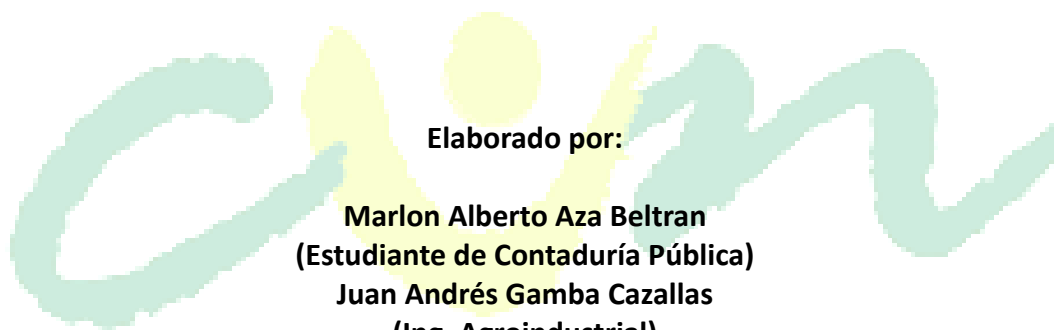




Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Plan de Producción de Rosas a Nivel Nacional



Elaborado por:

Marlon Alberto Aza Beltran
(Estudiante de Contaduría Pública)

Juan Andrés Gamba Cazallas
(Ing. Agroindustrial)

Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Presentado a:

Carolina Otálora Guerrero



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

Corporación Unificada de Educación Superior CUN
Bogotá D.C.
2017

Resumen Ejecutivo

El mercado colombiano no ha sido receptivo con la compra de flores, el colombiano no tiene como costumbre regalar flores, por lo tanto las empresas floriculturas nacionales han decidido no gastar esfuerzos en el mercado local y por lo tanto escogieron la opción de vender un producto sin calidad. Buscando una solución ASOCOLFLORES lanza una campaña llamada Colombia tierra de flores en donde busca conquistar el mercado local atrayendo al cliente ofreciéndole un producto con calidad, el producto que solo disfrutaban fuera del país. Partiendo con la base propuesta por esta campaña, se quiere establecer un plan de marketing para la comercialización de rosas con todos los estándares de calidad que aplican para esta y así demostrarle a las empresas floriculturas que con unas buenas estrategias de marketing al colombiano también se le podrá vender en cantidades considerables rosas de calidad.

Palabras clave: plan de marketing, mercado nacional, rosas, calidad.

1. *Contextualización. Todo lo relacionado con la empresa.*

Objetivo general

Mejorar el proceso de rosas en el mercado nacional mediante procesos que eviten el daño a los ramos armados como producto final.

Objetivos específicos

- Analizar el proceso de rosas para determinar cuáles son los principales procesos en los cuales se dañan las rosas.
- Realizar un estudio sobre las principales exigencias actuales de esos mercados nacionales.
- Realizar un estudio sobre las variedades más demandadas en dichos mercados.
- Crear un plan de marketing para el comercio de rosas basándose en las tendencias del mercado colombiano.

Misión

Ayurá SAS. Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de flores frescas cortadas con los más altos estándares de calidad y buenas prácticas agrícolas que generan valores agregados al sector, nuestros procesos de desarrollo bajo conceptos de mejoramiento continuo garantizado a nuestros clientes la satisfacción de obtener un producto de óptima calidad en el mercado y que cumpla con los principios de responsabilidad social y cuidado al medio ambiente.

VISIÓN

Ser una empresa modelo en la producción y comercialización de flores frescas cortadas en el país, donde nuestro producto se destaca por los altos estándares de calidad que cumplan principios de sostenibilidad cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social.

RESEÑA

Ayurá S.A.S es una empresa productora y exportadora de flores de alta calidad. Somos una granja de tamaño medio (22 Has.), ubicada en la Sabana de Bogotá, Colombia. Esta empresa fue creada en el año 1990, por la familia Restrepo de la ciudad de Medellín.

Tenemos más de 20 años de experiencia en el negocio de las flores. Vendemos nuestros Rosas y Claveles de alta calidad bajo las dos etiquetas "Pride" y "Eclipse" que están certificados por el sello Florverde.

Suministramos mercados exigentes como los EE.UU., Japón, Canadá, del Este y Europa Occidental y Asia. Florverde es una etiqueta que, además de la calidad, representa el compromiso social y ambiental de los floricultores colombianos que han contribuido a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y familias, así como para preservar el medio ambiente.

