Exploración del mercado de heliconias en el segmento de consumo intermedio en las ciudades de Arauca (Colombia) y Acarigua y Caracas (Venezuela)*

A case study of the heliconias market at intermediate consumer level in Arauca (Colombia), Acarigua and Caracas (Venezuela)

Yesid Aranda[1], Jaime Alexander Bello[2] e Iván Alonso Montoya[3]

Resumen: Se exploró el grado de acogida y aceptación de las heliconias, especies florales ornamentales tropicales, en algunos mercados de consumo intermedio de las ciudades de Arauca (Colombia), Acarigua y Caracas (Venezuela), con el fin de encontrar segmentos en el mercado de flores que den viabilidad económica a una propuesta de producción en el departamento de Arauca. Se acudió a la consulta de fuentes primarias mediante encuestas personales a floristas ubicados en las ciudades mencionadas. Los resultados indican que la iniciativa de mercadeo de flores tropicales colombianas hacia los mercados explorados es altamente viable. El desarrollo de la floricultura tropical en el departamento de Arauca es pertinente y oportuno y se fundamente en sus bondades climáticas y su ubicación geográfica para atender el mercado venezolano.

Palabras clave: mercadeo, investigación de mercados, flores tropicales.

Abstract: The present research explored acceptance of tropical flowers in certain intermediate consumer markets in terms of targeting economically viable market segments and suggesting a productive initiative for tropical species (heliconias) in the department of Arauca. By surveying florists in Arauca (Colombia), Aricagua (Venezuela) and Caracas (Venezuela), it was possible to deduce a high viability of the initiative. The development of tropical floriculture in the department of Arauca is pertinent to explore the climatic benefits and geographic location that makes it possible to attend the markets of Venezuela.

Key words: marketing, market research, tropical flowers.

Introducción

En el presente trabajo se exploró el segmento de mercado de heliconias, el grado de acogida y aceptación de algunas especies de esta flor tropical de corte por parte del segmento de consumo intermedio (floristerías) en los mercados de las ciudades de Arauca (Colombia) y Acarigua y Caracas (Venezuela).

Trabajos anteriores, como los desarrollados por el Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, muestran que los principales países importadores de flores tropicales son Estados Unidos y la Unión Europea; sin embargo, destacan que para las flores colombianas existen varios mercados con potencial atractivo como los países de la antigua Europa Oriental, Finlandía y algunos de América del Sur, especialmente Brasil, Argentina, Chile y Venezuela; estos últimos países presentan oportunidades de mercado interesantes y están en etapas diversas de exploración y penetración, lo que justifica el desarrollo de esta investigación (Díaz *et al.*, 2002).

Fecha de recepción: 13 de febrero de 2007
Aceptado para publicación: 06 de junio de 2007

* Esta investigación se realizó con el grupo de investigación en Gestión y Desarrollo Rural de la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

1 Profesor asistente, Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. e-mail: yvarandac@unal.edu.co
2 Ingeniero Agrónomo, Secretaría de Agricultura Municipal de Arauca. Arauca. e-mail: jabevi@hotmail.com
3 Profesor asociado, Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. e-mail: iamontoyar@unal.edu.co

Colombia cuenta con una ventaja competitiva importante para la producción de flores tropicales sobre los demás países vecinos, toda vez que cuenta con un posicionamiento en el mercado mundial de flores frescas y, además, por ser el país con mayor variedad de especies de heliconias. Esto último es una fortaleza al momento de competir, pues la diversidad del producto puede ser utilizada como factor de diferenciación. Se reconoce el rol que juega Colombia en las exportaciones mundiales de flores siendo uno de los principales países competidores en el grupo de proveedores de heliconias, aunque se desconocen los valores exactos de las exportaciones colombianas; para el año 2004, PROEXPORT reportaba la exportación de alrededor de 24.000 a 30,000 tallos, dependiendo de las variedades (Turriago, 2004).

Estudios previos afirman que las cadenas de distribución de flores tropicales pueden ser similares en los diferentes países importadores de heliconias; sin embargo, existen variaciones y diferentes tipos de requerimientos de acuerdo con los intermediarios y el tipo de puntos de venta al consumidor final. Para la exportación de flores tropicales es necesario tramitar el certificado fitosanitario el cual es garantía de la calidad de la flor cortada. No obstante, es necesario mantener los cuidados especiales que requieren este tipo de flores, tanto en su proceso productivo, como en la manipulación posterior, de tal forma que las actividades de poscosecha y comercialización de la flor garanticen el mantenimiento de los atributos como color, tamaño, forma, calidad, etc., a los que se les da gran importancia por parte del comerciante y del consumidor final (Rodríguez, 2004).

Aunque las heliconias son utilizadas mundialmente para diversas ocasiones y fechas especiales durante todo el año, se considera que el mercado ya está muy maduro en algunos países en los que se cuenta con bastantes competidores; en algunos casos, como el mercado alemán, ya hay indicios de saturación y disminución del consumo. Sin embargo, existen mercados poco explorados, siendo necesario realizar las exploraciones de mercado que identifiquen los canales de comercialización, los competidores existentes y los atributos deseados por los consumidores intermedio y final de estos productos (MINCOMEX, 2006).

El objeto del estudio fue el determinar el volumen de mercado de las especies vegetales ornamentales de las heliconias, propias delclima tropical que se producen en el departamento de Arauca (Colombia), frente a los mercados de Caracas y Acarigua (Venezuela) y Arauca (Colombia), seleccionados con el propósito de aprovechar la cercanía geográfica de la producción con dichos centros de consumo explorados. La elección de estas dos importantes ciudades de Venezuela corresponde también a la iniciativa de aprovechar las oportunidades que ofrecerá el trazado de vías internacionales, con eje fundamental en Arauca y de prioridad para el gobierno nacional de Colombia. Vale la pena decir que en los ejercicios de planeación vial, el tránsito de Cúcuta va a pasar por Arauca, lo que favorece la comunicación entre Caracas y Bogotá, en la que se estima un ahorro de 20 horas con respecto a la ruta actual, ello traerá consigo un aumento del tráfico vehicular de 3.300 vehículos en cinco años (Presidencia de la República de Colombia, 2006).

El rol estratégico de Venezuela para las exportaciones colombianas muestra que en el año 2006 las exportaciones de Colombia a Venezuela alcanzaron US$ 2.693, de los cuales cerca de US$1.833 correspondieron a la clasificación CIIU de productos agropecuarios; sin embargo, el potencial de exportación de flores colombianas a Venezuela sólo participa con exportaciones por US$41.355, incluidos en el capítulo 06 de plantas vivas y productos de la floricultura, y más específicamente dicho valor es dado por la exportación al mercado del país vecino de la partida 03 que corresponde a las flores y capullos cortados para ramos o adornos frescos (DIAN, 2006) Así, las flores exóticas producidas en el departamento de Arauca cuentan con una posible ventaja comparativa con respecto a la producidas en las demás regiones del país debido a la facilidad de medios de transporte, la cercanía a la frontera y algunos tratados binacionales que existen entre los dos países que brindan la oportunidad de llevar este producto exótico a este importante aliado comercial.

Materiales y métodos

Se efectuaron encuestas individuales en floristerías ubicadas en las ciudades de Arauca (Colombia) y Acarigua y Caracas (Venezuela) en donde frecuentemente se comercializan heliconias de diversas especies. La herramienta de investigación fue aplicada en el segundo semestre de 2006 y tuvo como objetivos específicos conocer la cantidad que demandan las floristerías como consumidores intermedios de esta especie de flor tropical a fin de discriminar la participación de diferentes especies de heliconias sobre el total, en cada una de las ciudades exploradas en esta investigación. También se

indagaron posibles canales de distribución por ciudad y la disponibilidad de pagar, entre otros aspectos.

Para el desarrollo metodológico del documento los autores se apoyaron en Burnett (1998), Kinnear y Taylor (2001), Stanton *et al.* (1992), Kottler y Armstrong (2003), Solomon y Stuart (2001) y Scheaffer y Mendenhall (1987).

