



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



**SONDEO DE MERCADO PARA LA FLOR DE INIRIDA EN LAS  
CIUDADES DE BOGOTÁ Y MEDELLÍN**  
**Contrato No.08- 07- 366- 0137 PS**

**CONVENIO IAVH - SENA**

**MAURICIO AVILA GARZON**  
**Magíster en Mercadeo Agroindustrial**  
**Consultor Externo**

**Septiembre de 2008**





Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



## FICHA METODOLOGICA DEL SONDEO DE MERCADO PARA LA FLOR DE INIRIDA EN LAS CIUDADES DE BOGOTA Y MEDELLIN

<b>Investigador principal</b>	Mauricio Avila Garzón
<b>Supervisión</b>	Adriana Arcos – IAVH
<b>Ciudades</b>	Bogotá y Medellín
<b>Fecha</b>	Mayo – Septiembre de 2008
<b>Contrato</b>	No.08-07-366-0137ps
<b>Convenio de cooperación</b>	No.07-366
<b>Tipo de Información Fuente</b>	
Estadísticas de mercado de Bogotá y Medellín.	Estadísticas
Entrevistas a profundidad	Comerciantes y consumidores de Bogotá y Medellín
<b>Metodología</b>	Análisis de fuentes secundarias y análisis de entrevistas a profundidad y panel de consumidores.
<b>Empresa</b>	Akayú

### PALABRAS CLAVE:

1. Flor de Inírida
2. Flor de Inírida de Invierno (*Guacamaya superba*)
3. Flor de Inírida de Verano (*Schoenecephalium sp*)



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



#### AGRADECIMIENTO

Al Instituto Humboldt, al SENA y Akayú.  
...A todas aquellas personas  
que con su aporte, colaboración, experticia y acompañamiento  
permitieron el desarrollo del presente sondeo de mercados

*“el negocio en la comercialización de flores...*

*depende en considerable medida  
de la condición humana.  
una flor puede alimentar una pasión ardiente,  
calmar unos celos furiosos,  
arreglar una pelea de novios  
curar una enfermedad  
o agradar cualquier espacio,  
dando vida a la atmósfera y al ambiente”*



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



## OBJETIVO GENERAL

Explorar y conocer el estado actual de la comercialización de la flor de Inírida en la ciudad de Bogotá y Medellín, en búsqueda de reducir los riesgos en la toma de decisiones y estrategias de implementación de la empresa Akayú.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los posibles mercados y canales de distribución más adecuados para la comercialización en Bogotá y Medellín de la flor de Inírida.
- Analizar el perfil de los consumidores de flores exóticas y de la flor de Inírida en la ciudad de Bogotá y Medellín.
- Establecer la percepción y motivo de compra de los consumidores de la flor de Inírida.
- Identificar los canales de distribución más utilizados en la comercialización de flores.
- Realizar un análisis de precios actuales para las flores exóticas comercializadas en las ciudades anteriormente mencionadas.



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



## JUSTIFICACION

El estudio analiza la oferta y demanda de la flor de Inírida en algunos lugares de Bogotá y Medellín, estos resultados no se pueden generalizar para las demás ciudades del país, pero si se pueden encontrar varias coincidencias, este estudio está dirigido con el fin de obtener una mayor visión en el negocio para la empresa Akayú el cual permitirá conocer de forma muy general el comportamiento del mercado de la flor de Inírida en Bogotá y Medellín.

## METODOLOGÍA

Fuentes de Información:

Como fuentes de información primaria se identificaron los lugares más reconocidos para la comercialización de flores en la ciudad de Bogotá y Medellín, entre ellos plaza de mercado de Paloquemao, Plaza de las flores en Corabastos y la feria de las Colonias en Bogotá, en Medellín en la plaza de Flórez y en el jardín botánico además de floristerías en ambas ciudades.

Como fuentes de Información secundaria se consultó la poca bibliografía existente sobre la flor de Inírida para responder preguntas básicas de la flor en sus diferentes etapas.



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



## INTRODUCCIÓN

Dentro del proceso de desarrollo de un plan de mercadeo de la flor de Inírida *la flor eterna del Guainía* para la empresa **AKAYU** “Asociación para el Desarrollo Sostenible y Humano” ubicada en la ciudad de Puerto Inírida – Guainía, se realizó un sondeo de mercado que permitirá tener una primera aproximación al mercado de la flor de Inírida en las ciudades de Bogotá y Medellín. Esto con el fin de identificar el comportamiento de la demanda, especies comercializadas, requerimientos de calidad de los compradores, perfiles del consumidor, competencia directa, indirecta, precios actuales, principales clientes, requerimientos de los clientes, estrategias de promoción, entre otros; así como potencialidades detectadas para ingresar a diferentes tipos de mercado con la flor eterna del Guainía. Esto gracias al convenio IAVH No.07-366 y el SENA.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Servicio Nacional de Aprendizaje



## COMPORTAMIENTO DEL SECTOR FLORICULTOR EN COLOMBIA

En América latina, Colombia fue el primer país en producir flores para la exportación (1965). Desde esos años se tiene conocimiento de las flores comerciales en Colombia, hoy ante la globalización tenemos un reto como nación de ser competitivos en la floricultura moderna para esto la producción de flores en los últimos años según la Asociación Colombiana de Exportadores de flores (ASOCOLFLORES)<sup>2</sup> tiene cerca de 7200 hectáreas en el país con una expansión del 7% promedio anual, el país actualmente exporta mas de 50 tipos de flor entre los cuales se destacan la rosa, clavel, pompón, clavel miniatura, crisantemos, gypsophilia, áster, gerberas, callas, limonium, tropicales, y algunas flores exóticas, Colombia se ha caracterizado por el desarrollo de una floricultura de exportación. A continuación analizaremos las características de la floricultura de exportación en Colombia

- La producción de flores en Colombia la realizan PYMES<sup>3</sup>
- Mayor exportador a Estados Unidos, el primer exportador de claveles en el mundo y el segundo exportador mundial de flores<sup>4</sup>.
- La producción de flores se destina en esencia al mercado externo, y las ventas tienen un comportamiento estacional, un gran porcentaje se dedica al día de san Valentín, día de la madre y el día de Acción de gracias<sup>5</sup> donde los floricultores dirigen su mayor esfuerzo productivo y económico en el año.
- La floricultura de exportación no solo es una de las principales actividades generadoras de divisas dentro de las exportaciones colombianas, es también una actividad con una elevada utilización de talento humano, ya que hace un uso intensivo de mano de obra en especial no calificada, con cerca de 95.000 empleos directos y generando 80.000 indirectos, aquí cabe resaltar la importancia de la mujer<sup>6</sup> en este sector con un 60% del total de los trabajadores<sup>7</sup>.

---

<sup>2</sup> Asocolflores [www.asocolflores.com](http://www.asocolflores.com)

<sup>3</sup> Pequeñas y medianas empresas

<sup>4</sup> Fuente: DANE – Cálculos PROEXPORT [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

<sup>5</sup> Comportamiento reciente del sector floricultor Colombiano 2002-2005

<sup>6</sup> Si observamos especialmente la situación de la mujer podemos anotar que además de la discriminación, ellas soportan cargas mas pesadas. La mayoría de familias de las mujeres operarias de la floricultura



- El mercado interno se surte en gran medida con excedente de producción y flores no aptas para la exportación.
- Poca investigación y desarrollo de nuevos productos, la biotecnología en el país en el área agrícola y pecuaria aun es muy incipiente para competir con diferentes mercados.
- Altos costos relacionados con el transporte terrestre, aéreo y especializado de flores.
- Deficiente y en algunos casos inexistente en el manejo de la cadena de frío.
- Alta vulnerabilidad a factores no controlables como los son los cambios climáticos.
- Ausencia de canales de distribución internos especializados y organizados.
- Las flores Colombianas no son un factor de diferenciación en el mercado ya que el material genético que usamos en gran parte de nuestra floricultura tradicional es a la vez utilizado por Ecuador, México, Costa Rica y algunos países Africanos, entre otros, aquí es donde Colombia como cadena y sector debe empezar a enfocar sus esfuerzos para posicionarse en el mercado de las flores productos con alto valor agregado y diferenciación buscando incursionar con flores desconocidas, exóticas y tropicales para el mercado como lo es la flor de Inírida, *la flor eterna del Guainía*.
- Existe alta susceptibilidad en la fluctuación de los precios internacionales del petróleo, afectando fuertemente a la industria de las flores ya que los insumos, plásticos, urea, fletes, abonos, agroquímicos y pesticidas se elevan con el aumento de los hidrocarburos.
- Elevado riesgo con la utilización de tasas de cambio y focalización del mercado<sup>8</sup>

---

dependen únicamente del ingreso que ellas puedan llevar a sus casas, las mujeres son ubicadas por lo general al eslabón más bajo de la cadena productiva.

<sup>7</sup> La vinculación mayoritaria de mano de obra femenina no es un fenómeno exclusivo de la floricultura, sino que se enmarca en políticas de empresas, principalmente multinacionales, que promueven exportaciones de bienes intensivos en mano de obra. (CAMACHO K.)

<sup>8</sup> Actualmente (2008) los temores económicos han recaído sobre el desplome de las diferentes bolsas de valores del mundo, siendo la más afectada el país centro de la gran mayoría de nuestras exportaciones arrastrando en su caída a las diferentes economías emergentes del mundo, creando un ambiente de zozobra e incertidumbre mundial.





- Desplazamiento de la agricultura tradicional y alimentaria ya que las tierras que antes producían alimentos orientados al abastecimiento regional y nacional, actualmente son utilizadas para el cultivo de flores para exportar.
- Uso intensivo e indiscriminado del agua<sup>9</sup>
- El uso generalizado de plástico por los invernaderos ha modificado sensiblemente las condiciones de los paisajes originales y tradicionales al cubrir grandes extensiones donde anteriormente existía vegetación.
- Efectos sobre el suelo debido al uso intensivo de fumigantes, fertilizantes, tratamientos térmicos y a su contaminación con residuos sólidos y vertientes líquidos.<sup>10</sup>

A su vez las flores tropicales representan aproximadamente el 20% de las exportaciones totales de flores Colombianas, el Eje cafetero, el norte del Valle del Cauca, Antioquia y Cundinamarca son, por sus características climáticas las regiones y departamentos con mayor área cultivada- se estima en 800 hectáreas -, aunque hay otras regiones cuya producción es importante, como Putumayo, Caquetá y Meta.<sup>11</sup>

Una región con mayor potencial en biodiversidad, menores costos de producción, debido a la disponibilidad de factores, a la distancia, y a los modos de transporte utilizados, a las tecnologías de producción y distribución y a las barreras comerciales que enfrente en el mercado de compradores<sup>12</sup> podrá especializarse en la producción de aquel bien en el cual tenga la mayor ventaja de producción, es decir, si bien es cierto, que tiene ventaja en la producción de varios de sus bienes, en algunos de ellos presenta mayor ventaja que en otros y la región escogerá aquel en el cual su ventaja competitiva<sup>13</sup> sea la mayor para este caso la flor de Inírida, la flor eterna de Guainía.

---

<sup>9</sup> Según el Banco mundial hemos pasado de ser el segundo país en fuentes hídricas a ocupar un décimo lugar en 10 años.

<sup>10</sup> Floricultura de exportación en América Latina, Sierra Claudia p.

<sup>11</sup> Gómez Díaz José A. et al, Biocomercio sostenible, biodiversidad y desarrollo en Colombia, Instituto Alexander Von Humboldt

<sup>12</sup> Rocha García Ricardo, la economía Colombiana tras 25 años de narcotráfico, p36.

<sup>13</sup> La ventaja competitiva es la ventaja que tiene una empresa en la producción de un bien, si sus costos son más bajos que las otras empresas y si el cliente puede llegar a entender esa ventaja competitiva, como la exclusividad de la flor al ser endémica?



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



En este sondeo de mercado para la flor de Inírida, se realizó un análisis sobre los factores que puedan incidir en la posición competitiva en la comercialización de flores en la ciudad de Bogotá y Medellín.

## PRODUCTO

Por diferentes tipos de procesos adaptativos ocurridos durante miles de años atrás que ha permitido la evolución en un laboratorio natural que se encuentra comprendido entre los ríos Inírida, Guainía y Atabapo, del departamento del Guainía, allí nace crece y se desarrolla la flor de Inírida una especie endémica<sup>14</sup> de la Amazonia y la Orinoquia Colombiana, que evoluciona especialmente en zonas bajas arenosas e inundables llamadas los cantigales<sup>15</sup>. Estas sabanas son inundables y permanecen encharcadas durante gran parte del año, esta flor se desarrolla en suelos predominantemente arenosos, a franco limosos, con texturas intermedias franco arenosas y arenosas francas con un pH ácido entre los 3.8 y 5.1, donde se presentan unas temperaturas altas durante todo el año (33.7°C), las más elevadas se presentan en los meses de marzo, mayo, septiembre y diciembre<sup>16</sup> y una humedad relativa promedio del 86 %.

La flor de Inírida se desarrolla estacionalmente de acuerdo a dos periodos claramente definidos los de lluvias y el de sequías lográndose encontrar las especies de la flor de Inírida de Invierno y la de verano, las cuales en su etapa reproductiva producen flores que por sus características deberán ser tratadas como dos productos diferentes.

---

<sup>14</sup> Especie animal o vegetal confinada en su distribución a un área natural restringida a una zona exclusiva, propia del lugar, como autóctona pero muy restringido en su dispersión, en la que encuentra las condiciones apropiadas para vivir.

<sup>15</sup> Avellaneda, Mario, En Guainía hay una flor, programa fondo Amazónico, U.M.A.T.A, cartilla informativa ecológica y técnica.

<sup>16</sup> <http://bart.ideam.gov.co/cliciu/inirida/temperatura.htm>



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



### FLOR DE INIRIDA DE INVIERNO (*Guacamaya superba*)



“Planta herbácea, graminiforme, perenne, con hojas lanceoladas, que se desprenden de la base de la macolla, formando un entorchamiento apergaminado, de color carmelito. Las macollas adultas están formadas por macollos, que forman una estructura semiesférica en la cual se dispone de manera helicoidal. Las flores son espiguillas dispuestas en inflorescencias de manera helicoidal. Sus glumas<sup>17</sup> y glumelas<sup>18</sup> son generalmente de color rojizo o rojizo y blanco”<sup>19</sup>.

La inflorescencia es de forma piramidal, el color va desde rosado blanquecino a rojo intenso, el tallo es plano en la parte superior, su tono es rosado extendido a rosa pálido, tiene hojas largas planas y puntiagudas, “Las inflorescencias pueden ser aprovechadas durante los picos más altos de floración correspondientes a los meses de mayo a junio y de octubre a noviembre, en los cuales se encuentra el mayor número de estas inflorescencias en condiciones de ser aprovechadas”<sup>20</sup>.

---

<sup>17</sup> la **gluma** es una vaina estéril, externa, basal y membranosa presente en plantas gramíneas y ciperáceas. La gluma es cada una de las dos hojitas escariosas (hipsofilos estériles) que a modo de brácteas rodean las espiguillas de las gramíneas, suelen hallarse enfrentados en la base de las espículas.

<sup>18</sup> brácteas que constituyen el involucro externo de cada una de las flores de la espiga de las Gramíneas

<sup>19</sup> Ecología propagación y técnicas de cultivo de las especies de flor de Inírida.

<sup>20</sup> FLOR DE INIRIDA, Estado actual de las especies de flor de Inírida en el departamento del Guainía, Corporación para el desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico, CDA.



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



### FLOR DE INIRIDA DE VERANO (*Schoenecephalum* sp)

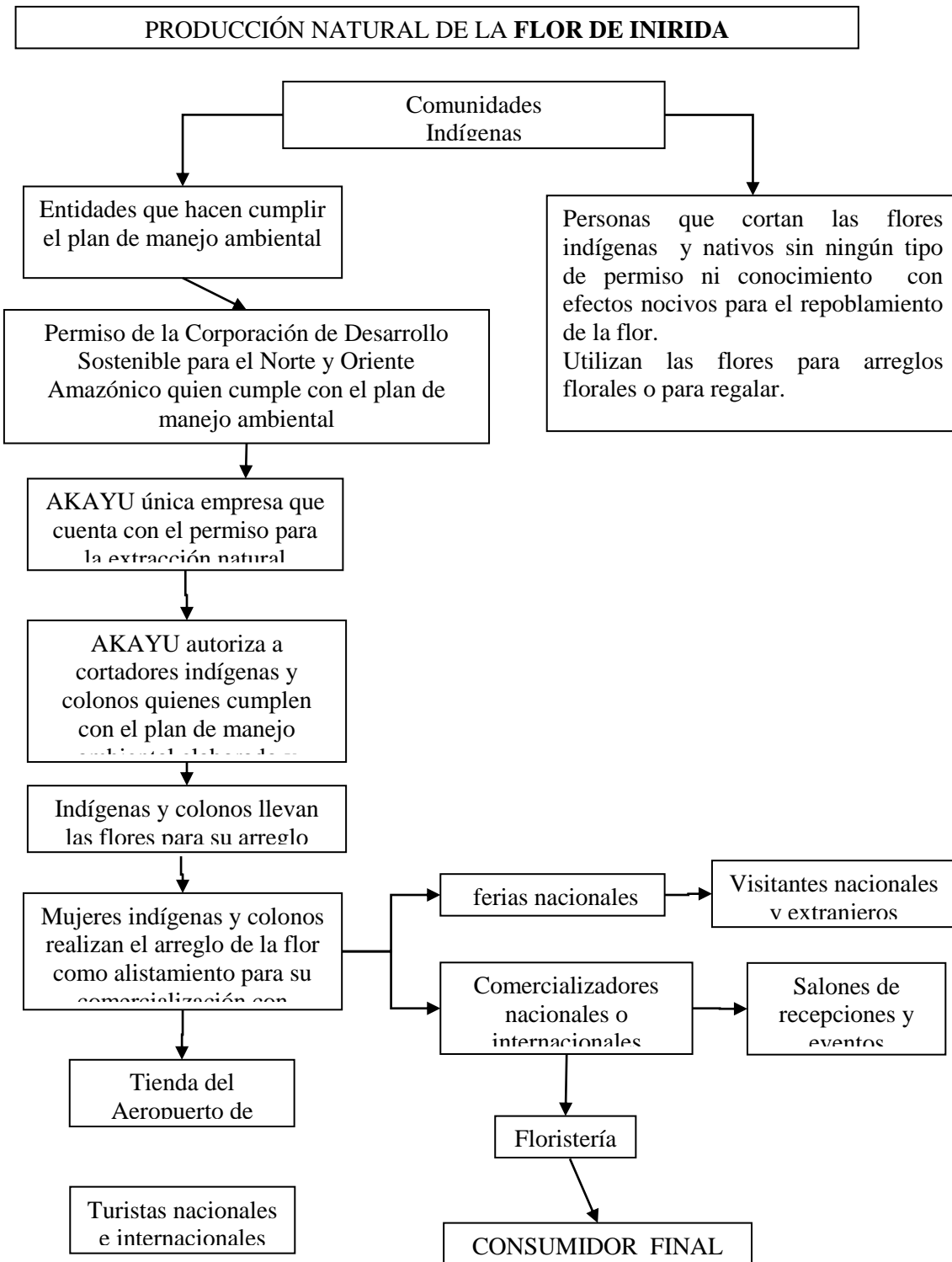


Foto CDA

Cuando se inician a secar las zonas pantanosas, disminuyen el volumen de las aguas, y el sol llega con mayor intensidad a las sabanas del Guainía esta hermosa flor deja su letargo y nuevamente empieza a desarrollarse apareciendo así una especie herbácea de apariencia graminiforme, con hojas aciculadas, de color verde grisáceo, las espiguillas están dispuestas de forma helicoidal, en inflorescencias en forma de espiga, pero no son persistentes y se caen cuando la espiga madura, esta característica hace que no se vea tan apetecida como su hermana la *G:superba*. Presenta una longitud del cálamo de la espiguilla de aproximada de 50 a 60cm.



## DIAGRAMA DE LA PRODUCCIÓN NATURAL DE LA FLOR DE INÍRIDA Y SU COMERCIALIZACIÓN ACTUAL



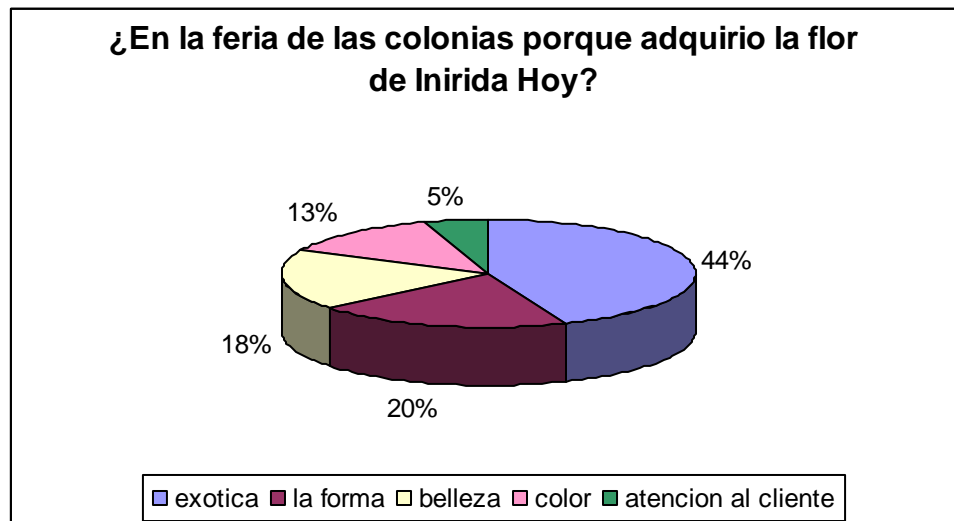
Fuente Autor 2008



## SONDEO DE MERCADOS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Para una primera parte del sondeo se aprovechó la participación de la empresa Akayú para indagar y conocer de los clientes finales la impresión y opinión que genera en ellos la flor de Inírida en la **Feria de las colonias**: esta feria se desarrolló en Corferias en la ciudad de Bogotá entre el 10 y el 20 de julio donde se participó incluyendo nuevos elementos publicitarios<sup>21</sup> para la empresa Akayú y para la flor de Inírida que buscan aumentar el poder de recordación entre los asistentes al evento.

Se realizó una encuesta<sup>22</sup> a los clientes que adquirieron la flor de Inírida, y a continuación se hará una descripción de los datos recopilados.



Fuente Autor 2008

De las personas encuestadas el 44% adquirió la flor por ser exótica<sup>23</sup>, pues en muchos de los encuestados era la primer vez que observaban tan extraña belleza, un 20% opina que le impacto la forma de la flor, un 18% la cataloga como una flor con una belleza incomparable con otras flores, el 13% la adquirió por el color y por último un 5% aunque muy importante que nos demuestra que las personas tienen

<sup>21</sup>Pendones, afiches, collarines y tarjetas de presentación elaboradas a partir del apoyo Convenio SENA - Humboldt

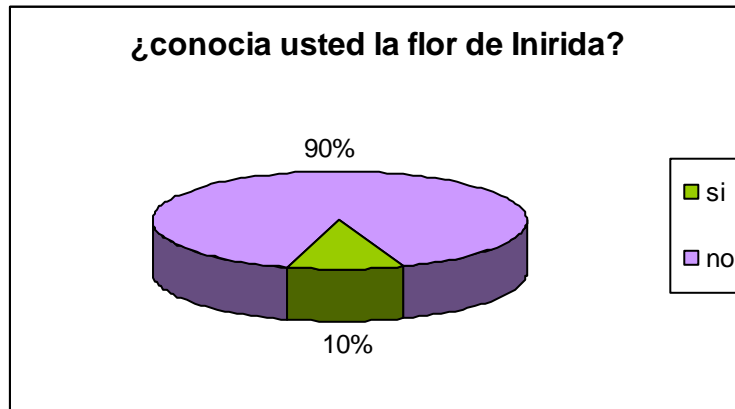
<sup>22</sup> Para esta encuesta se le permitió a los diferentes clientes adquirir la flor, después de adquiridas fueron abordados y se tomó como condición que la persona no mostrara ninguna comportamiento de no querer responder la encuesta, es así como se abordó a 147 personas de las cuales se obtuvo una muestra no significativa de 100 personas,

<sup>23</sup> todo lo que con belleza resulta diferente a lo habitual a nuestro ojos, percepciones y a nuestro conocimiento.



un motivo de compra y aumenta el impulso de compra<sup>24</sup> por la atención que reciben en el punto de venta.

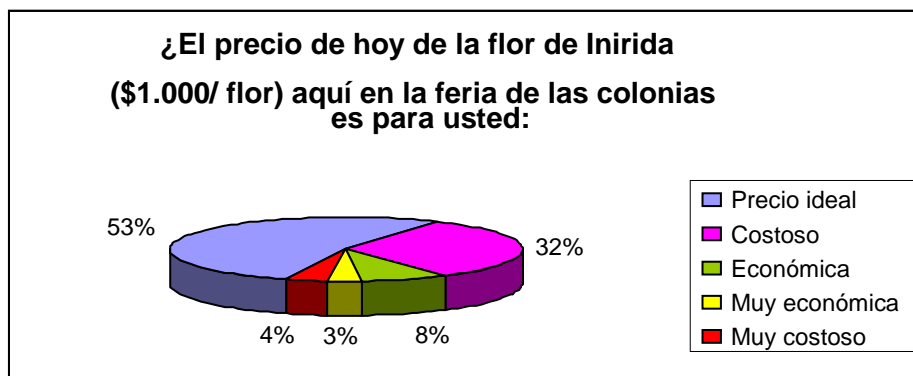
### ¿SE CONOCE LA FLOR DE INIRIDA EN BOGOTA?



Fuente Autor 2008

Para el 90% de las personas que adquirieron la flor era la primera vez que conocían acerca de ella, quienes la conocían aseguran que sabían de ella por haber viajado a la región de origen o un familiar la había traído también es conocida por la participación de la empresa con su producto en una feria anterior, quienes conocían la flor y sus bondades deciden realizar nuevas compras pues los calificativos para esta flor son múltiples y se convierten en clientes habituales de. La empresa y de la flor.

### QUE OPINION TIENE ACERCA DEL PRECIO EN LA FERIA DE LAS COLONIAS EN BOGOTA

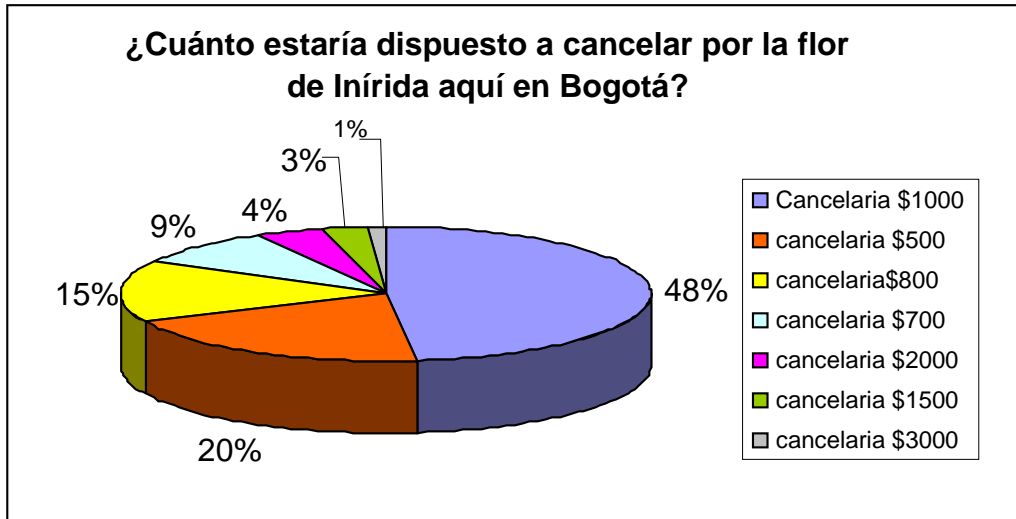


Fuente Autor 2008

<sup>24</sup> La decisión de compra del consumidor será adquirir elementos y marcas de mayor preferencia, pero dos factores se pueden interponer entre la intención de compra y la decisión de compra. El primer factor son las *actitudes de otros* entre estos otros la forma en que el cliente es atendido tanto de manera distante (Internet, teléfono) como físicamente en el punto de venta aquí prevalece la capacidad del talento humano encargado del punto de venta, el segundo factor son los *factores de situaciones inesperadas*. Es así como las preferencias y las intenciones de compra no siempre dan lugar a una compra real. (kotler et al)



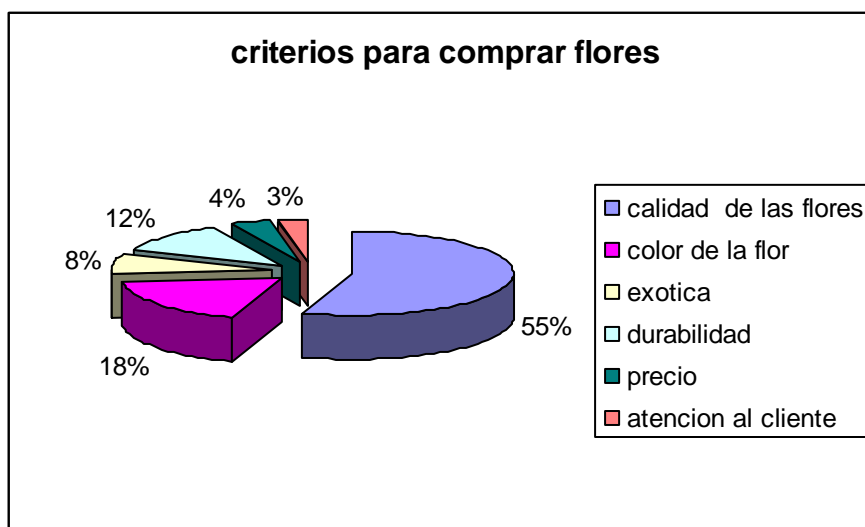
El 11% considera el precio de (\$1000) pesos como económico o muy económico, mientras el 36% de los clientes lo considera como un precio costoso o muy costoso y el 53% de los clientes consideraron ese valor como el precio ideal.



Fuente Autor 2008

Al indagar por el precio que las personas estarían dispuestas a cancelar por la flor de Inírida el 92% asegura pagaría mil pesos o menos de mil pesos por cada tallo de la flor de Inírida en Bogotá. Y solo un 8% considera cancelar un precio entre los \$1500 y los \$3000, las personas que cancelarían este dinero pertenecen todas a estratos socioeconómicos altos.

**REQUERIMIENTOS DE CALIDAD  
CRITERIO PARA LA COMPRA DE FLORES**



Fuente Autor 2008





Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



Como primer factor se encuentra la calidad de la flor ya que el 55% considera el factor de mayor importancia a la hora de adquirir flores.

El color de la flor (18%) de los encuestados considera que se encuentran saturadas con los colores tradicionales.

Los clientes adquieren las flores por ser exóticas (8%) ya que han venido cogiendo un auge dentro del proceso de comercialización *“hasta hace poco tiempo no se veían tantos vendedores como compradores de flores exóticas es mas yo decidí meterme al negocio por atender la solicitud de mis clientes quienes creo están cansados de las mismas flores y quieren ver cosas distintas”*<sup>25</sup>

La durabilidad (12%) es otro factor de importancia para seleccionar la compra de flores *“ahora hay que hacer rendir el dinero hasta pa... las flores uno no se puede dar el lujo de comprar flores todas las semanas o si lo hago compro un flor que me dure mucho tiempo y cada semana le agrego cosas nuevas al florero pero económicas, todo va en la creatividad que le ponemos a la hora de realizar un arreglo en casa”*<sup>26</sup>.

## PROMOCION

La promoción<sup>27</sup>, aquí se les indagó a las personas para que opinaran con una palabra sobre el pendón y el aviso de la empresa Akayú y la flor de Inírida, las respuestas encontradas fueron múltiples entre estas:

Lindo, bonito, Impactante, Muy bonito, Aspero..., Violento, llamativo, Quien creyera que en la selva hay tanta creatividad, Buen trabajo, Excelente, Vacano, Hermoso, Esplendoroso, Soñado entre otras.

Ante la pregunta si lograba recordar elementos de la publicidad la respuesta más común era la imagen de la flor, el nombre de la empresa, Inírida, y eternidad.

---

<sup>25</sup> Contacto comercial durante la feria de las colonias en Bogotá (transcripción de opinión personal)

<sup>26</sup> Transcripción de opinión personal cliente de flores no tradicionales

<sup>27</sup> Los objetivos de la promoción(publicidad) se basa en recordar donde comprar, mantener el producto o la empresa en la mente del consumidor, mejorar el posicionamiento,ademas sirve para informar sobre un nuevo producto o negocio, cambio de precios, crear imagen y busca persuadir y motivar a los clientes a que compren, convencer sobre nuevos atributos o asegurarnos para realizar una visita de ventas.(Kotler P)



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



En los diferentes lugares visitados donde se comercializa con flores no existe una publicidad relevante para las flores, lo más común es encontrar elementos como los afiches, pendones, volantes y tarjetas de presentación, cuando se indagó por los diferentes tipos de publicidad las personas consideran que manejan una publicidad corriente sin ningún tipo de motivación, innovación y con poco poder de recordación, a nivel gubernamental recientemente se han visto por medios como la televisión propagandas<sup>28</sup> institucionales haciendo alusión a la belleza de las flores Colombianas. Estas no tiene como objetivo la difusión de un solo tipo de flor o empresa, esta permite recordar y ser motivo de impulso para la adquisición de flores Colombianas, por otra parte de manera más especializada están las publicaciones en revistas, estas tienen el objetivo de llegar a segmentos bien definidos por las floristerías exclusivas de la capital, aquí promocionan por lo general arreglos florales para ocasiones bien específicas como los son matrimonios<sup>29</sup>, primera comunión, fiestas de 15 años<sup>30</sup> y cumpleaños.

Además de los medios tradicionales para comunicar el Internet<sup>31</sup> se ha convertido en el elemento de mayor uso en los últimos tiempos por las diferentes generaciones y es aquí donde se debe iniciar una primera aproximación con clientes potenciales para convertirlos en clientes reales para la empresa.

---

<sup>28</sup> Es la difusión de ideas y valores culturales, se diferencia de la publicidad en cuanto que normalmente no tiene afán de lucro.

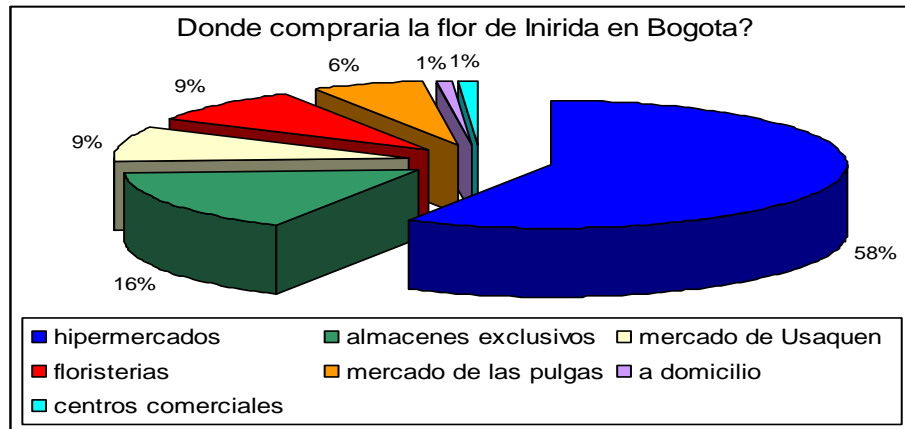
<sup>29</sup> Este segmento ha cambiado en el uso y compra de flores, aquí se observa que existe la tendencia actual hacia el uso de flores exóticas tanto en iglesias como en salones de recepciones, aquí se utilizan diferentes tipos de flores exóticas y la influencia hacia la compra o diseño de arreglos florales esta influenciada de manera directa por la familia de la novia.

<sup>30</sup> En este segmento encontramos que las fiestas de 15 años se siguen realizando de manera tradicional en lo referente a la utilización de flores, predominando los arreglos con rosas, margaritas, y por lo general un arreglo donde se incluyen una o dos flores no tradicionales este arreglo tiene el objetivo de ser el centro de recuerdos pues es cerca de el donde se toman la gran mayoría de fotografías, se les indagó si había la oportunidad de cambiar la rosa roja por una flor exótica en el vals, la respuesta rotunda es NO

<sup>31</sup> Una inmensa trama pública de redes de computadores que vincula a usuarios de todo tipo en todo el mundo entre si y con un depósito de información asombrosamente grande. El Internet constituye una gran autopista de información que puede transmitir información a velocidades increíbles de un lugar a otro.



## DONDE COMPRARIA LA FLOR DE INIRIDA EN BOGOTA?



Fuente Autor 2008

El 58% de los encuestados compradores de la flor de Inírida adquirirían nuevamente la flor de Inírida en hipermercados ya que las personas han modificado sus hábitos de compra de los diferentes artículos familiares convirtiendo los hipermercados en el centro de la mayoría de sus adquisiciones, un 16% considera que deberían existir tiendas especializadas donde se adquiera esta hermosa flor, el 9% consideran un buen lugar el mercado de san alejo en Usaquen y compartiendo este porcentaje del 9% en las floristerías, mientras que un 6% considera buen sitio para la adquisición el mercado de las pulgas del centro de Bogotá, y solo el 1% considera que llevaría esta flor si la encuentra en centros comerciales o si le son enviadas a domicilio.

## OPINIONES DE LA PLAZA DE PALOQUEMAO EN BOGOTA

La plaza de paloquemao se ha caracterizado por ser un mercado fuerte para la comercialización de flores y frutas en el departamento de Cundinamarca y en la capital algunas personas llegan a considerar la plaza de paloquemao el mercado más grande de Colombia<sup>32</sup> en lo referente al comercio de flores, aquí se realizaron encuestas a los diferentes comerciantes de flores que tienen una presencia constante en este sitio.

<sup>32</sup> La comercialización de estos tipos de productos se desarrolla de manera tradicional e incipiente lejos de la forma como son manejados los mercados y las transacciones mundiales de las flores



## CONOCE USTED LA FLOR DE INIRIDA

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	SI	15	27,3
	NO	40	72,7
	Total	55	100,0

Fuente Autor 2008

El 72.7% de los comerciantes entrevistados en la plaza de paloquemao asegura no conocer la flor de Inírida, mientras el 27.3% dice conocer esta flor, los comerciantes han tenido en la última década un cambio generacional eso significa que muchos de los comerciantes tradicionales de flores han cedido su espacio a familiares cercanos (hijos, nietos, yernos) entre otros quienes no han tenido un contacto directo con la flor de Inírida y quienes aseguran en muchos casos ser comerciantes que no desean correr ningún tipo de riesgos y trabajan con flores tradicionales aunque además se observan algunas personas jóvenes que han tenido algún grado de preparación que consideran el negocio de las flores exóticas como una buena oportunidad<sup>33</sup>

## SUS CLIENTES HAN PREGUNTADO POR LA FLOR DE INIRIDA

		Porcentaje
Válidos	SI	29,1
	NO	70,9
	Total	100,0

Fuente Autor 2008

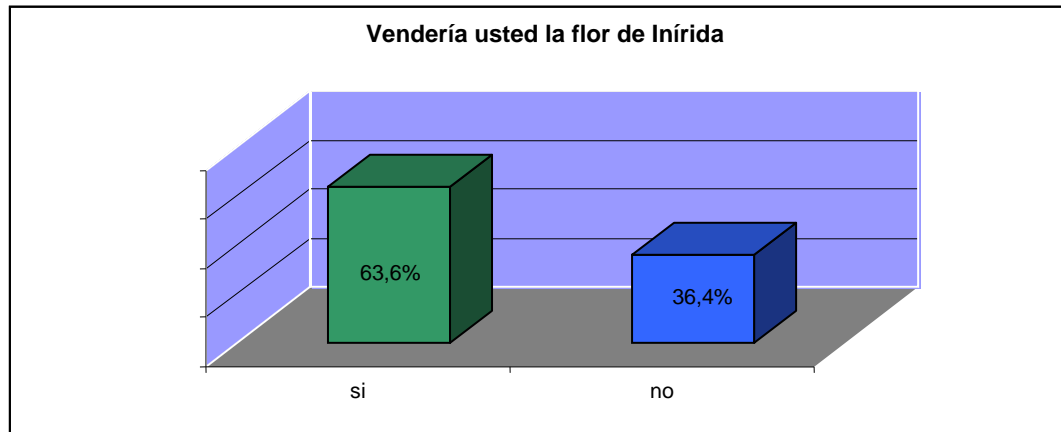
El 70.9% asegura que sus clientes no han indagado por la flor de Inírida mientras al 29% de los comerciantes de paloquemao le han preguntado por la flor.

---

<sup>33</sup> En mi caso asegura una comerciante joven que le gusta trabajar con flores exóticas ya que hizo un curso en el SENA donde me mostraron nuevas formas de hacer negocios y además si a una la ven con rosas claves, en muchos casos la consideran igual que la vendedora de rosas....risas.....



## VENDERÍA USTED LA FLOR DE INÍRIDA?



Fuente Autor 2008

El 63.6% de los comerciantes asegura estar interesado en entablar relaciones comerciales con la empresa para entrar en un proceso de negociación sobre, precios, volúmenes, garantías y calidad entre otros elementos, un 36.4%, de los comerciantes aseguran no desear<sup>34</sup> comercializar la flor de Inírida en especial por quienes no conocen la flor y sus elementos de comercialización como lo son la rotación, volúmenes y márgenes de intermediación estos son los elementos de mayor relevancia en el momento de ingresar en estos negocios.

## TIPOS DE PRECIOS

Por lo general se utilizan dos tipos de precios entre estos tenemos los precios de venta a mayoristas, comercializadoras e intermediarios y otro precio a los minoristas que frecuentan la plaza, algunos productores llegan con sus vehículos al iniciar el amanecer y sus flores son compradas antes de ingresar a la plaza o dentro de ella; cuando los dejan ingresar tienen un corto tiempo para poder vender todo su producto, esto es aprovechado por los comerciantes mayoristas de la plaza que ofrecen precios por debajo de su valor real y quienes con la presión del cuerpo de seguridad de la plaza ejercen un efecto psicológico sobre los productores para

---

<sup>34</sup> Hace muchos años me iba bien con esa flor pero el proveedor venia cuando quería y mis clientes no desean eso, si yo veo que hay continuidad en el negocio lo pensaría para entrar ya que es una flor muy bonita, que hace uno ofreciendo la flor una semana y la otra no... la gente se cansa se lo digo yo que soy casi fundador de esta plaza,



que abandonen rápidamente la plaza y ya que el productor se angustia al tener que devolver sus productos y al ser perecederos no permite ser almacenado para la comercialización al otro día o en otro lugar llegando a aceptar en algunos casos valores por debajo de su valor comercial, al indagar sobre la posibilidad de acceder a un sitio para la comercialización de flores la administración asegura no poder hacer nada, y si se quiere acceder será bajo la modalidad del subarriendo ya que los sitios fueron concedidos años atrás.

## OPINIONES EN LA PLAZA DE LAS FLORES EN BOGOTÁ

### Conoce usted la flor de Inírida

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	no	15	93,8
	si	1	6,3
	Total	16	100,0

Fuente Autor 2008

En la plaza de las flores en Corabastos perteneciente a la localidad de Kennedy fueron entrevistados los comerciantes del sector de flores de estos el 93.8% de los encuestados asegura no conocer la flor de Inírida y un 6.3% afirmó conocerla, el 100% de los encuestados asegura que sus clientes no han preguntado por la flor de Inírida.

## VENDERÍA AQUÍ EN LA PLAZA DE LAS FLORES DE CORABASTOS LA FLOR DE INÍRIDA

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	no	11	68,8
	si	5	31,3
	Total	16	100,0

Fuente Autor 2008

Al indagar el 31.3 % le gustaría poder comercializar la flor de Inírida y un 68.8% no la comercializaría ya que desconocen por completo la dinámica del mercado. Precios en la plaza de las flores Corabastos- Bogotá.



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de Bogotá y Medellín

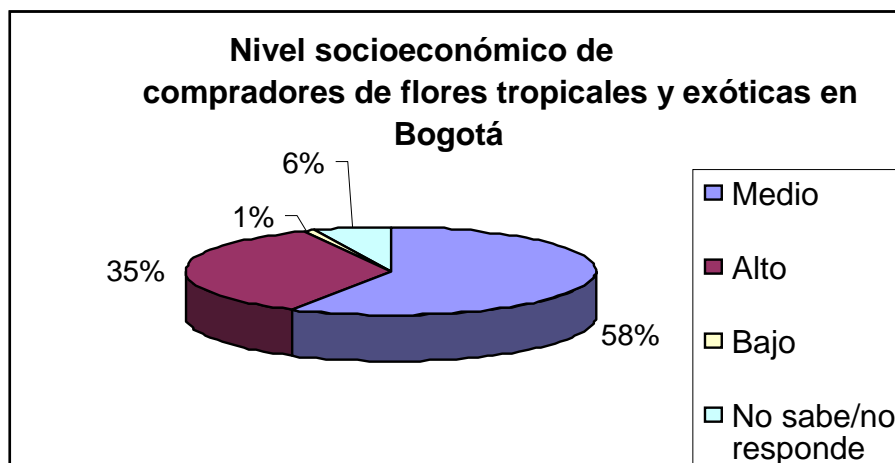
*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



Afresia	\$ 5.200
Antorchas	\$ 5.200
anturios docena	\$ 5.200
ave del paraíso- unidad	\$ 1762
Bellina	\$ 2.300
botón de oro	\$ 2.166
chirosas paquete	\$ 4.250
crisantemos docena	\$ 5.000
gladiolos-docena	\$ 3.500
Heliconias	\$ 1.916
lirios-docena	\$ 5.500
maracas	\$ 2.000
Ópalos-docena	\$ 6.250
pompones paquete x 10	\$ 2.250
Rostrata	\$ 2.250
siempre viva	\$ 3.100

Fuente Autor 2008

## NIVEL SOCIO ECONOMICO DE LOS COMPRADORES DE FLORES TROPICALES Y EXOTICAS EN BOGOTA



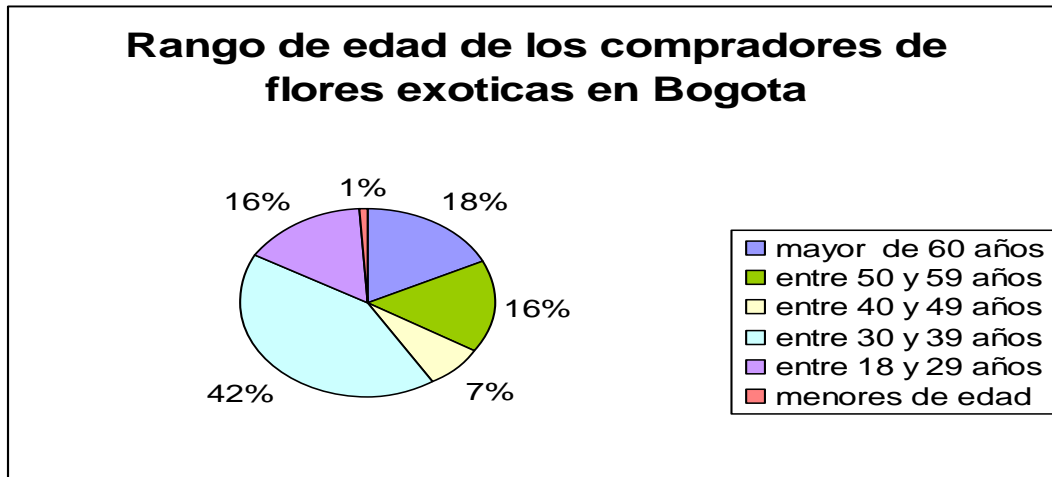
Fuente Autor 2008

De acuerdo a la información<sup>35</sup> recopilada encontramos que las personas que adquieren flores exóticas y tropicales en Bogotá pertenecen a los niveles socioeconómicos medio (58%) y alto 35%, es muy poca la presencia de personas

<sup>35</sup> Para la recolección de esta información se les indagó a las personas, al finalizar la encuesta sobre el estrato socioeconómico al cual pertenecía, es de los elementos donde mayor duda genera en el encuestado, ya que a las personas indagadas no les gusta y bajan o suben su perfil socioeconómico, aquí no hay una respuesta espontánea en la gran mayoría de los encuestados, lo que nos hace suponer que la persona modifica y acomoda la respuesta, en especial por quienes se encontraban acompañados en todo momento de la encuesta.



de niveles económicos bajos, quienes asisten normalmente hacen una o dos adquisiciones como subvenirse únicamente.









Fuente Autor 2008

Las personas que adquieren flores exóticas en Bogotá en su gran mayoría son personas entre los 30 y los 39 años de edad, seguidos por las personas mayores de 60 años de estas el 100% son mujeres. Posterior a este segmento se encuentran compartiendo el mismo porcentaje que adquieren flores exóticas las personas entre 18 y 29 años y las del rango de edad entre 50 y 59 años. Las personas que menos adquieren flores exóticas son las personas entre los 40 y 49 años, y por situación económica a quienes les gusta las flores pero tienen diferentes prioridades de compra están los menores de edad.

### **EN QUE OCASIONES ADQUIERE FLORES TROPICALES Y EXÓTICAS?**

Las compras de flores son catalogadas por lo general como compras ocasionales o en algunas fechas especiales o comerciales entre las más representativas tenemos:

-  Aniversarios
-  Reconciliaciones
-  Visitas a enfermos
-  Nacimiento de niños
-  Conquista
-  Amor y amistad










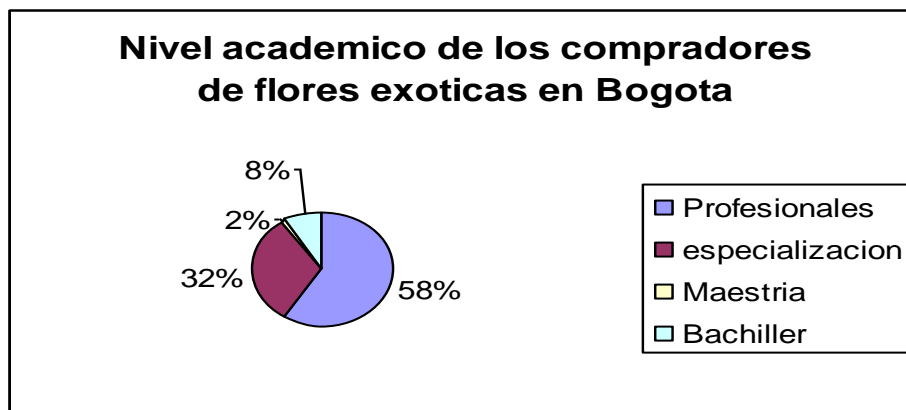
Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



-  Amor
-  Día de la madre
-  Cumpleaños
-  Día de la mujer
-  Grados

## NIVEL ACADÉMICO DE LOS COMPRADORES DE FLORES EXÓTICAS EN BOGOTÁ



Fuente Autor 2008

El nivel académico de los compradores de flores exóticas está conformado por profesionales 58%, profesionales con especialización 32%, bachilleres 8%, y con maestría el 2% únicamente.

## LA FLOR DE INIRIDA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

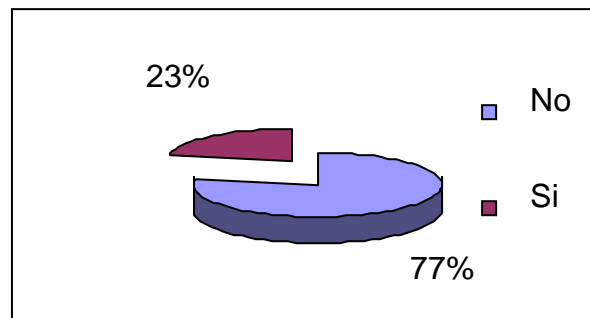
Medellín es el segundo centro económico más importante de Colombia<sup>36</sup>. En la capital de la montaña (Medellín) existe la Placita de Florez, esta nació con la llegada de los campesinos de Santa Elena, San Cristóbal y del occidente Antioqueño a Medellín, se inauguró el 25 de enero de 1891 y fue conocida inicialmente como plaza de Buenos Aires, se encuentra ubicada en la Cra 39 No 50-25, es la plaza mayorista para la comercialización de flores en la ciudad de

<sup>36</sup><http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=7657&IDCompany=16>



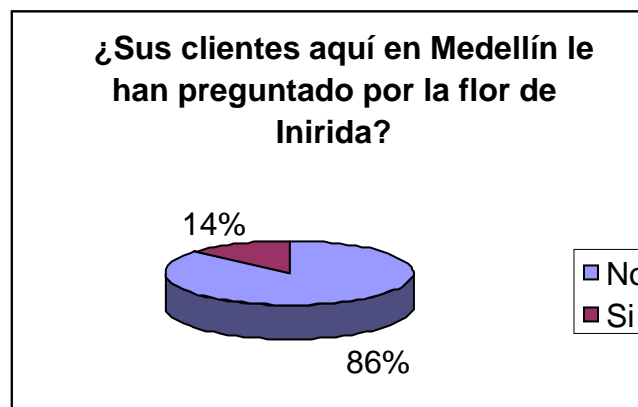
Medellín, en esta el mercado funciona durante toda la semana, los días de mayor afluencia de visitantes son los jueves, viernes y sábados siendo el día viernes el día de mayor volumen de comercialización, el sábado abre toda la noche, y los días restantes en promedio abre las puertas a las dos de la mañana, faltando 5 minutos para las 8 de mañana la plaza permanece llena y a las 8.00 AM se recogen los puestos de flores para darle paso a la entrada de vehículos particulares, quedando únicamente 5 floristerías dentro de la plaza de mercado

### LOS COMERCIANTES EN LA CIUDAD DE MEDELLIN CONOCEN LA FLOR DE INIRIDA



Fuente Autor 2008

El 77% de los comerciantes encuestados aseguran no conocer la Flor de Inírida, los que la conocen (23%) son aquellos comerciantes o vendedores de flores más antiguos de la capital Antioqueña, quienes en su gran mayoría aseguran que en la década de los noventa existía un distribuidor de esta flor, en esa época el suministro no era constante y no se ofrecía uniformidad en el producto.



Fuente Autor 2008



Entre los comerciantes encuestados se les indagó sobre si los clientes habían solicitado la flor de Inírida, a quienes sus clientes le han preguntado (16%) aseguran que la gran mayoría indagan en la época de la feria de las flores quienes en gran proporción son de otra región del país diferente a la Antioqueña.

## FECHAS ESPECIALES DE COMPRA DE FLORES EN LA CIUDAD DE MEDELLIN

Mes del Año	Fecha Especial	flores solicitadas
Marzo	Día de la mujer	Rosa, exóticas, lirios, clavel, girasol
Abril	semana Santa	Pompones, claveles
Mayo	Día de la madre	Rosas, exóticas
Agosto	Feria de las flores	Todo tipo de flor
Septiembre	Amor y amistad	Rosa roja, clavel rojo, girasol
Noviembre	Fiesta de las animas	Pompones, ginger rosada, fucsia.
Diciembre, 8, 25	Grados, primeras comuniones	Flores blancas

Fuente Autor 2008

En el transcurso del año son varias fechas donde se presentan picos altos de demanda de flores, debido a la tradición y algunas fechas comerciales, esto conlleva a que los precios se incrementen y sean fechas de bonanza para los comerciantes.

Se ha visto un aumento significativo en el comercio de flores exóticas para algunas fechas especiales (día de la mujer, día de la madre y amor y amistad)<sup>37</sup>. para la feria de las flores es un mercado fuerte, ya que tradicionalmente las familias, amigos, comerciantes, negocios y entidades elaboran o mandan elaborar silletas<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Según don Arcesio Bedoya, comerciante de flores exóticas: a las mujeres les interesa marcar la diferencia y esto se refleja hasta en el gusto de las flores, imagínese el día de la mujer donde tradicionalmente se venden cantidades de rosas rojas, las oficinas, colegios, universidades, se inundan de rosas pero quien realmente ahora marcan la diferencia y es motivo de envidia son las mujeres a quienes les regalan arreglos con flores exóticas, vaya a cualquier esquina, tienda, negocio solo ofrecen rosas y que gracia tiene una rosa cuando hay miles por la calle, pues ninguna...

<sup>38</sup> Es muy normal encontrar a lo largo y ancho de la capital Antioqueña diferentes silletas, aquí el principal elemento son las flores, entre mas vistosas y coloridas mejor, las silletas quedan expuestas desde antes del desfile de silletteros y hasta varios días después del mismo, es utilizado como una herramienta publicitaria y de acuerdo al nivel del negocio es el tamaño y colorido de la silleta, existen otras silletas familiares, de amigos, de veredas donde se recrean diferentes aspectos de la vida nacional



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*

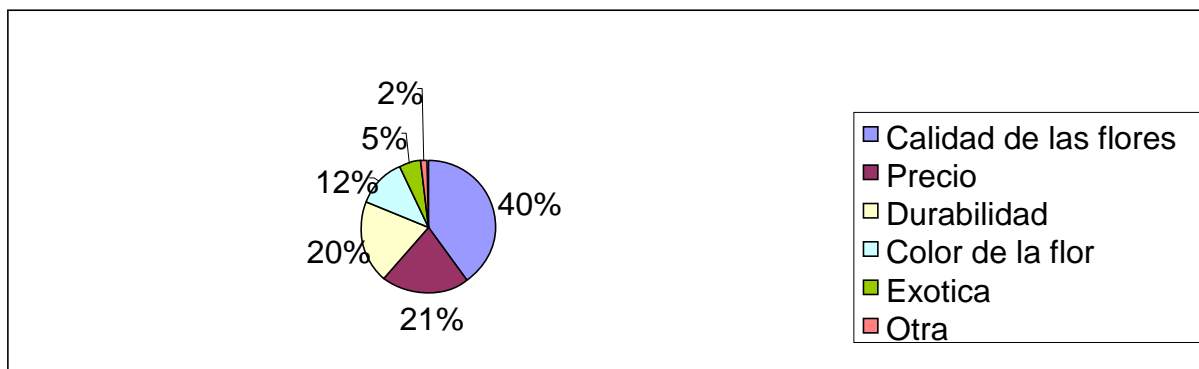


para las dos semanas que dura la feria de las flores, en esta época hay oferta y demanda de todas las flores que se lleven para comercializar. La siguiente fotografía es una muestra de lo observado en diferentes partes de la capital Antioqueña.



Fuente Autor 2008

### CRITERIO PARA LA COMPRA DE FLORES EN MEDELLIN



Fuente Autor 2008

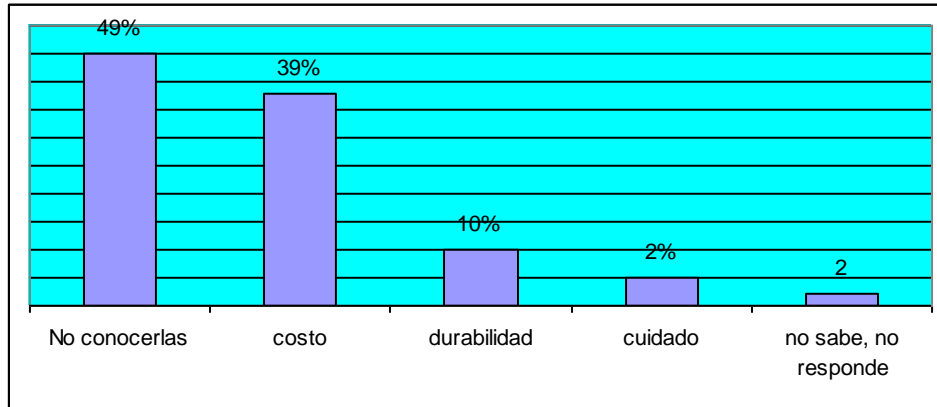
En la ciudad de Medellín el criterio mas importante para la compra de flores esta dado por la calidad, seguido por el precio 21 % y la durabilidad 20%, estos dos factores de acuerdo a las respuestas de los consumidores se encuentran ligados quienes por lo general buscan economía y durabilidad.

---

plasmados siempre en el colorido de las flores para este año (2008) por ejemplo fueron varias las silletas alusivas al rescate de la señora Ingrid Betancourt y la elaboración de estas silletas pueden ser de días a semanas enteras.



## POR QUE LOS CONSUMIDORES NO ADQUIEREN FLORES TROPICALES O EXOTICAS EN MEDELLIN?



Fuente Autor 2008

El 49% de consumidores encuestados en Medellín aseguran que aunque ven y tienen acceso a diferentes flores en especial en la época de la feria ellos no las conocen por su nombre, ni las distinguen, debido a que la difusión hacia estas flores es mínima o nula.

### PROCEDENCIA DE LAS FLORES EN EL MERCADO DE MEDELLIN

Al ser una región tradicionalista, los proveedores de flores provienen en su gran mayoría del departamento de Antioquia, Armenia y en menor proporción de Cundinamarca; entre los municipios más destacados encontramos.

-  Santa Elena (Antioquia)
-  Sopetran (Antioquia)
-  San Francisco (Antioquia)
-  Andes (Antioquia)
-  Fredonia (Antioquia)
-  San Cristóbal (Antioquia)
-  San Luís (Antioquia)
-  Barbosa (Antioquia)
-  La ceja (Antioquia)
-  Amaga (Antioquia)
-  Risaralda, caldas, Quindío
-  Cachipay (Cundinamarca)
-  Fusagasuga (Cundinamarca)



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



En el mercado plaza Florez de Medellín al ser una plaza mayorista concurren a ella compradores de floristerías y bouquets, al igual que vendedores informales de esquinas o semáforos quienes de acuerdo a su lugar de trabajo o de comercialización escogen las flores de acuerdo a la calidad y el precio de las flores.

### PRECIO DE FLORES EN EL MERCADO MAYORISTA PLACITA DE FLOREZ MEDELLIN- ANTIOQUIA

Nombre de la flor	Docena	Unidad
Golderiana	\$ 5.000	
Goleen	\$4.500-\$5.000	
Ginger	\$4.500-\$5.000	
Galatea	\$ 5.000	
Maraca	\$ 6.000	\$ 600
Platanillo	\$ 8.000	\$ 800
Rostrata	\$ 8.000	\$ 800
Ave del Paraíso	\$ 8.000	\$ 800
Adrial	\$ 6.000	\$ 600
Girasol	\$ 8.000	\$ 1.000
Baston del emperador		\$1.000
Margaritas	\$ 1.000	
Cartuchos	\$ 1.000	
Rosa de Exportacion	\$ 18.000	

Fuente Autor 2008

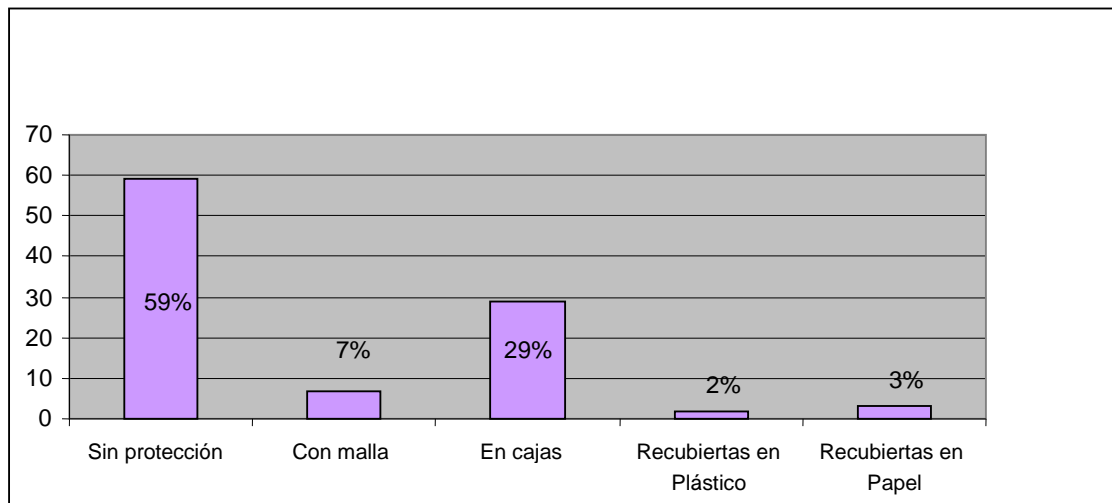
Los comerciantes en esta ciudad tienen preferencia por adquirir las flores directamente en las fincas, en ese momento las características que se le hacen a los productores a la hora de comprar son: calidad, sanidad y flores frescas con el objetivo de disminuir costos ya que están eliminando los diferentes intermediarios que hacen parte de la cadena de comercialización y al ser clientes de muchos años atrás obtienen menores precios lo cual se traduce a menores precios para el consumidor final, en esta ciudad es más común que el precio aumente o disminuya con solo la apariencia del comprador<sup>39</sup>.

<sup>39</sup> Muchas personas o los clientes según un comerciante de flores realizan las compras en familia y se ve...que la cabeza de familia o quien paga por los productos presenta una apariencia general más humilde pero.....cuando nosotros miramos..... a quien lo acompaña....risas.... se les ve el billete por encima.... Risas.... Y aprovecha uno para cobrarle un poquitico mas.... A quien va a pagar así este sea "pobre" ellos le tratan de dar en la cabeza a uno... y lo que no se dan de cuenta es que es uno el que les esta dando mas duro a ellos....risas....



Se realizó el ejercicio de preguntar varias veces por el mismo producto y con personas de apariencia personal diferente y el resultado fue que los precios no se mantienen constantes y son puestos de una manera subjetiva. Hay mayor uniformidad en los precios cuando la persona que atiende al público es un empleado o empleada y no el dueño del negocio<sup>40</sup>.

## PRESENTACION DE LAS FLORES NO TRADICIONALES EN EL MERCADO DE MEDELLIN



Fuente Autor 2008

El 59 % de las flores exóticas que llegan al mercado de Medellín son traídas sin ningún tipo de protección por lo general vienen en camionetas, camiones y hasta vehículos particulares la ausencia de elementos de protección esta dada por la reducción de costos y por no querer incrementar el valor final al consumidor, quienes lo hacen arriesgan parte de sus productos por daños físicos y mecánicos reduciendo el valor de sus mercancías y la calidad de las flores. El 29% llevan las flores en cajas de cartón, aquí en su gran mayoría no hay especialización y mas bien se traen cajas de cartón que han sido utilizadas con anterioridad en el transporte de diversos productos<sup>41</sup>, actualmente la empresa Akayú realiza sus envíos utilizando este tipo de cajas. Un 7% trae sus flores con la utilización de mallas plásticas aunque algunas personas dicen “flores exóticas envueltas en

<sup>40</sup> El patrón si puede cobrar mas... según la cara del marrano...mentiras según la cara... en cambio si yo cobro de mas y el se da cuenta. dice que le estoy espantando los clientes o que le estoy dando en la cabeza....

