

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA

Estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala

Carolina Elizabeth Escru Font

Maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios

Guatemala, junio de 2011

RESUMEN

El mercado florícola nacional incluye la participación de las flores catalogadas como heliconias (flores exóticas), las cuales son utilizadas por su gran valor ornamental y la resistencia luego del corte. Guatemala es un país tropical en donde las condiciones climáticas y de suelo son adecuadas para la producción de una gran diversidad de flores, entre ellas las heliconias.

La presente investigación se realizó con la inquietud de conocer el mercado actual de consumo de heliconias y determinar, de manera preliminar, si la implementación de un proyecto de producción y comercialización de heliconias posee potencial de rentabilidad.

La metodología utilizada fue la aplicación de una encuesta personalizada estructurada estratégicamente para revelar los datos de interés. Los establecimientos incluidos en el estudio fueron las floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

Los datos obtenidos demostraron que en la actualidad existe demanda en los establecimientos descritos anteriormente, en donde las especies de mayor consumo son: *Wagneriana amarilla* (grande), *Bihai Grand* (mediana), *Golden Opal* (pequeña) y *Rostrata* (colgante). Entre las características principales que el cliente requiere del producto son el largo, vida media (frescura), grosor y brillo de la flor. Los precios promedio de compra y venta por docena de las diferentes especies evidencian un margen de ganancia Q.3.00 para la *Wagneriana amarilla* (grande), Q.4.00 para la especie *Bihai Grand* (mediana) y Q.7.00 para la *Golden Opal* (pequeña).

En futuras investigaciones que incluyan el análisis de mercado de los diferentes establecimientos (floristerías, hoteles y puntos de venta de flores), es recomendable separar los mismos según la naturaleza propia del negocio, ya que los clientes objetivo, el manejo del producto, la transformación del mismo, estándares de calidad, diferenciales de precio, entre otras características, difieren grandemente y producen sesgos en los resultados al ser analizados conjuntamente. Debe tomarse en cuenta también que para la implementación de un proyecto y comercialización de heliconias, se debe de evaluar la factibilidad y rentabilidad financiera, así como establecer el volumen de producción necesario para cubrir la demanda del mercado objetivo.

1. INTRODUCCIÓN

Las heliconias son plantas asombrosas, no solo por su belleza, sino por el aporte importante que hacen al desarrollo del ecosistema natural y ornamental.

Las flores exóticas de la familia de las heliconias se caracterizan por sus formas, colores y tamaños variados, por su larga vida después del corte y su resistencia a la manipulación.

El mercado nacional de flores integra el consumo de algunas especies de heliconias; sin embargo no se conoce la demanda real de este tipo de flores. Al conocer las características y ventajas naturales de estas especies se evidencia la posibilidad de integrarse o potencializar su participación rentable en la industria florícola local.

La presente investigación responde a la necesidad de conocer el mercado actual de consumo de heliconias. El estudio de mercado se realizó utilizando el método de investigación descriptivo y de campo, mediante la aplicación de una encuesta personalizada de carácter representativo y aleatorio en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El tema propuesto tiene la característica de querer responder, de manera inicial, a la inquietud personal de analizar la viabilidad de la implementación futura de un proyecto de producción y comercialización de heliconias en la ciudad de Coatepeque, del departamento de Quetzaltenango, con mercado comercial en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

En la actualidad el mercado nacional de flores incluye el consumo de algunas especies de heliconias, sin embargo no se ha documentado su verdadera participación y consumo.

3. JUSTIFICACIÓN

La inversión descentralizada de proyectos productivos es la manera de impulsar la economía y el desarrollo. Las características ambientales y de recursos naturales propios del suroccidente del país hacen de este un lugar favorable para la producción de flores exóticas de tipo heliconia con mira hacia la comercialización.

Es por lo anterior que la presente investigación evidencia las características esenciales del mercado de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala, demostrando así, la viabilidad preliminar para la implementación de un proyecto de producción y comercialización de heliconias con potencial de rentabilidad.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Estudio de mercado:

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos que serán analizados y procesados mediante instrumentos estadísticos, para así obtener resultados de la aceptación, rechazo y las complicaciones de un producto de introducción o modificación en el mercado objetivo. (www.negociosenguatemala.com, 2010).

4.2 Comercialización:

Proceso o conjunto de actividades cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.

4.3 Heliconias:

4.3.1 Orígenes y generalidades:

Heliconia L., es un género que agrupa más de 225 especies de plantas tropicales, originarias de Suramérica, Centroamérica, las islas del Pacífico e Indonesia. El mayor número de especies se encuentra en Colombia (aproximadamente 93 especies). El nombre hace referencia a la montaña griega Helicón, lugar sagrado donde se reunían las musas.

Son hierbas de 1 a 10 metros de altura, de hojas simples, alternas, de margen entero, ápice acuminado y base redondeada, verde brillante más claro por el envés, oblongas de 2 a 30 dm de longitud, con nerviación marcada y nervio central prominente en el envés. Generalmente el pecíolo, de 15 a 50 cm de largo, envuelve al tallo. Producen inflorescencias al final de cada tallo y en la base de la planta. Poseen varias brácteas de colores (rojo, amarillo, anaranjado) y flores nectaríferas, atraen al colibrí, con el que se asocian estas especies para la polinización. Los frutos son drupas. Necesita calor y humedad para su desarrollo. (www.alltropicalflowers.com, 2010).

La mayoría de las especies son ornamentales, pero el rizoma o tuber de algunas especies es comestible asado o cocinado; tal es el caso de la *Heliconia hirsuta*, conocida como isira o bijao. Las hojas se usan para envolver alimentos. Las heliconias protegen las fuentes de agua y son imprescindibles en la reforestación.

Las heliconias son plantas monocotiledoneas, con un crecimiento rizomatoso que emite brotes o vástagos. Cada uno de estos está compuesto por un tallo, técnicamente llamado pseudotallo; las hojas están compuestas por un pecíolo y una lamina, colocadas en posición dística. De acuerdo a la disposición de estas, se pueden identificar tres hábitos de crecimiento: musoide cuando las hojas están en posición vertical y con pecíolos muy largos; zingiberoide, con hojas en la mayoría de los casos seciles y

dispuestas en forma más o menos horizontal; y canoide cuando la hojas presentan peciolos medianos y se disponen oblicuamente. Sus inflorescencias son hermafroditas pues poseen una parte masculina (estambres) y una femenina (pistilo).

Estas son de vital importancia ecológica, ya que debido a su crecimiento rizomatoso son aptas para contrarrestar los movimientos de tierra en las laderas erosionadas de barrancos. La gran mayoría de especies habitan regiones húmedas y lluviosas, pero algunas pocas se pueden hallar en zonas secas. Aunque la mayoría de heliconias alcanzan su máximo esplendor vegetativo en las zonas bajas y húmedas de los trópicos (elevaciones por debajo de los 600 metros de altura), un gran porcentaje de las especies suelen encontrarse en elevaciones medias, en hábitats de bosques húmedo de niebla. Las especies más llamativas suelen habitar zonas abiertas de crecimiento secundario, en las orillas de los ríos o bordeando las carreteras o en zonas abiertas en la selva. (www.heliconias.net, 2010).

Las heliconias son el único género en la familia de las *Heliconiaceas*, que es un miembro de un gran orden botánico llamado orden de los *Zingiberales*. Hay varias características que hacen de este, un orden de fácil reconocimiento, entre esas características podemos incluir las hojas largas y grandes inflorescencias de vistosos colores. La mayoría de taxonomos reconocen ocho familias en el orden de los *Zingiberales*: *Musacea* (los bananos y plátanos), *Strelitziaceae* (aves del paraíso), *Lowiaceae*, *Heliconiaceae* (heliconias), *Zingiberaceae* (los gingers), *Costaceae* (Costus), *Cannaceae* (las cannas y chirillas) y *Marantaceae* (las calateas).

4.3.2 Consideraciones generales para la producción de heliconias:

Condiciones de temperatura, altura y precipitación del terreno:

Las heliconias son flores nativas de áreas tropicales húmedas y subhúmedas, con temperaturas que oscilen entre los 20 a 35 grados centígrados (°C), con precipitaciones de 3000 milímetros (mm) al año, pueden cultivarse desde 0 hasta 1400 metros sobre el nivel del mar (msnm), en suelos de textura arcillosa con buen contenido de materia orgánica.