FUNDAMENTALES DE LOS TRABAJADORES, LA CALIDAD DEL PRODUCTO Y LA RESPONSABILIDAD GERENCIAL.

La empresa maneja componentes dedicados a un área de manejo específico:

Componente Ambiental: Se enfoca en dar un debido uso a los recursos naturales con los que cuenta.

- Agua y riego,
- Los suelos, sustratos y abonos
- El manejo integrado de plagas
- Gestión de residuos
- Paisaje y biodiversidad

Componente social: promueve el bienestar de desarrollo y bienestar de sus colaboradores, manejando una frase “TRABAJO CON ESMERO, ES TRABAJO PARA SIEMPRE”.

- La administración de personal
- Salud ocupacional
- Bienestar de los trabajadores y las comunidades
- Formación y desarrollo

Nuevos componentes

- Sistema de gestión
- Trazabilidad
- Orígenes Material vegetal
- Energía
- Normas laborales básicas y la legislación
- El tratamiento post-cosecha

2. Información relevante acerca del proceso seleccionado: caracterización del proceso, etapas, materias primas e insumos, producto(s) final(es), servicios y áreas involucradas, capacidad de proceso (actual)

PRODUCTOS QUE MANEJAMOS

FLOR CORTADA DE CALIDAD PREMIUM

Rosa

Las rosas son un cultivo popular tanto para las flores cortadas domésticas y comerciales. Generalmente se cosechan y se cortan cuando en la yema, y se mantienen en condiciones de refrigeración hasta el momento de la exhibición en su punto de venta.

En los climas templados, rosas cortadas a menudo se cultivan en invernaderos, y en los países más cálidos también pueden ser cultivadas en invernadero con el fin de garantizar que las flores no estén dañadas por el clima y que las plagas y control de la enfermedad se pueden llevar a cabo con eficacia. Las cantidades significativas se producen en algunos países tropicales, y estos se envían por vía aérea a los mercados de todo el mundo.

Variedades y Longitudes

- 80CM
- 70CM
- 60CM
- 50CM
- 40CM

Clavel

Clavel se requieren bien drenado, neutro a ligeramente alcalino del suelo, y el pleno sol. Los claveles son una de las flores con la vida en florero más larga, que dura hasta 2-3 semanas.

Los claveles se pueden plantar en canteros, bordes, jardines de roca e incluso recipientes como ollas. Claveles florecerán hasta bien entrado el otoño si están protegidas contra las inclemencias del tiempo.

Variedades y Longitud.

- SELECT
- FANCY
- STANDARD



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

□ PROCESO DE FLORES

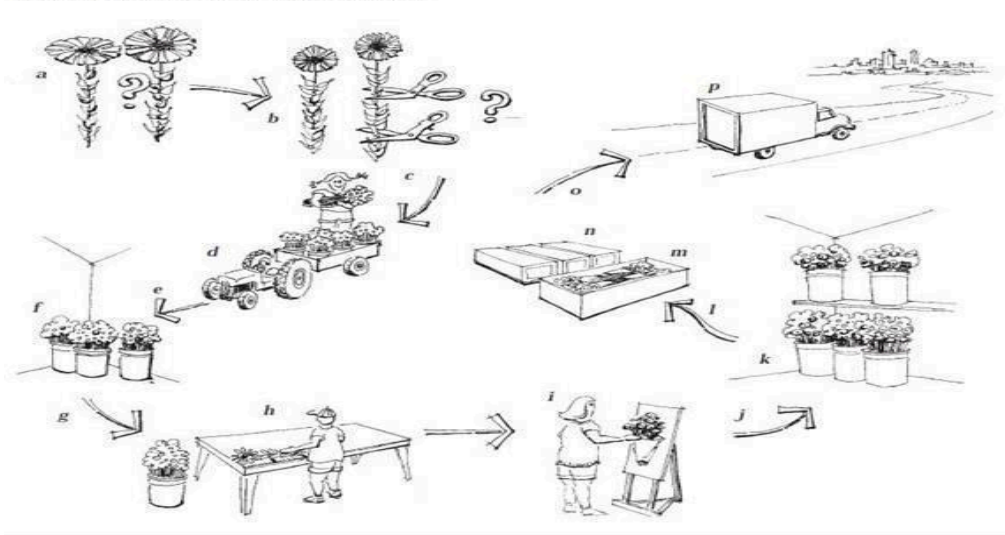
CULTIVO



POSCOSECHA

Corporación Unificada Nacional

Harvest Process Flow Chart—Fresh Cut Flowers.