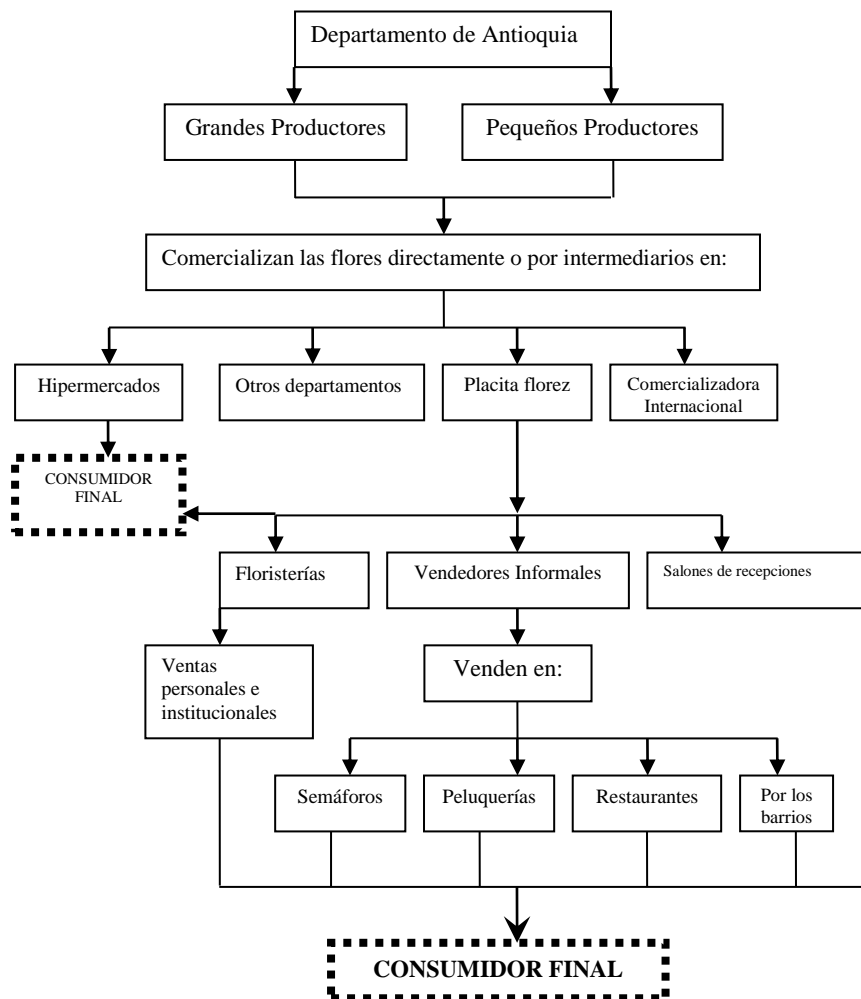
<sup>41</sup> Por observación directa se pudo establecer la utilización de cajas de detergentes, blanqueadores, galletas, entre otras.



mallas plásticas” no son buena combinación y muestra la ausencia de investigación y desarrollo a nivel de empaque para este tipo de productos.

### CANAL DE COMERCIALIZACION DE FLORES EN LA CIUDAD DE MEDELLIN

Es un conjunto de organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial<sup>42</sup>, mediante una distribución física que es el desplazamiento de productos al lugar correcto, en las cantidades adecuadas, en el momento oportuno y de manera rentable incluye funciones como el transporte, almacenamiento, y manejo de materiales y los sistemas y equipos necesarios para estas actividades.<sup>43</sup>



Fuente Autor 2008

<sup>42</sup> Para definiciones y un analisis completo de temas relacionados con los canales de distribución, véase Anne T. Coughlin, Erin Anderson, Louis W. Stern y Adel El Ansary, Market Channels, 6ª ed. (Upper Sadsle River, NJ:Prentice hall,2001).p 2-3

<sup>43</sup> O.C.Ferrell, estrategia de Marketing 2ª ed.P 151





Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



## MERCADOS INTERNACIONALES

Se considera que la mayor parte de la demanda de la flor de Inírida pueda estar ubicada actualmente en el mercado internacional, donde la flor de Inírida es altamente demandada por su color, forma, tamaño, vistosidad y por ser exótica.

En búsqueda de información secundaria se encontraron listados de países<sup>44</sup> con intención de compra para esta flor, siempre y cuando exista seriedad y garantías de calidad y cumplimiento, actualmente se están realizando envíos semanales a Noruega de manera exitosa, allí la percepción y posibilidad de explotar el mercado es total ya que como observamos a nivel nacional e internacional las megatendencias indican un giro hacia lo natural, fuera de lo tradicional y de producciones amigables con el medio ambiente la diferencia entre el mercado interno y externo radica en el sentido de valor socio-económico que se le da a estos tipo de productos, esto significa que se cancela un poco más por aquellas características que no son tan valoradas y de importancia al adquirir un producto en el mercado nacional, algunos países interesados en adquirir la flor son:








### LATINOAMERICA

-  Argentina
-  Panamá
-  Puerto Rico
-  Chile
-  Antillas

### NORTE AMERICA

-  Canadá
-  Estados Unidos de América

### EUROPA

-  Holanda
-  Luxemburgo
-  Bélgica
-  Reino Unido
-  Suecia
-  Austria
-  España

---

<sup>44</sup> mincomex, Colombia,



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



-  Alemania
-  Suiza
-  Francia
-  Noruega

## PAISES ORIENTALES

-  Hong kong
-  Singapur
-  Japón

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



- Este sondeo suministra una visión del mercado actual de la flor de Inírida, sin embargo, es recomendable realizar una investigación de mercados a nivel internacional, con el fin de determinar las tendencias, requerimientos, deseos de nuevos mercados para evaluar y pronosticar en cual de ellos se pueda obtener el mejor desempeño comercial de la flor de Inírida. El deseo de compra esta inspirada en la ciudad de Bogotá por ser una flor exótica.
- Existe un desconocimiento en los consumidores sobre la flor de Inírida esto debido al largo periodo de tiempo en la cual era vedada su comercialización.
- En ferias especialmente, las personas consideran cancelar un valor mas elevado por los productos, ya que ellos saben de algunos costos en que deben incurrir los empresarios no tradicionales e indígenas del país para poner el producto en la capital, el precio ideal para adquirir una sola flor es de \$1000, pero los consumidores presentan una alta preocupación por el número de flores necesario para realizar un arreglo floral.
- Al realizar una elección de un mercado objetivo en la capital de la república o en Medellín se debe tener en cuenta la percepción del precio puesto que en Bogotá el 35% cancelaría menos de \$1000 pesos y un 48% cancelaría mil pesos como un precio máximo por flor.
- La calidad es el factor de mayor importancia a la hora de comprar flores no tradicionales.
- Para estudios posteriores, y en caso de poder reproducir comercialmente la flor, se haría necesario la utilización de biotecnologías<sup>45</sup> que permitan la potencialización del color y las características naturales de la flor ofreciendo mayor vistosidad al producto ya que un buen porcentaje del mercado externo y nacional considera el color de la flor como una característica fundamental de ser exótica y elemento importante para la adquisición de flores. Sin olvidar que se puede llegar a desarrollar sin elementos perjudiciales para las plantas, las comunidades de influencia, y mediante métodos amigables con el medio ambiente.

---

<sup>45</sup> La biotecnología es la integración de las ciencias naturales y la ingeniería, concretamente en dos aspectos a nivel de flores y plantas no aptas para el consumo humano, uno se refiere al color de las flores y otro a su conservación.



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



- Recordemos el caso del famoso café Colombiano que durante muchos años se comercializó sin ningún valor agregado, mientras en otras partes se estudiaba a fondo y donde se han quedado por ejemplo con el negocio de las bebidas energéticas en el mundo con base en cafeína y taurina.
- La implementación de herramientas aplicadas al Internet. Pagina Web para el comercio nacional y mundial es fundamental para el desarrollo de estrategias de comercialización.
- Un gran porcentaje de clientes observa como lugar ideal para adquirir la flor los hipermercados y almacenes exclusivos.
- Los comerciantes mayoristas de flores de Bogotá presentan mayor aceptación para disposición para comercializar la flor que en la ciudad de Medellín.
- Las flores exóticas y tropicales presentan un menor precio al público y mayoristas en la ciudad de Medellín que en Bogotá.
- Quienes adquieren estos tipos de flores son pertenecientes a los estratos medio y alto en Bogotá.
- El rango de edad que más adquiere las flores son los comprendidos entre los 30 y 39 años.
- Por lo general las flores son compras ocasionales.
- La gran mayoría de personas que adquieren flores exóticas son profesionales y personas con especialización o profundización educativa.
- Existe un mayor desconocimiento de la flor por parte de los comerciantes de Medellín que los de Bogotá.
- El precio y la calidad son los criterios de mayor relevancia para la compra en Medellín y no se adquieren en esta ciudad por el desconocimiento de las flores y el valor de las mismas. Para Bogotá los criterios más importantes son la calidad de las flores y el color de las mismas.
- Existe un desconocimiento, aplicación e innovación en los embalajes apropiados para ese tipo de productos a nivel general, claro que esto no será un inconveniente para la empresa Akayú a quien se le ha diseñado



Sondeo de mercado para la flor de Inírida en las ciudades de  
Bogotá y Medellín

*Flor de Inírida la flor eterna del Guainía...*



gracias al **Instituto Humboldt** y el **SENA** un sistema que buscan reducir al mínimo las pérdidas por daños mecánicos en la flor y conservar sus características.

## BIBLIOGRAFIA

1. Rocha García, Ricardo, la economía Colombiana tras 25 años de narcotráfico, Santafé de Bogotá: siglo del hombre editores, programa de las naciones unidas para la fiscalización internacional de drogas, **UNDCP**, 2000.
2. Ecología propagación y técnicas de cultivo de las especies de flor de Inírida.
3. FLOR DE INIRIDA, Estado actual de las especies de flor de Inírida en el departamento del Guainía, Corporación para el desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico, CDA.
4. Nueno, J, L. et al. Pricing Estratégico, Estrategias de fijación de precios I.
5. Philip Kotler; Fundamentos de Marketing, pearson educación, México 2003
6. <http://es.mimi.hu/index.html>
7. <http://bart.ideam.gov.co/cliciu/inirida/temperatura.htm>
8. Revista Banco de la República, vol LXXVIII N983-DIC-2005
9. CAMACHO K. El impacto del comercio de flores sobre los derechos laborales y el desarrollo humano sostenible en la Sabana de Bogotá, librerías Daniel 2004.
10. Gómez Díaz José A. et al, Biocomercio sostenible, biodiversidad y desarrollo en Colombia, Instituto Alexander Von Humboldt