

kelly Duque zuluaga, Hadaluz Estevez Lopez
Yulieth Julio Basto, Whitney Rivera Lozano

Resumen

La industria de las flores es sin lugar a dudas una de las más exitosas del país. En poco más de 30 años la floricultura colombiana ha pasado de exportar unos cuantos miles de dólares anuales a vender en el exterior más de 500 millones de dólares por año, generando alrededor de 182.000 empleos. Es así como Colombia a finales de la década de los años sesenta y comienzo de los setenta encontró en la floricultura una buena oportunidad de inversión y por lo tanto un futuro promisorio.

Esta investigación se realizó con el fin de evaluar la capacidad que tiene el sector floricultor Colombiano, para lo cual se realizó una profunda investigación de la situación actual del sector, con el fin de reconocer su fortalezas y debilidades en el momento de entrar a un mercado tan competitivo como es Estados Unidos y Japón.

Las flores Colombianas son apreciadas alrededor del mundo por su belleza, frescura, calidad y diversidad lo que ha permitido que el sector floricultor nacional se fortalezca y adquiera las ventajas competitivas necesarias para hacer reconocido en el mercado mundial. Existe un grave problema dentro del sector, la dependencia casi absoluta de Estados Unidos, quien como principal comprador de las flores colombianas, poseen un alto poder de negociación.

La caída que ha tenido el dólar frente al peso colombiano juntos con la crisis que se vivió en el 2009, ha representado para el sector una significativa pérdida de capital humano y por ende de productividad. Por esto, es necesario empezar a tomar medidas para fortalecer el sector, mediante la búsqueda de nuevas oportunidades que favorezcan tanto a los empresarios, como a todos los trabajadores que hacen un gran aporte para el desarrollo y sostenimiento esta actividad económica.

Palabras clave: Categorización, demanda, flores, Colombia.

Abstract

The flower industry is undoubtedly one of the most successful in the country. In just over 30 years, Colombian floriculture has gone from exporting a few thousand dollars a year to sell abroad more than 500 million dollars per year, generating about 182,000 jobs. Thus Colombia in the late sixties and early seventies found in floriculture good investment opportunity and therefore a promising future.

This research was conducted to evaluate the ability of the Colombian flower industry, for which a thorough investigation of the current situation of the sector was conducted in order to recognize their strengths and weaknesses at the time of entering a market as competitive as the US and Japan.

Colombian flowers are appreciated around the world for its beauty, freshness, quality and diversity that has allowed the national flower industry to strengthen and gain competitive advantages necessary to make known in the world market. There is a serious problem within the sector, almost absolute dependence on the United States, who as the main buyer of Colombian flowers, have a high bargaining power.

The fall has been the dollar against the Colombian peso together with the crisis experienced in 2009, the sector has represented a significant loss of human capital and thus productivity. Therefore, it is necessary to start taking measures to strengthen the sector by seeking new opportunities to encourage both employers, as all workers who make a great contribution to developing and sustaining this economic activity.

Keywords: categorization, demand, flowers, Colombia.

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA DE FLORES EN LAS FLORISTERÍAS DE CÚCUTA.

1. INTRODUCCIÓN

La flor es la estructura reproductiva característica de las plantas llamadas espermatofita o fanerógama. La función de una flor es producir semillas a través de la reproducción sexual. Pueden ser de muchas formas y colores distintos, unisexuales o hermafroditas, solitarias o agrupadas en inflorescencias.

La industria de las flores es sin lugar a dudas una de las más exitosas del país. En poco más de 30 años la floricultura colombiana ha pasado de exportar unos cuantos miles de dólares anuales a vender en el exterior más de 500 millones de dólares por año, generando alrededor de 182.000 empleos (Robledo, 1999).

Es así como Colombia a finales de la década de los años sesenta y comienzo de los setenta encontró en la floricultura una buena oportunidad de inversión y por lo tanto un futuro promisorio (Quiros, 2001).

Esta investigación se realizó con el fin de evaluar la capacidad que tiene el sector floricultor Colombiano, para lo cual se realizó una profunda investigación de la situación actual del sector, con el fin de reconocer su fortalezas y debilidades en el momento de entrar a un mercado tan competitivo como es Estados Unidos y Japón.

Las flores Colombianas son apreciadas alrededor del mundo por su belleza, frescura, calidad y diversidad lo que ha permitido que el sector floricultor nacional se fortalezca y adquiera las ventajas competitivas necesarias para hacer reconocido en el mercado mundial. Existe un grave problema dentro del sector, la dependencia casi absoluta de Estados Unidos, quien como principal comprador de las flores colombianas, poseen un alto poder de negociación.

La caída que ha tenido el dólar frente al peso colombiana N juntos con la crisis que se vivió en el 2009, ha representado para el sector una significativa pérdida de

capital humano y por ende de productividad. Por esto, es necesario empezar a tomar medidas para fortalecer el sector, mediante la búsqueda de nuevas oportunidades que favorezcan tanto a los empresarios, como a todos los trabajadores que hacen un gran aporte para el desarrollo y sostenimiento esta actividad económica (Schlesinger, 2009).

En la actualidad Colombia es el segundo exportador de flores del mundo después de Holanda. Así mismo, las flores son la tercera mayor fuente de divisas del país, detrás del petróleo y el café, y un importante generador de empleo en la zona central de Colombia.

La prueba más clara del logro de esta joven industria es la cuota que tienen las flores colombianas en el mercado más grande del mundo, el de Estados Unidos. Colombia es el lugar de origen de cerca del 65 por ciento de las flores que consumen los norteamericanos (Poirier, 1998).

Sin embargo en los últimos años el exitoso modelo de la floricultura colombiana ha mostrado signos de agotamiento. Aun cuando al deterioro de la competitividad de los floricultores colombianos a causa de la revaluación del peso y los problemas de narcotráfico y violencia que azotan al país, otros países de América, África y Asia han entrado a producir flores en cantidades importantes. De esta manera la oferta está creciendo más rápido que la demanda. Así mismo, aunque los productores colombianos han hecho esfuerzos para integrar sus operaciones hacia adelante, estableciendo empresas importadoras y distribuidoras mayoristas en Miami, les ha sido difícil incrementar su participación de la torta total del mercado minorista de flores en Estados Unidos, la cual se estima en más de 15.000 millones de dólares por año (colexflor, 2007).

Las flores colombianas ocupan un lugar destacado dentro de las preferencias de los exigentes consumidores internacionales por su alta calidad, colorido, belleza,

tamaño y variedad, cualidades que le permiten ocupar el prestigioso lugar de segundo exportador mundial, después de Holanda. Más de 30.000 cajas despachadas al mundo en un día normal nos han convertido en el primer movilizador de carga aérea del país y en uno de los más importantes de América. Las 4.500 hectáreas de flores sembradas en Colombia representaron en 1998 más de \$ 556.2 millones de dólares por exportaciones y más de 130.000 empleos directos e indirectos (Robledo, 1999).

De todas las cifras de la floricultura la que, sin duda, tiene el mayor impacto es la participación en el mercado americano. De cada tres flores vendidas en Estados Unidos dos son originarias de Colombia (Poirier, 1998). El sector se enfrenta a diversos desafíos internos. En primer lugar, hay una oferta excesiva de flores para una demanda de ventas poco significativa. En los últimos años, la producción de flores creció como consecuencia del aumento de la cantidad de tierras disponibles para cultivo y de tecnologías más avanzadas usadas en diferentes tipos de producción. Esos factores permiten el aumento de la eficiencia de producción, lo que, en consecuencia, amplía la oferta.

Es un desafío para la oferta en los dos momentos de mayor demanda del año: día de la madre y día de los enamorados. Según dice (Morena, 2012), “para atender la demanda de esos dos días, tenemos que aumentar de forma sustancial la producción de flores, planear el cultivo de las rosas con precisión y contratar cerca de 1000 trabajadores extra para el periodo”.

Debido a la preferencia de flores de alta calidad a precios bajos, los márgenes del productor se han visto reducidos. Por si eso no fuera poco, el peso colombiano se ha revalorizado en relación al dólar, disminuyendo los márgenes de beneficios aún más. Con la recesión de la economía, reducción de los márgenes y revalorización del peso, ¿aún tiene sentido para Colombia concentrarse casi del todo en un único mercado? (Alicia Figueroa, 2012).

Frente a eso, la industria de flores de Colombia necesita pensar en alternativas diversas para mantener y, sobre todo, expandir su cuota de mercado. Una opción sería ampliar las ventas hacia EEUU concentrándose en la expansión de la demanda. Esa estrategia utilizaría una campaña de marketing que promovería la venta

de flores todo el año, y no en fechas festivas específicas. La campaña buscaría elevar el consumo per cápita de los americanos a un nivel semejante al del consumo europeo. Asocolflores considera esa opción un objetivo estratégico para el grupo. Esa táctica, sin embargo, todavía hace que el país sea susceptible a los riesgos de la dependencia de un único mercado y a las fluctuaciones de la tasa de cambio (Alicia Figueroa, 2012). Una segunda alternativa para las empresas colombianas a considerar sería la expansión fuera del mercado americano. Es posible conquistar otros consumidores que absorberían el exceso de oferta. Hoy en día, los productores colombianos exportan US\$ 2,9 millones a Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, además de otros US\$ 2,9 millones a Centro América y el Caribe (Alicia Figueroa, 2012).

Además de ampliar la demanda del consumidor, los productores de flores colombianos también podrían reducir los costes de producción y aumentar la automatización del proceso para mejorar los márgenes de beneficios con o sin aumento de ingresos.

La reducción de costes a través de la automatización, sin embargo, pone a los productores frente a nuevas cuestiones relacionadas, con el riesgo de pérdidas operativas. Según la explicación de un trolista —encargado de transportar las flores del invernadero a las etapas posteriores a la cosecha— de la hacienda de rosas colombiana C. I. Flores Ipanema Ltda., “en el momento en que una rosa toca el suelo, ya no sirve para la venta, desapareciendo por completo su valor”.

A diferencia del carrito automático, que Ipanema intentó introducir en una ocasión, el ser humano tiene la habilidad no sólo de controlar el flujo de las flores transportadas, también es capaz de recurrir a la sensatez y a la opinión crítica para que las flores lleguen seguras a su destino final. Por lo tanto, dada la naturaleza delicada del producto, los productores de flores necesitan encontrar el frágil equilibrio entre la automatización y el trabajo manual, de manera que se minimicen tanto los gastos como las pérdidas operativas.

Como objetivo general se analiza la producción, calidad y venta del mercado de las flores en la ciudad de Cúcuta, para un mejor desarrollo empresarial y de una manera más específica:

- Hacer una Clasificación de las flores de mayor demanda en las floristerías de Cúcuta.

- Supervisar la calidad y cuidado que reciben las flores en el proceso de venta en las Floristerías.

- Calcular el margen de rentabilidad del mercado de las flores en Cúcuta.

El tema de investigación “Categorización de la demanda de flores en las floristerías de Cúcuta” nace de la idea de analizar las habilidades, fortalezas, y amenazas que representa el mercado de las flores.

Actualmente en Cúcuta, Norte de Santander se presentan varias problemáticas, una es la competencia ya que no existe una elevada cantidad de tiendas o almacenes para la competitividad en el marketing, precio y promoción es allí donde los precios tienden a ser más elevados y la compra de los clientes tiende a ser un poco más limitada.

A raíz de los precios elevados y pocas promociones que existen en el mercado de las flores en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, los clientes o consumidores que desean hacer compra de ellas se limitan. En las fechas especiales como amor y amistad, día de la madre, día de la mujer, san Valentín entre otros, la venta de las flores se triplica pero el número de empleados disminuye y es aquí donde nace el problema de una mala atención tanto al cliente como al producto /baja calidad.

A medida que la industria de flores mundial se vuelve cada vez más competitiva, los productores de Colombia necesitan encontrar medios de adaptarse a esa nueva situación. Conocer bien la industria, producir flores de alta calidad y contar con avances tecnológicos futuros para ayudarlos a superar los desafíos actuales que amenazan su supervivencia son sólo algunas de las herramientas que serán utilizadas. Las empresas tendrán que explorar sus puntos positivos, sus debilidades y culturas específicas para determinar cuáles de los caminos a recorrer podrán proporcionar mayor potencial de crecimiento. La única opción actualmente no disponible para la industria de flores colombiana consiste en

quedarse parada (McCracken, 2012).

Información general del sector agricultor.

El sector floricultor, perteneciente al sector agrícola explotador, es para la economía nacional una de sus principales fuentes de ingreso al representar el 6,6% del PIB agrícola colombiano. Esto se ve representado en la magnitud de las áreas cultivadas de hoy son de 7.509 hectáreas, de las cuales el 76% se encuentran en las áreas de Bogotá, en Antioquia el 19% y en el centro y occidente del país el 5%. La producción se concentra en su mayoría en las rosas, seguida por los claveles, teniendo en cuenta que Colombia es el principal productor-exportador mundial de dicha variedad de flor. A continuación se mostrara la distribución de la producción según la variedad de la flor:

Tabla N°1 distribución de la producción según la variedad de la flor

Rosas	32%
Claveles	14%
Mini claveles	7%
CRISANTEMOS Y POM-PONES	8%
ALSTROEMERIAS	5%
Otros	33%
Los demas	1%

Fuente.(Bernal, 2011)

2.METODOLOGÍA

Este trabajo es desarrollado por los estudiantes del programa de Gestión Financiera, Gestión Negocios Internacionales y Gestión Diseño de Modas de la FESC, con el objetivo de analizar la caracterización de la demanda de flores en las floristerías de Cúcuta.

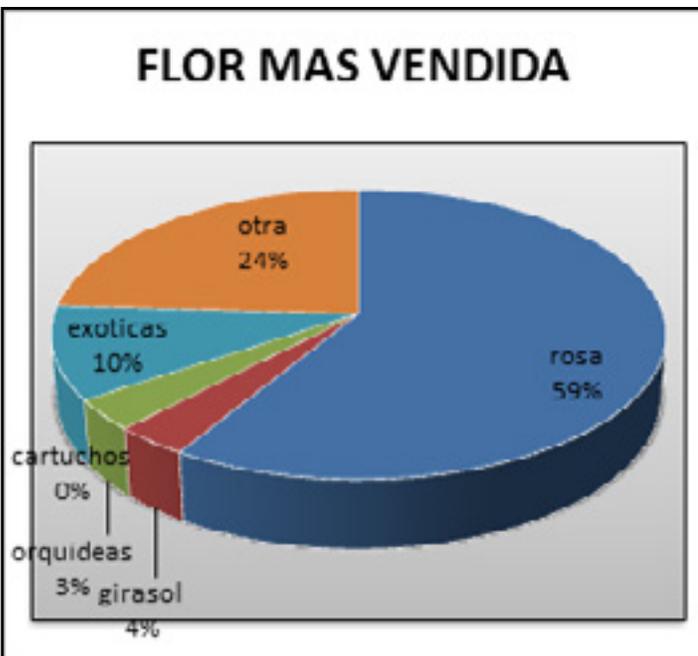
3.RESULTADOS

Grafica N°1. ¿Cuál es el día de mayor demanda en su establecimiento?



El 5% de las floristerías afirma que el lunes es su día de mayor demanda, el 10% dicen que es el miércoles, el 35% dicen que es el viernes, el 40% afirma que es el sábado y el 13% dice que es el domingo.

Grafica N°2. ¿Qué tipo de flores son las más vendidas?



El 59% de las floristerías tienen una mayor venta con las rosas, el 4% vende más girasoles, el 10% flores exóticas, el 3% orquídeas y el 24% tiene más venta con otra clase de flor.

Grafica N°3. ¿Qué color de rosa es más demandada por los clientes?



El 73% de los clientes prefieren rosas rojas en las floristerías de Cúcuta, el 17% rosas blancas y el 7% amarillas.

Grafica N°4. ¿Cuál de estas fechas es la que reporta más ventas?



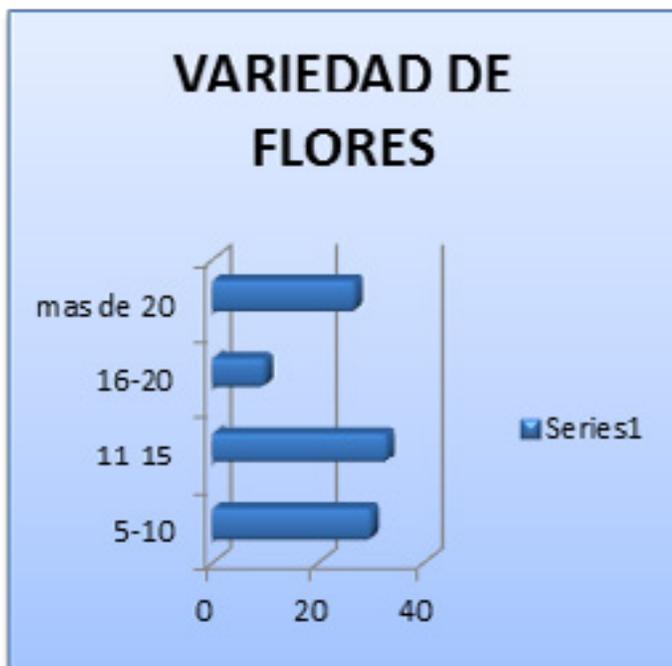
El 83% de las floristerías afirman que se vende más el día de la madre, el 14% dice que el día de la mujer y solo el 3% el día de amor y amistad.

5. ¿Cómo es el cuidado de las flores?



El 77% de las floristerías cuidan las flores con agua y el 23% las mantiene refrigeradas.

Grafica N°6.¿Cuántas variedades de flores presenta?



El 30% de las floristerías presenta de 5-10 variedades de flores, el 33% de 11-15 tipos de flores, el 10% presenta de 16-20 tipos de flores y el 27% presenta más de 20 tipos de flores.

Grafica N°7.¿Hace cuánto fue la apertura del establecimiento?

TIEMPO DE APERTURA



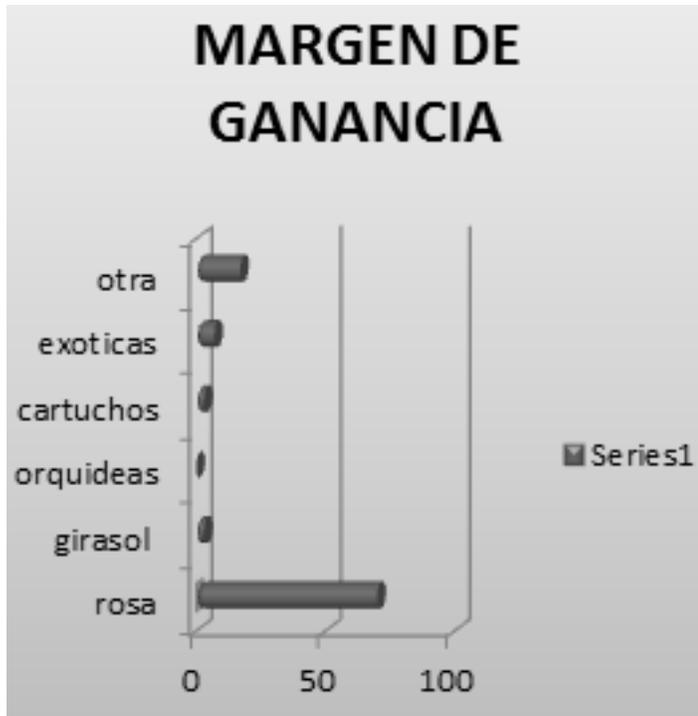
El 57% de las floristerías abrió su establecimiento en 1 a 5 años, el 33% lo abrió entre 7 a 10 años y el 10% hace más de 15 años.

Grafica N°8.¿De dónde proviene las flores que distribuye?



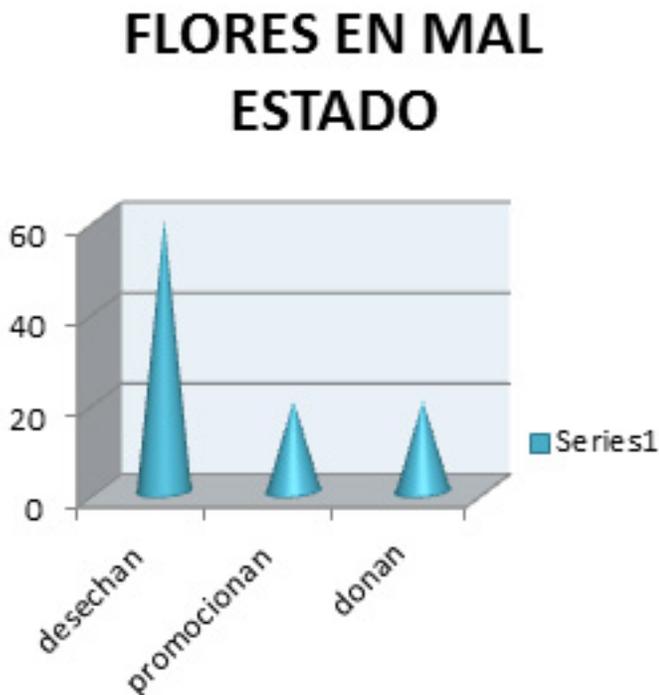
El 100% de las floristerías de Cúcuta trabajan con flores nacionales provenientes de Bogotá y Medellín.

Grafica N° 9. ¿De qué flor obtiene un margen de beneficio mayor?



El 70% de las floristerías obtiene un mayor margen de ganancias de las rosas, el 3% del girasol, el 3% de los cartuchos, el 7% de flores exóticas y el 17% de otro tipo de flor.

Grafica N°10 ¿Qué uso le dan a las flores en mal estado?



El 60% de las floristerías desechan las flores en mal estado, el 20% las promocionan y el 20% las donan.

4. CONCLUSIONES

Para obtener estas respuestas diseñamos una encuesta que contaba con diez (10) preguntas. Esta encuesta fue realizada en treinta (30) establecimientos de floristería ubicados en la avenida cero en la ciudad de Cúcuta (Norte de Santander) obteniendo los siguientes resultados:

- Los días que reporta una mayor demanda en sus ventas son los fines de semana especialmente viernes y sábado y los de menor demanda los días martes y jueves.
- Los clientes generalmente prefieren las rosas y los menos escogidos son los cartuchos.
- El color que tiene más demanda es el rojo y el menos demandado son el rosado y el salmón.
- La fecha que registra mayor venta es el día de las madres.
- También nos interesaba saber cómo era el cuidado de las flores y obtuvimos como respuesta que el agua es el mejor ingrediente para su cuidado.
- Observamos que la mayoría de floristerías cuentan con más de once (11) variedades de flores.
- Otro dato importante es que el mayor porcentaje de floristerías tienen una antigüedad de 1-5 años de apertura.
- Colombia es el segundo país productor de flores es por esta razón que 29 de las 30 floristerías encuestadas ofrecen al público flores nacionales provenientes de Bogotá y Medellín.
- Estos comerciantes obtienen un mayor margen de ganancia de la rosa.
- Como último dato nos pudimos dar cuenta que las flores en mal estado las desechan.

5. BIBLIOGRAFÍA.

Alicia Figueroa, A. L. (enero de 2012). wharton university of pennsylvania. Obtenido de <https://www.knowledgeartharton.com.es/article/la-industria-colombiana-de-flores-y-la-crisis-de-eeuu/>

Bernal, J. R. (04 de 2011). Universidad Rosario. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2488/1026267891-2011.pdf;jsessionid=7232A796F9AE9FDF078964146B024F6E?sequence=1>

colexflor. (20 de septiembre de 2007). colexflor. Obtenido de <http://colexflor.blogspot.com.co/2007/09/industria-de-las-flores-en-colombia.html>

McCracken, A. F.-A.-E. (11 de 01 de 2012). knowledgeartharton. Obtenido de <https://www.knowledgeartharton.com.es/article/la-industria-colombiana-de-flores-y-la-crisis-de-eeuu/>

Morena, M. (11 de enero de 2012). wharton university of pennsylvania. Obtenido de <https://www.knowledgeartharton.com.es/article/la-industria-colombiana-de-flores-y-la-crisis-de-eeuu/>

MOSCOSO, L. M. (2012). repository. Obtenido de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4125/MoscosoLina2012.pdf?sequence=2>

Parra, E. M. (2011). <http://repositorio.utp.edu.co/>. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2562/1/6581186132M385.pdf>

Poirier, R. (03 de 08 de 1998). Revolucion de las flores. (R. Semana, Entrevistador)

Quiros, M. L. (abril, mayo, junio de 2001). Publicaciones.eafit.edu.co. Obtenido de <file:///C:/Users/bibliofesc.FESC/Downloads/992-3088-1-PB.pdf>

Robledo, A. (1999). Rincon del vago. Obtenido de <http://html.rincondelvago.com/la-industria-de-las-flores-en-colombia.html>

Schlesinger, L. F. (2009). pnud.org.co. Obtenido de http://www.pnud.org.co/img_upload/36353463616361636163616361636163/LIBRO_FINAL_FINAL_baja_.pdf
Vill