El tamaño de la muestra para el número de floristas encuestados(as) por ciudad fue de 57 en Caracas, 23 en Acarigua y 7 en Arauca[1] . Se realizó una segmentación parcial del mercado de Caracas y, por tanto, se seleccionaron muestras con el fin de explorar perspectivas para las heliconias. En Caracas el segmento estudiado correspondió a las floristerías que se encuentran ubicadas en los estratos medio alto y alto, concentradas en el centro de la ciudad; la población objetivo fue de 98 floristerías relevantes para el estudio, las cuales se ubican en este segmento, de 210 identificadas en la ciudad. La población se identificó a partir de datos suministrados por el proveedor de servicios de telefonía pública por medio de las páginas amarillas de Caracas. Para Acarigua el tamaño de las muestra correspondió a 23 floristerías, de un total de 30 identificadas según datos suministrados por la empresa proveedora de servicios públicos de telefonía local por medio de páginas amarillas. Para la ciudad de Arauca la población identificada de floristerías fue de siete, según datos suministrados por la cámara de comercio de Arauca.

Resultados y discusión

La tabla 1 presenta una estimación de la cantidad de heliconias demandadas en las ciudades estudiadas y en los segmentos mencionados anteriormente. La demanda estimada fue construida a partir de los datos arrojados por las encuestas aplicadas a floristerías que venden heliconias en cada ciudad, por el promedio demandado de tallos de heliconias, por el número total de semanas de un año comercial. Si el comportamiento de las unidades muestrales encuestadas fuera extrapolable al total de cada mercado, se podría decir que el mercado total por ciudad para los segmentos seleccionados, sería: Caracas, 145.031 tallos/año; Acarigua, 53.718 tallos/año; y finalmente, Arauca con 14.352 tallos/año.

En la tabla 2 se presenta la distribución porcentual de la cantidad de heliconias demandados por el segmento de los consumidores intermedios por semana en cada ciudad. En la tabla 3 se muestran las conjeturas sobre el consumo para las especies de heliconias más solicitadas por los floristas en los mercados explorados. El análisis de cada uno de los mercados explorados se desarrolla en la siguiente sección.

Tabla 1. Cantidad de tallos de heliconias demandados por los segmentos estudiados en cada ciudad.

Ciudad	Demanda de heliconias (tallos/año)
Caracas	145.031
Acarigua	53.718
Arauca	14.352

Tabla 2. Distribución porcentual de la cantidad de heliconias demandadas por semana en cada ciudad.

Ciudad	Porcentaje de los encuestados que demanda:			
	1 docena	2-4 docenas	4-7docenas	Más de 7
Caracas	31%	30%	30%	9%
Acarigua	30%	56%	9%	5%
Arauca	29%	43%	14%	14%

Tabla 3. Consumo de las especies de heliconias más solicitadas por ciudad.

Ciudad	*H. Wagneriana*	*H. bihai*	*H. rostrata*	Otras	Total
Caracas	3.143	2.418	5.438	1.087	12.086
Acarigua	2.543	610	983	339	4.475
Arauca	303	390	502	0	1.196

Unidad: docenas/año

1 Para la ciudad de Caracas las floristerías reportadas en toda la ciudad fueron 210, de acuerdo con la ubicación de los locales comerciales se estatificó el mercado, obteniendo 98 floristerías en sitios con estratos entre medio alto a alto concentrados en el centro de Caracas, los que se constituyeron el mercado objetivo. En Acarigua se reportaron 30 floristerías en total. Como tamaño de muestra se seleccionaron aleatoriamente entre la población objetivo 57 floristerías en Caracas y 23 en Acarigua, las cuales representan a la población y se trabajó con una confianza del 50% a dos colas (Z = 1,96), una probabilidad de ocurrencia de los eventos del 50%; el error de la muestra para la ciudad de Caracas correspondió al 8,4%, mientras que para la ciudad de Acarigua el error estimado de la muestra fue de 9,9%. La fórmula usada para el cálculo del error de la muestra fue $n=(Z^2*p*q*N)/(Z^2*p*q+E^2*N)$. Para el caso de Arauca se consultó a la Cámara de Comercio del municipio de Arauca, y se encontró una población de siete floristerías que reportaron ventas de arreglos con flores tropicales, a las cuales se les aplicó la encuesta dado que el tamaño total de la población era asequible.

Mercado de heliconias en Caracas

Los floristas encuestados manifiestan que la oferta de heliconias no es constante a lo largo del año y que les gustaría contar con una oferta mayor en número de especies y más continua a través del tiempo, que les permitiera mantener los precios constantes y no verse limitados por la poca cantidad ofrecida en la ciudad. La percepción sobre el crecimiento del consumo de heliconias muestra que el 95% de los floristas expresan que el consumo de heliconias ha crecido.

De otra parte se indagó sobre las fechas en la cuales los floristas venden mayor cantidad de heliconias en el año: se estableció que el día de la madre es la festividad más importante para el 47% de los floristas, mientras que el día de los enamorados en el mes de septiembre lo es para el 35% de los floristas y el día de los difuntos para 17% de los floristas.

En cuanto a las especies de heliconias más vendidas por parte de los floristas encuestados en la ciudad de Caracas, se logró establecer que la oferta de heliconias se concentra principalmente en las especies *H. rostrata* con 46% de participación en la venta de heliconias, seguida por *H. wagneriana* con 26%, *H. bihai* con 20% y otras especies de flores tropicales con 9%. En estas últimas se destacan las g*ingers*, *Stretlitzia reginae* y otras especies de heliconias pequeñas y medianas (figura 1).

Se hace manifiesto el interés de adquirir heliconias de origen colombiano en un 90% de los floristas encuestados, lo cual es una excelente oportunidad de mercado para la producción de heliconias en el municipio de Arauca.

En la estructura de comercialización de heliconias en la ciudad de Caracas, la compra a través de distribuidores representa el 63%, mediante de productores el 33% y la compraa otros agentes comerciales es del 3%.

En cuanto a la frecuencia de compra por parte de los floristas encuestados en Caracas la totalidad adquiere el producto semanalmente. La forma en que adquirieren el producto: 46% en cajas, 32% en docenas, 16% en unidades y sólo 3% no adquirían el producto en ninguna forma debido a que cuentan con un proveedor que los abastece de heliconias (figura 2).

Cuando se indagó sobre la disponibilidad a pagar por cada tallo de heliconia, el 30% de los floristas estarían dispuestos a pagar 1,15 US$/tallo, el 35% estarían dispuestos a pagar entre 1,16 y 1,53 US$/tallo; y el 35% pagarían entre 1,54 y 1,9 US$/tallo, siendo este ultimo el precio máximo que los floristas asumirían por cada tallo adquirido.

El tiempo de viaje al cual estarían sometidas las heliconias desde la ciudad de Arauca hasta Caracas es de siete horas por vía terrestre. Las vías de comunicación se encuentran en excelentes condiciones y la ruta cuenta con una frecuencia diaria por parte de la empresa Transportes Páez. El costo de transporte en esta ruta es de 1,41 US$/caja con 2 docenas de heliconias.

En resumen, algunas de las perspectivas para lograr la madurez del mercado de heliconias en Caracas son:

- Una alta proporción de floristas gustaría de disponer de un mayor número de colores, así como de más variedades y formas en las especies ofrecidas.

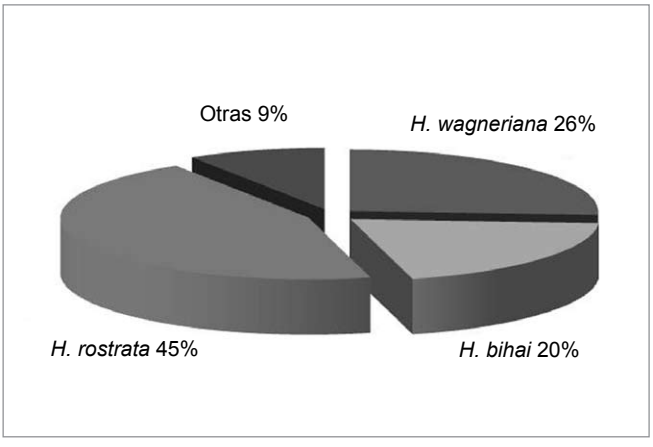

Figura 1. Especies más vendidas de flores tropicales en el segmento estudiado en Caracas.

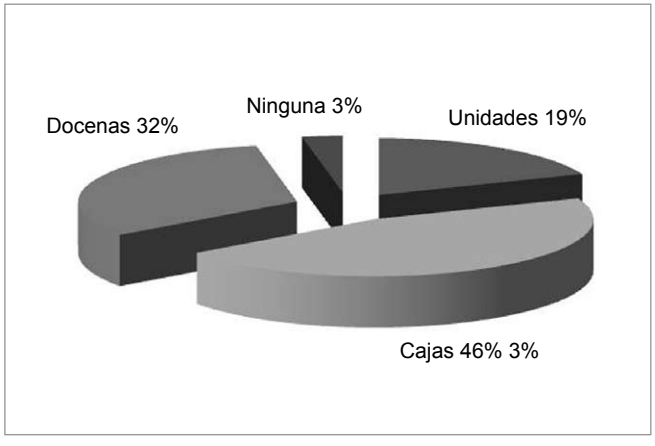

Figura 2. Forma deseada para adquirir las heliconias por parte de los floristas de Caracas.

- Es marcado el gusto por manejar en sus negocios flores de heliconias, toda vez que reconocen que el manejo poscosecha de esta flor no requiere mucho cuidado por la rusticidad del material, el cual no presenta mayores pérdidas en sus manos representando una mayor durabilidad en términos de poscosecha de estos materiales con respecto a otras flores de corte.

- Al 23% de los encuestados les gustaría contar con una mejor calidad de las heliconias que compran, entendiendo por calidad el tamaño de las inflorescencias y longitud de los tallos en la misma especie, lo que ocasiona que la oferta al consumidor final no pueda hacerse con tallos homogéneos en producto terminado (docenas de inflorescencias).

- En la estructura de comercialización de heliconias en la ciudad, el abastecimiento mayoritario tiene lugar mediante distribuidores 63%, en tanto que el abastecimiento a través de productores tan sólo se da en 33%; se reconocen como centros importantes de abastecimiento las ciudades de Valencia, Carabobo y Maracaibo en Venezuela.

- Los floristas encuestados se refirieron a la calidad de la flor que comercializan y reconocen que las heliconias colombianas son flores de mejor vistosidad y más longevas respecto de las que se producen en Venezuela.

Mercado de heliconias en Acarigua

Los floristas encuestados manifiestan que la disponibilidad de heliconias no es constante a lo largo del año, al igual que su calidad. En cuanto a la percepción sobre el crecimiento del consumo de heliconias en la ciudad, el 87% de los floristas creen que el consumo de heliconias ha aumentado. Los floristas argumentan que la demanda por heliconias es mayor en festividades como el día de la madre, cuando se la venta de arreglos que contienen heliconias aumenta en 57% con respecto a las ventas que realizan en fechas normales. Para el día de la amistad expresaron que el aumento de la venta de heliconias se da en un 30%, mientras que le día de los difuntos tan sólo se incrementan en 13% las ventas de arreglos florales con heliconias; sin embargo los encuestados afirman que se presenta desabastecimiento en estas fechas lo cual desestimula el impulso de compra y limita el crecimiento del mercado para este tipo de flores.

La distribución por preferencias y abastecimiento en las variedades ofrecidas muestra que la especie más vendida por parte de los floristas de Acarigua es la *H. wagneriana*, la cual participa con 57% de las ventas de heliconias; sigue en orden de preferencia por parte de los consumidores finales la *H. rostrata* con una participación de 21% y *H. bihai* con una participación de ventas de 14%, siendo mucho menor la venta de otras especies que tan sólo participan con 8% de las ventas de heliconias en este mercado (figura 3).

La mayoría de floristas de Acarigua conocen que existe una gran variedad de especies de heliconias con una variada gama de colores a las que les gustaría acceder para la venta, con lo que se podría ampliar la oferta de este producto. El 87% de los floristas encuestados estaría dispuesto a comprar heliconias producidas en Colombia, toda vez que reconocen en ella una flor con mejor calidad, mayor tamaño, más vistosas y de mejor precio.

En cuanto a la forma de abastecer los negocios de heliconias, 61% de los floristas dice comprar a distribuidores de Carabobo y Zulia, 30% afirma comprar flores directamente al productor, y tan sólo 7% dice usar otro medio para abastecer su negocio.

En cuanto a la forma de adquirir el producto, 57% dice estar dispuesto a comprar la flor en cajas, 30% estaría dispuesto a adquirirla en docenas y sólo 13% desearía tener la posibilidad de comprarla en unidades. Para la frecuencia de compra todos los floristas encuestados dicen comprar la flor semanalmente y desean seguir contando con esta posibilidad, ya que argumentan que el tiempo promedio que duran con el producto en su poder es de 9 días.

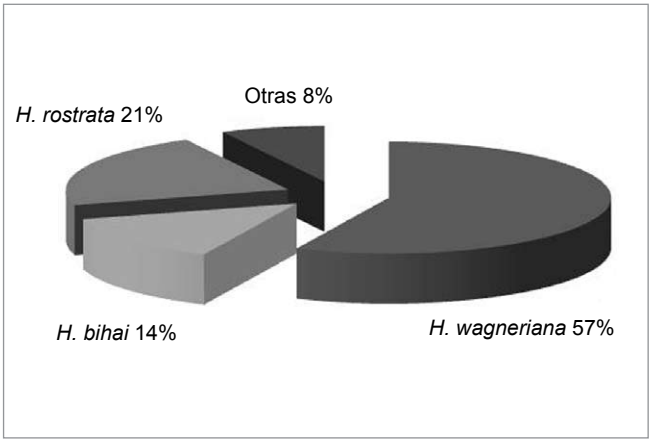

Figura 3. Especies más vendidas de heliconias en el mercado de Acarigua.

A la pregunta sobre la disposición de pagar por cada tallo de heliconia, 56% de los floristas estarían dispuestos a pagar hasta 1,15 US$/tallo, 22% estarían dispuestos a pagar entre 1,16 y 1,53 US$/tallo y 22% pagarían entre 1,54 y 1,9 US$/tallo, siendo este último el precio máximo que los floristas asumirían por cada tallo adquirido. El 54% de los encuestados en esta ciudad afirman comprar entre dos y cuatro docenas a la semana para abastecer la demanda de arreglos florales, los cuales elaboran mezclando heliconias con algunos follajes, otras flores de corte y frutas.

El tiempo de viaje al cual estarían sometidas las heliconias desde Arauca hasta Acarigua es de cinco horas por vía terrestre. Las vías de transporte se encuentran en buenas condiciones; existe una ruta con frecuencia diaria por parte de la empresa Transportes Páez cuyo costo de transporte es de 1 US$/caja con dos docenas de heliconias.

Entre las posibilidades para el fortalecimiento del segmento de heliconias por parte de los floristas de la ciudad de Acarigua, se cuentan:

- Aumento de la demanda en virtud de la duración de las inflorescencias, la frecuencia de abastecimiento y la disponibilidad de las mismas, ya que en ocasiones la oferta no es constante ni suficiente, lo que desestimula el desarrollo del mercado de heliconias.

- Acceder a mayor conocimiento en el manejo poscosecha de las especies tropicales, a lo que se suman las posibilidades de desarrollo del arte floral en la elaboración de arreglos, ramos y centros de mesa principalmente, y de acuerdo a la calidad, en términos de diferentes tamaños y formas.

- Mayor aceptación por parte del consumidor final en función de la durabilidad e impulso de compra que generan como flores de corte, sobre todo las especies pendulares.

- Existe una baja oferta número de variedades por parte de los abastecedores, lo que limita captar nuevos clientes para estos productos. Sin embargo, esto ofrece una posibilidad para proveer de flores con una gama más amplia de colores a los floristas que atienden el mercado de esta localidad.

- Alto grado de satisfacción por la calidad y duración de las heliconias, en especial de las que provienen de Colombia, siendo estas dos variables susceptibles de seguir mejorando para ampliar el mercado.

Mercado de heliconias en Arauca

En la ciudad de Arauca los floristas encuestados manifiestan que la oferta de heliconias es constante en el año. Reconocen dos fuentes de donde provienen las heliconias que venden en sus locales. En primer lugar, 71% dice adquirir el producto directamente del productor y, en este sentido, la totalidad de las inflorescencias adquiridas provienen del municipio de Arauquita. El 29% afirma adquirir el producto por intermedio de un mayorista y el producto proviene de la ciudad de Bogotá.

La frecuencia del abastecimiento por parte de todos los floristas de Arauca es semanal. Al indagar sobre el tiempo promedio en que dura el producto en su poder, 43% respondió que el producto dura en sus manos entre 2 y 4 días, 43% afirma que el producto dura en sus manos entre 5 y 7 días, y tan sólo 14% dice que el producto dura en su poder más de 7 días. Vale la pena aclarar que la totalidad de los floristas encuestados logran vender el 100% del producto adquirido, mostrando con esto las reducidas pérdidas poscosecha que presentan estas inflorescencias.

El consumo de heliconias en la ciudad de Arauca se concentra exclusivamente en tres especies: 42% de los consumidores prefiere en su decisión final adquirir arreglos con *H. rostrata*, 33% prefiere adquirir *H. bihai* y *H. bihai aurea*. Sin embargo, el consumo de *H. wagneriana* en sus subespecies roja y Peterson es el tercero entre las heliconias con 25% de preferencia. Al indagar sobre el consumo de otras especies de heliconias los floristas reconocen que existen más especies y una gran cantidad de colores, pero afirman que la oferta a la cual ellos tienen acceso sólo se concentra en las tres especies citadas, limitando así desarrollo de mercado y posicionamiento de otras especies de heliconias y flores tropicales (figura 4).

En cuanto a la calidad de las flores que se comercializan en la ciudad de Arauca, los floristas expresan no realizar ningún tipo de control de calidad; argumentan que las inflorescencias no presenta enfermedades durante el tiempo que duran en su poder. De otra parte, el tiempo que dura la flor después de corte en llegar a sus manos es muy corto, por lo que la frescura es una de las ventajas con que se cuentan para impulsar la venta del producto. La totalidad de los floristas adquieren el producto embalado en cajas, lo cual garantiza mantener la calidad del mismo en el manejo poscosecha y en las

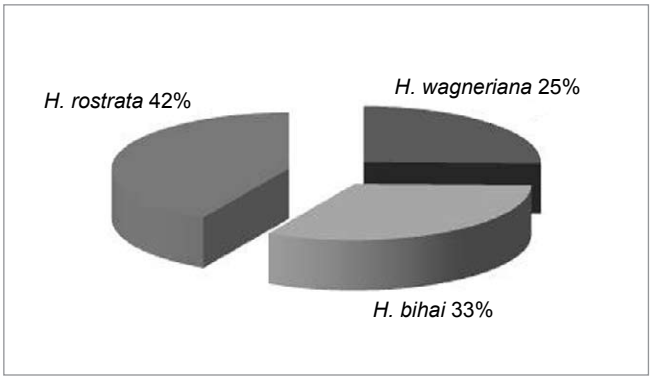

Figura 4. Porcentaje de participación en las ventas de tres especies de heliconias en el mercado de Arauca.

operaciones de transporte de la flor desde los centros de producción o abasto.

Al indagar sobre la disponibilidad a pagar por cada tallo de heliconias los floristas argumentan que estarían dispuestos a pagar más de lo que en la actualidad le pagan a su proveedor, siendo para el 86% 0,68 US$/tallo lo que pagan por cada unidad, mientras que para el 14% el precio de compra sería de 0,45 US$/tallo, siempre y cuando se les ofrezca una mayor diversidad en términos de especies y colores. Al indagar sobre el precio de venta al consumidor final, los floristas observan que depende del tipo de arreglo que se desee. Sin embargo, para la fijación del precio de los arreglos vendidos, el costo de la flor es asumido por el doble de lo que lo adquieren, lo que indica que el nivel de rentabilidad para los floristas de Arauca es del 100%.

La disponibilidad de pagar más frecuente por parte de los floristas de Arauca asciende, como se dijo, a 0,68 US$/tallo para el 86%, mientras en Acarigua el 56% de los floristas estarían dispuestos a pagar 1,15 US$/tallo y en la ciudad de Caracas el 35% estarían dispuestos a pagar 1,53 US$/tallo. Los costos de producción estimados por Bello (2006) para la producción de 123.000 tallos en 14 meses, en un área de cinco hectáreas en el municipio de Arauca, muestran que el valor por tallo es de US$ 0,61. Si a los anteriores costos se les incrementa el valor del transporte unitario se obtendría que el precio mínimo de venta por cada una de las ciudades estudiadas seria de US$ 0,61 para Arauca, para Caracas US$ 0,67 y para Acarigua US$ 0,66. De lo anterior se deduce que, desde el enfoque de la competitividad, existe un margen económico apropiado para que las flores producidas en la ciudad de Arauca tengan posibilidades reales de competir en los mercados explorados.

Conclusiones

El subsector de productos florícolas exóticos y tropicales frescos en Colombia ha crecido en los últimos años. Las oportunidades para diversificar la producción, en especial de flores exóticas, es una alternativa de desarrollo para muchas regiones del país. El municipio de Arauca cuenta con una dotación de factores propicios para la producción de flores exóticas, más específicamente de heliconias, las cuales muestran buena adaptación al clima y suelos de la región. El potencial del mercado para este tipo de productos podría estar asegurado, toda vez que la ciudad de Arauca importa del interior, y de otras partes del departamento, la totalidad de las heliconias que el mercado local demanda. Por otra parte, la ubicación geográfica de esta ciudad y la cercanía con la frontera con Venezuela, el acceso a vías de comunicación y la oferta de transporte en las rutas Arauca - Acarigua - Caracas, hacen factible una distribución apropiada del producto.

La investigación de mercado realizada en la ciudad de Arauca (Colombia) en Caracas y Acarigua (Venezuela) muestra información relevante sobre algunas preferencias de consumo por parte de consumidores intermedios (floristerías) que ofrecen sus productos con mayor valor agregado al consumidor final.

En cuanto a los precios en los mercados explorados, el segmento de consumidor intermedio muestra que, para todos los mercados estudiados, no existe estacionalidad marcada de los precios a pesar de existir una estacionalidad en la demanda y la oferta. Se corroboró lo afirmado en trabajos previos (Turriago, 2004), en los que se concluye que las variaciones de los precios que pueden darse en un año se deben especialmente a situaciones de competencia. En épocas en las que la demanda es baja se pueden reducir los precios para generar incentivos; sin embargo, esta práctica no es común, puesto que los precios de las heliconias se rigen según la oferta y la demanda. Finalmente, existen oportunidades para los productos estudiandos, lo cual constituye un interesante segmento de mercado para el desarrollo de alternativas productivas regionales en Arauca.

Literatura citada

Bello, J.A. 2006. Estudio de prefactibilidad para el establecimiento del cultivo de heliconias en la vereda 'Todos los santos' del municipio de Arauca, departamento de Arauca. Trabajo de grado. Especialización en Gestión y Gerencia de Proyectos

Agropecuarios, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía. 78 p.

Burnett, J. 1998. Introduction to marketing: an integrated approach. Upper Sadler River, Prentice Hall, New York.

Dian. 2006. Sistema estadístico de comercio exterior (Siex). URL: http://websiex.dían.gov.co/pls/siex/esubpartidas$suparti.actionquery; consulta: febrero 2007.

Díaz, J.A., L. Ávila y J. Oyola. 2002. Sondeo del mercado internacional de heliconias y follajes tropicales. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, Bogotá. 32 p.

Kinnear, T. y J.R. Taylor. 1993. Investigación de mercados: un enfoque aplicado. McGraw-Hill Interamericana S.A., Bogotá. 812 p.

Kottler, P. y G. Armstrong. 2003. Fundamentos de marketing. Sexta edición. Pearson Educación, México. 680 p.

Mincomex. 2006. Perfil de la cadena de la floricultura. En: http://www.mincomex.gov.co; consulta: octubre 2006.

Presidencia de la República de Colombia. 2006. Buen balance en construcción de vías en Arauca. En: http://www.presidencia.gov.co/sne/2005/enero/29/04292005.htm; consulta: febrero 2007.

Rodríguez, M. 2004. Canales alternativos para la comercialización de productos de biocomercio. Instituto de Investigación en Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, Bogotá. 141 p.

Scheaffer, R. y W. Mendenhall. 1987. Elementos de muestreo. 2ª ed. Grupo Editorial Iberoamérica, México D.F.

Solomon, M. y E.W. Stuart. 2001. Marketing de personas reales:, decisiones reales. 2ª ed. Pearson Educación de Colombia, Bogotá. 624 p.

Stanton W. J., M. Etzel y B. J. Walker. 1992. Fundamentos de marketing. 9ª ed. McGraw-Hill Interamericana, México. 733 p.

Turriago, K. 2004. Heliconias: flores exóticas de Colombia. Trabajo final. Especialización en Horticultura. Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. 35 p.