



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search  
<http://ageconsearch.umn.edu>  
[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

**FACTORES MERCADOLOGICOS DE LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE FLORES EXÓTICAS EN EL EJIDO RAYMUNDO ENRÍQUEZ EN TAPACHULA, CHIAPAS**

David Ristori Cueto <sup>1</sup>, Rafaela Guadalupe Márquez Feliciano <sup>2</sup>, Alma Leslie León Ayala<sup>3</sup>, Emilio Esquinca Argüello<sup>4</sup>, América Inna Milla Sánchez <sup>5</sup>

**Market factors of production and sale of exotic flowers in the Ejido Raymundo Enriquez in Tapachula, Chiapas**

**ABSTRACT**

The floricultural activity performed in Ejido Raymundo Enriquez producers is characterized by the problem of a limited marketing channels, the activity performed is empirically no legal or financial control are observed and there is no evidence that promotes targeted training. These elements prevent financial convenience visualize and diagnose the level of development as a producer organization.

This research aims to determine the markets factors influencing the production and sale of exotic flowers: red aloha, aloha pink and red iris, harvested in the Ejido Raymundo Enriquez in Tapachula, Chiapas. The case study method was employed. The research design corresponded to a qualitative approach to a non- transactional and experimental design; likewise, attempting to relate the findings set about a descriptive study, using the technique of observation. Also the interview and survey techniques were applied.

The market factors: competitiveness and consumer behavior with respect to demand and supply factors are material resources and distribution channels. With respect to the designation of origin, it is necessary to locate the corresponding record and recognize the quality of exotic flowers. It is important that the workforce count on training to be efficient in their production processes and irrigation seek alternatives that are less expensive for producers.

**Keywords:** Supply, demand, exotic flowers, production, floriculture

**RESUMEN**

La actividad florícola que realizan los productores del Ejido Raymundo Enríquez se caracteriza por presentar una problemática de contar con pocos canales de comercialización, la actividad que desarrollan es de manera empírica, no se observan control legal ni financiero y no hay evidencia de que se promueva una capacitación dirigida. Estos elementos impiden visualizar su conveniencia financiera y diagnosticar el nivel de desarrollo como organización productora.

La presente investigación tiene como objetivo determinar los factores mercadológicos que influyen en la producción y venta de las flores exóticas: hawaiana roja, hawaiana rosa e iris roja, que se cosechan en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas. Se empleó el método de estudio de caso. El diseño de la investigación correspondió a un enfoque cualitativo, a un diseño no experimental y transeccional; de igual forma, al relatar lo encontrado se abocó a un estudio descriptivo, en el que se utilizó la técnica de la observación. Así mismo, se aplicaron las técnicas de encuesta y entrevista.

Los factores mercadológicos analizados fueron: la competitividad y comportamiento del consumidor con respecto a la demanda y los factores en la oferta fueron los recursos materiales y los canales de

<sup>1</sup> Facultad de Contaduría Pública, Campus IV de la UNACH e-mail: ristori@msn.com

<sup>2</sup> Facultad de Contaduría Pública, Campus IV de la UNACH e-mail: iq.rmarquez@gmail.com

<sup>3</sup> Facultad de Contaduría Pública, Campus IV de la UNACH e-mail: alma\_l@hotmail.com

<sup>4</sup> Facultad de Contaduría Pública, Campus IV de la UNACH e-mail: eesquinca53@gmail.com

<sup>5</sup> Facultad de Ciencias de la Administración, Campus IV de la UNACH e-mail: ameinna@hotmail.com

distribución. Con respecto a la denominación de origen, es necesario hacer el registro correspondiente para ubicar y reconocer la calidad de las flores exóticas en el Municipio de Tapachula. Es importante que la mano de obra cuente con capacitación para ser eficientes en sus procesos de producción y buscar alternativas de riego que sean menos costosos para los productores.

**Palabras claves:** Oferta, demanda, flores exóticas, producción, floricultura.

## INTRODUCCIÓN

El Ejido Raymundo Enríquez está situado al Noroeste del municipio de Tapachula en el Estado de Chiapas, México. Se sitúa a una altitud de 75 metros sobre el nivel del mar. La distancia del Ejido hacia el Centro de la Ciudad es de 8 km con un recorrido de media hora en razón de la orografía del lugar. Tiene una población aproximada de 3,714 habitantes. (INFORURAL, 2014)

La estructura organizacional del ejido se observa en la Figura 1.



**Figura 1.-Organigrama del Ejido Raymundo Enríquez**

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la organización

El ejido se fundó en el lapso comprendido entre los años de 1924-1928. Anteriormente tenía la denominación de “Los Cerritos”. Hasta el año de 1938 se da un suceso de gran relevancia para los pobladores del ejido consistente en las dotaciones de tierras siendo en ese entonces el Gobernador Raymundo Enríquez y en honor a él; se ha denominado al Ejido con su nombre.

La extensión territorial está compuesta por 662 hectáreas, las cuales se dividen en 5 barrios existentes, los cuales son: Barrio San Agustín, Barrio San Antonio, Barrio Las Torres, Barrio Lomas del Pedregal y por último Barrio Nuevo. El Ejido cuenta con dos vías de acceso; la primera entrada es por el acceso al Libramiento Sur y la segunda por la carretera Puerto Madero; la cual entra por el Ejido Llano de la lima.

El tipo de propiedad en la que se encuentran los productores es ejidal por lo que cuentan con extensiones de tierras conocidas como parcelas, en las que pueden desarrollar sus actividades productivas destacando la agricultura y la floricultura. Es importante mencionar que los ejidatarios invierten parte de sus ahorros en la compra de materia prima, tal como fertilizantes, plaguicidas y otros más, y estén en condiciones de desarrollar actividades para la siembra. Dentro de la gama de productos que obtienen se encuentran las siembras constituidas por granos y semillas, destacando plátano, mamey, cacao entre otros cultivos. Dentro de las características orográficas se puede mencionar que el suelo es húmedo, cuenta con tierra negra y muy fértil que además es apropiada para la siembra de muy diversos cultivos. El clima en esta zona es tropical húmedo con algunas lluvias en verano.

En entrevista con el Presidente del Ejido Raymundo Enríquez, el C. Gilberto Martínez Albores se precisó que la selección de sujetos de estudio serían los productores dedicados a la producción y comercialización de flores exóticas, es importante mencionar que se trabajó únicamente con productores pertenecientes a la organización denominada “*Usuarios del riego Coatancito A.C.*”, y específicamente los productores de flores de las variedades y especies denominadas: Hawaiana Roja, Hawaiana Rosa e Iris Red y que, como otro atributo de inclusión, pertenecen al Ejido Raymundo Enríquez. Su estructura

se ha presentado en la figura 1. Dicha asociación, que fue constituida el 5 de marzo de 1993, resultó elegida para este estudio en vista de que son los productores con más antigüedad en esta actividad, haciendo saber que desean mejorar sus procesos de producción, minimizar sus costos de producción, impulsar la diversificación y análisis de sus canales de comercialización, acceso y análisis de fuentes de financiamiento, además de que manifestaron su plena disponibilidad para participar en esta investigación. (Martínez, 2013)

Alrededor del 90% de la producción nacional de flores se destina a los mercados nacionales y el resto es enviado a los mercados internacionales. Las características principales de la comercialización nacional son:

1. Inexistencia de índices de calidad
2. En el manejo post-cosecha las flores son atadas o depositadas en cajas y trasladadas en camiones descubierto, junto con otros productos, repercutiendo en la vida de anaquel del producto. (ContactoPyme, 2015)

Las flores Hawaiana Roja y Rosa e Iris red, son las que se seleccionaron para éste estudio, por lo tanto se hace necesaria la conceptualización y descripción de cada una de ellas en este apartado.

### **La Floricultura en México**

Actualmente desarrollan una cantidad enorme de agro negocios en torno a la floricultura. Holanda es el país que se considera como primer productor en el mundo en este rubro. El segundo exportador a nivel mundial lo encontramos en América Latina y es el país de Colombia.

La floricultura en México se encuentra regionalizada. El 90% de la floricultura del país se encuentra en el Estado de México en los municipios de: Tenancingo, Villa Guerrero, Coatepec de Harinas e Ixtapan de la Sal. La floricultura bien entendida, es una de las ramas más rentables de la agricultura.