1. Patinador

Es el encargado de recibir el embale de flores ya clasificada, a su vez ubicarle la variedad encarga para el día en los ganchos de las mesas de clasificación, para que la persona continúe con el proceso

2. Clasificación

En esta área se encargan de clasificar las flores ya sea por tipo de calidad. También se realiza los arreglos como apertura, hacer el respectivo deshoje, desbrote tardío, problemas fitosanitarios, daño mecánicos, torceduras, firmeza y consistencia uniformidad tamaño del botón, uniformidad en pisos etc.

3. Armado de ramos (bochado)

En esta área se realiza el armado de ramos respectivo teniendo en cuenta la variedad, el número de tallos por ramo y el capullo dependiendo el pedido del cliente, algo muy importante en esta área es los sellos de calidad ya que estos nos ayudan a llevar una trazabilidad del producto, luego de esto pasan a dejarlos en la banda transportadora con su respectivo ubicación

4. Guillotina

En esta se toma el ramo dependiendo la calidad (apertura, largo), y se hace el respectivo corte indicado dependiendo las órdenes del supervisor

5. Hidratación

Se ubican los ramos en tinas con solución STS que nos ayudan a una mejor conservación por una hora

6. Armado de cartón

La persona encargada de esta actividad arma el cartón dependiendo la cantidad de ramos que ordenan ya pueden ser cajas de $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{8}$ o tabaco

7. Zunchado

Se realiza el respectivo zunchado interno y externo para que el ramo no sufra ningún daño mecánico en el transporte

8. Guardar

Se ubican dependiendo el pedido y la fecha realizada para llevar un control de lo que llega y sale a su vez

9. Despacho

Se procede a cargar el camión para llevarlo al cliente final

- **TAXONOMÍA DE LA ROSA**

Adaptación:

55°LN a 50°LS.

Distribución:

Regiones subtropicales y templadas.

Ciclo Vegetativo:

30 a 60 días entre cortes.

Tipo fotosintético:

C3

Humedad Ambiental:

Durante el período de brotación de las yemas y crecimiento de los brotes, es aconsejable una humedad relativa alta (80-90%) a fin de estimular el crecimiento, para posteriormente estabilizarse a valores del 70-75%.

Profundidad de Suelo:

El sistema radicular del rosal tiende a ser superficial, por lo que puede prosperar aún en suelos delgados de entre 25 y 50 cm.

Salinidad:

Se considera una planta de mediana tolerancia a la salinidad. Un exceso de sales reduce el rendimiento.

PH:

El rango de pH óptimo se sitúa entre 6.0 y 7.5.

Otros:

En términos generales se considera que el nivel aconsejable de CO₂ es de alrededor de 800 pm.

PLAGAS.

Los Rosales son plantas muy sensibles a plagas y enfermedades. Es uno de los inconvenientes que tienen, que les atacan muchos parásitos y obliga a fumigar con bastante frecuencia.

- El pulgón es la plaga más frecuente y grave que tienen las rosas. Atacan principalmente a brotes tiernos provocando el típico enrollamiento de las hojas. Algunas veces, los capullos atacados no se abren. Viendo el propio insecto se identifica perfectamente. Otro síntoma es la melaza (un líquido azucarado y brillante que excretan), el hongo *Negrilla* que se asienta sobre ella y la presencia de hormigas que recogen esta melaza y los protegen

- El Tortrix del Rosal agujerea capullos. En su interior está una larva de color rosado-marrón. Estas larvas también pueden encontrarse dentro de hojas que se abarquillan mediante hilos. Otro síntoma: producen agujeros en hojas.

En general, son poco dañinos. Si tratamos las otras plagas apenas se notarán estas. Destruye las hojas arrolladas, corta y quema los brotes invadidos y pulveriza con Fenitrothion.

- Síntomas de la presencia de Mosca blanca son, aparte de ver la propia mosquita blanca en el envés, decoloraciones, manchas amarillas y marchitamiento. Si agitas el follaje se ven revolotear. También excretan melaza como Pulgones y Cochinillas.

- CETONIAS (*Cetonia aurata*, *Potosia* spp., *Tropinota* spp.) son unos escarabajos muy bonitos, de color verde dorado brillante, que buscan el polen y devoran los pétalos de las Rosas. Los escarabajos adultos comen flores mientras que las larvas no hacen ningún daño. Las Flores parcial o totalmente devoradas. Capullos, hojas y brotes comidos.

- Tijeretas, La Forficula *auricularia* puede causar algún daño a las rosas, análogamente a las Cetonias. Normalmente no se utilizan fitosanitarios. Puedes colocar macetas boca abajo llenas de paja sobre cañas entre las plantas; se ocultaron allí y las podrás eliminar¹.

¹http://articulos.infojardin.com/rosales/Plagas_y_enfermedades/Fichas_de_Plagas/Tijeretas.htm

3. Resultado económico.

INFORMACIÓN GENERAL ESTRATEGIA:

Título Estrategia	Establecimiento de puntos de venta directa	
Entidades participantes	Sabana Flowers	
	Distribuidor Paloquemado	
Duración del proyecto (Meses)	6	
Costo Total del proyecto	\$ 78.201.536	
Contrapartida Sabana Flowers	\$ 50.585.536	
Contrapartida D. Paloquemado	\$ 27.616.000	
Discriminación de la Contrapartida	En Efectivo	En Especie
	\$ 17.608.000	\$ 60.593.536

PRESUPUESTO:

El presupuesto necesario para llevar a cabo esta estrategia se presenta a continuación

RUBROS	Contrapartida				TOTAL
	Distribuidor		Sabana Flowers		
	Efectivo	Especie	Efectivo	Especie	
PERSONAL		\$ 16.016.000	\$ 10.608.000	\$ 13.601.376,00	\$ 40.225.376
EQUIPOS	COMPRA		\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
	Modificación		\$ 5.000.000		\$ 5.000.000
	USO		\$ 7.200.000		\$ 7.200.000
MATERIALES E INSUMOS			\$ 4.500.000		

MANTENIMIENTO		\$ 2.000.000			\$ 2.000.000
ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA			\$5.000.000		
ADMINISTRACIÓN		\$ 2.400.000		\$ 6.900.000,00	\$ 9.300.000
OTROS RUBROS			\$5.000.000		
SERVICIOS TECNICOS				\$ 12.476.160	\$ 12.476.160
TOTAL	ND	\$ 27.616.000	\$ 17.608.000	\$ 32.977.536	\$ 78.201.536

CRONOGRAMA:

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Análisis de información de estudio de mercado de ventas de flor comparando Calidad y propósito de uso.	X					
Realizar plan de visitas a Distribuidores de Flores	X					
Realizar visitas a distribuidores de flores		X				
Realizar plan de monitoreo		X				
Realizar acuerdo con distribuidor de Flores para realizar pruebas.		X				
Adaptación punto de venta del distribuidor	X	X				
Realizar informe punto de venta			X	X		
Realizar de inclusión de especies con calidad tipo exportación			X	X	X	X
Realizar Informe de pruebas de producción material vegetal tipo exportación				X	X	X

Realizar reunión con grupo interdisciplinario para discusión y análisis de resultados	X	X	X	X	X	X
Planificar Entrega de resultados de estrategia				X	X	X
Realizar informe de resultados de estrategia.				X	X	X
Realizar reunión con grupo interdisciplinario para discusión y análisis de resultados				X	X	X

RESULTADOS ESPERADOS:

La población colombiana que está dispuesta a comprar un ramo de flores mensual en el sector de Paloquemado es 2.227.259, lo cual representa un 66% del mercado total nacional. Esta estrategia se enfoca en el 2% (44.545,18) de esa población la cual pertenece a un estrato social 3 a 4. El precio de venta por tallo será de \$2.500 pesos y por arreglo será de \$45.000 pesos (precio promedio).

Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Investigación de Mercados

Encuesta comercialización de rosas con calidad de exportación a nivel nacional **Encuestador**

Fecha:

1. ¿Suele realizar compras de rosas?

1. *Si* *b. no*

2. ¿Cuál es su edad?

3. ¿Cuál es su estrato socio económico?

1. 1

2. 2

3. 3

4. 4

5. 5

6. 6

4. ¿Cuál es la ocupación, título, labor que realiza?

Coordinador de calidad FENALCO

5. ¿Con qué fin realiza la compra de rosas?

1. *Decoración*

2. *Regalo de cumpleaños*

3. *Regalo día de la madre*

4. *Regalo de navidad*

5. *Regalo de amor y amistad*

6. *Aniversario*

7. *Regalo casual a la pareja*

8. *San Valentín*

9. *Otros*

¿Cuál? _____

6. ¿Con qué frecuencia realiza la compra de rosas? (Realizar esta pregunta en caso de haber respondido en la pregunta anterior la opción a, b, g).

1. 1 vez al mes
2. 2 veces al mes
3. 3 veces al mes
4. 4 veces al mes
5. 1 vez al año
6. Otro ¿Cuál? _____

7. ¿Cuál es la cantidad de rosas que suele comprar?

1. 1 unidad
2. 1 ramo
3. 2 ramos
4. 3 ramos
5. 1 tabaco
6. Otra ¿Cuál? 8 ramos

8. Cuando compra rosas, ¿se fija en alguno de estos factores de calidad?

1. Nivel de maltrato de pétalos
2. Torceduras en el tallo
3. Manchas en los pétalos
4. Manchas en el tallo
5. No me fijo en ninguno

9. ¿En cuál de estas presentaciones prefiere adquirir las rosas?

1. Capuchón
2. Caja

10. ¿Usted se fija en el diseño de la caja o capuchón?

1. Si b. no

11. En caso de ser positiva la respuesta de la pregunta anterior ¿Le interesaría ver figuras y colores alusivos a nuestra cultura?

1. Si b. no

12. ¿En dónde suele comprar las flores?

1. Floristería local
2. Vendedor ambulante
3. Supermercados
4. Plazas de mercado

13. ¿Qué tipo de producto le gustaría encontrar junto con el ramo de rosas?

1. Chocolates
2. Peluches
3. Manillas

14. ¿Le gustaría recibir junto con el ramo de rosas datos sobre la historia, leyendas de la variedad que compra?

1. Si b. no

15. ¿Le gustaría recibir información acerca del manejo social y ambiental que maneja la empresa?

1. Si b. no

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un ramo de rosas tipo exportación?

1. \$50000
2. \$60000
3. \$70000
4. \$80000

Investigación de Mercados

Para el siguiente estudio se tomará una muestra de 5 empresas representativas del sector, las cuales se caracterizan por operar como comercializadoras internacionales (C.I.) y vender flor nacional, por pertenecer al sector y CIU: “*Producción especializada de flor de corte bajo cubierta y al aire libre*” y por tener algunos de sus productos certificados con el sello *FLORVERDE*. Estas son:

- C.I. Agrícola El Redil Ltda. NIT: 860353804 (Rosa estándar y rosa spray). Bogotá D.C.
- C.I. Agrícola Cardenal S.A. NIT: 800050714 (Rosa, Clavel, Miniclavel, Callas, Equisetum). Bogotá D.C.
- C.I. Agrícola Cunday S.A. NIT: 860041216 (Clavel y rosa). Bogotá D.C.
- C.I. Agroindustrial Del Riofrio Ltda. NIT: 860071029 (Flores y ornamentales bajo invernadero). Bogotá D.C.

Estas empresas fueron seleccionadas debido a su tamaño y participación dentro del sector. Mediante su análisis y estudio se logrará conocer de manera general el estado actual del sector en el mercado nacional y de su panorama competitivo en general.

Durante la evolución de los ingresos de estas 5 compañías, se evidencia que dentro del sector se vivió una fuerte crisis durante 2006 y 2008, periodo en el cual se obtuvieron grandes pérdidas para las compañías y por ende para el sector. La principal causa de esta crisis es atribuida a la caída de la TRM la cual en 2008 llegó a \$1652 lo que causó graves pérdidas para los exportadores de flores en Colombia. Durante ese periodo las 5 compañías mencionadas introdujeron cerca del 35% de su producción en mercado nacional tratando de recuperar una parte del costo de producción, pero se enfrentaron a un problema ya que el mercado nacional se caracteriza por transacciones con flores con escasas exigencias de calidad y presentación.

Según Asocolflores, el mercado nacional se caracteriza por una ineficiencia en la estructura disponible en el terminal mayorista y una deficiente organización administrativa de ventas, lo cual se traduce en transacciones de productos con escasa exigencia en cuanto a calidad y presentación, no existiendo grados ni estándares generalizados, para los distintos tipos de flores que se comercializan durante el año.

Entonces, de acuerdo a lo anterior, las empresas mencionadas solo se dedican a exportar ya que la dinámica comercial de tiene un carácter netamente exportador, haciendo que el 98% de la producción se venda en el exterior y un 2% se comercialice en el interior, aclarando que el 2% corresponde a flor sin la calidad exigida en el mercado extranjero.

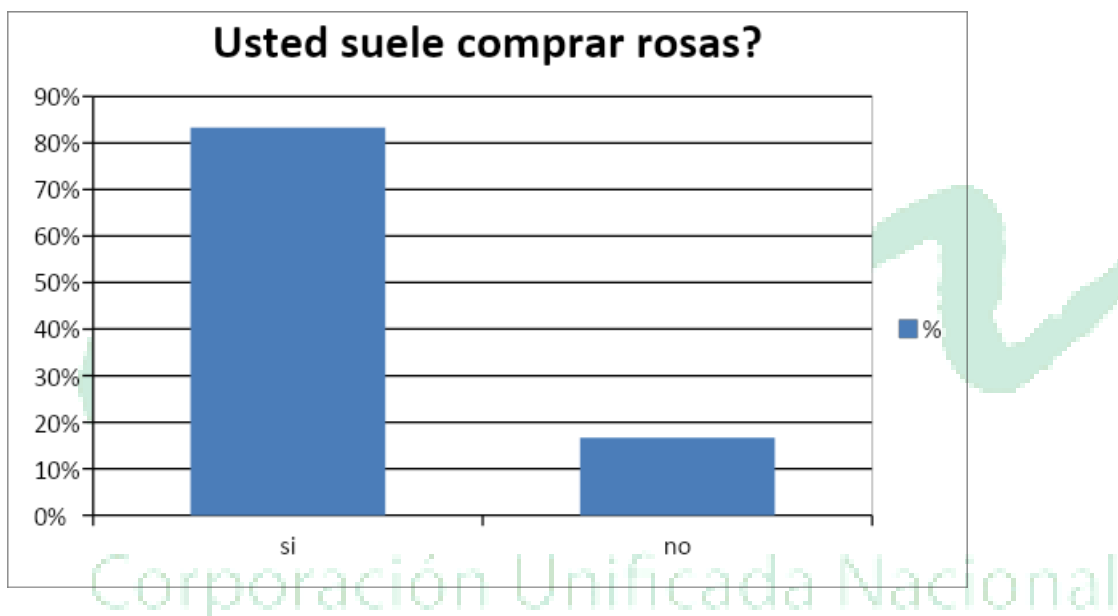
Teniendo en cuenta lo anterior, las empresas venden la flor en el mercado nacional en un promedio de 500 a 600 pesos el tallo, aclarando que la venta se hace a pequeños intermediarios que venden el tallo de 800 a 1000 pesos.

Mercado interno

Personas pertenecientes a los estratos 3 y 4 en la ciudad de Bogotá² serán el segmento objetivo principal inicialmente. La decisión de tomar este segmento parte de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, ya que las personas pertenecientes a dichos estratos respondieron comprar con frecuencia rosas de calidad y que además estarían dispuestas a pagar el precio base o más de un ramo de rosas de calidad de exportación.

Gráfica 1: Cantidad de personas compradoras de rosas de exportación

Fuente: autores



Además se pudo encontrar un dato interesante sobre los canales de distribución favoritos para este sector de la población ya que la gran mayoría de los encuestados prefieren ir a adquirir sus flores en las plazas de mercado y en las floristerías locales, lo cual indica que se debe realizar un enfoque especial en estos dos canales.

También se evidencia lo dicho en el artículo publicado por el tiempo en donde se asegura que el pueblo colombiano se ha vuelto muy exigente en cuanto a la calidad de la rosa que compra, en la entrevista solo una persona aseguro no fijarse en ello, las demás son muy estrictas.

La rosa que compran las personas de este segmento es en su mayoría para la decoración y como regalo del día de la madre, pero basándose en un estudio hecho por el periódico El país, las personas de estratos altos suelen gastar cantidades considerables de dinero en coronas funerarias con rosas de exportación, el precio que suelen invertir por corona es de \$263.000 (cada corona cuenta con 30 rosas).

² El estrato 3 cuenta con una densidad poblacional de 2.668.445 y el estrato 4 de 706.191

La presentación en la que este público desea adquirir las rosas en la gran mayoría es en capuchón y es detallista en cuanto al diseño de este prefiriendo encontrar motivos alegóricos a la cultura nativa.

Otro dato curioso es el deseo de las personas de encontrar incluido dentro de su ramo de rosas información relacionada a la variedad de rosa que compra, información sobre la sostenibilidad social y ambiental manejada al interior de la empresa.



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior