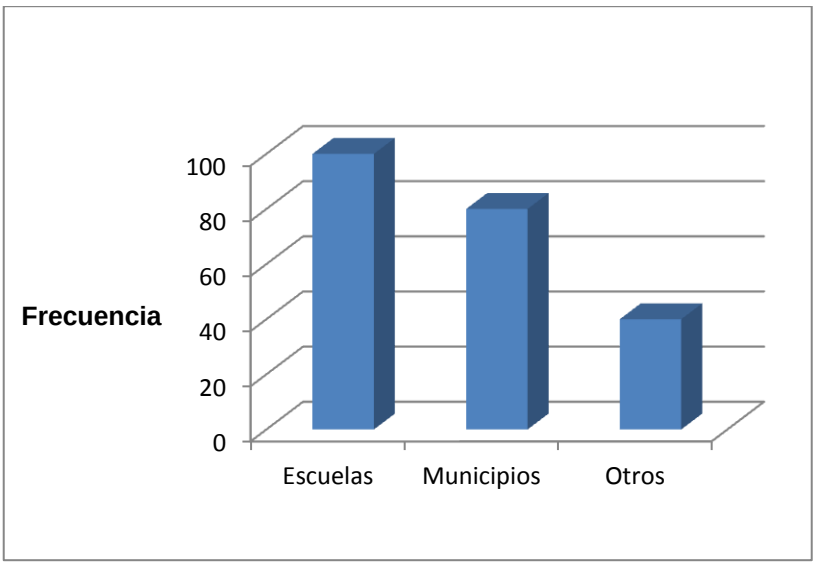
Figura 17. Duración y tiempo de compra

Precio pagado

De los 5 dueños de las florerías, sólo uno fue que dio respuesta a la pregunta del precio. El valor de los pedidos es de alrededor de $15,000.00 al año, y los hace cada 15 días.

Clientes

Todos los negocios de flores en la localidad tienen entre sus clientes en el personal y estudiantes de las escuelas, entre las que mencionaron al CBTIS, la preparatoria y el Instituto Tecnológico. Un 80% (4) de los entrevistados tiene en las instituciones y funcionarios de los municipios de los alrededores de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, a clientes que frecuentemente acuden a ese lugar para realizar sus compras, finalmente un 40% (2), identifica a personas de diferentes pueblos como clientes de sus productos (Figura 18).



Elaboración propia.

Figura 18.Consumidores de flores

Meses de mayor demanda

Los dueños de las florerías identifican los meses de mayo y diciembre como los de mayor demanda para la de rosas, principalmente asociado la celebración del día de las Madres y el 3 de mayo que para los católicos es el día de la Santa Cruz, y que se acostumbra adornar las cruces con flores, utilizando para ello las rosas de color rojo.



Figura 19. Representación de usos de las flores

Oportunidad de nuevas fuentes de abasto

La entrevista se concluyó haciéndoles las pregunta que si se les ofreciera la rosa a un precio más bajo, si estarían dispuestos a comprarlo. Teniendo el 100% de aceptación.

ESTIMACIÓN DE GASTO DE FLORES

Gasto de flores en la muestra

Para la Muestra de 93 personas se clasificaron en tres grupos según la frecuencia de consumo o compra. Esto permite formar tres segmentos de consumidores: personas que compran regularmente, fechas especiales y ocasionalmente.

El primer segmento *Compradores Habituales,* aquellos que adquieren flores de forma constante o regular durante todo el año, lo formaron 21 personas, esto es el 22.11% de la muestra. Al sumar el valor de sus compras se obtuvo que en conjunto gastaron en compra de flores la cantidad de 1,475 pesos, lo que representa un consumo percápita de 70.2 pesos.

En el segundo segmento denominado *Compradores Festivos*, que fueron aquellos que realizan compras en fechas especiales, fue integrado por 29 personas, esto es 30.53%. El valor de las compras realizado por este segmento le representó un gasto total de 1,430 pesos, equivalente a un consumo percápita de 49.3 pesos.

Finalmente, el tercer segmento de *Compradores Ocasionales*, estuvo formado por 43 personas (45. 26%) que compran flores de forma casual o contingente realizan compras de flores. El gasto total reportado por este grupo fue de 2,815 pesos, representando un consumo percápita de 65.4 pesos.

El 2.11%, dos elementos de la muestra no compró flores, y se les denomina *No Compradores*.

El gasto total en flores reportado por los 93 elementos de la muestra fue de 5,720 pesos, representando un gasto promedio en la muestra de 61.5 pesos.

Gasto de flores en la Población

A partir de los datos reportados por INEGI se estimó que la población de la H. ciudad de Tlaxiaco en año 2012 es de 40,120 habitantes y 10,030 familias, suponiendo que cada familia está formada por cuatro miembros.

Bajo el supuesto de que las 10,030 familias (a) presentan una distribución en compra de flores igual a las proporciones presentadas en la muestra (b), se tiene la distribución de familias por nivel de consumo es de 2,217 en el segmento de *Consumidores Habituales*, 3,062 en el segmento de Consumidores Festivos y 4,540 *Consumidores Ocasionales* (ver columna c, en el Cuadro 22).

La frecuencia de las compras por segmento se muestra en la columna (d) del referido cuadro, la cual supone que los *Consumidores Habituales* repiten la compra cada dos semanas, los *Compradores Festivos* una vez cada mes durante el año y los *Compradores Ocasionales* compran en 7 ocasiones durante el año, que incluye las festividades más importantes (6) y la del santo patrono del barrio (1).

El Gasto Total Anual por Segmento del Mercado (f), se calcula multiplicando (a)*(b)*(d)*(e). El Gasto Total Anual por segmento de mercado se presentan en el cuadro 22, lo cual representa un valor de todo el mercado de flores aproximado de $7,937,415.9, con un consumo por familia promedio de $731.36 pesos por año.

Cuadro 23. Interpretaciones de gastos en mercado global y gasto por familia

Segmentos	Número de Familias en la Población (a)	Proporción de Familias por segmento (b)	Familias por Segmentos de Consumo (c)	Frecuencia de Consumo Compra (d)	Gasto Promedio por Familia (e)	Gasto Total Anual por Segmento de Mercado (f)	Gasto Anual por Familia (g)
Habituales	10,030	0.2211	2,217.6	26	70.2	4,047,623.8	1825
Festivos	10,030	0.3053	3,062.2	12	49.3	1,811,573.3	592
Ocasionales	10,030	0.4526	4,539.5	7	65.4	2,078,218.8	458
No Consumidores	10030	0.0210	211	0	0	0	0
Totales		1.0000	10,030			$7,937,415.9	

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Orozco (2007) expresa como los estados con mayor producción de flores a Morelos, Puebla, Distrito Federal y el estado de México, mismos que en el análisis de la producción de flores se identificaron como los que reportaron la mayor superficie sembrada y cosechada.

Los resultados obtenidos en el estudio de la demanda en la H. ciudad de Tlaxiaco, Oax., indican que la mayor demanda la tienen las rosas, seguido por claveles y en tercer lugar los crisantemos. Este hecho coincide con lo expresado por Arboleda (2008), que realizó estimaciones del mercado de flores para el área metropolitana de Guadalajara. El mismo autor, refiere a las flores como productos de uso suntuario (de lujo), y asocia su mayor consumo a festejos de gran arraigo nacional, que de igual forma se manifiesta en los días detectados por el estudio en Tlaxiaco, Oaxaca, con áreas de abastecimiento de flores de los estados de Puebla, Morelos y el Distrito Federal.

El consumo estimado de flores por familia es cercano a los 53 dólares, que equivale a un consumo percápita de a 13.25 dólares anuales (53/4), valor ligeramente superior al de 10 dólares, reportado por el Consejo Mexicano de la Flor en 2009.

CAPITULO V

CONCLUSIONES

A través de los resultados del estudio fue posible dar complimiento a los objetivos planteados para la investigación, al obtenerse las evidencias necesarias para fundamentar que:

La rosa es el principal producto vendido por las florerías de la Heroica Ciudad de Tlaxiaco, Oaxaca y la cantidad adquirida por los consumidores se incrementa durante los días festivos.

Por lo tanto, la hipótesis se comprueba de manera satisfactoria.

BIBLIOGRAFIA

Fischer L., Espejo J., 2004. Mercadotecnia. Proceso de compra .Tercera edición. Página 125-128. (Revisado 28 de mayo de 2012.

Kotler P. y Keller K. 2006. Dirección de marketing. 12a. Ed. Pearson Educación. México. p 432.

Mankiw G. 2009.Principios de economía. Mercados y la competencia. Quinta edición.Pag.66. (Revisado 26 de mayo 2012).

Montaño S., Francisco A. 2005. Mercadotecnia: Investigación y análisis para el éxito. Trillas., México.

Taylor John B (2004) Economía. Tercera Reimpresión México.

Citas web

Arboleda, P.J. 2008. Floricultura, negocio rentable. Inforural. Junio, 18. Disponible en Internet: http://www.inforural.com.mx/spip.php?article27127 (Revisado 28 de mayo de 2012).

ASOCOA.2012.Usos de la rosa. Disponible en internet http://www.asocoa.com/plantas/rosa.asp (Revisado el 15 de febrero 2012)

García V.C., Jiménez M.E., León G.S., Pérez G.J. 2009. La floricultura en México, un reto a la exportación. Informe final para obtener el título de Licenciado en Relaciones Comerciales. Escuela Superior de Comercio y Administración. Unidad Tepepan. Instituto Politécnico Nacional. Disponible en Internet: http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/handle/123456789/5597 (Revisada 28 de mayo de 2012).

Gómez, G. A. 2010. La situación de las flores de corte mexicanas dentro de la política comercial internacional de México. Revista Tecsistecalt 2(9). Disponible en internet http://www.eumed.net/rev/tecsistecatl/n9/aagg.htm (Revisado 5 de febrero de 2012).

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI),III conteo de Población.

Orozco, H.M. 2007.Entre la competitividad local y la competitividad global: floricultura comercial en el estado de México. Revista Convergencia Núm 15. Septiembre-Diciembre. Disponible en Internet: http://redalyc.uaemex.mx/pdf/105/10504506.pdf (Revisado 28 de mayo de 2012).

Población y vivienda 2010. http://www.censo2010.org.mx/doc/cpv10p_pres.pdf(Consultado el 18 de mayo 2010)

Rosas.info. 2012. Propiedades terapéuticas de las rosas. Disponible en Internet http://www.rosas.info/docs.aspx?idd=9.(Revisado el 10 de febrero de 2012).

Sánchez, E. 2012. Crece importación de flores. Periódico el Economista. Mayo 10 de 2012. Disponible en Internet: http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/05/10 /crece-importación-flores.

Tlaxcalteca (2005).C.T.C,Avila S.J., H. Leszczyñska Borys.flores de corte y follaje en florerías y mercados de puebla,Revista Chapingo. Serie horticultura, julio-diciembre, vol. 11, número 002 .disponible en internet: http://redalyc.uaemex.mx/pdf/609/60911220.pdf (Revisado el 15 de marzo 2012)

A.

Interpretaciones de los consumidores

BARRIOS	Si	No	Rosas	Clav.	Cri	Otrs	Esp.	Flor	C. C.	C.A	REG.	F.E.	O	A.F	Ind.	Rms	0-10	10 - 20	20 - 30	40 - 50	50 - 60	70 - 80	+80	GSTO
CENTRO	14	2	11	1	1	1		8	2	4	3	5	6	1	14	13	2	5	5	1	0	0	1	620
S.N	16	0	14	2	1	1		10	1	5	5	4	7	11	19	10	2	3	5	2	0	0	4	1380
S.S	17	0	12	1		5		8		9	2	11	4		5	24	2	3	6	6	0	0	0	845
S.M	12	0	11			1		11	0	1	1	4	7	4	11	7	0	5	2	3	1	0	1	595
S.B	9		7	2	0	0		7	1	1	1	3	5	6	6	10	0	3	2	2	1	0	1	770
S.P	13	0	10	3				10	0	3	4	1	8	3	6	17	0	5	4	3	0	0	1	840
S.D	12	0	9	2	0	1	0	8	0	4	5	1	6	8	0	11	2	3	1	4	0	0	2	670
TOTAL	93	2	74	11	2	9		62	4	27	21	29	43	33	61	92	8	27	25	21	2	0	10	5720
																	8.7	29.0	26.8	22.6	2.2	0	10.7	100.0

Fuente. Elaboración propia.

Cuadro. Media y desviación estándar

Lugares	**Media:**	**Desv.Est:**
CENTRO	39.0	31.33
SAN NICOLAS	86.2	78.58
SAN SEBASTIAN	50.0	41.32
SAN MIGUEL	49.6	23.30
SAN BARTOLO	86.0	64.68
SAN PEDRO	65.0	49.18
SAN DIEGO	56.0	43.37
	60.0	51.0

B

	p1			p2			p3			p4	p5		p6		p7		p8	p9
	Rosas	Crisantemos	Gladiolas	Clavel.	Compra	Produce	Puebla	Morelos y D.F	Tabasco y Veracruz	Cada semana	Cada 15 días	Cantidad	Precio	Escuelas	Municipios	Otros	Mayo y Diciembre	Otras florerías	Opción de pago
F1	1				1		1	1		1				1	1	1	1	1	1
F2			1		1		1	1	1	1		10 GRUESAS		1	1		1	1	1
F3	1				1		1			1				1	1	1	1	1	1
F4	1				1		1	1			1		15,000	1	1		1	1	1
F5				1	1		1		1	1		15 GRUESAS		1			1	1	1
T	3		1	1	5		5	3	2	4	1	25 GR		5	4	2	5	5	5
	60		20	20		0		60	40	80	20				80	40	100		

UNIVERSIDAD AUTONONOMA AGRARIA ANTONIO NARRO

DIRECCION DE INVESTIGACION

ANALISIS DE LA DEMANDA DE ROSAS (S.P*)*

ENCUESTA A CONSUMIDORES

PRESENTACIÓN

El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información valiosa para tener un análisis de la demanda de rosas. La información aportada tendrá un manejo estrictamente confidencial y solo se usara para cubrir con los propósitos de la investigación.

1.- ¿Compra flores?

1.- Si ☐ 2.- No ☐

2.- ¿Qué variedad de flores compra?

1.- Rosas ☐ 2.- Claveles ☐ 3.- Crisantemos ☐ 4.-Otras ☐

Especifique _____

3.- ¿En donde las compra?

1.- Florería ☐ 2.-Centro comercial ☐ 3.- Comercio ambulante

(Parques, semáforos, etc.) ☐

4.- ¿Con qué frecuencia las compra?

1.- Constante ☐ 2.- Fechas especiales ☐ 3.- Ocasionalmente ☐

5.- ¿Cómo y qué cantidad compra?

a) Arreglos florales	b)Individual	c) Ramos

6.- ¿A qué precio la compra?

PESOS

1.-	0-10	10-20	20-30	40-50	50-60	70-80	+80

7.- ¿Algún color que prefiera en particular?

1- Si ☐ No ☐

¿Cuál?

_____

Gracias por su atención prestada.

ANEXO D

UNIVERSIDAD AUTONONOMA AGRARIA ANTONIO NARRO

DIRECCION DE INVESTIGACION

ANALISIS DE LA DEMANDA DE ROSAS (S.P*)*

ENCUESTA A DUEÑOS DE FLORERIAS

PRESENTACIÓN

El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información valiosa para saber la demanda de los comerciantes de la rosa. La información aportada tendrá un manejo estrictamente confidencial y solo se usara para cubrir con los propósitos de la investigación.

1.- ¿Que variedad de flores se vende más?

1.- Rosas ☐ 2.- Crisantemos ☐ 3.-Claveles ☐ 4.- Gladiolas ☐

2.- ¿Las produce o las compra?

1.- Compra ☐ 2.-Produce ☐

Si su respuesta es comprar pase a la pregunta 3

3.- De donde se la traen?

_____

4.- ¿Cada qué tiempo realiza sus pedidos y en qué cantidad?

a) Cada semana	b) cada 15 días	c)cada mes	d)cada 2 meses

5.- ¿Precio que paga normalmente y en fechas especiales

_____

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

_____

7.- ¿Cuáles son los meses en que más se vende la rosa?

_____

8.- Sabe quiénes son su competencia en el negocio?

_____

9.- ¿Si le ofrecieran la rosa a un precio más bajo, estaría dispuesto a pagarlo?

_____

Gracias por su atención prestada

E. Figuras de los negocios de flores que fueron entrevistados