En este sentido la regla 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 la conjunción de estas tres condiciones y reunidas en una sola los floricultores la llaman: **consistencia**. (INFORURAL, 2014).

### **Flores Hawaianas**

Conocida con su nombre científico como *Alpinia purpurata*, perteneciente al orden de Zingiberales y a la familia de Zingiberaceae. Su inflorescencia grande y de colores llamativos, principalmente rojos, púrpuras, rosas y blancos la hace popular en el mercado florícola mundial. Se considera que todavía no llega México a ocupar su lugar potencial como productor y exportador de flores de esta familia, debido esto en buena medida, a la falta de material para propagación; así como de recursos financieros.

La mayoría de las especies de esta familia crecen en zonas tropicales con regímenes pluviales anuales de 1000 a 2000 mm., es necesario el riego suplementario en regiones con menor precipitación pluvial. Su altitud optima esta de los 200 a 1,500 m.s.n.m. El régimen óptimo de temperaturas es de 18 a 21°C. Las Zingiberáceas crecen bien en suelos de textura mediana a pesada con pH ligeramente ácido (6 a 6.5). La propagación es por semillas y rizomas. (Vélez, *et al*, 2007)

### **Flor Iris Red**

La flor iris roja, pertenece a la Familia *Heliconiaceae*, Género *Heliconia*, Especie *stricta* y al cultivo Jamaicana Dwarf, la categoría es perennes tropicales. La altura varía de 45 a 120 cm, la separación entre la siembra de plantas es de 30 a 45 cm, deben exponerse al sol y sombra parcial. El tiempo de floración es en otoño e invierno temprano. Es adecuada para el cultivo en interiores y en contenedores, requiere un suelo constantemente húmedo. El pH del suelo es de 5.6 a 6.0 (ácido), de 6.1 a 6.5

(ligeramente ácido) y 6.6 a 7.5 (neutro). Los métodos de propagación son por división de ribosomas, tubérculos, cormos o bulbo (Dave's Garden, 2013).

### **Mercadotecnia**

La mercadotecnia es el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales (Fisher de la Vega y Espejo, 2011)

El mercadólogo ve a los vendedores como componentes de una industria y a los compradores como componentes de un mercado. (Kotler y Armstrong, 2003)

### **Comportamiento del consumidor**

El consumidor es la persona que consume un bien o utiliza un producto o servicio para satisfacer una necesidad. Mientras que el comportamiento del consumidor es aquella parte de la conducta de las personas y las decisiones que ello complica, cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades, (Miquel *et al*, 2002)

### **Denominación de origen**

Las denominaciones de origen están protegidas por la Ley de la Propiedad Industrial de 1991. Una denominación de origen es el nombre de una región geográfica del país que se utiliza para señalar un producto originario donde la calidad y las características sean debidas exclusivamente al ambiente geográfico, incluyendo factores naturales y humanos. (IMPI, 2014)

### **Demanda**

Es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad. Es por ello que hablamos de demanda individual y demanda total, (Méndez, 2009)

### **Oferta**

La oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad. Es por eso que se habla de oferta individual y oferta total. (Méndez 2009).

### **Canal de distribución**

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que llevan los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales. (Fisher *et al*, 2011).

### **Mercado**

Área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar y vender a un precio determinado. (Méndez, 2009).

### **Competitividad vs Competencia**

La competitividad es la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. (Porter, 2007).

La competencia se encarga de fijar los precios en relación de los competidores, esto hace que el empresario se dé cuenta con exactitud del nivel de precios de la competencia; como el precio es una importante arma competitiva (Fisher de la Vega y Espejo 2011).

La relación entre competitividad y competencia es de doble vía. Es decir, la competitividad es la capacidad de competir con éxito. Por otro lado un alto nivel de competencia en los mercados es uno de los elementos fundamentales para mejorar la competitividad de las empresas, ya que las presiona a reducir sus costos, a mejorar su calidad y a innovar, o lo que es lo mismo a potenciar sus ventajas competitivas frente a sus competidores (Porter, 2007).

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

### **Planteamiento del Problema**

El Ejido Raymundo Enríquez se encuentra ubicado en el municipio de Tapachula, Chiapas y su actividad económica redonda en la producción de plátano, mamey, cacao entre otros cultivos. Lo que resulta como actividad de interés para esta investigación es la producción de flores exóticas, mismas que de manera agrupada se lleva a cabo mediante una asociación civil, misma que presenta como caracterización de su problemática que la actividad que desarrollan es de manera empírica, no se observan vestigios de controles legal ni financiero, cuenta con pocos canales de distribución y no hay evidencia de que se promueva una capacitación dirigida. Estos elementos son observados como aspectos que impiden visualizar de manera rápida su conveniencia financiera así como un diagnóstico que muestre su nivel de desarrollo como organización productora.

**Objeto de estudio:** Producción y venta de flores.

Este objeto de estudio se refiere a las acciones encaminadas a producir y comercializar flores exóticas.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Analizar los factores mercadológicos que influyen en la producción y venta, de las flores exóticas: hawaiana roja, hawaiana rosa e iris red, cosechada en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas para lograr su permanencia en el mercado.

#### **Objetivos Específicos.**

- 1.- Determinar los factores que intervienen en la demanda de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas.
- 2.- Determinar los factores que intervienen desde el enfoque de sistemas en la oferta de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas.

### **Justificación**

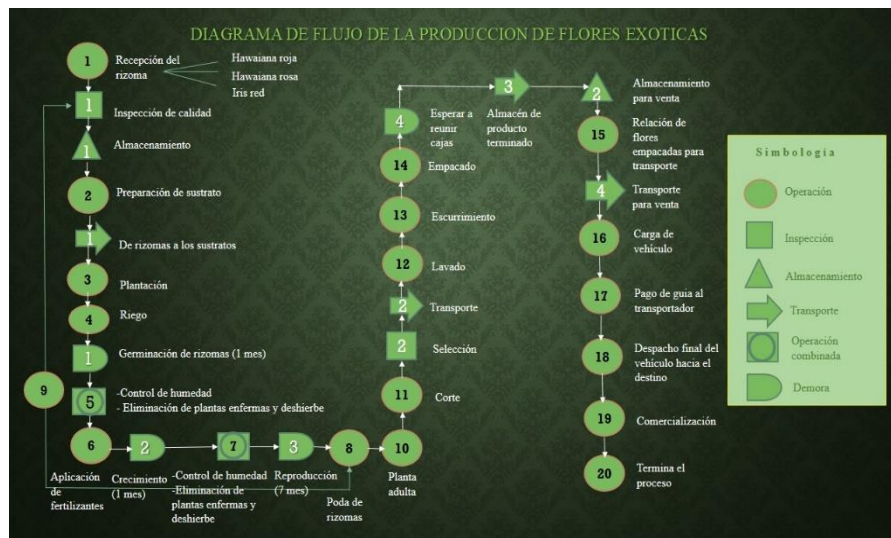
La Región económica del Soconusco se identifica como un área eminentemente agrícola, pero que a su vez los fallidos programas de apoyo al campo, la incipiente tecnología agrícola, la apatía de la gente, la zona de confort de los productores provocan una falta de desarrollo en los ámbitos económico y social en el Ejido Raymundo Enríquez perteneciente a la región mencionada, en el Estado de Chiapas, por lo que detectar los factores que influyen, desde una perspectiva financiera, en la producción y venta de flores exóticas propiciaría impulsar estrategias de mejora en estos ámbitos.

El desarrollo de esta investigación permitió diseñar estrategias de compra y venta de las flores exóticas y establecer lineamiento generales que beneficien a los productores del Ejido Raymundo Enríquez y a sus potenciales clientes y proveedores, al reducir los costos innecesarios, así como, mejorar el servicio y

entrega de productos en tiempos establecidos, conocer las necesidades de clientes y ampliar el mercado, para generar un mayor nivel de empleo.

Si interpretamos al método como un modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado o en su caso un procedimiento que se sigue para conseguir algo (Hernández Sampieri, Collado, & Baptista, 2010), se ha de mencionar que el método que se siguió es el que se presenta a continuación:

- 1.- La producción de flores exóticas del Ejido Raymundo Enríquez ubicado en Tapachula, Chiapas fue la organización elegida para determinar los factores que influyen desde una perspectiva mercadológica en la producción y venta de las flores exóticas, para lograr su permanencia en el mercado.
- 2.- Se revisó la literatura escrita en libros, páginas de internet, visitas a la organización, discos, películas, monografías, entre otros y se estructuró el marco teórico.
- 3.- Se determinó la muestra de la población, que son los productores de flores exóticas del Ejido Raymundo Enríquez ubicado en Tapachula, Chiapas. Para este caso se tomaron como muestra no probabilística o muestra dirigida a los productores que están organizados por medio de una asociación civil, llamada “Usuarios de Riego Coatancito A.C”, quienes se interesaron por participar en la investigación.
- 4.- Se Realizó una diligencia con el presidente del comité directivo del Ejido Raymundo Enríquez ubicado en Tapachula, Chiapas, para solicitar su consentimiento e iniciar con la investigación.
- 5.- Una vez obtenido lo anterior, se procedió a obtener contacto directo con los productores y sus actividades diarias para tener un horizonte completo y objetivo de la producción de las flores exóticas. (Figura 2)

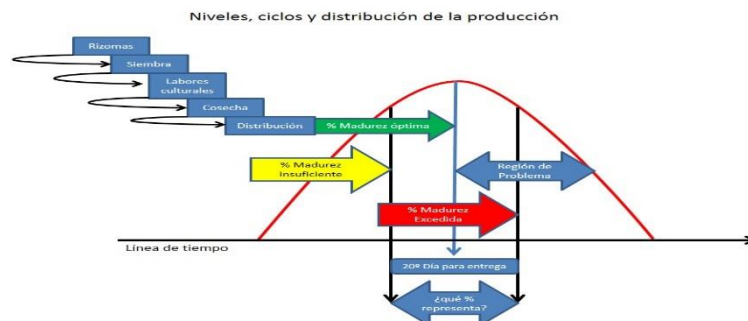


**Figura 2.-Diagrama de flujo de la producción de flores exóticas**

Fuente: Elaboración propia con base a la descripción de los procesos de la producción de flores exóticas.

- 6.- Se aplicaron encuestas con los productores de flores exóticas del Ejido Raymundo Enríquez ubicado en Tapachula, Chiapas.
- 7.- Se elaboraron dos entrevistas estructuradas, la primera con el productor que tenía más antecedentes en la producción de flores exóticas y la segunda con el presidente del comité directivo de la organización “Usuarios de riego Coatancito A.C.”, ambos del Ejido Raymundo Enríquez.

- 8.- Se solicitaron documentos, registros, información de costos de producción, que ayuden a identificar mejor la operatividad financiera y mercadológica de la producción de flores exóticas. (Figura 3)



**Figura 3.-Diagrama de proceso de producción**

Fuente: Elaboración propia con base a la distribución de los procesos de la producción de flores exóticas.

- 9.- Los medios o dispositivos tecnológicos que se usaron para captar y obtener la información necesaria son: grabadora, cámara digital, computadora portátil, dispositivos de almacenamiento de información (USB) e impresora.
- 10.- Una vez obtenida la información, se procedió al análisis pertinente para que se establezca el documento que contendrá las propuestas de solución a las problemáticas detectadas.

De acuerdo a lo anterior y a los objetivos establecidos se generaron las siguientes preguntas de investigación:

- 1.- ¿Cuáles son los factores que intervienen en la demanda de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas?
- 2.- ¿Cuáles son los factores que intervienen desde el enfoque de sistemas en la oferta de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas?

Como respuesta a las preguntas de investigación en base al marco teórico consultado se llegó a los siguientes supuestos:

- 1.- Los factores que intervienen en la demanda de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas son la competitividad, comportamiento del consumidor y denominación de origen.
- 2.- Los factores que intervienen desde el enfoque de sistemas en la oferta de las flores exóticas producidas en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas son los recursos tecnológicos, humanos y materiales así como los canales de distribución.

### Diseño de la investigación

Se empleó el método de estudio de caso. La investigación es cualitativa en el sentido de que se analizaron los factores mercadológicos ubicados en Tapachula, Chiapas, a fin de obtener un acercamiento mediante una muestra pequeña que permitiera diagnosticar la situación actual de los productores.

El diseño de la investigación contempla la recopilación de opiniones de los productores bajo un enfoque no experimental en vista de que no se manipularon variables; así mismo se conceptualiza como un diseño transeccional en vista de que el levantamiento de la información se realizó en un momento único en el tiempo; al relatar lo encontrado en esta investigación se atiende lo descrito a un estudio



descriptivo, utilizando la técnica de la observación para detallar las etapas de producción de las flores exóticas. La forma de relacionar la información obtenida con la actividad que desarrollan los productores se hizo mediante las técnicas de encuesta y entrevista en un ámbito cualitativo efecto de describir su nivel de competitividad, los aspectos que consideren relevantes del comportamiento del consumidor y el acercamiento a la denominación de origen. Cabe resaltar que no fue considerado el precio como elemento de competitividad pues mediante fichas de observación se pretendió describir los aspectos que son contemplados en la determinación de los costos de producción (Hernández *et al*, 2010)

#### Forma de recolección de datos e información

En el presente estudio se tomó como universo a la asociación denominada “Usuarios de Riego Coatancito A.C.”, la población hace referencia al Ejido Raymundo Enríquez y la muestra seleccionada corresponde a los productores de flores exóticas: Hawaiana Roja, Hawaiana Rosa e Iris Red.

El instrumento bajo la forma de encuesta consta de lo siguiente: En la primera parte se pidieron datos personales del encuestado y la cantidad y variedad de flores exóticas cultivadas. Dicho cuestionario está dividido en dos variables mercadológicas: oferta y demanda. A su vez estas variables tienen preguntas divididas por cada una de las dimensiones. La primera corresponde a competitividad, comportamiento del consumidor y denominación de origen. La segunda hace referencia a los recursos tecnológicos, humanos, materiales y los canales de comercialización. Todas las preguntas que se formularon se evaluaron por los productores encuestados a través de la frecuencia acumulada en una escala Likert. Como complemento del procesamiento de la información de la presente investigación se aplicaron dos entrevistas a los productores con antecedentes más antiguos en la producción de flores exóticas del Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas. El guion de entrevista está conformado por 9 variables de perfil para referenciar características del tipo de persona y estimar cuánto es su producción actual. Posteriormente se aplicaron 6 preguntas guía para conocer cuáles son sus antecedentes en la producción de flores.

### RESULTADOS

Los resultados de esta investigación una vez que se aplicaron las encuestas se muestran a continuación.

**Cuadro 1 Resultados de contingencia 1**

			1. Las flores exóticas producidas son de mejor calidad que la competencia.			Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Nulo	Totalmente de acuerdo
2. La compra de flores es muy frecuente y los clientes innovan en sus pedidos.	De acuerdo	Recuento	1	6	1	8
		% del total	12.5%	75.0%	12.5%	100.0%
Total		Recuento	1	6	1	8
		% del total	12.5%	75.0%	12.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los factores que intervienen en la demanda, se observa en el Cuadro de contingencia 1 que un 75% de los productores están de acuerdo en que las flores producidas son de mejor calidad que la competencia, mientras que el 100% de los productores respondieron que están de acuerdo en que la compra de las mismas es muy frecuente y los clientes innovan en sus pedidos, lo que da pauta a la necesidad de mejorar la competitividad.

**Cuadro 2 Resultados de contingencia 2**

			<b>3. La empresa productora de flores exóticas cuenta con denominación de origen.</b>			<b>Total</b>
			<b>Nulo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>Nulo</b>
2. La compra de flores es muy frecuente y los clientes innovan en sus pedidos.	De acuerdo	Recuento	1	3	4	8
		% del total	12.5%	37.5%	50.0%	100.0%
Total		Recuento	1	3	4	8
		% del total	12.5%	37.5%	50.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo en el Cuadro de contingencia 2 se aprecia que el grupo de productores no cuentan con una denominación de origen que sirva de identificación de las flores exóticas del ejido.

**Cuadro 3 Resultados de contingencia 3**

			<b>4. La producción de flores exóticas cuentan con recursos tecnológicos adecuados.</b>			<b>Total</b>
			<b>De acuerdo</b>	<b>Nulo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>
7. Las flores exóticas cuentan con un transporte y comercialización adecuada.	De acuerdo	Recuento	4	2	0	6
		% del total	50.0%	25.0%	.0%	75.0%
	Nulo	Recuento	0	1	1	2
		% del total	.0%	12.5%	12.5%	25.0%
Total		Recuento	4	3	1	8
		% del total	50.0%	37.5%	12.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En relación a los factores que intervienen en la oferta, se observa en el Cuadro de contingencia 3 que el 50% de los productores están de acuerdo en contar con recursos tecnológicos adecuados; aunque el porcentaje restante presenta nulidad y desacuerdo en su respuesta, es por esto que aquí se observó un posible problema. Sin embargo, el 75% de los productores están de acuerdo que cuentan con un canal de distribución adecuado.

**Cuadro 4 Resultados de contingencia 4**

			<b>5. La producción de flores exóticas cuentan con recursos humanos calificados.</b>		<b>Total</b>
			<b>De acuerdo</b>	<b>Nulo</b>	<b>De acuerdo</b>
6. La producción de	De acuerdo	Recuento	4	4	8

flores exóticas cuentan con recursos materiales adecuados.		% del total	50.0%	50.0%	100.0%
Total	Recuento		4	4	8
	% del total		50.0%	50.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En el Cuadro de contingencia 4 se aprecia que la totalidad de los productores de flores exóticas están de acuerdo en que la producción cuenta con los recursos materiales adecuados; no obstante el 50% de los productores respondieron que están de acuerdo en que cuentan con mano de obra calificada y el resto se refirió a una respuesta nula.

### CONCLUSIONES

Los factores mercadológicos que influyen en la producción y venta de las flores exóticas: hawaiana roja, hawaiana rosa e iris roja, cosechada en el Ejido Raymundo Enríquez en Tapachula, Chiapas para lograr su permanencia en el mercado son la competitividad y comportamiento del consumidor con respecto a la demanda y los factores que intervienen desde el enfoque de sistemas en la oferta son los recursos materiales y los canales de distribución.

Los factores mercadológicos se pudieron obtener aplicando el instrumento de investigación previamente elaborado y haciendo el correspondiente análisis estadístico. Desde un punto de vista muy particular, con respecto a la denominación de origen, es necesario hacer el registro correspondiente para ubicar y reconocer la calidad de las flores exóticas de esa región. Así mismo es importante que la mano de obra cuente con capacitación para hacer más eficientes sus procesos de producción y buscar opciones de financiamiento. En cuanto a los recursos tecnológicos que cuentan para optimizar o bien buscar otras alternativas de riego que sean menos costosos para los productores.

El desarrollo de este trabajo permitió tener un acercamiento con los productores de flores exóticas, y poder palpar de cerca la problemática del sector florícola al momento de hacer las observaciones pertinentes en los procesos de producción, en la aplicación de los cuestionarios y entrevistas realizadas.

Los factores mercadológicos para lograr su permanencia en el mercado son: la Competitividad y el comportamiento del consumidor. Descomponiendo los vértices que conforman a la competitividad se observa que la forma en la que se asignan los precios unitarios es de una manera indiscriminada, careciendo de una estructura técnica que sustente de manera real lo reflejado en los costos de producción tanto en materia prima, mano de obra y gastos indirectos. De acuerdo a la matriz de la Boston Consulting Group (BCG) se observa que, con lo que ganan en otros productos cubren las pérdidas que tienen en otros. Esto viene a impactar en una falsa expectativa y además directamente en la estructura financiera de los productores y por ende en su desarrollo económico.

Con respecto a la demanda se observa que en la definición de los canales de distribución se hace de manera compleja en el sentido de que el cliente es el que llega a buscar el producto y no los productores van a realizar la exploración del mercado para su expansión o diversificación lo que podría generar valor agregado. En la realización de las actividades productivas observan carencias sobre el enfoque de sistemas, lo que podría reflejar una baja cultura empresarial sin que esto descalifique su conocimiento en la actividad productiva.

Observando al desarrollo desde un punto de vista holístico, se podría pensar que el diseño de estrategias que contemplen estas problemáticas, permitirían realizar una actividad productiva más organizada que promueva una transversalidad de recursos de diversas índoles entre los diferentes ejidos y productores que integran la región. Al impactar en los medios de producción se pensaría impactar a su vez en los niveles de ingreso, lo que a su vez conlleva a la adquisición de satisfactores de mejor calidad, y mejores

servicios públicos, lo que consecuentemente propiciaría un escenario que beneficie el nivel de vida de la población a nivel regional.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ContactoPyme, P. *Producción y Consumo de Flores*. 2015. Obtenido de [https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwjolYOS1oLLAhUBdCYKHQnJA2YQFggxMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.contactopyme.gob.mx%2Fcpyme%2Festudios%2Fdocs%2FProyecto\\_Ejecutivo\\_Agroindustrial\\_IV.doc&usg=AFQjCNGbA9wzpVI9F7\\_UALkOeD0-i](https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwjolYOS1oLLAhUBdCYKHQnJA2YQFggxMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.contactopyme.gob.mx%2Fcpyme%2Festudios%2Fdocs%2FProyecto_Ejecutivo_Agroindustrial_IV.doc&usg=AFQjCNGbA9wzpVI9F7_UALkOeD0-i) Consultado el 23 de febrero de 2015

*Dave's Garden*. 2013. Obtenido de <http://davesgarden.com/guides/pf/go/113733/#b>

Porter, E. M. 2007. *Estrategia Competitiva*. México, D.F.: Patria.

Fisher de la Vega, L. E., y Espejo C. J. 2011. *Mercadotecnia*. México, D.F.: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández S., R., F. Collado y Baptista, L. 2010. *Metodología de la Investigación*. México, D.F., Mc Graw Hill.

IMPI. *Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial*. Obtenido de [www.impi.gob.mx/servicios/Paginas/DenominacionesOrigen.aspx](http://www.impi.gob.mx/servicios/Paginas/DenominacionesOrigen.aspx). 27 de Febrero de 2014.

INFORURAL. Obtenido de <http://www.inforural.com.mx/spip.php?article27127> 25 de Febrero de 2014.

Kotler, P., y Armstrong, G. 2003. *Fundamentos de Marketing*. México, D.F., Pearson Educación.

Martínez A., G. 2013. Ejido Raymundo Enríquez, Tapachula, Chiapas. (R. G. Márquez Feliciano, Entrevistador) 1 de Mayo de 2013.

Méndez M. J. S. 2009. *Fundamentos de Economía para la Sociedad del Conocimiento*. México, D.F.: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.

Miquel P. S., Molla D. A., y Bigné A. J. 2002. *Introducción al Marketing*. Madrid, España: Mc Graw Hill/Interamericana, S.A.

Vélez Gehrke, M. R., L. Molina, J. N., y Orlando, L. B. 2007. *Floricultura y Ornamentalismo en el Trópico*. Huehuetán, Chiapas: Universidad Autónoma de Chiapas.

**\* Artículo recibido el día 18 de mayo de 2015 y aceptado para su publicación el día 12 de abril de 2016**



## **UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS**

### **MISIÓN**

La Universidad Autónoma de Chiapas es una Institución de Educación Superior pública y autónoma, socialmente responsable y con vocación de servicio; que forma de manera integral a profesionales competentes, críticos, éticos, con conciencia ciudadana y ambiental. La UNACH genera, divulga y aplica el conocimiento científico, tecnológico y humanístico; difunde la cultura y el arte, promueve el deporte y extiende sus servicios, vinculada con la sociedad en entornos locales, nacionales e internacionales; con personal calificado y programas educativos pertinentes y de calidad, para contribuir al desarrollo sustentable, al bienestar social, la cultura de paz, la democracia, la equidad y los derechos humanos.

### **VISIÓN**

La Universidad Autónoma de Chiapas en el 2030 es una institución reconocida internacionalmente por el desempeño profesional y social de sus egresados; sus programas educativos pertinentes y acreditados; por los resultados de su actividad científica, humanística y tecnológica; su vinculación mediante acciones de colaboración y cooperación con organizaciones de los sectores público, privado y social, con la guía del Modelo Educativo Institucional y de una gestión transparente y efectiva, que impulsa el desarrollo de Chiapas y de México.