Propagación:

Las heliconias se pueden propagar por rizomas (bulbos), cultivo de tejidos y semillas. Mediante los dos primeros métodos se obtienen plantas iguales a las que les sirvieron como parentales, lo que no sucede a través de semillas. El sistema de propagación por rizomas es extremadamente lento y requiere deshijar las plantas madres para poder establecer un nuevo clon de plantas; por otro lado, "las semillas tardan de tres meses a tres años en germinar"(Montgomery, 1986). Estos sistemas de propagación no son los más apropiados y eficientes para establecer un cultivo con fines comerciales, sin embargo, en la actualidad, el método más utilizado es la propagación por rizomas. Para la propagación por rizomas es necesario tener una infraestructura con sombra para lograr una luminosidad adecuada. Para sembrar los rizomas se utilizan bolsas o materas de 20x15 cm y de 23x17 cm, dependiendo de la variedad a sembrar. El suelo a utilizar debe ser rico en materia orgánica, bien cernida, libre de piedras y terrones para facilitar un buen desarrollo radical. "La proporción de tierra y materia orgánica descompuesta debe de ser de tres a uno" (Maza y Builes, 2000). "La propagación por semillas presenta dificultades

ya que las semillas poseen un bajo porcentaje de germinación y larga latencia; además las plántulas resultantes son de lento crecimiento y presentan gran variabilidad en las características obtenidas de un mismo lote” (Montgomery, 1986). “Aunque el cultivo de tejidos es una técnica ampliamente utilizada para la propagación de especies ornamentales, este no ha sido el caso para especies de este género a juzgar por los reportes científicos disponibles” (Natnan, 1992; Osorio, 1993).

Establecimiento de la plantación:

Cuando no se cuenta con un sistema de riego se deben esperar épocas de lluvia para realizar la siembra. “La densidad de siembra se decide de acuerdo a la altura de la planta”. (Betancur y Kress, 1993) recomiendan que miniheliconias (tipo *H. psittacorum*) se siembren con distancias de 1 m entre plantas y 1,5 m entre surcos; heliconias de tamaño mediano (tipo *H. wagneriana*) se siembren a 2 m entre plantas y 3 a 4 m entre surcos; heliconias grandes (tipo *H. platystachys*) se siembren de 2 a 3 m entre plantas y de 3,5 a 4,5 m entre surcos.

Tabla 1. Distribución de siembra de diferentes tipos de heliconias.

Heliconia	Distancia de siembra (m)
Grande	4 x 4
Mediana	3 x 3
Pequeña	2 x 2
Colgante	3.5 x 3.5

Fuente: (Anónimo. Flores y follajes tropicales, 2000).

Figura 1. Distribución de la siembra.



Fuente: (www.alltropicalflowers.com).

Rendimiento según especie:

El número de flores por planta varía según la especie y el año de producción, las especies más productivas pueden llegar a producir hasta 100 flores y las menos productivas hasta 10 flores anuales. El primer año se considera el de menor producción, desde el segundo año la producción se estabiliza.

Tabla 2. Rendimiento anual según los diferentes tipos de heliconias.

Heliconia	Rendimiento anual (unidades)
Grande	25
Mediana	40
Pequeña	75
Colgante	35

Fuente: (www.cfn.fin.ec, www.ecuador.fedexpor.com).

Fertilización:

Una semana después de la siembra se debe aplicar una enmienda rica en fósforo para estimular el desarrollo radical; a los tres meses, un refuerzo sólido de elementos mayores y menores; a los seis meses hacer una enmienda rica en potasio, para preparar la planta para la floración. Para el segundo año se deben hacer refuerzos cada tres meses. También, es recomendable aplicar materia orgánica en el momento de la siembra y cada que sea posible durante el ciclo del cultivo. Las heliconias requieren alto contenido de nitrógeno, potasio, magnesio y elementos menores, como azufre, molibdeno, boro, y zinc. El pH recomendable para potencializar el desarrollo de las flores esta entre 5.5 a neutro.

Riego:

Debido a que las heliconias tienen hojas grandes y se deshidratan fácilmente por la radiación directa, es necesario usar riego por aspersion foliar. La cantidad de agua depende de la incidencia lumínica, de los requerimientos del cultivar y de la época del año.

Deshije:

Consiste en cortar los brotes débiles conocidos como “hijos de agua” y los vástagos adultos, cuya inflorescencia pasó del estado óptimo de corte. “Esto permite que la planta tenga mayor aireación, el brote de vástagos más vigorosos y previene enfermedades” (Maza y Builes, 2000).

Control de malezas:

Esta labor es muy importante en los primeros meses de la siembra ya que las malezas pueden atraer plagas y ser competencia de plantas recién sembradas, se puede hacer de forma manual o química.

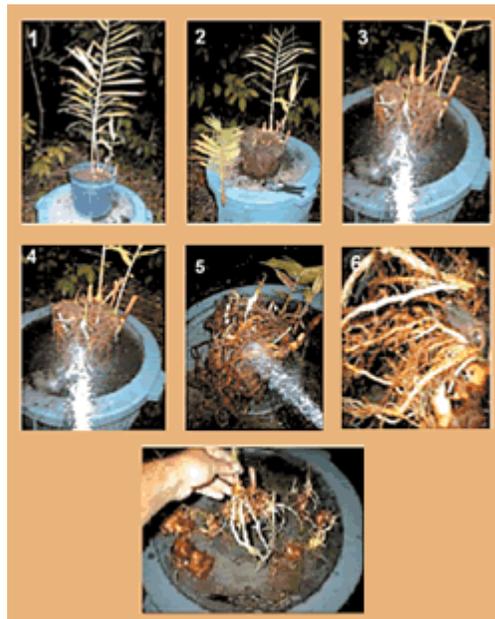
Deshoje y eliminación de vástagos no aprovechados:

“Esta labor debe realizarse semanalmente puesto que las hojas y los vástagos viejos son focos de infecciones y competencia por nutrientes y luz para los nuevos brotes que normalmente crecen en la base de las plantas” (Maza y Builes, 2000).

Resiembras:

Cuando las plantas adquieren un círculo despejado en su interior debido a la floración y muerte de sus primeros vástagos, se deben sembrar rizomas para aprovechar este espacio.

Figura 2. Rizomas de heliconias listos para la siembra.



(1 Plata escogida para propagar, 2 Deshije, 3, 4 y 5 Lavado de raíces, 6 Retiro de raíces de los rizomas, 7 Selección de rizomas).

Fuente: (Zoneten, 2004).

Plagas:

Entre las principales plagas se encuentran los nemátodos que afectan el sistema radical, formando nódulos y necrosamientos que obstruyen el transporte de agua y de compuestos orgánicos e inorgánicos, causando debilidad general, amarillamiento y flor pequeña. Su control es a base de nematicidas; se debe tener el cuidado de no realizar desyerbas con azadón, lo que ocasionaría rupturas en las raíces, permitiendo la entrada del patógeno.

Figura 3. Síntomas de enfermedad causada por *Myrothecium sp.*, hongo en pedúnculo y espata de la inflorescencia de heliconias.



(A y C en *Golden Torch*; B *Tropic*, D a F síntomas con masas de conidios en el ápice de las brácteas).

Fuente: (Escalona, 1992).

Época de cosecha:

La primera cosecha es durante los 7 y los 10 primeros meses después de la siembra, pero la flor con mejor calidad se obtiene después de los 12 meses (Maza y Builes, 2000). El corte debe realizarse en las primeras horas del día, aprovechando la temperatura más baja lo cual permite mejor su conservación.

Figura 4. Heliconias listas para la cosecha.



Fuente: (www.alltropicalflowers.com).

Requerimientos de corte y postcosecha:

El tipo de corte depende de la especie y del destino de las flores. Las miniheliconias como *H. psittacorum* se cortan con una bráctea abierta o totalmente cerrada y a 80 ó 90 cm de longitud. “Los cultivos de tamaño medio para florero como *H. wagneriana* se cortan con dos a tres brácteas abiertas, de 120 a 130 cm de longitud y se empacan en cajas con 15 ó 20 unidades” (Betancur y Crees, 1993). Los cultivares de tamaño medio para bouquet se cortan con sólo una bráctea abierta y con 60 a 80 cm de longitud total, éstos se empacan de 35 a 40 unidades por caja. “En especies péndulas, el corte es con tres a cinco brácteas abiertas, la longitud de corte varía con el tamaño de la inflorescencia de 130 a 140 cm y se empacan en cajas con 15 ó 20 unidades” (Betancur y Crees, 1993). “Siempre que una flor sea cortada se debe manipular lo menos posible, colocándola bajo sombra, preferiblemente sobre una almohadilla de espuma o un colchón de las mismas hojas de heliconias” (Echeverri, 1990).

Figura 5. Requerimientos de almacenamiento y corte (altura y grosor).



Fuente: (www.alltropicalflowers.com).

Transporte:

El transporte debe hacerse en almohadillas de 30 x 60 cm, en grupos de máximo seis flores para evitar su maltrato. “Cuando la flor llegue al destino se debe hidratar colocándola en recipientes con agua limpia y algún desinfectante” (Maza y Builes, 2000).

Selección de la inflorescencia:

Se eliminan las flores que no cumplan con los requerimientos de tamaño, que tengan algún daño mecánico o causado por patógenos. “Las heliconias para venta y/o exportación deben estar sanas, sin síntomas de deshidratación o deflexión y con una coloración intensa, permaneciendo así por un tiempo no inferior a 12 días” (Betancur y Crees, 1993).

Lavado, curado y abrillantado de la inflorescencia:

El tallo de la flor se debe realizar en forma de diagonal, luego debe ser lavada usando agua jabonosa, por lo menos cada dos días, y luego se sumerge en una solución bactericida y fungicida. “La desinfección también se puede hacer sometiendo la flor a un ambiente saturado de vapor de agua a 46°C por un tiempo de 10 a 60 minutos de acuerdo al tamaño de la especie” (Maza y Builes, 2000). Luego del lavado y desinfección se deben de sumergir en una solución química abrillantadora para resaltar los colores propios de las flores.

Almacenamiento:

Si la flor se va a almacenar, se debe utilizar una habitación ventilada que esté a una temperatura de 14 a 16°C, con un 90% de humedad relativa; la mayoría de heliconias no se deben almacenar por más de cinco días. Los recipientes de almacenamiento deben ser adecuados para colocar la flor en una solución de agua con cloro al 0,02%. “El uso de preservativos no afecta la durabilidad de la flor, pero ayudan a evitar el crecimiento de microorganismos en el agua” (Maza y Builes, 2000).

Durabilidad de la inflorescencia:

Varía entre las especies, pero “en promedio, alcanza 14 días; sin embargo, se ha reportado un máximo de 28 días para *H. bihai cv*” (Echeverri, 1990). En la actualidad existen varias sustancias comerciales que aumentan la durabilidad de las flores luego del corte. Estos componentes son adicionados al agua en la que se almacenan las mismas. Entre ellas se puede mencionar Cristal Clear® (adiciona nutrientes y elimina partículas suspendidas), eZ Dose® y Ethylbloc® (hidratan la flor manteniendo los conductos dilatados y el pH controlado), entre otras. “La flor en la planta puede tener una vida de 1 a 10 meses dependiendo de la especie, su tamaño y el número de brácteas” (Maza y Builes, 2000).

Empaque:

El 60% de las flores tropicales son exportadas en empaques corrugados con dimensiones de 41x10x5 pulgadas (característico para la venta), el 30% de los consumidores importan las heliconias en cajas de 41x20x5 y el 10% restante lo hacen en cajas corrugadas de **No.** **Especie** 41x40x5, siendo esto un gran tamaño. En la parte interior, la caja lleva un plástico forrando las flores y papel periódico picado humedecido. Las flores no se empaquetan amarradas, van protegidas en el papel, pero no totalmente envueltas.

4.4 Características comerciales:

Las heliconias son plantas herbáceas perennes con altura variable. Las brácteas son los órganos más vistosos de una heliconia, generalmente son de colores primarios o mezclados. Son conocidas como “flores exóticas tropicales” por su variedad de colores, formas, tamaños y larga durabilidad. Se encuentran distribuidas en su mayoría de regiones tropicales y subtropicales de Centro y Sudamérica.

El cultivo exitoso de las heliconias depende de un adecuado método de propagación y de la realización de labores culturales a tiempo, con el fin de obtener plantas sanas y de buena calidad. La primera cosecha se obtiene entre los siete y los diez primeros meses después de la siembra, pero la flor con mejor calidad se obtiene después de los 12 meses.

Actualmente las exportaciones de flores exóticas, en particular de heliconias, son de alrededor de 24.000 a 30.000 tallos al año (fuente colombiana), dependiendo de las variedades. A pesar de su belleza, las heliconias tienen varias limitantes de distribución, como lo son: el peso, el tamaño, el costo de los fletes y el transporte inadecuado.

Para lograr una participación determinante y elevar el valor comercial de las heliconias se debe tomar en cuenta características como: flores frescas, limpias, sin daño alguno, con color, tamaño y forma uniformes, libre de plagas y enfermedades.

La mayor demanda anual se registra en ocasiones especiales que marcan un ritmo comercial para flores tropicales, entre ellas: el día de la madre, el día del amor y la amistad, el día de los Santos, etc.

4.5 El producto:

Las heliconias son flores tropicales y subtropicales, de coloraciones, tamaños y formas variadas, de gran atractivo ornamental.

En función a las propiedades físicas, potencial comercial y posible capacidad de oferta, a continuación se citan las especies de heliconias de mayor demanda en los establecimientos consumidores de este producto florícola.

Tabla 3. Especies de heliconias con mayor potencial comercial.

1	<i>Hel. Fire Bird</i>
2	<i>Hel. Bihai áure</i>
3	<i>Hel. Bihai Lobster Claw I</i>
4	<i>Hel. Bihai Lobster Claw II</i>
5	<i>Hel. Bihai Arawak</i>
6	<i>Hel. Yellow Dancer</i>
7	<i>Hel. Caribeá Purpúrea</i>
8	<i>Hel. Caribeá Barbados</i>
9	<i>Hel. Caribeá Cream</i>
10	<i>Hel. Caribeá *Bihai Criswick</i>
11	<i>Hel. Caribeá *Bihai Janquini</i>
12	<i>Hel. Ortotricha</i>
13	<i>Hel. Wagneriana Roja</i>
14	<i>Hel. Wagneriana Amarilla</i>
15	<i>Hel. Stricta Pájaro de fuego</i>
16	<i>Hel. Stricta Jamaica</i>
17	<i>Hel. Rostrata</i>
18	<i>Hel Griggsiana</i>
19	<i>Hel. Plastistachis</i>
20	<i>Hel. Sexy Pink</i>
21	<i>Hel. Rauliana</i>
22	<i>Hel. Guyana</i>
23	<i>Hel. Golden Torch</i>
24	<i>Hel. Psittac Andromeda</i>
25	<i>Hel. Psittacorum</i>

Fuente: (www.heliconias.net).

La clasificación general de las heliconias se realiza en base al tamaño de la inflorescencia, catalogándolas como heliconias grandes, medianas, pequeñas y colgantes.

Al comparar las diferentes especies se logra observar una morfología muy similar en la flor; los colores, las combinaciones, así como el tamaño y objetivo de uso. Estas son las características que le dan a algunas especies un mayor potencial y atractivo.

Figura 6. Heliconias (pequeñas, medianas, grandes y colgantes).



4.6 Floristerías, hoteles y puntos de venta de flores:

Las diferencias entre en el objetivo de consumo de heliconias en los establecimientos es lo que marca las exigencias en calidad y precio de la flor. En el caso de las floristerías, estos son establecimientos en donde se preparan las flores para la venta y las heliconias son parte elemental para la fabricación del producto final a comercializar. Los hoteles son establecimientos acondicionados para albergar a personas temporalmente. Los arreglos florales generados y colocados en los hoteles no se comercializan, sino que cumplen una función ornamental que añade atractivo al servicio hotelero, o de banquetes, prestado. Un caso muy particular es el de los puntos de venta de flores, estos son establecimientos en muchos casos informales, en donde el producto final de venta al consumidor son las variedades de heliconias sin adicionarles ningún proceso más que el lavado y en algunos casos el mezclado entre especies y abrigantado. (www.negociosenguatemala.com, 2010).

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General:

- 5.1.1 Diseñar el estudio de mercado para conocer las características generales de la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

5.2 Objetivos Específicos:

- 5.2.1 Investigar el mercado de consumo de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.
- 5.2.2 Establecer las especies de heliconias de mayor demanda, catalogadas como grandes, medianas, pequeñas y colgantes, en los establecimientos participantes en el estudio.
- 5.2.3 Evaluar las características y especificaciones que el cliente requiere para las heliconias que se consumen en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.
- 5.2.4 Conocer el precio promedio de compra y venta de heliconias de mayor consumo en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

6. DESARROLLO DEL TRABAJO

Para el desarrollo del presente estudio, de manera preliminar, se realizó a profundidad una investigación teórica, con el objetivo de conocer las características del producto y del mercado que consume las diferentes especies de heliconias.

Tomando como base esta información, se modeló la herramienta de investigación, la cual fue una encuesta personalizada que consta de dieciséis cuestionamientos planteados estratégicamente para responder de manera concreta, completa y lógica a los puntos clave de un clásico estudio de mercado. Posteriormente se realizó un conteo estadístico que evidenció la población y la muestra representativa para la aplicación de la encuesta.

El desarrollo experimental y de campo se dividió en dos partes; en la etapa inicial se realizó la invitación a participar en el estudio a los diferentes establecimientos que consumen heliconias (floristerías, hoteles y puntos de venta de flores) y en la segunda parte se aplicó la encuesta a trece establecimientos participantes en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala. Los datos obtenidos se analizaron lográndose alcanzar los objetivos de la investigación.

7. MÉTODOS, TÉCNICAS Y RECURSOS

7.1 Métodos:

El presente estudio de mercado hace uso del método de investigación descriptivo y de campo.

7.2 Técnicas:

La naturaleza del estudio hizo necesaria y posible la aplicación de una encuesta personalizada, con carácter aleatorio y representativo (Anexo No. 2).

La parte inicial del estudio fue de carácter informativo, mediante la invitación personal a los establecimientos para participar en el estudio (floristerías, hoteles y puntos de venta de flores). En la segunda parte se aplicó la herramienta de investigación (encuesta), integrada por 16 cuestionamientos planteados estratégicamente que generaron la información necesaria.

7.2.1 Tamaño de la población:

Zona 10 de la ciudad capital de Guatemala:

Floristerías: 12

Hoteles: 12

Puntos de venta de flores: 4

Zona 14 de la ciudad capital de Guatemala:

Floristerías: 10

Hoteles: 5

Puntos de venta de flores: 5

7.2.1 Tamaño de la muestra (representación de la población):

Zona 10 de la ciudad capital de Guatemala:

Floristerías: 3

Hoteles: 3

Puntos de venta de flores: 1

Zona 14 de la ciudad capital de Guatemala:

Floristerías: 3

Hoteles: 2

Puntos de venta de flores: 1

7.3 Recursos:

7.3.1 Recursos humanos: investigador, asesor y revisor.

7.3.2 Recursos materiales: ejemplares ilustrativos, vehículo, combustible, papel, computadora e impresora.

8. RESULTADOS

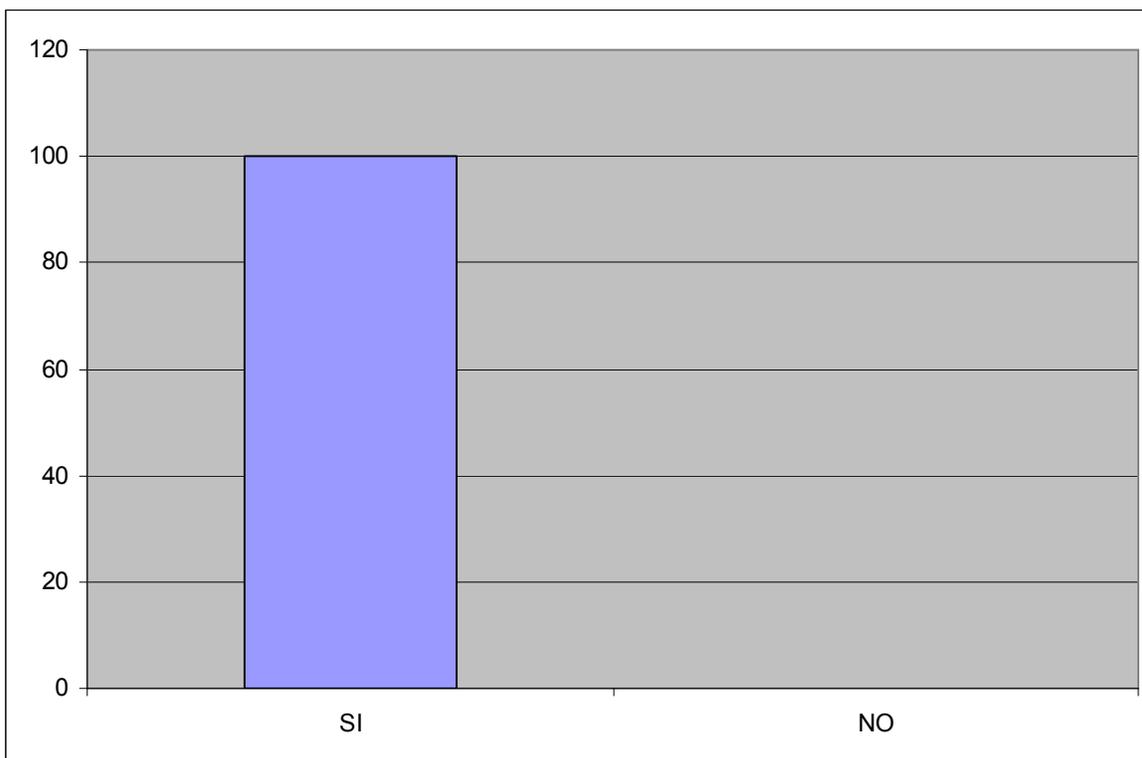
Los cuestionamientos planteados en la herramienta de investigación lograron consolidar una serie de datos que al ser procesados de forma efectiva responden a las inquietudes del presente estudio de mercado.

A continuación se detalla de forma escrita y gráfica los resultados procedentes de los trece establecimientos de consumo de heliconias elegidos al azar en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

ENCUESTA DIRIGIDA

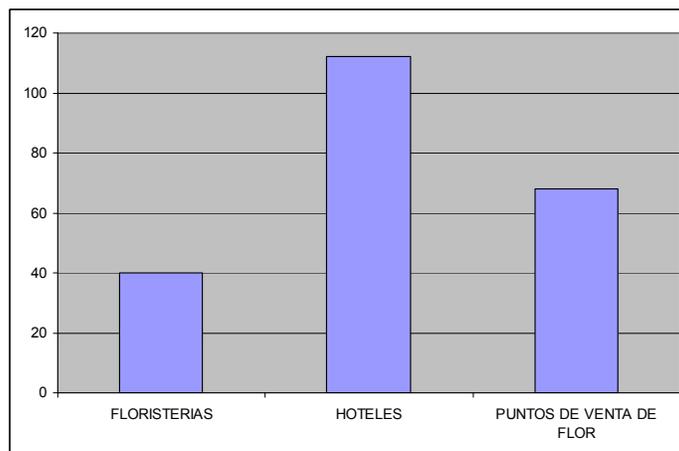
1. ¿Compra usted para su establecimiento flores exóticas de tipo heliconia?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
SI	100
NO	0



2. ¿Cuántas docenas de heliconias consume su establecimiento mensualmente?

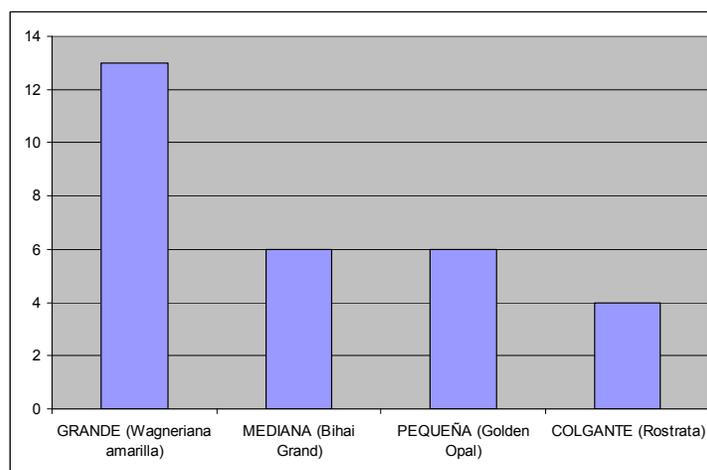
ESTABLECIMIENTO	RESULTADO (DOCENAS MENSUALES)
FLORISTERIAS	40
HOTELES	112
PUNTOS DE VENTA DE FLOR	68



3. De las heliconias que maneja, ¿cuáles son las especies de mayor consumo?

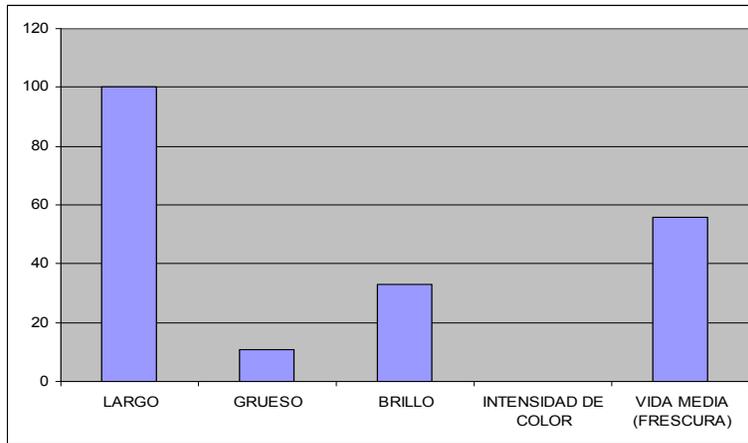
CATEGORÍA (ESPECIE)	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	RESULTADO (%)
GRANDE (<i>Wagneriana amarilla</i>)	13	100
MEDIANA (<i>Bihai Grand</i>)	6	44
PEQUEÑA (<i>Golden Opal</i>)	6	44
COLGANTE (<i>Rostrata</i>)	4	33

NOTA: Los porcentajes se encuentran afectados por las combinaciones de especies en los establecimientos.



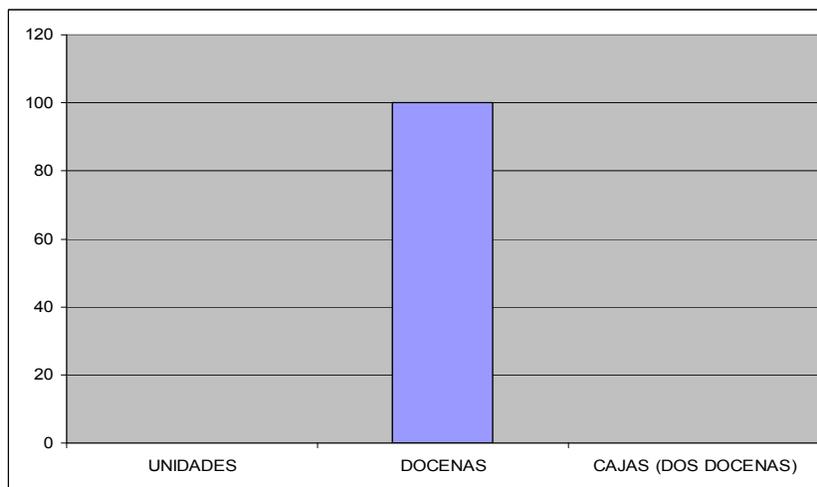
4. ¿Cuáles son las características físicas de las heliconias que exige a su proveedor?

PARÁMETROS	RESULTADO (%)
LARGO	100
GRUESO	11
BRILLO	33
INTENSIDAD DE COLOR	0
VIDA MEDIA (FRESCURA)	56



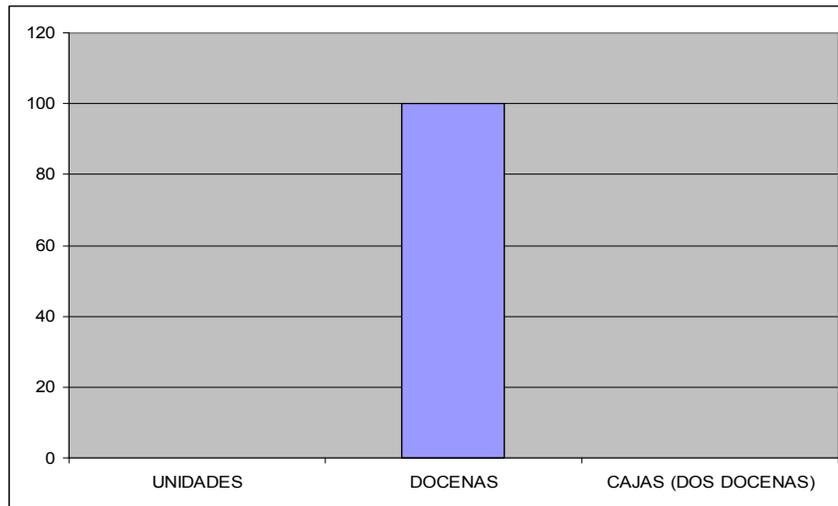
5. ¿En qué presentación adquiere el producto?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
UNIDADES	0
DOCENAS	100
CAJAS (DOS DOCENAS)	0



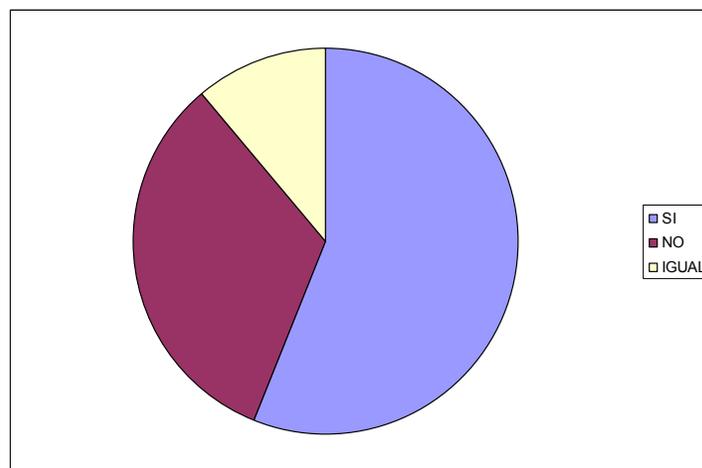
6. ¿En qué presentación prefería adquirir el producto?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
UNIDADES	0
DOCENAS	100
CAJAS (DOS DOCENAS)	0



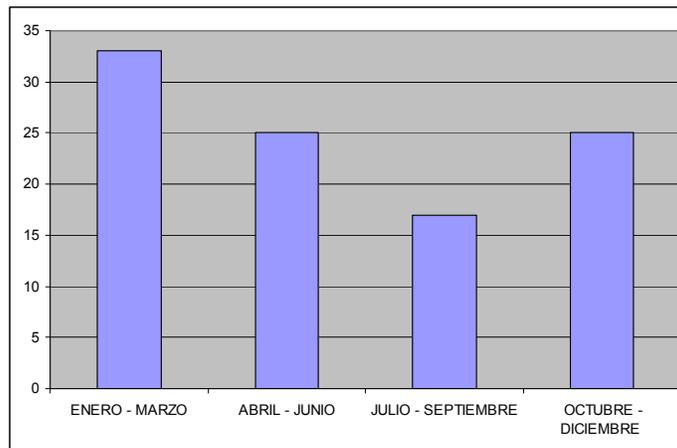
7. Según su criterio, ¿se ha incrementado la demanda de heliconias en los últimos años?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
SI	56
NO	33
IGUAL	11



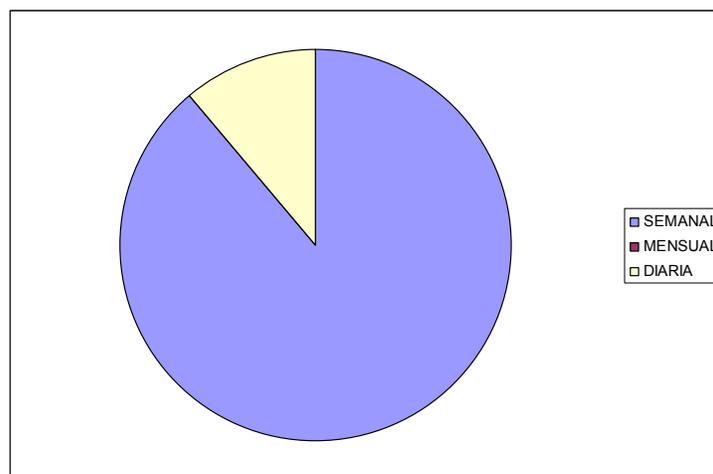
8. ¿En qué fechas considera que presentan mayor demanda?

INTERVALO DE MESES	RESULTADO (%)
ENERO - MARZO	33
ABRIL - JUNIO	25
JULIO - SEPTIEMBRE	17
OCTUBRE - DICIEMBRE	25



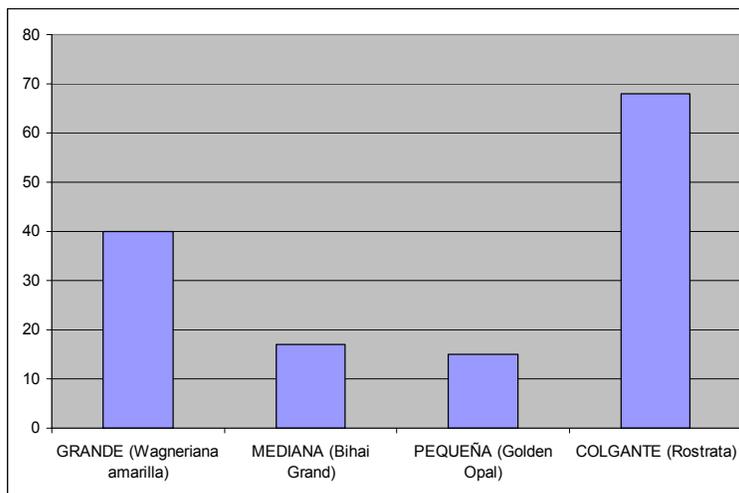
9. ¿Con qué frecuencia adquiere heliconias para su establecimiento?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
SEMANAL	89
MENSUAL	0
DIARIA	11



10. Precio de compra por docena:

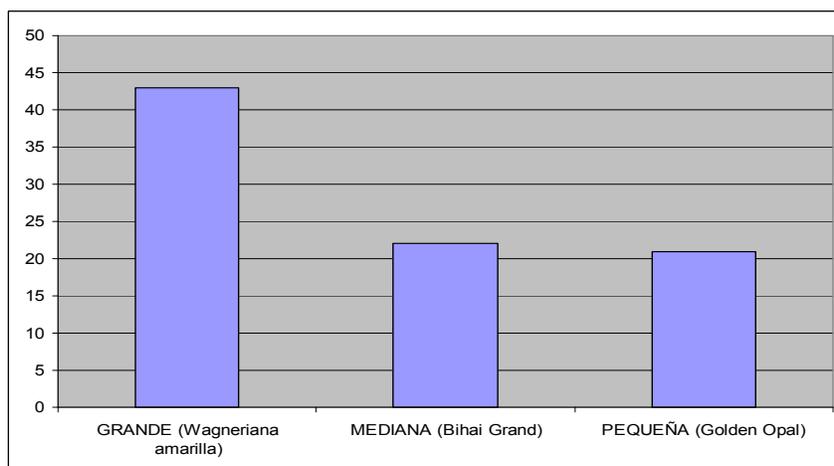
CATEGORÍA (ESPECIE)	RESULTADO (Q)
GRANDE (<i>Wagneriana amarilla</i>)	40
MEDIANA (<i>Bihai Grand</i>)	18
PEQUEÑA (<i>Golden Opal</i>)	14
COLGANTE (<i>Rostrata</i>)	68



11. Precio de venta por docena:

CATEGORÍA (ESPECIE)	RESULTADO (Q)
GRANDE (<i>Wagneriana amarilla</i>)	43
MEDIANA (<i>Bihai Grand</i>)	22
PEQUEÑA (<i>Golden Opal</i>)	21
COLGANTE (<i>Rostrata</i>)	ND*

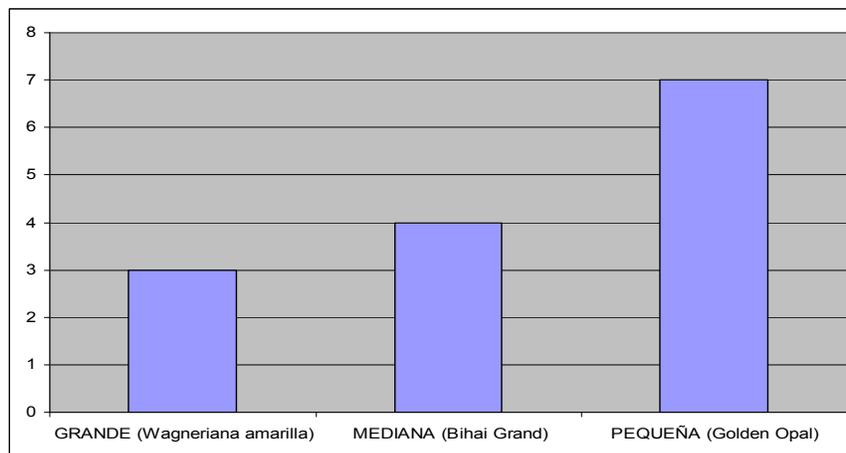
*ND: no determinado.



11.1 Margen de ganancia:

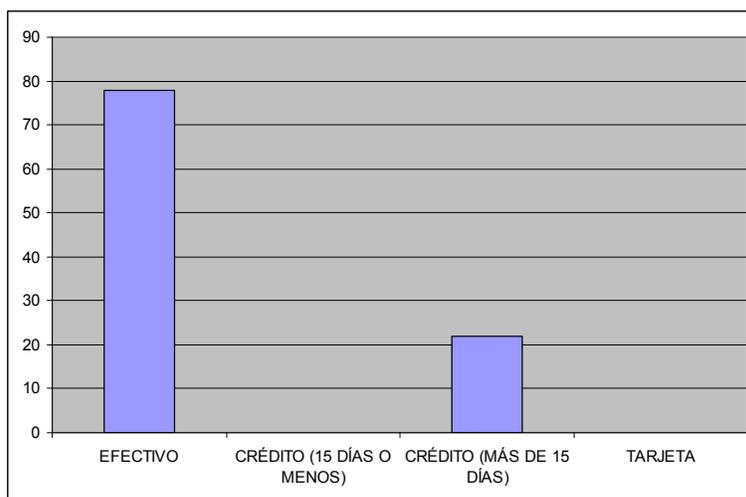
CATEGORÍA (ESPECIE)	RESULTADO (Q)
GRANDE (<i>Wagneriana amarilla</i>)	3
MEDIANA (<i>Bihai Grand</i>)	4
PEQUEÑA (<i>Golden Opal</i>)	7
COLGANTE (<i>Rostrata</i>)	ND*

*ND: no determinado.



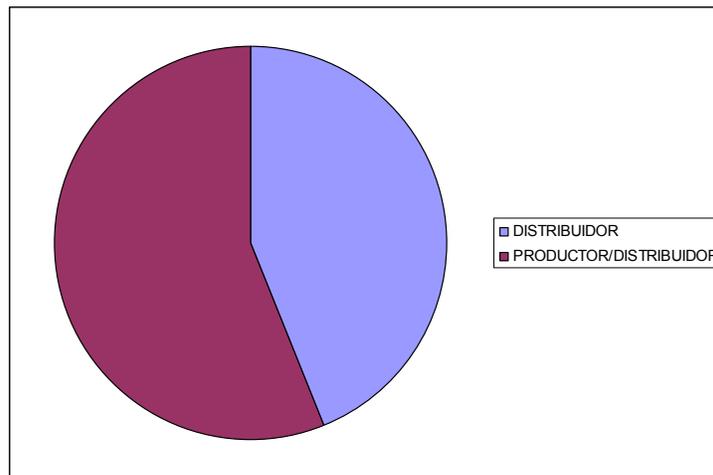
12. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza al comprar heliconias?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
EFFECTIVO	78
CRÉDITO (15 DÍAS O MENOS)	0
CRÉDITO (MÁS DE 15 DÍAS)	22
TARJETA	0



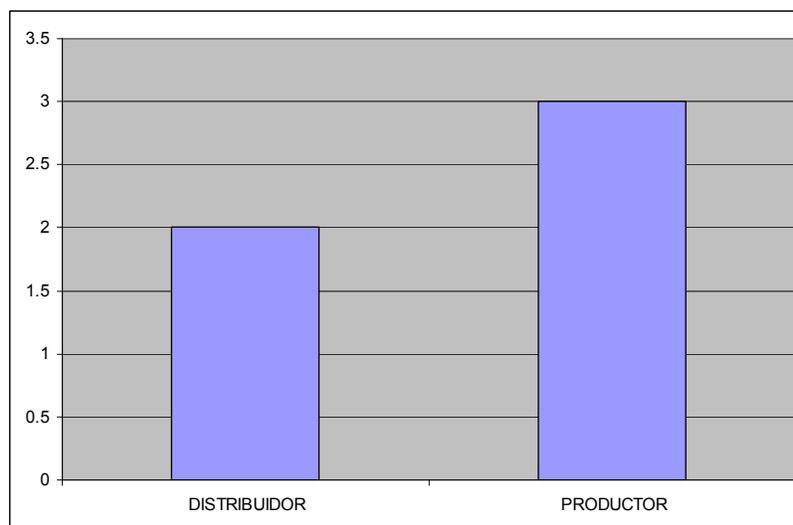
13. La forma de proveer heliconias a su negocio es a través de:

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
DISTRIBUIDOR	44
PRODUCTOR/DISTRIBUIDOR	56



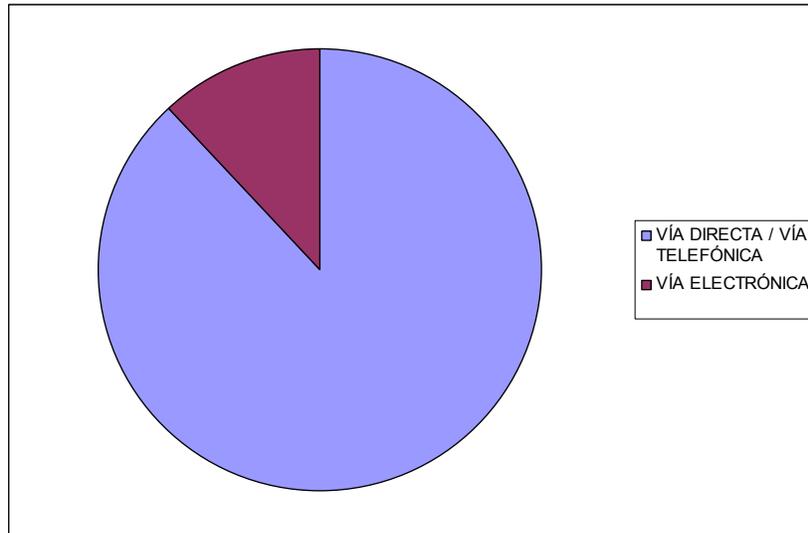
13.1 Número promedio de productores y distribuidores que posee:

PARÁMETRO	NÚMERO
DISTRIBUIDOR	2
PRODUCTOR	3



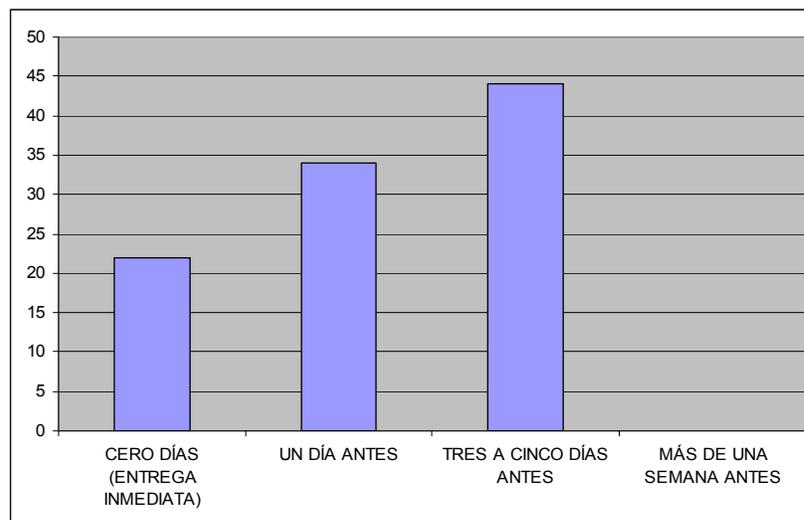
14. ¿Cuál es la forma de compra que utiliza para proveer heliconias a su establecimiento?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
VÍA DIRECTA / VÍA TELEFÓNICA	88
VÍA ELECTRÓNICA	12



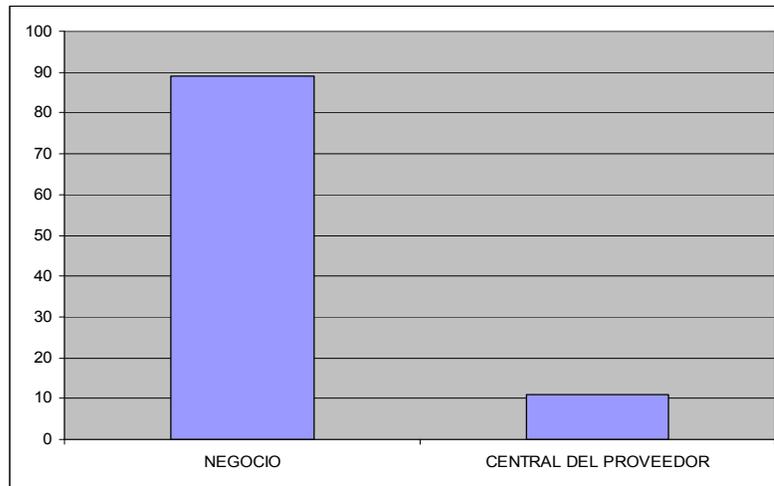
15. ¿Con cuánto tiempo de anticipación solicita su pedido de heliconias?

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
CERO DÍAS (ENTREGA INMEDIATA)	22
UN DÍA ANTES	34
TRES A CINCO DÍAS ANTES	44
MÁS DE UNA SEMANA ANTES	0



16. La entrega del producto se realiza en:

PARÁMETRO	RESULTADO (%)
NEGOCIO	89
CENTRAL DEL PROVEEDOR	11



9. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La participación de los establecimientos en el estudio fue obtenida favorablemente y la aplicación de la herramienta de investigación (encuesta) logró la obtención de la información necesaria para concretar el estudio de mercado.

Inicialmente se evidenció que todos los participantes (100%) comercializan en sus establecimientos flores exóticas de tipo heliconia, reportándose un consumo mensual promedio de 40 docenas en floristerías, 112 docenas en hoteles y 68 docenas en puntos de venta. Estos datos demuestran que los puntos de venta y los hoteles son los establecimientos que consumen una mayor cantidad de heliconias, por lo que pueden ser catalogados como clientes potencialmente rentables.

En materia de especies de mayor consumo, se logró determinar que la *Wagneriana amarilla* (grande) es la especie de heliconia presente en el 100% de los establecimientos participantes, seguida de la *Bihai Grand* (mediana) y *Golden Opal* (pequeña) con un 44% y por último la *Rostrata* (colgante) con un 33%. Es importante mencionar que la especie colgante es utilizada únicamente en los establecimientos de tipo floristería y hoteles, ya que su costo es mucho mayor. También, debe de tomarse en cuenta que todos los establecimientos incluidos presentan combinaciones de al menos dos de las especies de interés del estudio.

El análisis de la demanda determinó que el 56% de los establecimientos han experimentado un incremento en el consumo de este tipo de flor, en contraposición, un 33% ha tendido una tendencia decreciente, esto debido a que las especies del genero heliconia son muy afectadas por los problemas climáticos actuales, lo cual incrementa el precio de compra, el 11% restante indicó que la demanda de heliconias se ha mantenido constante. Al indagar sobre los meses de mayor consumo de heliconias en los diferentes establecimientos, se logró evidenciar que el primero, segundo y último trimestre del año son particularmente altos, con un 33%, 25% y 25% respectivamente, esto responde a fechas importantes o conmemoraciones especiales, por ejemplo: 14 de febrero, 10 de mayo, 1 de noviembre, entre otras. El trimestre de menor movimiento de heliconias reportado fue el tercero (julio – septiembre), representado por un 17%. Sin embargo es preciso indicar que estos resultados evidencian de mayor manera la tendencia de los establecimientos catalogados como floristerías y puntos de venta de flores, ya que los hoteles describieron un consumo constante de flores a lo largo de todo el año. En materia de frecuencia de adquisición de las diferentes especies de heliconias, los resultados evidencian que un 89% de los establecimientos adquiere el producto de manera semanal y un pequeño porcentaje (11%) lo recibe diariamente.

Las características físicas que los establecimientos exigen a sus proveedores son variadas, sin embargo el 100% de los participantes evidenciaron la necesidad de mantener estándares en el largo de la flor. Otra propiedad demandada por el establecimiento es la vida media de la flor, haciendo énfasis en que la misma logra ser extensa si las flores obtenidas son frescas, con la inflorescencia cerrada y fumigada. El grosor y el brillo también fueron catalogadas como características importantes lográndose evidenciar un 33% en ambos casos. Entre las características del producto evaluadas se encuentra la presentación de compra, en la actualidad el 100% de los establecimientos obtiene el producto en presentación de doce unidades (docenas), y en algunos casos

especiales como lo es la especie *Rostrata* (colgante) el producto se obtiene por unidad. No se registraron nuevas tendencias de adquisición del producto, ya que la totalidad de los participantes evidenciaron estar conforme con el manejo actual.

Se logró determinar que los precios de compra por docena de las diferentes especies de heliconias son: *Wagneriana amarilla* (grande) Q.40.00, *Bihai Grand* (mediana) Q.18.00, *Golden Opal* (pequeña) Q.14.00 y *Rostrata* (colgante) Q.68.00. Los precios de venta, por docena, reportados para las especies objetivo son: *Wagneriana amarilla* (grande) Q.43.00, *Bihai Grand* (mediana) Q.22.00, *Golden Opal* (pequeña) Q.21.00. El precio de venta de la especie de heliconia de tipo *Rostrata* (colgante) no logro determinarse, ya que la misma es utilizada exclusivamente en arreglos florales, por lo que en los establecimientos no conocen el precio preciso de venta de la flor. El precio de compra y venta del producto fue evaluado con el objetivo de conocer el margen de ganancia que manejan los establecimientos; sin embargo, es importante mencionar que en los hoteles y floristerías fue muy difícil obtener esta información, ya que los mismos utilizan las flores como elementos para constituir un producto final (arreglos florales). Los establecimientos que poseen el margen de ganancia bien establecido son los puntos de venta de flores, ya que estos no procesan las diferentes especies de heliconias, en algunos casos solamente las lavan, combinan o aplican abrillantadores, pero en general estos establecimientos venden el producto tal y como lo obtuvieron del proveedor. Los márgenes de ganancia por docena para las diferentes especies de heliconias son: *Wagneriana amarilla* (grande) Q.3.00, *Bihai Grand* (mediana) Q.4.00, *Golden Opal* (pequeña) Q.7.00. Es interesante comentar que el mayor porcentaje de ganancia lo presenta la especie *Golden Opal* (pequeña), esto debido al mejor acceso en el precio de compra y a la facilidad de producción de la especie, ya que la misma se encuentra disponible todo el año.

Entre las formas de pago utilizadas para la compra de heliconias el estudio determinó que el 78% de los establecimientos utiliza el pago al contado, el 22% restante, representado por los hoteles, maneja crédito mayor a quince días.

La evaluación de la oferta se realizó con el objetivo de conocer los puntos de atención que la competencia le provee a los diferentes establecimientos, entre ellos: la naturaleza del competidor (productor – distribuidor), la forma de comunicación entre el cliente y el proveedor, el tiempo de anticipación de pedido del producto y el lugar de entrega del mismo. Los resultados obtenidos en esta sección exponen que la totalidad de establecimientos incluidos en el estudio poseen proveedores de tipo distribuidor, sin embargo un 56% de los establecimientos (la mayoría hoteles y floristerías de prestigio) utilizan también proveedores que son productores de heliconias, el fundamento de este comportamiento es que las flores obtenidas de un productor/proveedor son de mejor calidad, ya que las mismas no sufren maltrato por manipulación y transporte excesivo. En promedio los establecimientos manejan dos diferentes distribuidores y/o tres diferentes productores, esto con el objetivo de tener cubierta la demanda de flores y estar preparados para cualquier eventualidad. En materia de comunicación, la encuesta determinó que el 88% de los establecimientos utiliza la vía directa (visita regular) y telefónica para realizar los pedidos, el 22% restante utiliza la vía electrónica como medio de contacto. El tiempo de anticipación para solicitar los pedidos de heliconias es muy variable, especialmente en los hoteles, ya que los algunos eventos son imprevistos. Los datos demostraron que el 22% de los establecimientos hace su pedido de heliconias sin

anticipación alguna, el 33% lo solicita un día antes y un 44% solicita el producto con tres o cinco días de anticipación. La entrega del producto se realiza directamente en el negocio en el 89% de los casos, el 11% restante recibe el producto en la central de venta del proveedor. Esta diferencia en la locación de entrega es resultado del tamaño de pedido de heliconias, ya que el 11% descrito esta representado exclusivamente por establecimientos pequeños, como lo son los puntos de venta de flores.

10. CONCLUSIONES

- 10.1 El diseño del estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala se realizó mediante la elaboración y aplicación de una encuesta personalizada, la cual se utilizó como herramienta de investigación descriptiva y de campo logrando identificar los puntos clave del mercado actual florícola de heliconias.
- 10.2 La investigación de mercado demostró que en la actualidad existe demanda de flores de tipo heliconia en los establecimientos incluidos en el estudio, evidenciándose que los trimestres del año de mayor consumo son el primero, segundo y el cuarto.
- 10.3 El estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores en las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala evidenció que la especie de mayor consumo catalogada como grande es *Wagneriana amarilla*, la mediana es la *Bihai Grand*, la pequeña *Golden Opal* y la colgante es la especie *Rostrata*.
- 10.4 Las características y especificaciones principales que el cliente requiere para las heliconias que se consumen en los establecimientos de interés son: largo, vida media (frescura), grosor y brillo de la flor.
- 10.5 El precio promedio de compra y venta por docena de las diferentes especies de mayor consumo de heliconias son: *Wagneriana amarilla* (grande) Q.40.00 y Q.43.00, *Bihai Grand* (mediana) Q.18.00 y Q.22.00, *Golden Opal* (pequeña) Q.14.00 y Q.21.00; estos datos evidencian un margen de ganancia de: Q.3.00 para la *Wagneriana amarilla* (grande), Q.4.00 para la especie *Bihai Grand* (mediana) y Q.7.00 para la *Golden Opal* (pequeña).

11. RECOMENDACIONES

- 11.1 Para futuras investigaciones en el campo florícola que incluyan el análisis de mercado de los diferentes establecimientos (floristerías, hoteles y puntos de venta de flores), es recomendable separar los mismos según la naturaleza propia del negocio, ya que los clientes objetivo, el manejo del producto, la transformación del mismo, entre otras características, difieren grandemente y producen sesgos en los resultados al ser analizados conjuntamente.
- 11.2 El producto florícola, al igual que otros productos en el comercio, poseen diferentes estándares de calidad según las exigencias o demandas del cliente, es por ello que los precios pueden variar entre flores de la misma especie. Para que en estos casos los resultados en el análisis de precios no se vean afectados, es recomendable determinar si el rango diferencial es grande entre el nivel de calidad del producto y el precio del mismo, si esto sucede se deben de clasificar la heliconias en diferentes categorías.
- 11.3 La continuidad del estudio es esencial para poder evaluar la factibilidad y rentabilidad financiera de la implementación de un proyecto de producción y comercialización de heliconias en el país, logrando establecer con ello el volumen de producción necesario para cubrir la demanda del mercado.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abalo, J. y Morales, L. (1982). Veinticinco heliconias nuevas de Colombia Phytología; pp. 51. Colombia.
2. Aimone, T. (1986). Culture notes: heliconia. Grower Talks; pp. 22. Estados Unidos.
3. Allen, C. y Farning, K. (1986). How to grow heliconias. Fairchild tropical garden bull; pp. 26. Colombia.
4. ALTROPICO, fundación. (2005). Estudio de mercado local para flores tropicales con potencial comercial y productivo desde la zona de Chical. Ecuador. Conservación de áreas indígenas manejadas.
5. American Business List. (1998). Estados Unidos.
6. Ammirato, P. (1983). The regulation of somatic embryo development in plant cell cultures: suspension culture techniques and hormones requirements. Bio/Technology; pp. 68-74. Estados Unidos.
7. Anónimo. (1997). Flores y follajes tropicales, Marketing and flowers. Revista Ecuatoriana de floricultura; pp.24-25. Ecuador.
8. Betancur, J. y Crees, W. (1993). Distribución natural de las heliconias de Colombia; pp. 50. Colombia.
9. Bittencourt, L. y Oliveira, S. (1995). Estudo de doses de NPK nas variáveis de crescimento e produtividade de inflorescencias de Heliconia sp. En. Revista Brasileira de Horticultura Ornamental; pp. 121-127. Brasil.
10. Maza, V. y Builes, J. (2000). Heliconias de Antioquia guía de identificación y cultivo. Ed. Gráficas Ltda. Medellín; pp. 54-58. Colombia.
11. Nathan, M.; Goh, C. y Kumar, P. (1992). In vitro propagation of Heliconia psittacorum by bud culture. Hort Science; pp. 450-454. Estados Unidos.
12. Osorio, J. (1995). Propagación clonal de heliconias a través de meristemas; pp.1-3. Colombia.
13. Ramírez, B. (1993). Generalidades en el manejo horticultural de las heliconas; pp. 58-87. Ecuador.
14. Reinert, J. (1958). Morphogenese und ihre kontrolle and Gewebekultaren aus karotten. Naturwiss enhaftan; pp. 344-345. Estados Unidos.
15. Reinert, J. Backs-Husemann, D. y Zerban, H. (1997). Determination of embryo and root formation in tissue culture of Daucus carota. Coll. Natl. C.N.R.S.; pp. 261-268. Estados Unidos.
16. Revista ecuatoriana de floricultura. (1998). Flores y follajes tropicales Marketing and flowers; pp. 24-25. Ecuador.
17. www.ecuador.fedexpor.com. Fecha de consulta: 05/ago/2010.
18. www.heliconias.net. Fecha de consulta: 05/ago/2010.
19. www.alltropicalflowers.com. Fecha de consulta: 06/ago/2010.
20. www.ine.gob.gt. Fecha de consulta: 09/ago/2010.
21. www.visitguatemala.com. Fecha de consulta: 09/ago/2010.
22. www.camtur.org. Fecha de consulta: 11/ago/2010.
23. www.negociosenguatemala.com. Fecha de consulta: 20/ago/2010.
24. www.mi-guatemala.tripod.com. Fecha de consulta: 20/ago/2010.
25. www.inguat.gob.gt. Fecha de consulta: 25/ago/2010.

13. ANEXOS

Anexo No. 1

Formato de Carta para la Solicitud de Participación en el Estudio.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia
Facultad de Ciencias Económicas

“Estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas)
en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala”
MAIES



Guatemala, agosto de 2010

Sr.:

Establecimientos de consumo de heliconias:

Presente.

Con un atento saludo, reciba mis mejores deseos de éxitos en cada una de las actividades que realiza al frente de la empresa a su cargo.

El motivo de la presente es para solicitarles su participación en la investigación titulada “Estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala”.

El estudio tiene como objetivos conocer la oferta y la demanda que poseen las heliconias en el mercado florícola y evidenciar las especies de de mayor consumo (grandes, medianas, pequeñas y colgantes). Dicha investigación se encuentra aprobada por la escuela de postgrado de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

No está demás mencionar que todos los resultados obtenidos en el estudio serán estrictamente confidenciales y que se pretende retribuir a los colaboradores con la información generada del mismo.

Agradeciendo de antemano su atención y esperando su valiosa colaboración, se despide, muy atentamente:

Licda. Carolina Elizabeth Escriu Font

Autora

Anexo No. 2

Entrevista para el estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas) en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia

Facultad de Ciencias Económicas

“Estudio de mercado para la comercialización de heliconias (flores exóticas)

en floristerías, hoteles y puntos de venta de flores de las zonas 10 y 14 de la ciudad capital de Guatemala”

MAIES



Fecha: _____

Código asignado al establecimiento: _____

Dirección: _____

ENCUESTA DIRIGIDA

1. ¿Compra usted para su establecimiento flores exóticas de tipo heliconia?

SI: _____ NO: _____

2. ¿Cuántas docenas de heliconias consume su establecimiento mensualmente?

NO. DE DOCENAS (PROMEDIO): _____

3. De las heliconias que maneja, ¿cuáles son las especies de mayor consumo?

a. Wagneriana amarilla (grande) _____

b. Bihai Grand (mediana) _____

c. Golden Opal (pequeña) _____

d. Rostrata (colgante) _____

e. Otras: _____

4. ¿Cuáles son las características físicas de las heliconias que exige a su proveedor?

a. Largo de tallo: _____

b. Grueso de tallo: _____

c. Brillo: _____

d. Intensidad de color: _____

e. Vida promedio de la flor: _____

f. No exige: _____

g. Otras: _____

5. ¿En qué presentación adquiere el producto?
- a. Unidades: _____
 - b. Docenas: _____
 - c. Cajas (dos docenas): _____
 - d. Otras: _____
6. ¿En qué presentación prefería adquirir el producto?
- a. Unidades: _____
 - b. Docenas: _____
 - c. Cajas (dos docenas): _____
 - Otras: _____
7. Según su criterio, ¿se ha incrementado la demanda de heliconias en los últimos años?
- SI: _____ NO: _____
8. ¿En qué fechas considera que presentan mayor demanda?
- a. Enero a marzo: _____
 - b. Abril a junio: _____
 - c. Julio a septiembre: _____
 - d. Octubre a diciembre: _____
9. ¿Con qué frecuencia adquiere heliconias para su establecimiento?
- a. Semanal: _____
 - b. Mensual: _____
 - c. Otras: _____
10. Precio de compra por docena:
- a. Wagneriana amarilla (grande) _____
 - b. Bihai Grand (mediana) _____
 - c. Golden Opal (pequeña) _____
 - d. Rostrata (colgante) _____
 - e. Otras: _____

- a. Su negocio: _____
- b. En la central del proveedor: _____
- c. En alguna central de encomiendas: _____
- d. Otro: _____

17. Comentarios adicionales:
